

I.
svazek



Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR

Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty

architektura / design / digitalní hry / film / hudební průmysl / knihy a tisk / móda / památky
reklama / scénická umění / software / TV a rozhlas / umělecká řemesla / výtvarné umění



Arts
Institute
Institut
umění

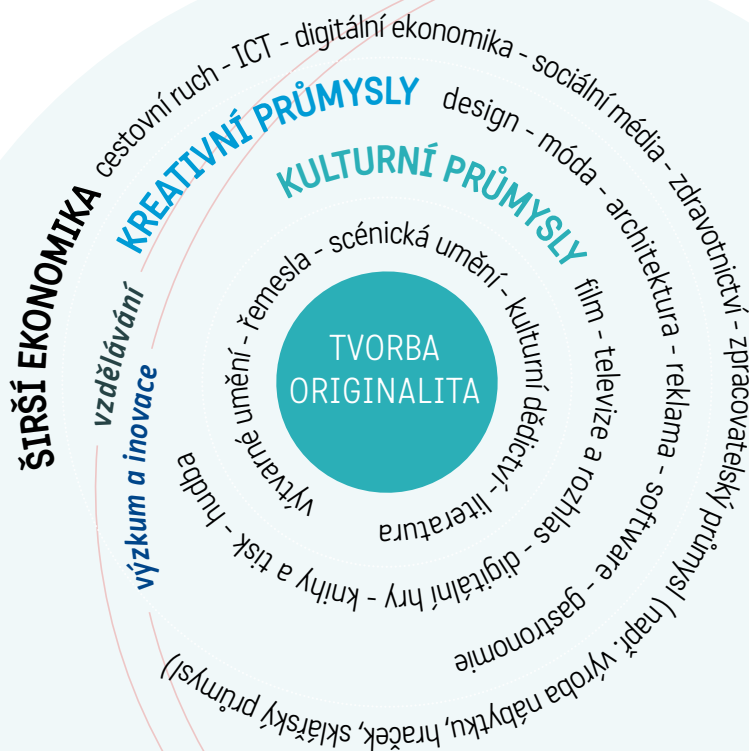
Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR

Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty

I. svazek

Publikace je vydána v rámci výzkumného projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, podpořeného v rámci programu NAKI, identifikační kód projektu DF11PO10VV031.

Eva Žáková a kol.



PROČ MAPOVAT KKP V ČR

Ragnar Siil

bývalý náměstek estonského ministra kultury, který se významně zasadil o strategické uchopení a podporu KKP v Estonsku, rovněž působil v roli předsedy pracovní skupiny pro KKP Evropské komise

„Při podpoře rozvoje kreativních odvětví nelze jednoduše kopírovat ze zahraničí. Je nutné si vytvořit vlastní model. Je zapotřebí podívat se na to, co máte ve své zemi, kraji nebo městě, jaké jsou vaše silné a slabé stránky, co je ve vašem okolí. Špatná zpráva tedy znamená, že zjišťování musíte provést celé od začátku. Dobrá zpráva je, že existuje mnoho inspiračních zdrojů, mnoho zemí a míst již odvedlo skvělou práci a je možné se od nich učit. V rámci pracovní skupiny EU pro KKP jsme na základě zkušeností 28 členských států zjistili, že přestože je to pokaždé, v každé zemi a místě jiné, některé kroky strategické podpory jsou shodné. Jedná se především o určité předběžné podmínky. Mezi nimi na prvním místě stojí mapování. Nejprve je vždy nutné vědět, co máte k dispozici a s kým je dobré komunikovat – tedy vybudovat určitou vědomostní základnu. Potřebujete nejen mapování a data, ale také způsob, jak data interpretovat a pochopit, co se za nimi skrývá. Pokud znáte data a mapu, potřebujete vytvořit spojení, vystavět sítě a zapojit odborníky a začít zvyšovat povědomí. Pak potřebujete dobré politiky a zákonodárce, kteří si uvědomí důležitost kreativních průmyslů a přijmou vhodné strategie. Tyto kroky jsou základním předpokladem pro využití potenciálu kreativních odvětví.“

Druhý krok spočívá ve zjištění toho, co jednotlivá kreativní odvětví potřebují k úspěchu. To je vlastně základní otázka, která by měla být položena odborníkům a zástupcům daných odvětví: Co potřebujete k tomu, abyste byli úspěšní? Je to dům, místnost, internetové připojení, poradenství, vzdělání, školení, peníze, kontext? Všechny právě zmíněné ‚nástroje‘ je možné nalézt na relevantních místech: ať už to je fyzická infrastruktura, kreativní inkubátory, které dnes v Evropě rostou jako houby po dešti, zvyšování kapacity, vzdělávání, školicí programy, mentoring, coaching, přístup k finančním prostředkům, tedy ke kapitálu, ale také síťování, klastrování a přístup na zahraniční trhy. Možných opatření je hodně, a proto je nutné je nahlížet z holistického hlediska. Nestačí zavést jedno opatření tady a druhé tam k tomu, aby se stal zážrak. Zážraky neexistují. Je nutné vidět celkový obraz. Když se podaří nastavit prostředí, kde KKP budou silným sektorem a firmy budou moci získat podporu pro svůj růst, pak nastává třetí fáze, která je opravdu zajímavá. Jedná se tzv. spillover efekt. Kultura pak může významně přispívat k vzdělávání, blahobytu, sociální spokojenosti, integraci, sociální soudržnosti, inovaci, turismu, udržitelnému rozvoji a mnoha dalším oblastem.“

Celý videopříspěvek R. Šíla Proč mapovat KKP v ČR a co by mělo být do KKP v ČR zahrnuto? je možné zhlédnout přímo zde, nebo na: <http://www.idu.cz/cs/konference-stred-zajmu-kultura-360>.



OBSAH

Význam, definice a vymezení kulturních a kreativních průmyslů v ČR Eva Žáková, Marcel Kraus	8
Kvantitativní mapování kulturních a kreativních průmyslů v České republice Pavel Bednář, Lukáš Danko	52
Účet kultury Eva Žáková, Tereza Raabová	99
Postavení kultury v rámci makroekonomiky ČR: Organizace statistických dat, satelitní účty Marek Rojíček	122
Kulturní cestovní ruch a možnosti jeho měření s využitím satelitních účtů Lucie Plzáková	146
Výdaje na výzkum a vývoj v kulturních a kreativních průmyslech Marcel Kraus a kol.	165
Strategické dokumenty související s podporou kulturních a kreativních průmyslů Blanka Marková	178
Možnosti využití Evropských strukturálních a investičních fondů pro podporu kulturních a kreativních průmyslů 2014–2020 Eva Žáková	204
Shrnutí	241
Executive summary	270

ÚVOD

Vážení čtenáři,

jsme velmi rádi, že vám můžeme představit tuto publikaci, která má charakter mapovacího dokumentu a která je jedním z hlavních výstupů projektu *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR*. Jak zaznívá v úvodní citaci Ragnara Siila, která je pro nás inspirací a možným mottem každého státního či místního mapování, oblast kulturních a kreativních průmyslů (KKP) zahrnuje mnoho odvětví a celý koncept i mnoho úhlů pohledu, stejně jako statistik, dat a trendů vývoje. Na základě této zkušenosti jsme se rozhodli rozdělit publikaci na dva svazky. Nyní máte k dispozici první svazek publikace s podtitulem *Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty*, který nahlíží celou problematiku komplexně, přičemž důraz je kladen na vysvětlení významu a dopadů KKP, jejich postavení v národní ekonomice, metodiku makroekonomického mapování a statistická data. Druhý svazek, který následuje, je zaměřen primárně na jednotlivá kulturní a kreativní odvětví v ČR (výtvarné umění/trh s uměním, scénická umění, film, design, hudební průmysl, architektura, digitální hry, reklama, TV a rozhlas, památky), na jejich výkon, silné a slabé stránky, potřeby a trendy.

Na zpracování tohoto prvního svazku mapovacího dokumentu se podílelo více autorů. Jednotlivé kapitoly byly vypracovány na základě zadání různými odborníky z celé republiky.

Mapovací dokument otevírá hlavní řešitelka projektu Eva Žáková, která v první kapitole popisuje přístup řešitelského týmu k mapování KKP, definuje význam celého konceptu a předkládá návrh podrobného vymezení KKP dle statistické klasifikace ekonomických činností národních účtů Českého statistického úřadu (ČSÚ). Vymezení KKP vychází z důvodu porovnatelnosti dat z účtu kultury a bylo doplněno o další, tzv. podpůrná a návazná odvětví, která byla vymezena řešitelským týmem na základě předchozích analýz zahraničních praxí. Část úvodní kapitoly je rovněž věnována významu kreativní ekonomiky, tedy významu KKP pro další ekonomická odvětví.

Druhá kapitola již přináší zjištěná statistická data za celou oblast KKP, tedy výsledky kvantitativního mapování KKP v České republice. Jejimi autory jsou Pavel Bednář a Lukáš Danko z Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Jsou zde uvedena základní i podrobná data výkonu celé oblasti KKP z hlediska ukazatelů, jako jsou HDP, celková produkce, počet subjektů či počet pracovníků.

Na tuto kapitolu navazuje popis účtu kultury zpracovávaného Českým statistickým úřadem a Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu. Zaměřuje se zejména na makroekonomická data a metodiku jejich zjišťování. Data jsou zde uvedena v časové řadě tří let (2010, 2011 a 2012), doprovází je komentář, porovnání s daty z druhé kapitoly a doporučení pro optimalizaci metodiky.

U statistik zůstaneme i ve čtvrté a páté kapitole. Kapitola Postavení kultury v rámci makroekonomiky ČR zpracoval pro tuto publikaci Marek Rojíček ze sekce makroekonomických statistik ČSÚ a jejím cílem je kvantifikovat podíl jednotlivých odvětví na produkci ČR, na HPH a HDP, na zaměstnanosti a exportu, dále popsat existující satelitní účty v ČR a porovnat makroekonomická data účtu kultury s vybranými dalšími odvětvími. Na toto téma navazuje pátá kapitola autorky Lucie Plzákové z Vysoké školy hotelové v Praze. Ta sleduje průniková data satelitního účtu cestovního ruchu a účtu kultury a poukazuje na diskrepance a neprovázanost statistik.

Šestá kapitola vyčísluje výši výdajů na výzkum a vývoj v odvětvích KKP, tyto výdaje sleduje jak z hlediska časových řad, tak v porovnání s dalšími významnými odvětvími české ekonomiky (automobilový či chemický průmysl apod.). Autorem je Marcel Kraus a jeho kolegové z Technologické agentury ČR. Tato kapitola je shrnutím obsáhlé studie *Výzkum a vývoj v kulturních a kreativních odvětvích: Hlavní ukazatele výzkumu a vývoje včetně srovnání s vybranými průmysly ČR*, která byla publikována jako samostatný výstup projektu mapování.

Sedmá kapitola je analýzou strategických dokumentů souvisejících s podporou KKP. Kapitola, jejíž autorkou je Blanka Marková z Ostravské univerzity, je věnována vymezení a základnímu rozboru vertikálních i horizontálních strategií relevantních pro KKP na úrovni ČR.

Celý svazek uzavírá opět Eva Žáková, která se v poslední kapitole zaměřuje na začínající grantové období Evropských strukturálních a investičních fondů. Poměrně podrobně rozebírá jednotlivé programy a opatření a navrhuje k nim konkrétní témata podpory KKP. Poslední kapitola je tedy více než tečkou spíše výzvou k akci a pohledem na nové příležitosti pro odvětví KKP.

Přejeme vám inspirativní čtení.

Tereza Raabová

Význam, definice a vymezení kulturních a kreativních průmyslů v ČR

Eva Žáková, Marcel Kraus

OBSAH

Seznam modulů	8
Seznam obrázků	9
1. Význam kulturních a kreativních průmyslů (KKP)	10
2. Definice a vymezení KKP na evropské úrovni	15
3. Návrh definice KKP pro Českou republiku	21
4. Návrh na vymezení KKP pro Českou republiku podle ekonomických činností	26
5. Kreativní ekonomika Marcel Kraus	34
Zdroje	48

SEZNAM MODULŮ

MODUL 1 – ZÁKLADNÍ KKP – ÚČET KULTURY	29
MODUL 2 – INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ ČINNOSTI	31
MODUL 3 – ŘEMESLA A ODĚVNÍ PRŮMYSL	32
MODUL 4 – REKREAČNÍ ČINNOSTI, TISK A ROZMNOŽOVÁNÍ NAHRANÝCH NOSIČŮ	33

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Význam kulturních a kreativních průmyslů	14
Obrázek 2: Vymezení kulturních a kreativních průmyslů podle Evropské komise	17
Obrázek 3: Návrh vymezení KKP v ČR	23
Obrázek 4: Kreativní ekonomika – matrix	39
Obrázek 5: Model Quintuple Helix v kontextu kreativní ekonomiky	42

Významu, definicím a vymezení kulturních a kreativních průmyslů (KKP) byl věnován velký prostor v již zveřejněných studiích a publikacích projektu *Mapování KKP*.¹ Protože však tento dokument představuje stěžejní výstup, je nutné zrekapitulovat důležitá východiska, uvést nové skutečnosti a rovněž zasadit koncept KKP do širšího kontextu.

Tato kapitola proto bude věnována významu KKP v celé jejich šíři, vývoji definic a vymezení s tím, že se zaměříme především na návrh definice KKP, resp. kulturních a kreativních odvětví (KKO), a představení návrhu na vymezení KKP podle dílčích oblastí a činností pro Českou republiku. Vzhledem k důležitosti přesahů a dopadů KKP na další odvětví se tato kapitola bude také podrobněji věnovat fenoménu kreativní ekonomiky a jejímu významu.

¹ Již publikované výstupy projektu jsou ke stažení na webových stránkách Institutu umění – Divadelního ústavu. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20> [cit. 29. ledna 2015].

1. VÝZNAM KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ (KKP)

Koncept KKP se již dostal do určitého povědomí i v ČR. Je proto důležité shrnout jeho základní význam a dopady, které představuje pro oblast kultury a kulturní politiku. Mnohdy jsou KKP vnímány pouze z pohledu ekonomického přínosu kulturních a kreativních činností, produktů a služeb ke konkurenceschopnosti ekonomiky a růstu zaměstnanosti. Označení a koncept se tak používají především pro prezentaci, propagaci a strategickou podporu ekonomického přínosu tržních a podnikatelských aktivit odvětví, která se řadí ke KKP.²

Tento pohled je však velmi zúžený a nepostihuje komplexnost a provázanost systémů, v nichž se kulturní a kreativní činnosti uskutečňují. Proto v rámci projektu mapování nahlížíme na koncept KKP v celé jeho šíři, jejíž podstatou je zkoumání a zjišťování všech kulturních a kreativních činností bez ohledu na typ subjektů, které je vykonávají. Za základní typy lze v tomto kontextu považovat subjekty veřejné, neziskové, tržní, vzdělávací a výzkumné. Jinými slovy – je třeba si uvědomit, že na existenci kvalitní a efektivní kulturní infrastruktury, jež je předpokladem pro rozkvet kultury, která přispívá ke kvalitě společnosti i k jejímu ekonomickému růstu, se podílejí jak soukromé firmy, osoby samostatně výdělečně činné, tak i umělci, neziskové a veřejně dotované organizace, instituce formálního i neformálního školství či výzkumná pracoviště. Primární význam konceptu KKP tedy spočívá v novém pohledu na kulturu – jako na kulturu v 360°.

V zahraničí se velmi často pro označení této rozmanitosti a komplexnosti kulturní infrastruktury a kulturních a kreativních činností používá pojem ekosystém. Ten je v obecné rovině českým zákonem o životním prostředí definován jako „funkční soustava živých a neživých složek životního prostředí, jež jsou navzájem spojeny výměnou látek, tokem energie a předáváním informací a které se vzájemně ovlivňují a vyvíjejí v určitém prostoru a čase“.³ Tuto definici lze aplikovat i na oblast kultury jako na systém, na jehož vyváženosti se podílejí všechny výše zmíněné složky.

Takovéto komplexní a mnohovýznamové vnímání kultury však zatím není zcela reflektováno kulturní politikou. Z pohledu správy, řízení a podpory kulturních organizací a aktivit představuje kultura z mnoha důvodů velmi složitou oblast. Historicky se jedná o poměrně mladý sektor, který se opírá o souhrn postupně vznikajících zákonů a agend zahrnujících jednotlivé typy veřejných kulturních služeb a statků, jež stát považuje za důležité ochraňovat a podporovat. Kulturní politika většinou jako svou prioritu chápe především péči o kulturní dědictví, široké spektrum agend týkající se kulturních památek a statků, kterými jsou obecně

² Dokladem této skutečnosti je velké množství webových stránek odkazujících na KKP obecně či na úrovni jednotlivých zemí a měst (např. Creative Finland, Creative Estonia, Creative Berlin).

³ Zákon č. 17/1992 Sb., o životním prostředí. Dostupné [on-line] na: <http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/d79c09c54250df0dc1256e8900296e32/5b17dd457274213ec12572f3002827de?OpenDocument> [cit. 20. června 2014].

označovány doklady historického vývoje společnosti (sídla, umělecká díla atd.), a kulturních organizací, jež poskytují veřejné služby spočívající zejména v ochraně a zpřístupnění kulturního dědictví (muzea, knihovny, archivy apod.). Postupně se přidávaly i další agendy např. ohledně provozování rozhlasového a televizního vysílání, vydávání tisku či autorského práva. Dále se rovněž vytvořila poměrně rozsáhlá agenda podpory umělecké tvorby a kulturních aktivit, která je realizována podpůrnými programy na úrovni státu, krajů a měst.

Oproti ostatním oblastem, které mají rovněž významný společenský dopad a nejsou zaměřeny jen na ekonomický růst, jakými jsou kupř. oblast vzdělávání či životního prostředí, musí kultura asi nejvíce obhajovat svou pozici a bojovat o pozornost a zájem politiků, a potažmo o veřejnou podporu. Nejtěžší vždy bude advokacie umění a kultury ve smyslu společenského uznání jejich **imanentních hodnot**. Základem těchto hodnot, které se opírají o teorii estetiky, je skutečnost, že umění má smysl samo o sobě, pro krásu a emocionální prožitky, které přináší. Jedním z problémů při obhajování základních hodnot a role kultury je i skutečnost, že neexistují žádná jednotná kritéria ani společenský konsenzus pro vnímání umění a kultury.

Z tohoto důvodu je pro kulturní politiku, především pak pro rozhodování o veřejné podpoře, mnohem snazší opírat se o další funkce kultury, které již nejsou závislé pouze na subjektivním hodnocení a posuzování kvality. Poskytování veřejných dotací je nutné obhájit před voliči a daňovými poplatníky zejména z pohledu jejich co nejširšího dopadu a vlivu na společnost. Proto je mnohem snazší podporovat kulturu jako prostředek k dosažení pozitivních společenských dopadů. Tak se dostáváme k tzv. **instrumentalizaci kultury**,⁴ která znamená využívání kultury nejen kvůli ní samotné, ale i z důvodů jejich mnoha funkcí či rolí, jimiž přispívá k ekonomickému růstu a rozvoji společnosti.

Společenských funkcí kultury je celá řada. Na prvním místě bývá zdůrazňována role kultury jako prostředku udržování tradic a utváření a budování identity, která je chápána jako základ existence národního společenství, národní prestiže a reprezentace. Dále je kladen důraz na kulturu jako prostředek poznání, reflexe, dialogu a demokratizace a jako na nástroj vzdělávání a rozvoje kultivovanosti. V neposlední řadě pak je možné kulturu využít i jako nástroj integrace vyloučených

⁴ Poprvé tento termín použil tým odborníků pod vedením Roda Fischera, který vypracoval studii na zakázku Rady Evropy *In from the Margins, A contribution to the debate on culture and development in Europe. The European Task Force on Culture and Development*. Council of Europe Publishing, Štrasburk, 1997. Dostupné [on-line] na: https://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Resources/Publications/InFromTheMargins_EN.pdf [cit. 29. ledna 2015].

skupin a jednotlivců do společnosti i jako prostředek prevence negativních sociálních jevů.⁵

V tržním prostředí, které je primárním znakem naší společnosti, mají asi největší dopad a vliv argumenty poukazující na **ekonomiku kultury**, tedy na její přínos k ekonomickému růstu. Ekonomická data a zjištění týkající se rychlého růstu vybraných KKP na ekonomiku pak hrají ústřední roli při prosazování podpory kultury, resp. KKP.

Instrumentalizace kultury (potažmo tedy i koncept KKP) byla primárně použita jako nástroj pro získání většího uznání kultury ve společnosti, protože na konci minulého století bylo již velmi obtížné obhájit veřejnou podporu kultury bez poukazování na její přesahy. Nicméně je evidentní, že se nejednalo pouze o pokus zachránit podporu umělecké tvorby, ale že druhotné funkce kultury jsou pro společnost nanejvýš důležité, že se přirozeně projevují i bez zásahu kulturní politiky, a tudíž bylo jen otázkou času, kdy se kulturní politika začne důsledněji zabývat i vlivem kultury na jiné oblasti a odvětví, potažmo i konceptem KKP, který podporuje prostupnost všech odvětví s tím, že do svého středu staví tvorbu a originalitu.

Na začátku devadesátých let však nebylo ani ve Velké Británii a dalších vyspělých evropských zemích snadné prosadit zmíněný přístup a v České republice jsme stále ještě v tomto ohledu na začátku. Týká se to politické reprezentace, ale i samotných umělců a představitelů kultury, kteří nechtějí být součástí tržní ekonomiky a výrazně se vymezují vůči komercializaci. V rámci projektu *Mapování KKP* se s těmito názory setkáváme stále velmi často a jsou velmi blízké popisu R. Fischera, který charakterizoval doporučení studie *In from the Margins*⁶ pro Radu Evropy využívat instrumentalizaci pro posílení role kultury následovně: *„Naše doporučení byla velmi kontroverzní. Věděli jsme to, ale považovali jsme je za jedinou cestu, jak ve většině zemí dostat umění a kulturu do centra pozornosti. Pro některé umělce bylo skutečně těžké se s tímto přístupem vyrovnat a přijmout ho. Mnohokrát jsem slyšel na četných setkáních, která jsme s umělci organizovali: ‚Vždyť my prodáváme svoji duši!‘ Odpovídal jsem: ‚To je v pořádku, nemusíte náš pohled akceptovat, pro mne osobně je kultura důležitou duchovní stravou, ale pro spoustu lidí v populaci už tomu tak není. Nemají žádný vztah k tomu, jak umělci kulturu vnímají, nerozumějí současnému umění, nechodí do opery, nejdou do divadla, pokud to není něco opravdu populárního. A to se asi nikdy nezmění. Pokud ale chcete získat i u těchto lidí respekt a vytvořit podmínky,*

⁵ Funkce kultury jsou velmi dobře analyzovány např. v magisterské diplomové práci: Kostelecký, Jiří: *Ekonomické aspekty kultury*. Filozofická fakulta Masarykovy univerzity, Brno, 2014. Dostupné [on-line] na: http://is.muni.cz/th/262327/ff_m/ [cit. 20. ledna 2015]. Další odborná literatura týkající se funkcí kultury je uvedena ve zdrojích této kapitoly.

⁶ Viz poznámka 3.

ve kterých by kultura a umění měly skutečně vliv, musíte prokázat synergie s ostatními oblastmi společnosti.“⁷

Negativní postoj některých umělců a představitelů kultury lze považovat za legitimní, a proto je potřeba vyžadovat osvícený přístup ke kulturní politice spočívající ve vyváženém přístupu a uznání všech výše zmíněných rolí kultury. Jak vypovídají příklady ze zahraničí (především severovýchodních zemí Evropy), může kulturní politika přistupovat k veřejné podpoře obezřetně a uvážene, aby nepoškodila nějaký důležitý segment kulturního ekosystému, především pak podporu tvorby, jakožto zdroj imanentních hodnot umění a kultury.

Z pohledu druhotných funkcí má kultura tzv. horizontální charakter, což znamená, že se týká mnoha oblastí. Tento fakt vyžaduje při koncipování a realizaci kulturních politik a strategií spolupráci napříč ministerstvy či samosprávnými odbory. Nové horizontální pojetí kulturní politiky bývá stále častěji prosazováno na úrovni měst. Spočívá v tom, že se nevytváří pouze „klasická“ kulturní strategie, ale usiluje se o to, aby se ke kultuře přihlíželo a využívaly se její funkce ve všech ostatních politikách a strategiích. Města tak již nevytvářejí pouze kulturní plány či strategie, ale kulturně se plánuje a koncipují se strategie. Příkladů zahraničních horizontálních strategií na státní úrovni je celá řada a jsou popsány mimo jiné v již publikovaných výstupech projektu *Mapování KKP*.⁸

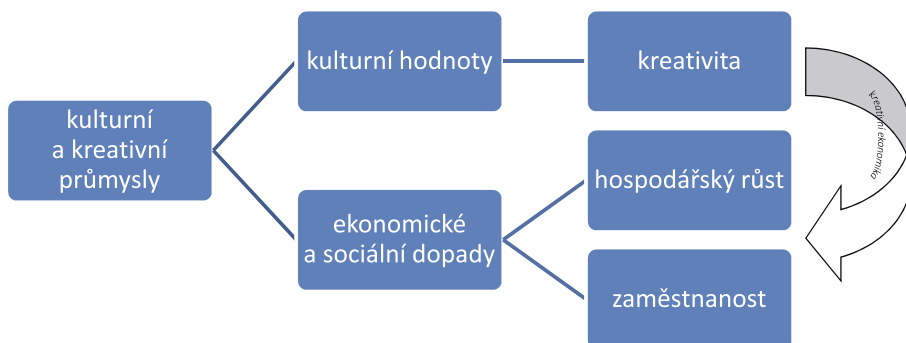
Na základě výše zmíněných skutečností lze konstatovat, že koncept KKP ve svém širším záběru zahrnuje celou oblast kultury a de facto se jí snaží nově definovat a uchopit. Vzniká tak nové paradigma pro oblast kulturní politiky, jež postihuje všechny aspekty a funkce kultury a snaží se překonat dosavadní přístup založený pouze na podpoře veřejných a neziskových kulturních aktivit a organizací bez zohlednění širších souvislostí. Tento nový přístup rovněž umožňuje překlenout dosavadní striktní oddělování komerční a nekomerční sféry a historickou propast mezi tzv. vysokým a nízkým uměním, která je stále velmi citlivě vnímána. Takový vývoj lze považovat za přirozený i vzhledem k současnému prostředí a podmínkám, v nichž se kulturní činnosti odehrávají. I neziskové a veřejné organizace se nacházejí v konkurenčním prostředí: zpoplatňují své služby, díky svému množství jsou nuceny hledat i neveřejnou finanční podporu a musí bojovat o své publikum a zákazníky.

⁷ Fisher, Rod: I v kulturní politice musí být systém. *A2 kulturní týdeník*, 2008(4). Dostupné [on-line] na: <http://www.proculture.cz/cultureinfo/rod-fisher-i-v-kulturni-politice-musi-byt-system-1475.html> [cit. 2. června 2014].

⁸ Kraus, Marcel, Žáková, Eva: *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora*. [Projekt *Mapování KKP v ČR*], Institut umění – Divadelní ústav, Praha, 2014. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/kulturni-a-kreativni-prumysly-ve-vybraných-zemích-evropske-unie.pdf> [cit. 20. listopadu 2014].

Na závěr nezbývá než znovu zdůraznit, že všechny funkce kultury mají svůj význam a je žádoucí, aby prvotní (imanentní) i vedlejší (instrumentální) hodnoty kultury vytvářely harmonický svazek. Při nastavování strategií a podpůrných politik je pak v tomto kontextu nutné velmi citlivě rozlišovat mezi tím, co znamená podpora tvorby coby základu a zdroje kreativity, díky níž mohou vzkvétat i průmysly, a podpora průmyslů a kreativní ekonomiky, která spadá do sféry podpory rozvoje podnikání.

Obrázek 1: Význam kulturních a kreativních průmyslů



Zdroj: Vlastní zpracování.

2. DEFINICE A VYMEZENÍ KKP NA EVROPSKÉ ÚROVNI

Definicím a vymezením KKP byla v rámci projektu mapování věnována rozsáhlá komparativní studie,⁹ která dospěla k zjištění, že pokud jde o obecnou definici, je poměrně často využívána definice Velké Británie, jež staví na základním parametru kreativních průmyslů, kterým je jejich spojení s kreativitou a duševním vlastnictvím. Mnohé země se však obecnou definicí vůbec nezabývají a zaměřují se především na výčet a charakter konkrétních odvětví, jejichž ekonomický výkon se snaží měřit, analyzovat a strategicky podpořit. Z komparativní studie rovněž vyplývá, že neexistuje jednotné vymezení KKP a že země se k otázce, co zahrnout do KKP, staví velmi různorodě.

Následující přehled o vývoji definování KKP se soustředí především na Velkou Británii a úroveň Evropské unie, respektive Evropské komise, protože považujeme tyto definice za východisko pro návrh definice a vymezení na úrovni České republiky.

Velká Británie (1998, 2001)

Kromě množství akademických definic (např. CH. D. Throsby, J. Hartley, D. Hesmondhalgh, J. Howkins)¹⁰ snažících se postihnout obecnou podstatu kulturních a kreativních průmyslů se v praktické politice na úrovni státní správy používá a přejímá definice z britského mapovacího dokumentu z roku 1998 (Creative Industries Mapping Document),¹¹ která byla posléze aktualizována v mapovacím dokumentu v roce 2001 (Creative Industries Mapping Documents):¹²

Kreativní průmysly jsou průmyslová odvětví, jejichž základem je individuální lidská kreativita, lidské dovednosti a talent. Zároveň jsou kreativní průmysly odvětvími s potenciálem vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví.

Do kreativních průmyslů ve Velké Británii řadí třináct odvětví: reklamu, architekturu, knihy a tisk, rozhlas a televizi, design, film a video, hudbu, software, počítačové hry, módní návrhářství, řemesla, scénická umění a trh s uměním a starožitnostmi.

⁹ Tamtéž.

¹⁰ Viz Cikánek, Martin a kol.: *Kreativní průmysly, příležitost pro novou ekonomiku II*. Institut umění – Divadelní ústav, Praha, 2013.

¹¹ *Creative Industries Mapping Document*, 1998. Dostupné [on-line] na: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> [cit. 29. ledna 2015].

¹² *Creative Industries Mapping Documents*, 2001. Dostupné [on-line] na: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> [cit. 29. ledna 2015].

Britská definice nedělí odvětví na kulturní a kreativní a používá pouze výraz kreativní, což je nutné chápat jako pouhé zjednodušení delšího názvu. I jiné státy převzaly tento přístup a používají pouze tuto zkrácenou verzi.

Evropská unie

Na rozdíl od širokého uchopení významu KKP, kterému byl věnován prostor v předchozí kapitole, je nezbytné znovu upozornit na skutečnost, že kulturní politika EU se v případě konceptu KKP soustředí primárně na význam KKP pro ekonomiku a společnost. Evropská komise se zaměřuje hlavně na hledání a posilování argumentace pro podporu KKP ve smyslu jejich příspěví k naplnění hlavního cíle strategie Evropské unie, jímž je do roku 2020 dosáhnout nového růstu.¹³ S argumentem naplnění cíle strategie EU postupovala EK i při prosazení podpory komunitárního programu Kreativní Evropa na období let 2014–2020, protože se obávala, že kdyby stavěla pouze na podpoře rozmanitosti kultury (tedy na podpoře primární funkce kultury v tradičním slova smyslu), která je zakotvena v čl. 167 Smlouvy o fungování Evropské unie,¹⁴ vystavovala by se riziku neschválení programu Evropským parlamentem. Kromě programu Kreativní Evropa se tak EK snaží hlavně o uznání přínosu kultury k ekonomickému růstu a sociální inkluzi prostřednictvím strukturálních fondů a dalších komunitárních programů (např. pro podporu vzdělávání, vědy či podnikání).

Studie Ekonomika kultury (2006)

Studie Ekonomika kultury byla vytvořena na zakázku Evropské komise agenturou KEA, European Affairs v roce 2006. Pokud jde o definici a vymezení, autoři studie rozdělili odvětví na dvě skupiny – kulturní a kreativní – a blíže je specifikovali:

Kulturní odvětví

Neprůmyslová odvětví, která produkují nereprodukovatelné zboží a služby, jež jsou „konzumovány“ na místě (koncert, umělecký veletrh nebo výstava). Jedná se o následující umělecké oblasti (výtvarné umění zahrnující malířství, sochařství,

¹³ Evropa 2020 je desetiletá strategie EU, která byla zahájena v roce 2010 a jejímž cílem je dosáhnout hospodářského růstu a větší zaměstnanosti. Nemá sloužit pouze k překonání současné krize, ze které se evropské ekonomiky začínají postupně zotavovat. Má také pomoci vyřešit nedostatky současného modelu hospodářského růstu a vytvořit podmínky pro inteligentní a udržitelný růst, který podporuje sociální začlenění. Dostupné [on-line] na: <http://ec.europa.eu/europe2020> [cit. 29. ledna 2015].

¹⁴ Konsolidované znění Smlouvy o fungování Evropské unie. Dostupné [on-line] na: <http://eurlex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:12012E/TXT> [cit. 29. ledna 2015].

řemesla, fotografii; trhy s uměním a starožitnostmi; scénická umění zahrnující operu, orchestry, divadlo, tanec, cirkus; kulturní dědictví zahrnující muzea, pamětihodnosti, archeologické lokality, knihovny a archivy).

Průmyslová odvětví, která produkují kulturní produkty určené k masové reprodukci, hromadnému šíření a vývozu (např. kniha, film, zvuková nahrávka). K tomuto „kulturnímu průmyslu“ patří film a video, videohry, vysílání, hudba, vydávání knih a tisku.

Kreativní odvětví

V kreativních odvětvích se kultura stává „kreativní“ investicí do produkce „nekulturního“ zboží. Patří sem takové aktivity jako design (módní návrhářství, design interiérů a produktů), architektura a reklama. Kreativita je ve studii chápána jako využití kulturních prostředků coby zprostředkujících produktů ve výrobním procesu nekulturních odvětví, a tedy jako zdroj inovace.

Obrázek 2: Vymezení kulturních a kreativních průmyslů podle Evropské komise

OBLASTI	ODVĚTVÍ	PODODVĚTVÍ
Oblast tradičního umění	Výtvarné umění	řemesla, malířství, sochařství, fotografie
	Scénická umění	divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	Kulturní dědictví	muzea, knihovny, archeologická naleziště, archivy
Oblast kulturních průmyslů	Film a video	
	Televize a rozhlas	
	Videohry	
	Hudba	hudební průmysly, živá hudební vystoupení
	Knihy a tisk	
Oblast kreativních průmyslů	Design	módní průmysl, grafický design, design interiérů, průmyslový design
	Architektura	
	Reklamní průmysl	
Oblast příbuzných odvětví	Výrobci PC, MP3 přehrávačů atd.	
Legenda		
	Kulturní sektor	Kreativní sektor

Zdroj: KEA, *European Affairs: The Economy of Culture in Europe, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture). Brusel, 2006.*

Zelená kniha o uvolnění potenciálu kulturních a kreativních odvětví (2010)

V roce 2010 vydala Evropská komise Zelenou knihu a pro vymezení kulturních a kreativních průmyslů používá zobecňující přístup založený na níže uvedených pracovních definicích:

Kulturní odvětví jsou ta odvětví, jež produkují a šíří produkty nebo služby, které se v okamžiku svého vzniku vyznačují určitou povahou, zamýšleným využitím nebo účelem a jež jsou výrazem nebo prostředkem kulturních projevů, a to nezávisle na obchodní hodnotě, jakou mohou tyto produkty nebo služby mít. Kromě tradičních uměleckých odvětví (scénická umění, vizuální umění, kulturní dědictví včetně veřejného sektoru) sem řadíme film, DVD a video, televizi a rozhlas, videohry, nová média, hudbu, knihy a tisk. Tento koncept je definován v souvislosti s kulturními projevy v rámci Úmluvy UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů z roku 2005.

Kreativní odvětví jsou odvětví, která mají kulturní rozměr a používají kulturu jako vstupní hodnotu, přičemž jejich výstupní hodnota je především funkční. Patří sem architektura a design, které integrují tvůrčí prvky do širšího procesu, a také pododvětví jako grafický design, módní návrhářství a reklama. Na okrajovější úrovni ovlivňuje produkce obsahu rozvoj mnoha dalších odvětví, která jsou tak v určitém rozsahu propojena s kulturními a kreativními odvětvími. Řadí se sem mimo jiné turistika a odvětví nových technologií. Tato odvětví však výslovně nespádají do vymezení kulturních a kreativních odvětví, jak je používá Zelená kniha...¹⁵

Jak je patrné v porovnání s definicí studie *Ekonomika kultury*, dochází v definování k jistému posunu a výslovnému přihlášení se k zahrnutí i netržních aktivit a celého veřejného sektoru.

Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů

Definice Zelené knihy se též odvolává na Úmluvu UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů,¹⁶ která v pěti paragrafech definuje zásadní pojmy:

¹⁵ MK ČR: *Zelená kniha – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*, 2010. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkr.cz/assets/evropska-unie/dokumenty-rady-evropy/ZELENA-KNIHA---Uvolneni-potencialukulturnich-a-tvurcich-odvetvi.pdf> [cit. 17. prosince 2014].

¹⁶ *Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů*. Dostupné [on-line] na: http://www.mkr.cz/assets/profesionalni-umeni/granty-a-dotace/Umluva_UNESCO_cj.pdf [cit. 9. ledna 2015].

Kulturní rozmanitost

„Kulturní rozmanitostí“ se rozumí mnohočetnost forem, jejichž prostřednictvím kultury skupin a společností nalézají své vyjádření. Tyto projevy se dále předávají uvnitř skupin a společností i mezi nimi navzájem. Kulturní rozmanitost se neprojevuje pouze v rozličných formách, jejichž prostřednictvím se vyjadřuje, obohacuje a předává kulturní dědictví díky různorodosti kulturních projevů, ale také prostřednictvím různých způsobů umělecké tvorby, produkce, šíření, distribuce a užívání bez ohledu na použité prostředky a technologie.

Kulturní obsah

„Kulturním obsahem“ se rozumí symbolický význam, umělecká dimenze a kulturní hodnoty, které mají původ v kulturních identitách nebo jsou jejich výrazem.

Kulturní projevy

„Kulturními projevy“ se rozumějí projevy, které jsou výsledkem tvořivosti jednotlivců, skupin nebo společností a které mají kulturní obsah.

Kulturní činnosti, zboží a služby

„Kulturními činnostmi, statky/zbožím a službami“ se rozumějí činnosti, statky/zboží a služby, které když jsou posuzovány z hlediska jejich specifické povahy, použití nebo účelu, ztělesňují kulturní projevy nebo jsou jejich nositeli, **a to nezávisle na komerční hodnotě**, kterou mohou mít. Kulturní činnosti mohou být samy o sobě účelem nebo mohou přispívat k produkci kulturních statků a služeb.

Kulturní odvětví

„Kulturními odvětvími“ se rozumějí průmysly, které produkují a šíří kulturní statky nebo služby vymezené ve výše uvedeném odstavci.

Doporučení pro ČR od evropského odborníka na KKP, Ragnara Siila

Na téma definování a vymezení KKP jsme o názor a inspiraci požádali u příležitosti jeho návštěvy ČR Ragnara Siila,¹⁷ s nímž byl natočen videopříspěvek pro projekt *Mapování KKP*.

„Myslím si, že do kreativních průmyslů byste měli zahrnout odvětví, která jsou důležitá pro Českou republiku. Když se podíváte po Evropě, nenajdete společnou definici. Každá země má trochu jiný přístup, ale existují i podobnosti. Téměř každá země zahrnuje do kreativních průmyslů design, architekturu, scénická umění, kulturní dědictví a další podobné sektory. Nicméně existují odvětví, která některé státy do kreativních průmyslů řadí – a jiné ne. Domnívám se, že je důležité zachovat si otevřený přístup. Jakákoliv oblast, kterou považujete za důležitou a která může prospět vaší zemi či městům, by se měla do kreativních průmyslů zahrnout. Nejprve je nutné si uvědomit, jaká jsou ústřední odvětví, odkud kreativita vychází a pomáhá jejich rozkvětu. A poté je dobré definovat odvětví navazující. Jako příklad je možné uvést inženýrství, které je klíčovým oborem pro architekturu. Nicméně je inženýrství samo o sobě kreativním odvětvím? V některých zemích ano, v jiných ne. Totéž platí třeba pro tisk, který je součástí nakladatelského průmyslu, ale sám o sobě nemusí být kreativní činností. Tyto oblasti představují navazující, podpůrná odvětví.

Kreativní průmysly jsou však nejzajímavější z pohledu tzv. spillover efektů, dopadů či přesahů kultury do jiných odvětví. Každý ví, že kultura přispívá k cestovnímu ruchu. Kultura a design hrají důležitou roli ve zpracovatelském průmyslu, protože zvyšují hodnotu výrobků a služeb. Ale platí to i pro další obory. Kulturní manažeři, umělci a vývojáři her spolupracují např. se zdravotními techniky a vytvářejí lepší lékařské nástroje. Umělci spolupracují s nemocnicemi na zlepšování rehabilitačního prostředí a logistiky. Právě v těchto případech se uplatňuje a zkvětvá opravdová kreativita.

Pokud se budete snažit najít velice úzkou a striktní definici, vystavujete se riziku, že nevědomky a nechtěně vyloučíte tyto fascinující přesahy do jiných sektorů.“

¹⁷ Ragnar Siil působil ve funkci náměstka estonského ministra kultury, který se významně zasadil o strategické uchopení a podporu KKP v Estonsku a rovněž byl činný v roli předsedy pracovní skupiny pro KKP Evropské komise. Celý videopříspěvek R. Siila *Proč mapovat KKP v ČR a co by mělo být do KKP v ČR zahrnuto?* je možné zhlédnout [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/konference-stred-zajmu-kultura-360> [cit. 20. listopadu 2014].

3. NÁVRH DEFINICE KKP PRO ČESKOU REPUBLIKU

Mnohokrát jsme v předcházejících studiích konstatovali, že Česká republika zatím nemá oficiální definici a vymezení KKP. Pro Českou republiku je proto velmi důležité, že v tomto ohledu došlo v nedávné době k významnému pokroku, protože se po dlouhodobém úsilí o prosazení konceptu KKP do agendy Ministerstva kultury ČR v roce 2014 podařilo iniciativou náměstka M. Rovenského zřídit příkazem ministra pracovní tým pro kulturní a kreativní odvětví (KKO). Tým má řešit následující úkoly:

- definovat kulturní a kreativní odvětví v České republice
- navrhnout systém podpory kulturních a kreativních odvětví z národních a nadnárodních zdrojů
- v duchu systému podpory kulturních a kreativních odvětví z národních a nadnárodních zdrojů navrhnout aktualizaci Programu kulturní aktivity
- v duchu systému podpory kulturních a kreativních odvětví z národních a nadnárodních zdrojů navrhnout meziresortní program podpory kulturních a kreativních odvětví a zajistit jeho předložení vládě
- navrhnout možné další finanční nástroje podpory kulturních a kreativních odvětví

Prvním konkrétním výsledkem práce skupiny, jejímiž členy byli jmenováni pracovníci ministerstva kultury, úřadu vlády a externí odborníci, je návrh definice KKO pro Českou republiku. Pracovní tým se rozhodl rovněž stavět na dosavadních zjištěních a návrzích vzešlých v rámci projektu *Mapování KKP*, který je financován v rámci podpory aplikovaného výzkumu ministerským programem Národní kulturní identita.

Návrh definice pracovního týmu ministerstva kultury z konce roku 2014, která se ještě může v budoucnu pozměnit, je následující:

Kulturní a kreativní odvětví (KKO) zahrnují činnosti, jejichž základem je lidská kreativita, dovednosti a talent. KKO jsou založena na kulturních hodnotách, uměleckých a kreativních projevech. Mají potenciál vytvářet bohatství a pracovní místa zejména využitím duševního vlastnictví. Zahrnují činnosti (služby, díla, výkony a produkty) veřejné, neziskové a tržní bez ohledu na druh a způsob financování subjektu, který je provádí.

Výstupy činností KKO přispívají svou přidanou hodnotou ostatním hospodářským odvětvím a mohou být zdrojem technologických i netechnologických inovací (kreativní a digitální ekonomika). KKO mají mnoho dalších pozitivních dopadů na společnost i na konkrétní jedince.

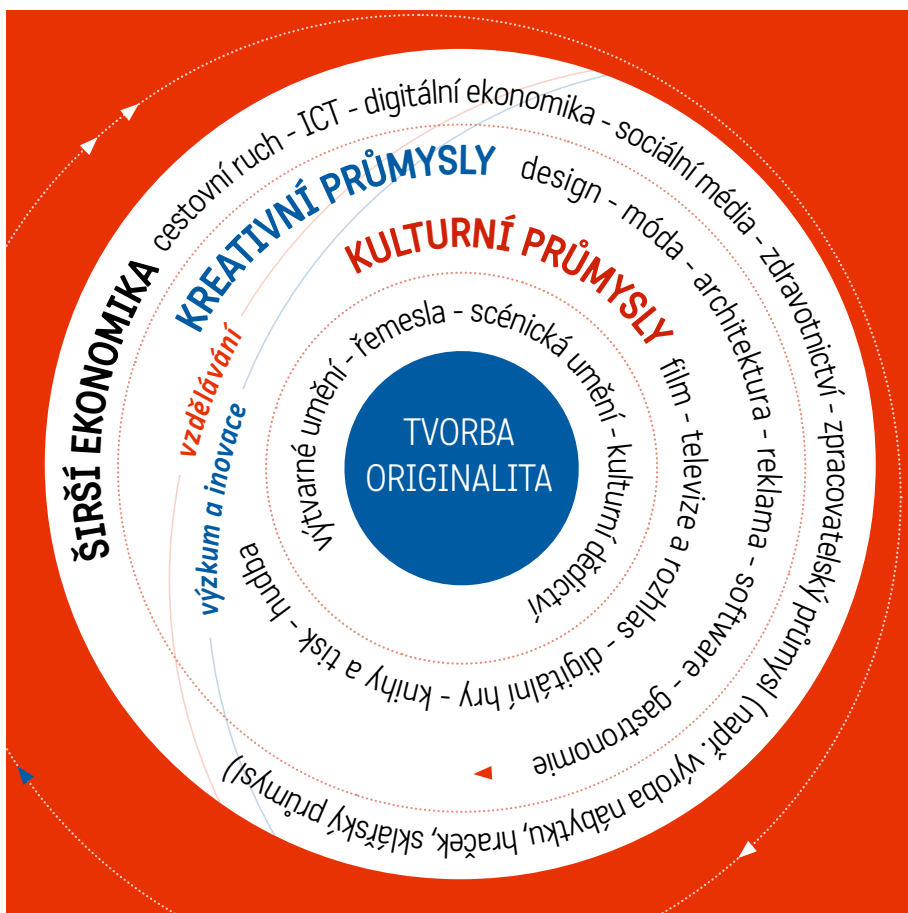
Ke KKO patří mimo jiné architektura, design, reklama, film a audiovizie, hudba, knihy a tisk, herní průmysl, software, nová média a navazující IT služby, rozhlasové a televizní vysílání, scénická umění, výtvarné umění, umělecká řemesla, gastronomie, kulturní dědictví.

První odstavec definice vymezuje obecný charakter činností, které se vztahují ke KKO, a vychází především z výše uvedených zdrojů (tedy z definice Velké Británie a materiálů Evropské komise).

Druhý odstavec definice odkazuje na širší význam KKO, tedy na jejich přesahy a dopady na ostatní hospodářská odvětví. Zároveň odkazuje i na další pozitivní dopady, tedy na význam kultury ve smyslu jejích prvotních – imanentních i vedlejších – instrumentálních hodnot.

Třetí odstavec definice pak vyjmenovává jednotlivá odvětví, která by do KKO v ČR měla být řazena. Jako velmi vhodné a důležité se jeví použití slovního spojení „mimo jiné“, které ponechává vymezení otevřené a naznačuje již zmíněný fakt, že se mohou objevit i další odvětví, která ČR uzná za relevantní pro jejich zařazení do konceptu KKP. Do vymezení jsou zařazena všechna odvětví, jež se vyskytují v definicích Evropské komise. Na rozdíl od Evropské komise řadí ČR po vzoru dalších evropských i mimoevropských zemí i oblast softwaru, nových médií a navazujících informačně technologických služeb, které lze považovat za nejdůležitější segmenty tzv. digitální ekonomiky.

Obrázek 3: Návrh vymezení KKP v ČR



Komentář k návrhu definice

Je patrné, že definice vychází především z výše uvedených zdrojů (tedy z definice Velké Británie a materiálů Evropské komise). Po vzoru Evropské komise a s přihlédnutím k českému jazykovému kontextu se ministerstvo kultury rozhodlo používat termín kulturní a kreativní odvětví. V rámci projektu *Mapování KKP* se sice snažíme důsledně používat termín kulturní a kreativní průmysly, nicméně je to

dáno především důvodem zakotvení a šíření nového fenoménu v českém prostředí.¹⁸ Nahrazení termínu *průmysly* termínem *odvětví* lze považovat za žádoucí vzhledem k významu a charakteristice zahrnutých činností. I podle návrhu české definice jsou do konceptu KKP řazeny činnosti všech typů subjektů (veřejné, neziskové a tržní) a zahrnují i širokou škálu aktivit, které je velmi problematické označit slovem průmysl (např. činnost knihoven, muzeí). V tomto kontextu lze proto chápat termín *odvětví* jako nadřazený termínu *průmysl*. Nicméně v politické praxi se běžně používají oba výrazy, většinou podle zaměření druhu podpory. Evropská komise kupř. v základním dokumentu určujícím strategický rámec podpory v rámci Evropských investičních a strukturálních fondů používá výraz „cultural and creative industries“ v souvislosti s podporou výzkumu, technologického rozvoje a inovací či podporou zvýšení konkurenceschopnosti MSP,¹⁹ zatímco např. v materiálu, ustavujícím komunitární program Evropské unie Kreativní Evropa, který je určen k podpoře audiovizuálního průmyslu i neziskových uměleckých projektů, používá termín „cultural and creative sectors“.²⁰

Bližší vysvětlení si jistě zaslouží i výraz *kreativita*, kterému je věnován dostatečný prostor v poslední části této kapitoly. Na tomto místě bychom pouze rádi upozornili na skutečnost, že použití pojmu *kreativita* lze považovat za relevantní a vhodnější než použití českého ekvivalentu tohoto výrazu: *tvorba* či *tvůrčivost*. Kreativita má totiž v souvislosti s KKP širší význam a není vázána pouze na původní tvorbu či umělecký talent. Kreativita bývá definována jako schopnost přicházet s novými nápady a dokázat je realizovat. Nevztahuje se pouze na oblast umění a kultury, ale na veškeré činnosti a profese. Na zahraničních fórech bývá tento výraz mnohdy označován již za vyprázdněný a někdy též evokuje příliš elitářské vymezení.²¹ Nicméně kreativitu lze velmi dobře vysvětlit a obhájit jako schopnost neustálé zvědavosti, posuzování věcí a problémů z různých úhlů pohledu, snahu nalézat nová a lepší řešení na základě otevřenosti a spolupráce.

Jako poněkud zvláštní se může jevit zařazení gastronomie do základní definice. Protože se tímto odvětvím nebudeme již dále v mapovacím dokumentu zabývat, především s ohledem na to, že tuto oblast původně řešitelský tým nepovažoval za klíčovou pro vymezení KKP v ČR, je žádoucí jejímu zařazení do definice MK věnovat

¹⁸ Terminologickým problémům spojeným s konceptem KKP byla již věnována poměrně rozsáhlá lingvistická studie. Viz kapitolu E. Lehečkové *Lingvistické poznámky k terminologii kulturních a kreativních průmyslů* v publikaci Čikánek, Martin a kol.: *Kreativní průmysly, příležitost pro novou ekonomiku II*, op. cit.

¹⁹ *Prvky společného strategického rámce*. Brusel, 2012. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Navrhy-novych-narizeni-kohezni-politiky-pro-obdobi/Prvky-Spolecneho-strategickeho-ramce-pro-obdobi-20> [cit. 9. ledna 2015].

²⁰ *Regulation (eu) no. 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11. December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020) and repealing Decisions No. 1718/2006/EC, No 1855/2006/EC and No 1041/2009/EC*. Dostupné [on-line] na: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1295&from=CS> [cit. 20. listopadu 2014].

²¹ Především v souvislosti s teorií kreativní třídy Richarda Floridy.

alespoň malou pozornost. Zařazení gastronomie do KKO lze obhájit poukazem na její definici,²² která ji charakterizuje jako nauku o vztahu kultury a potravy, v užším pojetí jako kuchařské nebo kulinářské umění a v širším smyslu jako umění přípravy jídel (vaření) i jejich konzumaci. Kuchařské umění lze považovat za užité umění, jehož základními složkami jsou: kultivace chuti, vzhledu a vůně pokrmu, kultivace prostředí, v němž je pokrm podáván, a ideového kontextu pokrmu. Gastronomie zažívá v poslední době velký boom, především v souvislosti s trendem zdravého životního stylu i nových postupů v podobě např. tzv. molekulární gastronomie.²³ Do kreativních průmyslů je řazena též s ohledem na její souvislost s kulturním dědictvím a uměleckými řemesly. Velmi často se mezi umělecké řemeslníky řadí i obory, jakými jsou např. perníkáři, pekaři či včelaři,²⁴ a za kulturní dědictví jsou považovány tradiční regionální pokrmy, jakými jsou např. valašské frgály, pardubický perník či štramberské uši. Kromě středních odborných škol se gastronomie stává předmětem i na vysokých školách. Univerzita zaměřená přímo a pouze na gastronomii University of Gastronomic Sciences vznikla např. v roce 2004 v italském městě Pollenzo. Univerzita považuje gastronomii za nový typ potravinářské specializace pokrývající celý řetězec od zemědělství po průmyslovou výrobu a distribuci s tím, že zvýšenou pozornost věnuje otázkám životního prostředí a udržitelnosti, roli gastronomie v cestovním ruchu a marketingu vysoce kvalitních a regionálních tradičních výrobků. O tom, že gastronomie má mezi KKO své místo, svědčí i to, že v mnohých speciálních zahraničních podpůrných programech se kromě „klasických“ kulturních a kreativních odvětví podporují právě i projekty z oblasti gastronomie. Jako příklad lze uvést Investiční fond pro kulturní a kreativní průmysly z Valonska.²⁵

22 Viz Wikipedie. Dostupné [on-line] na: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Gastronomie> [cit. 2. listopadu 2014].

23 Molekulární gastronomie je moderní způsob přípravy jídel, který využívá běžných surovin společně s chemickými postupy. Využity jsou chemické látky a prostředky, které se standardně používají např. pro konzervaci potravinových surovin nebo jejich úpravu. Nejde tedy o znehodnocení jídla chemikáliemi, ale pouze o úpravu pokrmů, která má za cíl vytvořit netradiční stravu. Typickým prostředkem v molekulární kuchyni je změna skupenství surovin. Dostupné [on-line] na: http://cs.wikipedia.org/wiki/Molekul%C3%A1rn%C3%AD_gastronomie [cit. 2. listopadu 2014].

24 Viz např. *Lidová řemesla a lidová umělecká výroba v ČR*. Dostupné [on-line] na: <http://seznam.lidovaremesla.cz> [cit. 1. prosince 2014].

25 The Investment Fund for Cultural and Creative Industries. Dostupné [on-line] na: www.start-invest.be [cit. 2. listopadu 2014].

4. NÁVRH NA VYMEZENÍ KKP PRO ČESKOU REPUBLIKU PODLE EKONOMICKÝCH ČINNOSTÍ

Česká republika měla již před vznikem návrhu definice KKO pro ČR k dispozici od roku 2011 (s prvními daty za rok 2009) satelitní účet kultury, který zpracovává Český statistický úřad (ČSÚ) ve spolupráci s Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu (NIPOS). Statistika pro kulturu byla vytvořena a je naplňována na základě vládního úkolu z roku 2008 vyplývajícího z přijetí usnesení o Státní kulturní politice na léta 2009–2014.²⁶ Účet kultury vymezuje oblast kultury v souladu s výstupy a doporučeními práce Evropské sítě statistického systému pro kulturu – ESSnet Culture.²⁷ Znamená to, že český účet kultury je téměř totožný ve svém vymezení ekonomických činností s návrhem vymezení ESSnet Culture.²⁸

Pro potřeby praktického využití definice KKP je nezbytné navrhnout jejich vymezení podle klasifikace ekonomických činností, s níž pracuje Český statistický úřad, ale i další úřady, jako např. ministerstvo průmyslu a obchodu. Jedná se o tzv. kódy CZ-NACE kódy, detailně určující konkrétní ekonomické činnosti. Klasifikace CZ-NACE byla vypracována ČSÚ podle mezinárodní statistické klasifikace ekonomických činností v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) z roku 2006 a navazuje na starší odvětvovou klasifikaci ekonomických činností (OKEČ).²⁹ Klasifikace je vytvořena především za účelem statistických šetření, nicméně jak již bylo zmíněno výše, z administrativních důvodů se využívá např. i ke stanovení základních kritérií pro různé podpůrné programy (žádající subjekty musí spadat do stanovených odvětví dle kódů CZ-NACE). Při bližším studiu popisu jednotlivých kódů a jim přiřazených činností je patrné, že i když byly kódy a jejich popisy nedávno aktualizovány, mnohdy neodpovídají skutečné praxi a především rychlému vývoji hospodářských kategorií, které zaznamenávají převratný vývoj. Protože se však jedná o mezinárodní klasifikaci, vyžadovala by její další optimalizace dlouhodobé úsilí.

Na základě dosavadních zjištění a zvážení existujících a v zahraniční praxi používaných vymezení předkládáme jako výsledek projektu *Mapování KKP* návrh na následující vymezení KKP v ČR podle CZ-NACE. Nejprve je třeba uvést několik obecných východisek:

²⁶ *Státní kulturní politika 2009–2014*. MK ČR, Praha, 2009. Dostupné [on-line] na:

<http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-politika/kulturni-politika-fresh.pdf> [cit. 10. prosince 2014].

²⁷ ESSnet Culture. Dostupné [on-line] na:

http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm [cit. 12. listopadu 2014].

²⁸ Bližší komentář k porovnání vymezení účtu kultury ČR a projektu ESSnet Culture je uveden na s. 59 publikace Kraus, M., Žáková, E., *Kulturní a kreativní průmysly, op. cit.*

²⁹ Více o klasifikaci CZ-NACE viz webové stránky ČSÚ. Dostupné [on-line] na: http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickyh_cinnosti_%28cz_nace%29 [cit. 2. listopadu 2014].

- navrhujeme vymezit KKP v ČR dle CZ-NACE modulovým principem, to znamená vytvořit otevřený systém, který by se mohl v návaznosti na aktuální a konkrétní potřeby měnit
- vzhledem k existenci českého satelitního účtu kultury navrhujeme zachovat dosavadní vymezení účtu kultury a chápat ho jako základní, první modul pro vymezení KKP v ČR, tento návrh se zakládá především na skutečnosti, že český účet kultury je vytvořen v souladu s projektem ESSnet Culture, a pokud se doporučeními tohoto projektu budou řídit i další evropské země, umožní účet kultury srovnání výkonu základních oblastí KKP s jinými evropskými zeměmi, další moduly budou představovat tzv. navazující a podpůrná odvětví, mezi která navrhujeme zařadit NACE uvedené níže
- za základní dva moduly pro sledování výkonu KKP navrhujeme považovat výše zmíněný první modul, který je totožný s účtem kultury, a druhý modul, který zahrnuje informační a komunikační činnosti (software, nová média a navazující IT služby)
- ostatní navržené moduly navrhujeme označit jako navazující a podpůrná odvětví
- pro co nejpřesnější vymezení činností jsme zvolili čtyřmístné kódy NACE, nicméně v praxi je možné podle potřeby pracovat i s nadřazenými dvou- či třímístnými kódy NACE
- základním podkladem pro návrh vymezení KKP pro ČR je analýza vymezení používaných v zahraničí³⁰
- vzhledem k tomu, že návrh definice KKO ministerstva kultury byl vytvořen až na konci roku 2014, projekt *Mapování KKP*, který byl zahájen již v roce 2011, nepočítal se zařazením odvětví gastronomie, které tudíž není zohledněno v následujícím návrhu vymezení; v případě gastronomie vyvstává nelehká otázka, které činnosti by měly být do tohoto odvětví řazeny, aby se gastronomie nekryla s oblastí zemědělství, potravinářským průmyslem a širokou oblastí stravování a pohostinství
- pokud jde o terminologii, doporučujeme termín *kulturní a kreativní průmysly* či jen zkráceně *kreativní průmysly* používat pouze pro podnikatelské/tržní činnosti – produkty a služby či v tomto případě používat opis: podpora podnikání v kulturních a kreativních odvětvích, termín kulturní a kreativní odvětví by pak mohl být používán jako synonymum termínu *kultura*
- modulový systém nabízí do budoucna otevřenost a možnost moduly dále rozšiřovat: například vytvořit kritéria pro specifický modul týkající se kulturního cestovního ruchu a do přínosu KKP začlenit i část výsledků existujícího satelitního účtu cestovního ruchu (dále viz kapitolu Kulturní cestovní ruch a možnosti jeho měření s využitím satelitních účtů)

³⁰ V příloze 1 uvádíme přehlednou srovnávací tabulku, která byla vypracována pro publikaci Kraus, M., Žáková, E., *Kulturní a kreativní průmysly, op. cit.*

- nabízí se i možnost pracovat modulově na oddělení tržních a netržních aktivit, tedy vytvořit metodiku a kritéria pro dva speciální moduly – Účet kultury ČR statisticky sleduje a dává do jedné roviny tržní i netržní subjekty; některé země (především Německo a Rakousko) důsledně oddělují tržní a netržní aktivity, a pokud jde o KKP, sledují pouze tržní subjekty (oddělené sledování na jednu stranu umožňuje přesnější statistiku, na druhou stranu však může vytvořit umělou a nebezpečnou hranici mezi těmito typy aktivit, nicméně existence speciálních modulů by umožňovala jejich vzájemné porovnání i porovnání s účtem kultury)

Návrh modulů vymezení podle ekonomických činností³¹

MODUL 1 – ZÁKLADNÍ KKP – ÚČET KULTURY

Sektor	Odvětví	Kategorie ekon. činností CZ-NACE	Popis kategorie CZ-NACE
Kulturní sektor	Kulturní dědictví	91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
		91.02	Činnosti muzeí
		91.01	Činnosti knihoven a archivů
		47.78	Ostatní maloobchod s novým zbožím ve specializovaných prodejnách (část)
		47.79	Maloobchod s použitým zbožím v prodejnách (část)
	Scénická umění	90.01	Scénická umění
		90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění
		90.04	Provozování kulturních zařízení
	Výtvarné umění	74.20	Fotografické činnosti
		90.03	Umělecká tvorba
	Kulturní a umělecké vzdělávání	85.52	Umělecké vzdělávání
	Umělecká řemesla	nemají samostatné NACE	jsou zahrnuty většinou pod následujícími NACE 14 Výroba oděvů 15 Výroba usní a souvisejících výrobků 16 Zpracování dřeva, výroba dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, kromě nábytku 23 Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků 25 Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení 31 Výroba nábytku 32 Ostatní zpracovatelský průmysl 43 Specializované stavební činnosti – je nutné sledovat na základě adresářů – výběrového statistického šetření

³¹ Vysvětlivky, tedy podrobný popis činností zahrnutých pod jednotlivé kódy, jsou dostupné na stránkách ČSÚ. Dostupné [on-line] na: [http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/vysvetlivky_cz_nace/\\$File/vysvetlivky_cz_nace.pdf](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/vysvetlivky_cz_nace/$File/vysvetlivky_cz_nace.pdf) [cit. 2. listopadu 2014]. Jsou uvedeny v příloze 2.

Sektor	Odvětví	Kategorie ekon. činností CZ-NACE	Popis kategorie CZ-NACE
Kulturní průmysly	Film a video	59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.14	Promítání filmů
		77.22	Pronájem videokazet a disků
		47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy (část)
	Hudba	59.20	Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
		47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy (část)
	Televize	60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
	Rozhlas	60.10	Rozhlasové vysílání
	Knihy a tisk	58.11	Vydávání knih
		58.13	Vydávání novin
		58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
		47.61	Maloobchod s knihami
		47.62	Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím
		63.91	Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
		74.30	Překladatelské a tlumočnické činnosti
Videohry	58.21	Vydávání počítačových her	
Kreativní průmysly	Architektura	71.11	Architektonické činnosti
	Reklama	73.11	Činnosti reklamních agentur
	Design	74.10	Specializované návrhářské činnosti
Neznámá oblast (správní činnosti)		84.11	Všeobecné činnosti veřejné správy (část)
		84.12	Regulace činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče, vzděláváním, kulturou a sociální péčí, kromě sociálního zabezpečení (část)
		94.99.2	Činnosti organizací na podporu kulturní činnosti

MODUL 2 – INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ ČINNOSTI

Vydavatelské činnosti	58.12	Vydávání adresářů a jiných seznamů
	58.19	Ostatní vydavatelské činnosti
	58.29	Ostatní vydávání softwaru
Činnosti v oblasti informačních technologií	62	lze zahrnout celý kód NACE 62
	62.01	Programování
	62.02	Poradenství v oblasti informačních technologií
	62.03	Správa počítačového vybavení
	62.09	Ostatní činnosti v oblasti informačních technologií
Informační činnosti	63	lze zahrnout celý kód NACE s tím, že NACE 63.91 je zařazen i v účtu kultury
	63.11	Činnosti související se zpracováním dat a hostingem
	63.12	Činnosti související s webovými portály
	63.99	Ostatní informační činnosti j. n.

MODUL 3 – ŘEMESLA A ODĚVNÍ PRŮMYSL

Zahrnuje vybrané kódy NACE ze sekce C a F (zpracovatelský průmysl a stavebnictví)

Výroba oděvů	14	Lze zahrnout celý kód NACE 14
	14.11	Výroba kožených oděvů
	14.12	Výroba pracovních oděvů
	14.13	Výroba ostatních svrchních oděvů
	14.14	Výroba osobního prádla
	14.19	Výroba ostatních oděvů a oděvních doplňků
	14.20	Výroba kožešinových výrobků
	14.31	Výroba pletených a háčkových punčochových výrobků
	14.39	Výroba ostatních pletených a háčkových oděvů
Výroba usní a souvisejících výrobků	15	Lze zahrnout celý kód NACE 15
	15.11	Činění a úprava usní (vyčiněných kůží); zpracování a barvení kožešin
	15.12	Výroba brašnářských, sedlářských a podobných výrobků
	15.20	Výroba obuvi
	15.20.1	Výroba obuvi s usňovým svrškem
	15.20.9	Výroba obuvi z ostatních materiálů
Zpracování dřeva, výroba dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, kromě nábytku	16	
	16.29	Výroba ostatních dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, kromě nábytku
Výroba papíru a výrobků z papíru	17	
	17.24	Výroba tapet
Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků	23	
	23.13	Výroba dutého skla
	23.19	Výroba a zpracování ostatního skla včetně technického
	23.31	Výroba keramických obkládaček a dlaždic
	23.41	Výroba keramických a porcelánových výrobků převážně pro domácnost a ozdobných předmětů
Výroba nábytku	31	
	31.01	Výroba kancelářského nábytku a zařízení obchodů
	31.02	Výroba kuchyňského nábytku
	31.09	Výroba ostatního nábytku
Ostatní zpracovatelský průmysl	32	
	32.1	Výroba klenotů, bižuterie a příbuzných výrobků (zařadit celou 32.1)
	32.11	Ražení mincí
	32.12	Výroba klenotů a příbuzných výrobků
	32.13	Výroba bižuterie a příbuzných výrobků
	32.20	Výroba hudebních nástrojů
	32.40	Výroba her a hraček
32.99	Ostatní zpracovatelský průmysl j. n.	

MODUL 4 – REKREAČNÍ ČINNOSTI, TISK A ROZMNOŽOVÁNÍ NAHRANÝCH NOSIČŮ

Zahrnuje vybrané kódy NACE ze SEKCE R – Kulturní, zábavní a rekreační činnosti

Činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení	91	
	91.04	Činnosti botanických a zoologických zahrad, přírodních rezervací a národních parků
	93.2	
	93.21	Činnosti lunaparků a zábavních parků
	93.29	Ostatní zábavní a rekreační činnosti j. n.
Tisk a rozmnožování nahraných nosičů	18	
	18.11	Tisk novin
	18.12	Tisk ostatní
	18.13	Příprava tisku a digitálních dat
	18.14	Vázání a související činnosti
	18.20	Rozmnožování nahraných nosičů
Reklama a průzkum trhu	73	
	73.12	Zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru

5. KREATIVNÍ EKONOMIKA

Marcel Kraus

Nové globální výzvy

Přibližně před půlstoletím se začaly objevovat teorie o zásadním významu znalostí, informací nebo sítí pro konkurenceschopnou ekonomiku, a to např. v pracích Petera Druckera,³² Alvina Tofflera,³³ Daniela Bella,³⁴ Franka Webstera³⁵ nebo Manuela Castellese.³⁶ Tyto popisy nových ekonomických diskurzů reagovaly na dědictví průmyslové revoluce z přelomu 19. a 20. století v kontextu růstových teorií Roberta Solowa³⁷ a Paula Romera³⁸ a výzev spojených s technologickým pokrokem, lidským kapitálem, sektorem služeb, rozvojem informační společnosti, postfordovské ekonomiky nebo znalostní ekonomiky.

V reakci na socioekonomický vývoj posledních desetiletí a v souvislosti s dalším rozvojem informačních a komunikačních technologií a globalizací musí rozvinuté ekonomiky čelit dalším výzvám, které Daniel Araya a Michael Peters³⁹ systematizují do čtyř oblastí:

- Šíření a dostupnost informačních a komunikačních technologií systematicky proměňují fordovský styl výroby: nové technologie a ICT jsou významné pro rozšiřování trhů a zkracování vzdáleností a tvoří konkurenční výhodu, ze které mohou čerpat jak vyspělé ekonomiky, tak nová (konkurenční) ekonomická centra.
- Rostoucí význam globálního trhu a globálně roztržštěného produkčního řetězce: zde dochází – i přes pozitiva, která globalizace přináší – k nutnosti překonat její negativa, jako např. úzkou propojenost ekonomik, a tím náchylnost ke krizovým nálezám, ztrátu ekonomické identity, neukotvenou odpovědnost nadnárodních společností, nutnost institucionálních rekonfigurací atp.

32 Drucker, Peter: *The effective executive*. Harper and Row, New York, 1966. Tjž: *Post-capitalist society*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 1993.

33 Toffler, Alvin: *The third wave*. Bantam Books, New York, 1980. Tjž: *Powershift: Knowledge, wealth and violence at the edge of the 21st century*. Bantam Books, New York, 1990.

34 Bell, Daniel: *The Coming of Post-Industrial Society*. Basic Books, New York, 1974.

35 Webster, Frank: *Theories of the Information Society*. Routledge, Cambridge, 2002.

36 Castells, Manuel: *The Rise of The Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*. John Wiley & Sons, Malden, 2000.

37 Solow, Robert M.: A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics* 70, 1956(1), s. 65–94.

38 Romer, Paul: Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy* 98, 1990(5), s. 71–102.

39 Araya, Daniel – Peters, Michael A.: *Education in the Creative Economy. Knowledge and Learning in the Age of Innovation*. Peter Lang, New York, 2010.

- Rostoucí význam vysoce vzdělaných pracovníků a lidského kapitálu v rámci inovačních cyklů založených na kreativitě: vědci, tzv. bílé i modré límečky, umělci a další vysoce vzdělaní pracovníci obsazují nově vzniklá pracovní místa na nových trzích, disponují kvalitním vzděláním, schopností generovat neotřelá, kreativní řešení a představují strategický zdroj konkurenceschopných ekonomik. Geograficky jsou rozprostřeni nerovnoměrně a díky jejich vyšší ochotě cestovat, než je tomu u jiných typů pracovníků, a vlivem stále snazší globální mobility může tento lidský kapitál chybět tradičním vyspělým ekonomikám.
- Vzestup alternativních center výroby mimo tradiční vyspělé ekonomiky: nová ekonomická centra vyrůstají především v asijských ekonomikách, hovoří se o „migraci vyspělých ekonomických konceptů na východ“. Anglosaské a evropské ekonomiky stojí před otázkou, jakými zdroji tuto vznikající mezeru pro zachování konkurenceschopnosti zacelit.

Nové strategické zdroje

John Howkins⁴⁰ si všímá, že konkurenční mezeru dosavadního diskurzu tradičního průmyslu a znalostní a informační ekonomiky se zaplňuje zásadním komponentem, totiž individuální kreativitou. Odborná organizace OSN United Nations Conference on Trade and Development⁴¹ charakterizuje kreativitu jako schopnost spojovat stávající vědomosti, generovat nové nápady a transformovat je do užitečného výsledku – díla nebo inovace. Vidí ji dále jako schopnost generovat originální nápady a nové způsoby, jak interpretovat svět, vyjádřeně v textu, zvuku a obrazu; jako dynamický proces vedoucí k inovacím v oblasti technologií, obchodních praktik, marketingu atd., který je úzce spojen se získáním konkurenční výhody v ekonomice; jako zvědavost a ochotu experimentovat kvůli vzniku nových technologií a vytvářet nová propojení stávajících vědomostí v rámci řešení určitého problému. Howkins zdůrazňuje, že kreativita je fenomén vycházející z jednoho centra, nehledě na to, zda vede ke vzniku uměleckého díla nebo nové technologie a inovace.⁴² Ekonomický koncept, který s kreativitou zachází jako se surovinou, nazývá Howkins příznačně „kreativní ekonomika“.⁴³ Kreativita bývá označována i jako „nemateriální strategická surovina nadcházejícího tisíciletí“,⁴⁴ která je ze své podstaty nevyčerpatelná.

⁴⁰ Howkins, John: *The Creative Economy*. Penguin Global, Londýn, 2001. 2. vyd. 2013. Týž: *Current Issues in Creative Economies*. School of Management. Claremont, 2014.

⁴¹ UNCTAD: *Creative Economy Report*. United Nations, New York, 2010, s. 1–2.

⁴² Howkins, John: *The Creative Economy*, *op. cit.*, 2013, kap. 1.

⁴³ Howkins, John, *op. cit.*

⁴⁴ Srov. Araya, D., Peters, M. A., *op. cit.* Těž Hill, Rodney Culver: *Creativity is the Currency of the New Millennium. Conference: Creativity or Conformity? Building Cultures of Creativity in Higher Education*. Institute for Applied Creativity, A&M University, Texas, 2007.

Na rozdíl od ekonomických diskurzů, jako např. postindustriální společnost nebo informační společnost, klade kreativní ekonomika do popředí individuální tvůrčí nadání, generování nových myšlenek a využívání kulturních zdrojů a umělecké tvorby. Koncept kreativní ekonomiky reflektuje vstup do nové doby, v níž hlavní surovinou již není uhlí a ocel obráběná stroji, ale znalosti, kreativita a inovace dosažené lidskou představivostí.

Kreativní myšlení jakožto nová strategická schopnost byla představena i ve výstupech výzkumného projektu Michiganské university.⁴⁵ Studie popisuje změnu paradigmatu v „novém a starém vidění světa“ (new worldview – old worldview). Kreativní řešení a smýšlení je výsledkem změn v souvislosti s rychlým vývojem nových ekonomických diskurzů. Zatímco tradiční „mechanické“ smýšlení je fragmentované, složené z příčin a následků, kontroly, předvídatelnosti nebo formy, nové „kreativní“ smýšlení obohacuje to stávající o porozumění vztahům, využívání možností a netradičních postupů, důvěry nebo rozvoje všímavosti. Systematizace této změny je obsažena v následujícím přehledu:

KONTEXT TRADIČNÍHO MYŠLENÍ	KONTEXT KREATIVNÍHO MYŠLENÍ
rutina	kreativita
fragmentace	integrace
potřeba	potenciál
tok fyzického kapitálu	tok myšlenek a nápadů
stroje	životní prostor
určitost	neurčitost
důraz na pracovní krok	důraz na vztahy/celek
soutěž	spolupráce
části zcela definují celek	celek je více než suma jeho částí
kontrola	důvěra
reakce	imaginace a experimentování
kontrola nad	spojení sil

Zdroj: Harvey, LeRoy, Victory, John: *The Creative Community Handbook: A Leap to Possibilities Thinking*. Ann Arbor, 2004, s. 10.

⁴⁵ Harvey, LeRoy, Victory, John: *The Creative Community Handbook: A Leap to Possibilities Thinking*. Michigan State University, Ann Arbor, 2004, s. 10.

Schopnost kreativně myslet a vyjadřovat se obrazně bez ohledu na konvenční pravidla přispívá k prolamování konvencí, rozvoji nových vizí, nalézání nových cest, a tím k rozvoji nových forem organizace, nových technologií a dalších produktů nebo služeb.⁴⁶ Aby kreativita přinášela i ekonomickou hodnotu, bývají její výsledky chráněny právy duševního vlastnictví (patenty, ochrannými známkami a autorskými právy), jejichž nositeli jsou vysoce vzdělaní pracovníci, umělci a kreativci.

Nové alokační faktory

S alokací a udržením vysoce vzdělaných pracovníků, umělců a kreativců vzniká nové pojetí urbánního a regionálního rozvoje (ale i konkurenceschopnosti EU).⁴⁷ Vedle tradičních lokalizačních faktorů založených na snižování nákladů (náklady na dopravu, pracovní sílu, daně aj.) získávají na důležitosti faktory jako životní styl, kulturní vyžití, tolerance, kvalita a udržitelnost života, rozvoj znalostí a talentu, kultura spolupráce, vznik a transfer technologií i znalostí, konektivita, spolupráce⁴⁸ nebo existence vhodných a přiměřených legislativních norem⁴⁹ aj.

Tyto faktory vytvářejí prostředí, jež umožňuje rozvoj kreativního potenciálu a láká, udržuje nebo integruje vysoce vzdělané pracovníky, umělce a kreativce. Tento typ kreativního lidského kapitálu se částečně překrývá s definicí tzv. kreativní třídy Richarda Floridy.⁵⁰ S novými alokačními a retenčními faktory úzce souvisí i tzv. tvorba kreativní komunity (creative community building),⁵¹ která je popisována jako interdisciplinární úsilí pro zapojení lidí z různých oblastí do tvorby a výkonu koordinovaného programu nebo (sub)urbánních strategií pro sociální, občanský, fyzický, ekonomický, duchovní a kulturní rozvoj komunity.

⁴⁶ KEA, European Affairs: *The Economy of Culture in Europe, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. Brusel, 2006, s. 2–3.

⁴⁷ Viz EU: *European Competitiveness Report 2010. Commission staff working document SEC(2010) 1276. Accompanying document to the Communication – An Integrated Industrial Policy for the Globalisation Era: Putting Competitiveness and Sustainability at Centre Stage*. Brusel, 2010.

⁴⁸ Srov. Landry, Charles: *The creative city: a toolkit for urban innovators*. Earthscan Publications, Londýn, 2000. Carta, Maurizio: *Kreativní město 3.0*. Překlad prezentace přednesené v rámci Fóra pro kreativní Evropu 26. a 27. března 2009, Městská knihovna v Praze. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/carta.doc> [cit. 11. ledna 2014].

⁴⁹ Berg, Su-Hyun, Hassink, Robert: *Evolutionary economic geography and creative industries: A critical literature review*. Paper prepared for the DRUID Academy Conference, Rebild/Aalborg, 16.–18. January 2013.

⁵⁰ Florida, Richard: *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York, 2002.

⁵¹ Borrup, Tom: *The Creative Community Builder's Handbook: How To Transform Communities Using Local Assets, Art, And Culture*. Fieldstone Alliance, Saint Paul, 2006.

Nové pojetí kulturnosti jakožto vize

Zdrojem i tmelem všech procesů spojených s rozvojem kreativní ekonomiky je kultura v nejširším slova smyslu, charakterizovaná jako intelektuální sféra společnosti vytvořená lidmi se všemi svými projevy, které čerpají z historie a regionální příslušnosti. Kreativní ekonomika využívá kulturních zdrojů i jako alokačních a retenčních faktorů. Zatímco tradiční rozvojové koncepty vyzdvihují převážně tvrdé alokační faktory za účelem nalákání firem pro vznik nových míst a následně zvýšení kvality života lokality, nový koncept se zaměřuje na aktivaci převážně měkkých alokačních faktorů s cílem alokovat a udržet kreativce s podnikatelským potenciálem. Tyto procesy jdou ruku v ruce s vysokou kulturou komunikace a spolupráce a vyspělým sociokulturním prostředím s rozvinutou tržní ekonomikou, v němž lze těžit ze svobodného přístupu k informacím, z dostupnosti soukromého kapitálu, z nepřítomnosti umělecké a jiné cenzury a z uměleckých a intelektuálních svobod.⁵² V rámci kreativní ekonomiky se tak rozvíjí nová vize, ve které konkurenceschopnost lokality vyplývá z její kulturnosti.⁵³

Rozdíl mezi tradičním a novým konceptem ekonomického rozvoje může být znázorněn takto:

TRADIČNÍ KONCEPT	NOVÝ KONCEPT
příznivé lokační faktory pro usazení podniků, převážně tvrdé (nízké daně, fyzická infrastruktura, institucionální infrastruktura, přírodní zdroje aj.)	příznivé lokační faktory pro udržení nebo usazení obyvatel, převážně měkké (atraktivní rezidenční podmínky a veřejný prostor, tolerance, kulturnost, spolupráce, ekologická stopa aj.)
↓	↓
alokace firem	udržení, aktivace či imigrace vzdělaných a kreativních obyvatel do atraktivních lokalit/regionů
↓	↓
nová pracovní místa; vysoká lokální/regionální dynamika růstu	vznik nových firem/start-upů a trhů vytvořených těmito obyvateli
↓	↓
imigrace (příchod nových obyvatel)	nová pracovní místa; vysoká lokální/regionální dynamika udržitelného růstu

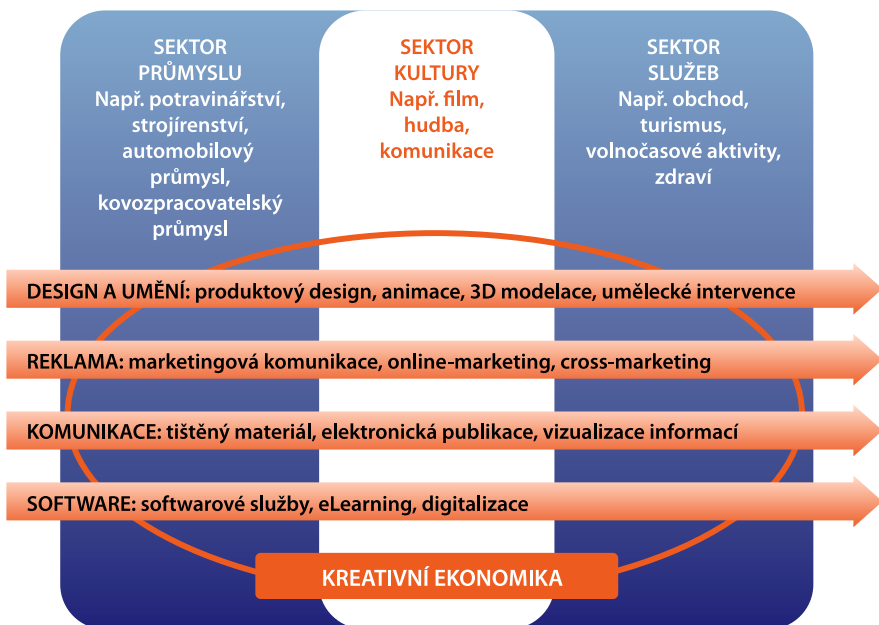
Zdroj: Strykiewicz, Tadeusz: Location factors of the creative and knowledge-intensive industries in European metropolitan regions. Geographical Journal 62, 2010(1), s. 6. Vlastní adaptace.

52 O'Connor, Justin: Economic Development, Enlightenment and Creative Transformation: Creative Industries in the New China. *Ekonomiaz* 78, 2011(3), s. 108–124.

53 Carta, M., *op. cit.*

Kulturní dědictví lokality, tradice, znalosti a další původní, jinde neopakovatelné zdroje přispívají nejen k integraci, alokaci a udržení kreativního lidského kapitálu, ale i ke vzniku nových trhů vlivem přečerpání kulturního a kreativního potenciálu do inovativních produktů a služeb. K tomuto přečerpávání dochází především v tzv. kulturních a kreativních odvětvích, které tak fungují jako akcelerační duševní činnosti, kreativity a podnikavého ducha.⁵⁴ Pomocí obchodních operací, nových technologií a médií vycházejících z těchto odvětví dochází k posilování konkurenceschopnosti národních ekonomik (obrázek 4).

Obrázek 4: Kreativní ekonomika – matrix



Zdroj: ME: *Development Strategy for Entrepreneurship in the Creative Industries Sector for 2015*. Ministry of Education. Finsko, 2008. Dostupné [on-line] na: <http://www.kreanord.org/reports/development-strategy-entrepreneurship-creative-industries-sector-2015> [cit. 5. ledna 2015].

54 Viz předchozí kapitoly a též Čikánek, M. a kol., *op. cit.*

Nové výzvy v nové ekonomice

Přechod z postindustriálního do věku inovací pomocí KKP a směrem k tzv. kreativní ekonomice s sebou stále přináší celou řadu změn a výzev. Zmínit lze namátkou několik z nich:

a) Reforma vzdělávacích systémů

Schopnost využít kreativitu jakožto nového strategického zdroje není vlastní automaticky každému člověku. Je-li v konceptu kreativní ekonomiky kreativita brána za strategickou surovinu, je nutné ji umět rozvíjet a využít. Avšak právě kreativita bývá současnou organizací vzdělávacích institucí nejméně oceňována.⁵⁵ Araya a Peters v této souvislosti poznamenávají, že zatímco v minulosti byly vzdělávací systémy v distribuci znalostí a dovedností nezbytných pro dosažení industriálního věku efektivní (matematická gramotnost, jazyková gramotnost, algebra), nyní tyto vzdělávací systémy pro podporu znalostí a dovedností nutných pro vstup do věku inovací nepostačují.

b) Práva duševního vlastnictví

John Healy⁵⁶ podotýká, že to, co vytváří peněžní hodnotu, není kreativita per se, ale především práva duševního vlastnictví uplatněná na trhu. K rozvoji tohoto trhu přispívají nové kanály jako internet, sociální sítě a další nové informační a komunikační technologie (někdy též nazýváno *digitální ekonomika – digital economy, web economy, internet economy*). To vše s sebou nese otázky na jedné straně ohledně optimalizace legislativy spojené s ochranou, resp. regulací a distribucí práv duševního vlastnictví, jako např. ochrana autorských práv umělců, výzkumníků či průmyslových vzorů designérů. Na straně druhé je nutné se zabývat otázkou zpřístupnění takto chráněných produktů a služeb široké veřejnosti pro vznik dalších hodnot. S tím souvisí problematika kupř. veřejných licencí⁵⁷ nebo open innovation.⁵⁸

c) Dostupnost statistických dat a měření výkonu

V neposlední řadě je nutné vypořádat se s dostupnými ekonomickými a statistickými daty pro měření výkonu kreativní ekonomiky. Současné národní statistické systémy a klasifikace (jako např. NACE) nejsou pro výpočet reálného obrazu např. zaměstnanosti, hrubé přidané hodnoty nebo produkce a distribuce produktů vycházejících z kulturních a kreativních odvětví koncipovány. Pokusy měřit míru kreativity jakožto strategické suroviny na lokální úrovni lze ale najít i v mnoha indexech, které za tímto účelem byly vytvořeny. Jmenovat lze za všechny např.:

⁵⁵ Araya, D., Peters, M. A., *op. cit.*, s. 17, 22–23.

⁵⁶ Hartley, John, Potts, Jason, MacDonald, Trent: The CCI Creative City Index. Queensland University of Technology, Brisbane, Australia. *Cultural Science Journal* 5, 2012(1), s. 158–177.

⁵⁷ Myška, Matěj a kol.: *Veřejné licence v České republice*. Masarykova univerzita, Brno, 2012.

⁵⁸ Kossen, Remco, Poel, Peter van de, Reymen, Isabelle: *Collaboration and Business Models in the Creative Industry. Exploring heterogeneous collaborations*. Technische Universiteit, Eindhoven, 2010.

Sharpie's Creativity Index,⁵⁹ Creative Communities Index, Creative Vitality Index, European Creativity Index, Outcomes od Creativity Index nebo Index tří „T“ Richarda Floridy.⁶⁰

John Howkins⁶¹ aktuálně nabízí několik dalších výzev v podobě hesel, jež dle něj patří mezi hlavní oblasti kreativní ekonomiky: kultura (imanentní a instrumentální hodnoty), estetika, vzdělávání a učení, start-up, branding, management, oceňování, obchodní modely (hodnotové řetězce), sítě (systémy, ekologie), svět práce, software, digitalizace a on-line, práva duševního vlastnictví (chráněná i veřejná), urbánní rozvoj, daňový systém, veřejné statistiky (definice) a politika.⁶² Jakým způsobem se lze s těmito i ostatními výzvami vypořádat, je předmětem následující podkapitoly.

Nový socioekonomický diskurz

Z doposud uvedeného je patrné, že systém kreativní ekonomiky a KKP se dotýká širokého kulturního, sociálního a hospodářského spektra společnosti. Jako rámec pro pochopení vlivu kreativity na komplexní socioekonomický rozvoj může posloužit tzv. model pětišroubovice (model Quintuple Helix). Model Quintuple Helix vychází z modelu „triple helix“, skládajícího se z ekonomické sféry, ze sféry vzdělávacího systému a výzkumu a vývoje a ze sféry veřejných politik a správy, který rozšiřuje o sféru životního prostředí (či prostředí pro život) a sféru kulturní a informační veřejnosti. Tento model znázorňuje tzv. kreativní tvorbu znalostí.⁶³

⁵⁹ Hartley, J., Potts, J., MacDonald, T., *op. cit.*

⁶⁰ Florida, Richard: First ever rankings of the 50 states on the Creativity Index. *Creative Intelligence* 1, 2003(4), s. 2.

⁶¹ Howkins, J., *Current Issues in Creative Economies, op. cit.*

⁶² Howkins, J., *The Creative Economy, op. cit.*

⁶³ Carayannis, Elias, Campbell, David: Triple Helix, Quadruple Helix and Quintuple Helix and how do knowledge, innovation and the environment relate to each other? A proposed framework for a trans-disciplinary analysis of sustainable development and social ecology. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development* 1, 2010(1), s. 48.

Obrázek 5: Model Quintuple Helix v kontextu kreativní ekonomiky



Zdroj: Carayannis, E., Campbell, D.: International Journal of Social Ecology and Sustainable Development 1, 2010(1), s. 41–69. Vlastní adaptace.

Znalosti a informace jakožto tradiční strategický zdroj jsou pomocí kreativních procesů kombinovány, sdíleny a následně jsou produkovány znalosti nové. Model pětišroubovice (obrázek 5) představuje každou sféru jako poskytovatele znalostí a kompetencí pro ostatní sféry (výstupy) a zároveň jako uživatele znalostí a kompetencí ze sfér ostatních (vstupy). Výstupy každé ze sfér jsou chrleny do pomyslného společného penza znalostí a kompetencí, které jsou sdíleny s ostatními sférami a cirkulují podél elipsovitého orbitu. Odtud jsou pak „gravitační silou“ každé sféry (tedy jejími specifickými potřebami) vtáhnuty a využity za pomoci „kreativního využití znalostí“ pro další aktivaci a rozvoj specifického kapitálu každé ze sfér.

Kreativní ekonomika závěrem

Kultura a kreativita získávají na důležitosti díky své schopnosti zvyšovat nejen kvalitu života společnosti, ale i konkurenceschopnost ekonomik v důsledku využívání jejich jedinečnosti i neopakovatelnosti pro objevování nových trhů a jakožto přidané hodnoty produktů a služeb. Znalosti samy o sobě nemohou být využity, pokud by nebyly uplatněny skrze kreativní myšlení, které vede ke vzniku nových užitečných nápadů. Kultura a kreativita se stávají strategickými surovinami, které jsou podmíněny jak antropologicky, tak širším ekonomickým kontextem. Z tohoto důvodu je nutné hledat vlastní definici a vymezení KKP šité na míru podmínkám České republiky, jejichž návrhy jsou uvedeny v této kapitole. KKP mohou být vnímány jako most mezi ekonomikou postindustriální a ekonomikou založenou na inovacích. Schopnost využít jedinečné znalosti a kulturní zdroje skrze socioekonomické procesy a benefity v rámci KKP ústí do vyššího ekosystému zvaného kreativní ekonomika. Komplexnost a provázanost takového systému lze spatřit na příkladu myšlenkové mapy v příloze 2.

Na kreativitu a inovace je dnes nahlíženo jako na dominantní ekonomickou sílu, která ovlivňuje vznik nových odvětví a pracovních míst. „[...] kreativní ekonomika pokrývá ekonomické, sociální, kulturní i technologické aspekty a nachází se na křižovatce mezi uměním, podnikáním a technologiemi. Opírá se o neomezené globální zdroje: lidskou kreativitu, schopnosti a talent.“⁶⁴ Tím je kreativita vnímána jako určující zdroj nové, kreativní ekonomiky.

⁶⁴ „[...] the creative economy spans economic, social, cultural and technological aspects and is at the crossroads of the arts, business and technology. It relies on an unlimited global resource: human creativity, skills and talent.“ OECD Forum 2014: *The Creative Economy*. Dostupné [on-line] na: <http://www.oecd.org/forum/programme/sessions/thecreativeeconomy/> [cit. 27. prosince 2014].

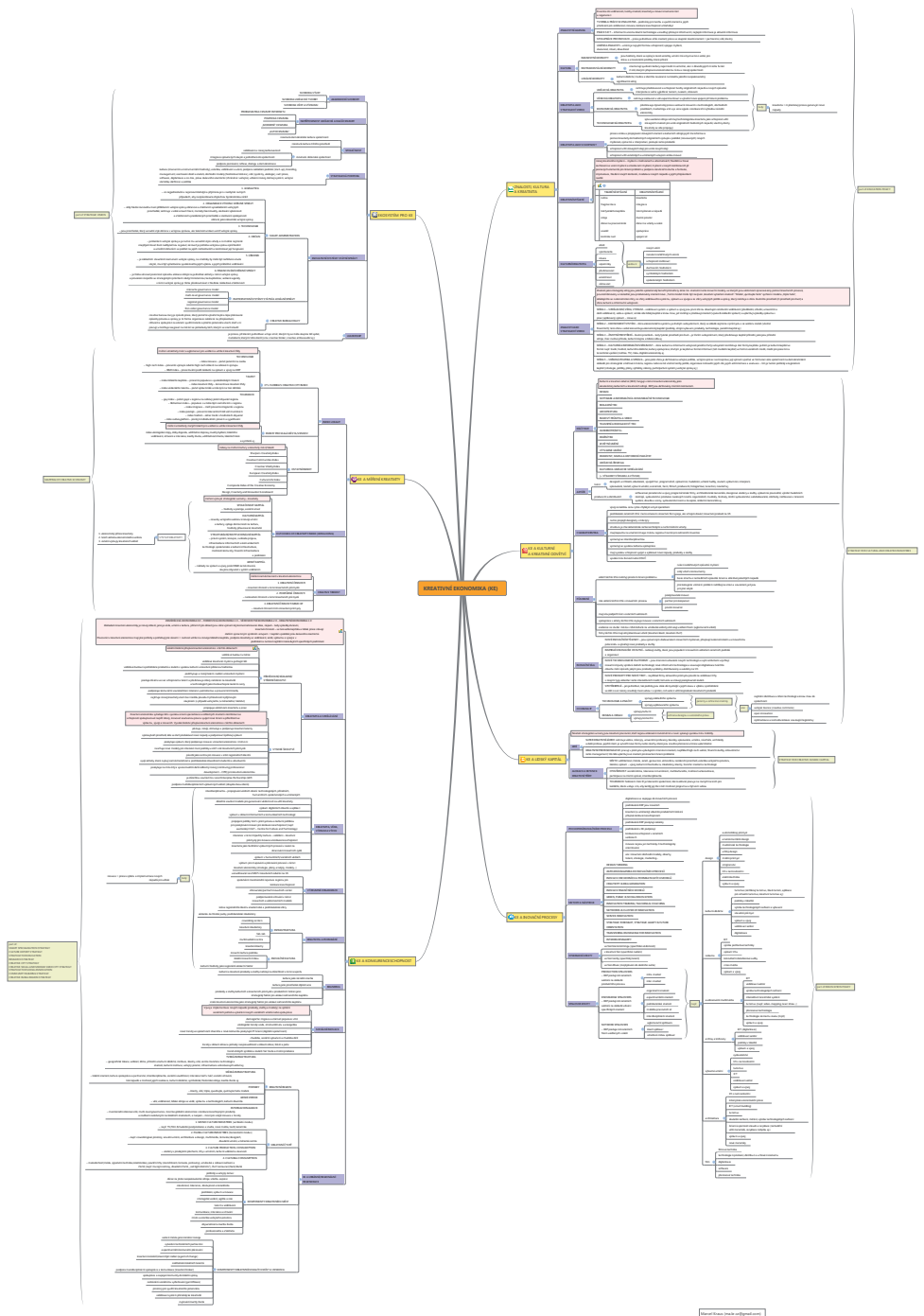
Příloha 1: Tabulka 28, s. 65 publikace KKP ve vybraných zemích EU – Kraus, Žáková (<http://www.idu.cz/media/document/kultuni-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich-evropske-unie.pdf>)

KÓD	TŘÍDA NACE	ČR	ESP	GER	ESS	LT NET
1310	úprava a sprádkání textilních vláken a příze					x
1320	tkaní textilií					x
1330	konečná úprava textilií					x
1391	výroba pletených a háčkových materiálů					x
1392	výroba konfekčních textilních výrobků, kromě oděvů					x
1399	výroba ostatních textilií j. n.					x
1411	výroba kožených oděvů		x			x
1412	výroba pracovních oděvů		x			x
1413	výroba ostatních svrchních oděvů		x			x
1414	výroba osobního prádla		x			x
1419	výroba ostatních oděvů a oděvních doplňků		x			x
1420	výroba kožešinových výrobků		x			x
1431	výroba pletených a háčkových punčochových výrobků		x			x
1439	výroba ostatních pletených a háčkových oděvů		x			x
1511	činnění a úprava usní; zpracování a barvení kožešin		x			x
1512	výroba brašnářských, sedlářských a podobných výrobků					x
1520	výroba obuvi		x			x
1724	výroba tapet		x			x
1811	tisk novin		x		x	x
1812	tisk ostatní, kromě novin		x		x	x
1813	příprava tisku a digitálních dat		x			x
1814	vázání a související činnosti		x	x		x
1820	rozmnožování nahraných nosičů		x		x	x
2331	výroba keramických obkládaček a dlaždic					x
2341	výroba keramických a porcelánových výrobků převážně pro domácnost a ozdobných předmětů					x
2652	výroba časoměrných přístrojů					x
3101	výroba kancelářského nábytku a zařízení obchodů					x
3102	výroba kuchyňského nábytku					x
3103	výroba matrací					x
3109	výroba ostatního nábytku					x
3211	ražení mincí		x	x		x
3212	výroba klenotů a příbuzných výrobků			x		x
3213	výroba bižuterie a příbuzných výrobků			x		x
3220	výroba hudebních nástrojů		x	x	x	x
3240	výroba her a hraček		x			x
3299	ostatní zpracovatelský průmysl j. n.					x

KÓD	TŘÍDA NACE	ČR	ESP	GER	ESS NET	LT
4616	zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení s textilem, oděvy, kožšinami, obuví a koženými výrobky					x
4641	velkoobchod textilem					x
4642	velkoobchod oděvy a obuví					x
4647	velkoobchod nábytkem, koberci a svítidly					x
4648	velkoobchod hodinami, hodinkami a klenoty					x
4665	velkoobchod kancelářským nábytkem					x
4743	maloobchod audio- a videozařízením					x
4751	maloobchod textilem					x
4759	maloobchod nábytkem, svítidly a ostatními výrobky převážně pro domácnost ve specializovaných prodejnách			x		x
4761	maloobchod knihami	x		x	x	x
4762	maloobchod novinami, časopisy a papírnickým zbožím	x		x	x	x
4763	maloobchod audio- a videozáznamy	x		x	x	x
4765	maloobchod hrami a hračkami					x
4771	maloobchod oděvy					x
4772	maloobchod obuví a koženými výrobky					x
4777	maloobchod hodinami, hodinkami a klenoty		x			x
4778	ostatní maloobchod novým zbožím ve specializovaných prodejnách	x		x	x	x
4779	maloobchod použitým zbožím v prodejnách	x		x	x	
4789	maloobchod ostatním zbožím ve stáncích a na trzích				x	
4791	maloobchod prostřednictvím internetu nebo zásilkové služby				x	
5811	vydávání knih	x	x	x	x	x
5812	vydávání adresářů a jiných seznamů		x	x		
5813	vydávání novin	x	x	x	x	x
5814	vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	x	x	x	x	x
5819	ostatní vydavatelské činnosti		x	x		x
5821	vydávání počítačových her	x	x	x	x	x
5829	ostatní vydávání softwaru		x	x		x
5911	produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	x	x	x	x	x
5912	postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů	x	x	x	x	x
5913	distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů	x	x	x	x	x
5914	promítání filmů	x	x	x	x	x
5920	pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	x	x	x	x	x
6010	rozhlasové vysílání	x	x	x	x	x
6020	tvorba televizních programů a televizní vysílání	x	x	x	x	x
6201	programování		x	x		x
6202	poradenství v oblasti informačních technologií		x	x		
6312	činnosti související s webovými portály					x

KÓD	TŘÍDA NACE	ČR	ESP	GER	ESS NET	LT
6391	činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur	x		x	x	x
7021	poradenství v oblasti vztahů s veřejností a komunikace					x
7111	architektonické činnosti	x	x	x	x	x
7112	inženýrské činnosti a související technické poradenství		x			
7311	činnosti reklamních agentur	x	x	x	x	x
7312	zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru		x	x	x	x
7410	specializované návrhářské činnosti	x	x	x	x	x
7420	fotografické činnosti	x	x	x	x	x
7430	překladatelské a tlumočnické činnosti	x		x	x	
7490	ostatní profesní, vědecké a technické činnosti j. n.				x	
7721	pronájem a leasing rekreačních a sportovních potřeb					
7722	pronájem videokazet a disků	x		x	x	
7810	činnosti agentur zprostředkujících zaměstnání				x	
7990	ostatní rezervační a související činnosti				x	
8411	všeobecné činnosti veřejné správy	x			x	
8412	regulace činností souvisejících s poskytováním zdravotním péče, vzděláváním, kulturou a sociální péčí, kromě sociálního zabezpečení	x			x	
8531	sekundární všeobecné vzdělávání				x	
8532	sekundární odborné vzdělávání				x	
8541	postsekundární, nikoli terciární vzdělávání				x	
8542	terciární vzdělávání				x	
8552	umělecké vzdělávání	x	x	x	x	x
8559	ostatní vzdělávání j. n.				x	
9001	scénická umění	x	x	x	x	x
9002	podpůrné činnosti pro scénická umění	x	x	x	x	x
9003	umělecká tvorba	x	x	x	x	x
9004	provozování kulturních zařízení	x	x	x	x	x
9101	činnosti knihoven a archivů	x	x	x	x	x
9102	činnosti muzeí	x	x	x	x	x
9103	provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí	x	x	x	x	x
9104	činnosti botanických a zoologických zahrad, přírodních rezervací a národních parků		x	x		
9311	provozování sportovních zařízení		x			
9312	činnosti sportovních klubů		x			
9313	činnosti fitcenter		x			
9319	ostatní sportovní činnosti		x			
9321	činnosti lunaparků a zábavních parků		x		x	x
9329	ostatní zábavní a rekreační činnosti j. n.		x		x	x
9499	činnosti ostatních organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů j. n.	x			x	

Příloha 2: Kreativní ekonomika – myšlenková mapa



ZDROJE

Araya, Daniel, Peters, Michael A.: *Education in the Creative Economy. Knowledge and Learning in the Age of Innovation*. Peter Lang, New York, 2010.

Bell, Daniel: *The Coming of Post-Industrial Society*. Basic Books, New York, 1974.

Berg, Su-Hyun, Hassink, Robert: *Evolutionary economic geography and creative industries: A critical literature review*. Paper prepared for the DRUID Academy Conference, Rebild/Aalborg, 16.–18. January 2013.

Borrup, Tom: *The Creative Community Builder's Handbook: How To Transform Communities Using Local Assets, Art, And Culture*. Fieldstone Alliance, Saint Paul, 2006.

Carayannis, Elias, Campbell, David: Triple Helix, Quadruple Helix and Quintuple Helix and how do knowledge, innovation and the environment relate to each other? A proposed framework for a trans-disciplinary analysis of sustainable development and social ecology. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development* 1, 2010(1), s. 41–69.

Carta, Maurizio: *Kreativní město 3.0*. Překlad prezentace přednesené v rámci Fóra pro kreativní Evropu 26. a 27. března 2009, Městská knihovna v Praze. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/carta.doc> [cit. 11. ledna 2014].

Castells, Manuel: *The Rise of The Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*. John Wiley & Sons, Malden, 2000.

Cikánek, Martin a kol.: *Kreativní průmysly, příležitost pro novou ekonomiku II*. Institut umění – Divadelní ústav, Praha, 2013.

Český statistický úřad. Dostupné [on-line] na: <https://www.czso.cz/> [cit. 20. června 2014].

Drucker, Peter: *Post-capitalist society*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 1993.

Drucker, Peter: *The effective executive*. Harper and Row, New York, 1966.

EK: *Konsolidované znění Smlouvy o fungování Evropské unie*. Dostupné [on-line] na: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:12012E/TXT> [cit. 29. ledna 2015].

EK: *Prvky společného strategického rámce*. Brusel, 2012. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Navrhy-novych-narizeni-kohezni-politiky-pro-obdobi/Prvky-Spolecneho-strategickeho-ramce-pro-obdobi-20> [cit. 9. ledna 2015].

EU: *European Competitiveness Report 2010. Commission staff working document SEC(2010) 1276. Accompanying document to the Communication – An Integrated Industrial Policy for the Globalisation Era: Putting Competitiveness and Sustainability at Centre Stage*. Brusel, 2010.

Fisher, Rod: I v kulturní politice musí být systém. *A2 kulturní týdeník*, 2008(4). Dostupné [on-line] na: <http://www.proculture.cz/cultureinfo/rod-fisher-i-v-kulturni-politice-musi-byt-system-1475.html> [cit. 2. června 2014].

Florida, Richard: First ever rankings of the 50 states on the Creativity Index. *Creative Intelligence* 1, 2003(4), s. 2.

Florida, Richard: *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York, 2002.

Hartley, John, Potts, Jason, MacDonald, Trent: The CCI Creative City Index. Queensland University of Technology, Brisbane, Australia. *Cultural Science Journal* 5, 2012(1), s. 158–177.

Harvey, LeRoy, Victory, John: *The Creative Community Handbook: A Leap to Possibilities Thinking*. Michigan State University, Ann Arbor, 2004.

Healy, Kieran: What's new for culture in the new economy. *The Journal of Arts Management, Law and Society* 32, 2002(2), s. 86–103.

Hill, Rodney Culver: *Creativity is the Currency of the New Millennium. Conference: Creativity or Conformity? Building Cultures of Creativity in Higher Education*. Institute for Applied Creativity, A&M University, Texas, 2007.

Howkins, John: *Current Issues in Creative Economies*. School of Management. Claremont, 2014.

Howkins, John: *The Creative Economy*. Penguin Global, Londýn, 2001. 2. vyd. 2013.

KEA, European Affairs: *The Economy of Culture in Europe, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. Brusel, 2006.

Kossen, Remco, Poel, Peter van de, Reymen, Isabelle: *Collaboration and Business Models in the Creative Industry. Exploring heterogeneous collaborations*. Technische Universiteit, Eindhoven, 2010.

Kostecký, Jiří: *Ekonomické aspekty kultury*. Diplomová práce. Masarykova univerzita, filozofická fakulta, Brno, 2014. Dostupné [on-line] na: http://is.muni.cz/th/262327/ff_m/ [cit. 20. ledna 2015].

Kraus, Marcel, Žáková, Eva: *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora*. [Projekt Mapování KKP v ČR], Institut umění – Divadelní ústav, Praha, 2014. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/kultuni-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich-evropske-unie.pdf>, <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20> [cit. 20. listopadu 2014].

Landry, Charles: *The creative city: a toolkit for urban innovators*. Earthscan Publications, Londýn, 2000.

ME: *Development Strategy for Entrepreneurship in the Creative Industries Sector for 2015*. Ministry of Education. Finsko, 2008. Dostupné [on-line] na: <http://www.kreanord.org/reports/development-strategy-entrepreneurship-creative-industries-sector-2015> [cit. 5. ledna 2015].

MK ČR: *Státní kulturní politika 2009–2014*. Praha, 2009. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/cz/kulturni-politika/statni-kulturni-politika-na-leta-2009-2014-4892/> [cit. 25. ledna 2015].

Myška, Matěj a kol.: *Veřejné licence v České republice*. Masarykova univerzita, Brno, 2012.

O'Connor, Justin: Economic Development, Enlightenment and Creative Transformation: Creative Industries in the New China. *Ekonomiaz* 78, 2011(3), s. 108–124.

OECD Forum 2014: *The Creative Economy*. Dostupné [on-line] na: <http://www.oecd.org/forum/programme/sessions/thecreativeeconomy/> [cit. 27. prosince 2014].

Pink, Daniel: *A whole new mind: Moving from the information age to the conceptual age*. Riverhead Books, New York, 2005.

RE: *In from the Margins, A contribution to the debate on culture and development in Europe. The European Task Force on Culture and Development*. Council of Europe Publishing, Štrasburk, 1997. Dostupné [on-line] na: https://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Resources/Publications/InFromTheMargins_EN.pdf [cit. 29. ledna 2015].

Regulation (eu) no. 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11. December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020) and repealing Decisions No. 1718/2006/EC, No 1855/2006/EC and No 1041/2009/

EC. Dostupné [on-line] na: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1295&from=CS> [cit. 20. listopadu 2014].

Romer, Paul: Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy* 98, 1990(5), s. 71–102.

Solow, Robert M.: A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics* 70, 1956(1), s. 65–94.

Stryjakiewicz, Tadeusz: Location factors of the creative and knowledge-intensive industries in European metropolitan regions. *Geographical Journal* 62, 2010(1), s. 3–19.

Toffler, Alvin: *Powershift: Knowledge, wealth and violence at the edge of the 21st century*. Bantam Books, New York, 1990.

Toffler, Alvin: *The third wave*. Bantam Books, New York, 1980.

UNCTAD: *Creative Economy Report*. United Nations, New York, 2010.

UNESCO: *Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů*. Dostupné [on-line] na: http://www.mkr.cz/assets/profesionalni-umeni/granty-a-dotace/Umluva_UNESCO_cj.pdf [cit. 9. ledna 2015].

Webster, Frank: *Theories of the Information Society*. Routledge, Cambridge, 2002.

Zákon č. 17/1992 Sb., o životním prostředí. Dostupné [on-line] na: <http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/d79c09c54250df0dc1256e8900296e32/5b17dd457274213ec12572f3002827de?OpenDocument> [cit. 20. června 2014].

Kvantitativní mapování kulturních a kreativních průmyslů v České republice

Pavel Bednář, Lukáš Danko

OBSAH

1. Úvod	55
2. Prostorová organizace KKP	57
3. Datové zdroje a vymezení oblastí a sektorů KKP	63
4. Metody zpracování dat	68
5. Výsledky mapování	69
Blok 1: Základní přehled kulturních a kreativních průmyslů	70
Blok 2: Hodnocení kulturních a kreativních průmyslů na základě vybraných charakteristik	74
Blok 3: Časová analýza doby vzniku subjektů kulturních a kreativních průmyslů	78
Blok 4: Základní přehled navazujících a podpůrných odvětví kulturních a kreativních průmyslů	79
6. Závěr	84
Zdroje	86

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Doba vzniku subjektů v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle typu podniku v ČR v roce 2014 79

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v kulturním sektoru 66

Tabulka 2: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v sektoru kulturních průmyslů 66

Tabulka 3: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v sektoru kreativních průmyslů 66

Tabulka 4: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v odvětví informačních a komunikačních technologií 67

Tabulka 5: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v odvětví řemesel a oděvního průmyslu 67

Tabulka 6: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v odvětví rekreačních činností, tisku a rozmnožování nahraných nosičů 67

Tabulka 7: Struktura subjektů v oblastech kreativních a kulturních průmyslů v ČR v roce 2014 71

Tabulka 8: Struktura subjektů v sektorech kreativních a kulturních průmyslů podle jejich oblastí v ČR v roce 2014 (v %) 72

Tabulka 9: Struktura zaměstnanosti v oblastech kreativních a kulturních průmyslů v ČR v roce 2014 73

Tabulka 10: Struktura zaměstnanosti v sektorech kreativních a kulturních průmyslů podle jejich oblastí v ČR v roce 2014 (v %) 73

Tabulka 11: Právní forma subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v ČR v roce 2014 (v %) 74

Tabulka 12: Kategorie velikosti subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v ČR v roce 2014 (v %) 75

Tabulka 13: Právní formy v kulturních a kreativních průmyslech podle kategorie velikosti subjektů v ČR v roce 2014 (v %)	75
Tabulka 14: Subjekty v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle kategorie velikosti v ČR v roce 2014 (v %)	76
Tabulka 15: Struktura zaměstnanosti v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle druhu vlastnictví v ČR v roce 2014 (v %)	77
Tabulka 16: Zaměstnanost v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle kategorie velikosti subjektů v ČR v roce 2014 (v %)	78
Tabulka 17: Struktura subjektů a zaměstnanosti v navazujících a podpůrných odvětvích kreativních a kulturních průmyslů v ČR v roce 2014	80
Tabulka 18: Struktura subjektů a zaměstnanosti v oblastech informačních a komunikačních činností v ČR v roce 2014	81
Tabulka 19: Struktura subjektů a zaměstnanosti v oblastech řemesel a oděvního průmyslu v ČR v roce 2014	82
Tabulka 20: Struktura subjektů a zaměstnanosti v oblastech rekreačních činností, tisku a rozmnožování nahraných nosičů v ČR v roce 2014	83

1. ÚVOD

Kvantitativní mapování kulturních a kreativních průmyslů (dále také jen KKP) představuje první krok k poznání strukturální, prostorové a časové analýzy tohoto odvětví. Její poznání tvoří důležitý krok na cestě k podrobnější analýze prostřednictvím kvalitativního mapování, které je však vzhledem ke své časové a finanční náročnosti záležitostí spíše na úrovni regionální či místní, tj. obcí. Kvantitativní mapování především umožňuje podat základní představu o povaze a roli kulturních a kreativních průmyslů na vymezeném území včetně souvislostí, které jsou následně předmětem zaměření veřejné podpory tohoto odvětví na národní nebo regionální úrovni. Tedy poskytuje pro veřejnou správu jak důkazy o svém významu, tak o dopadech veřejné podpory tohoto odvětví. Rovněž kvantitativní mapování nabízí širokou škálu metod, počínaje jednorozměrnými popisnými charakteristikami v podobě počtu a podílů až po pokročilé statistické metody.

V České republice již byly provedeny pokusy představit kvantitativní mapování kulturních a kreativních průmyslů. Za příklady jmenujme např. díla Rumpela et al.,¹ Bednáře a Grebeníčka² a Slacha³ či specializované studie pro vybraná města, viz např. Slach.⁴ Tito se ve svých pracích věnovali různému vymezení nejen KKP, ale i prostorové úrovni mapování (národní, krajská) včetně použitých metod. Proto zásadním úkolem při každém kvantitativním mapování KKP je především jejich vymezení. V současnosti neexistuje všeobecně uznávané vymezení tohoto odvětví, a proto je vždy na uvážení autora, jak si definuje nejen dílčí odvětví spojené s kreativitou, nýbrž i produkční řetězec v rámci KKP. Vymezení jednotlivých odvětví pro kvantitativní mapování bude vždy otázkou kompromisu v rámci diskuse odborné veřejnosti, na této úrovni se totiž stýkají zkušenosti, vědecké přístupy odborníků z oblasti kulturního managementu, ekonomie, geografie i etnografie a v neposlední řadě také odborníků z jednotlivých oblastí KKP.

1 Rumpel, Petr, Slach, Ondřej, Koutský, Jaroslav: Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian region. *E+M Ekonomie a Management* 8, 2010(4), s. 30–46.

2 Bednář, Pavel, Grebeníček, Pavel: Emerging creative cities: mapping regional capitals in the Czech Republic and Slovakia. In: Drahomíra Pavelková, Jiří Strouhal, Marie Paseková (eds.), *Advances in Economics, Risk Management, Political & Law Science*. Proceedings of the 1st WSEAS International Conference on Economics, Political and Law Science (EPLS 12). WSEAS Press, Zlín, 2012, s. 91–100, 178–183. Bednář, Pavel, Grebeníček, Pavel: Mapping Creative Industries in the Zlín Region. *Journal of Competitiveness* 4, 2012(1), s. 20–35.

3 Slach, Ondřej a kol.: Creative Industries in the Czech Republic: a Spatial Perspective. *E+M Ekonomie a Management* 16, 2013(4), s. 14–29.

4 Slach, Ondřej a kol.: *Koncepce rozvoje kultury statutárního města Ostravy vč. aktualizace akčního plánu*. Ostravská univerzita, Ostrava, 2014. Dostupné [on-line] na: http://www.ostrava.cz/cs/urad/magistrat/odborny-magistratu/odbor-kultury-a-zdravotnictvi/oblast-kultury/vymezeni-cinnosti/koncepce_kultury_smo_plna_verze.pdf [cit. 1. září 2014].

Proto je cílem této kapitoly navázat na předchozí práce výše uvedených autorů a v souladu s daným vymezením kulturních a kreativních průmyslů podat jejich strukturální a časové členění. Návazné přílohy 1 a 2 přinášejí především dosud nepodaný pohled na prostorovou koncentraci aktivit KKP podle „trojsektorového členění“ na regionální úrovni, tj. v rozdělení na kulturní sektor, kulturní průmysly a kreativní průmysly. Zásadní informaci též představuje náhled na časovou dimenzi doby působení subjektů, což následně povede k identifikaci stárnoucích, stagnujících a dynamických oblastí KKP. Tato kapitola však uvede i základní přehled podpůrných a navazujících odvětví KKP z pohledu jejich počtu a v příloze 3 i prostorového rozdělení dle krajů ČR. Výsledky analýzy tak směřují k identifikaci rozhodujících oblastí koncentrace KPP na krajské úrovni pro následné směřování podpory z prostředků EU a ČR k chytré specializaci (smart specialization) v rámci programového období let 2014–2020.

2. PROSTOROVÁ ORGANIZACE KKP

Autory této podkapitoly jsou Ondřej Slach a Igor Ivan z Vysoké školy báňské – Technické univerzity v Ostravě.

Mapování a další přístupy k analýze kulturních a kreativních průmyslů (dále jen KKP) lze realizovat na různých úrovních. Jak uvádějí Jeffcut a Pratt,⁵ většina výzkumů se zaměřuje na metaúroveň (význam KPP v rámci znalostní ekonomiky) a makroúroveň (komparace měst či států v kontextu KKP), nicméně mezoúroveň (úroveň měst) a především mikroúroveň (KKP uvnitř měst) byly prozatím zkoumány spíše omezeně.⁶ Jestliže města a jejich management chtějí reálně uvažovat o podpoře KKP na svých územích, je pro ně nezbytné získat informace nejen o odvětvové struktuře a zaměstnanosti KKP v rámci celého města, ale taktéž o tom, kde se firmy konkrétně vyskytují a kde existuje největší potenciál pro jejich cílenou institucionální podporu. Mapování KKP na mikroúrovni nabízí při dodržení systematického postupu požadovanou empirickou evidenci pro efektivní intervenci na poli KKP.

Ačkoli výzkum KKP v různých vědních oborech probíhá intenzivně již téměř dvě dekády, jasná a jednoznačná definice KKP není k dispozici.⁷ Nejčastěji aplikovaným přístupem k vymezení KKP je sektorový přístup, kam spadá i klasická definice od Department of Culture, Media and Sport (DCMS), která KKP vymezuje jako: „Aktivity, které mají původ v individuální kreativitě, schopnostech a talentu a mají potenciál pro tvorbu bohatství a tvorbu pracovních míst skrze generaci a využívání intelektuálního vlastnictví. Tyto aktivity se odehrávají v následujících sektorech: reklama, architektura, umění, design, móda, film, tisk, software a další...“⁸ Takto široce pojaté KKP logicky dle Scotta⁹ zahrnují:

- tradiční výrobní odvětví, jejichž výroba se orientuje na tvorbu hmatatelných produktů (oděvy, nábytek, šperky)
- odvětví transformující informace či myšlenky (symboly) do nehmátatelných finálních výstupů (marketing, reklama, divadlo)
- a taktéž produkty hybridní povahy (nahrávání hudby, vydavatelská činnost)

⁵ Jeffcut, Paul, Pratt, Andy C.: *Managing Creativity in the Cultural Industries. Creativity and Innovation in Management* 11, 2002(4), s. 225–233, zejm. s. 230–231.

⁶ Příklady prací na vnitroměstské úrovni např. Currid, Elizabeth, Williams, Sarah: *Two cities, five industries: Similarities and differences within and between cultural industries in New York and Los Angeles. Journal of Planning Education and Research* 29, 2010(3), s. 322–335. Hutton, Thomas A.: *Spatiality, built form, and creative industry development in the inner city. Environment and Planning A* 38, 2006, s. 1819–1841.

⁷ Viz např. Sternberg, Robert: *Learning from the Past? Why Creative Industries can hardly be created by Local/Regional Government Policies. Die Erde* 143, 2012(4), s. 293–315. Týž: *On culture, intelligence and education. Cornell University, Ithaca (NY)*, prosinec 2013.

⁸ DCMS: *Creative Industries Task Force Creative Industries: Mapping Document. Department of Culture, Media and Sport, Londýn, 1998, s. 10.*

⁹ Scott, Allen J.: *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries. Sage Publications – University of California, Los Angeles – Londýn, 2000.*

Opomenout nelze také skutečnost, že KKP zahrnují čistě tržně orientovaná odvětví na straně jedné a odvětví, zejména kulturní, která jsou financována převážně z veřejných zdrojů. Smyslem výše uvedené charakteristiky KKP bylo především poukázat na nezbytnost vnímat je jako soubor různorodých odvětví, která mají rozdílné prostorové preference, inovační režimy atd., což vyžaduje diferencovaný přístup např. v oblasti jejich regionální distribuce či případných praktických implikací. S vědomím vysoké různorodosti KKP se proto v textu soustředíme výlučně na odvětví zaměřená na tvorbu obsahu (*content origination*), jejichž hodnota je odvozena od duševních autorských práv.¹⁰ Tato odvětví mají společnou (symbolickou) znalostní základnu a z ní vyplývající blízkost prostorové organizace, ve které dominují urbánní prostory.¹¹

Obecně se KKP koncentrují převážně v urbánních prostorech, a mají tak svým způsobem převážně urbánní povahu (*urban nature*),¹² přičemž jejich koncentrace je nejvíce znatelná ve velkých městech, která jako „privilegovaná místa“¹³ nabízejí geograficky koncentrovanou kritickou kapitálovou, znalostní, institucionální a infrastrukturní masu. Vedle velikosti sehrává důležitou roli i ekonomická struktura velkých měst, neboť disponují diverzifikovanou ekonomickou strukturou, zatímco malá města jsou převážně specializovaná.¹⁴ Společně s odvětvovou diverzitou se do ekonomické výkonnosti promítá také diverzita ve smyslu velikosti firem, přičemž více diverzifikovaná velikostní struktura má pozitivní vliv, zatímco existence omezeného počtu velkých firem a nízkého počtu malých a středně velkých firem má spíše negativní dopady na městské ekonomiky.¹⁵

10 Pratt, Andy C.: Cultural Industries and Public Policy: An oxymoron? *International Journal of Cultural Policy* 11, 2005(1), s. 31–44.

11 Srov. Asheim, Geir Bjørn, Coenen, Lars, Vang, Jan: Faceto-face, buzz, and knowledge bases: sociospatial implications for learning, innovation, and innovation policy. *Environment and Planning C* 25, 2007(5), s. 655–670. Asheim, Geir Bjørn: *Justifying, Characterizing, and Indicating Sustainability*. Dordrecht (Nizozemsko), Springer, 2007. Dostupné [on-line] na: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4020-6200-1> [cit. 17. září 2014]. Vymezení všech odvětví KKP dle standardní klasifikace ekonomických činností pro účely této analýzy a mapování KKP v ČR je uvedeno níže.

12 Lazzeretti, Luciana, Boix, Rafael, Capone, Francesco: *Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain*. *Industry and Innovation* 15, 2008(5), s. 549–567. Departament d'Economia Aplicada, Universitat Autònoma, Barcelona, 2008. Dostupné [on-line] na: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=2567470> [cit. 17. září 2014].

13 Scott, Allen, Storper, Michael: Regions, Globalization, Development. *Regional Studies* 37, 2003(6–7), s. 579–593.

14 Duranton, Gilles, Puga, Diego: *Nursery Cities: Urban Diversity, Process Innovation and Life-Cycle Products*. Centre for Economic Policy Research, Londýn, 2000. *American Economic Review* 91, 2001(5), s. 1454–1477.

15 Chinitz, Benjamin: *Differential Regional Economic Growth and Changing Industrial Structure: Impact on and of Transportation*. Transportation Research Conference. Transportation Design Considerations. Washington, National Academy of Sciences–National Research Council, 1961, s. 107–116. Srov. Týž: *Contrasts in Agglomeration: New York and Pittsburgh*. Pittsburgh Regional Planning Association, Pittsburgh, 1961.

Pro lokalizaci a fungování KKP je pak příhodnější spíše diverzifikovaná (odvětvově, firemně) než specializovaná ekonomická struktura.¹⁶ Koncentraci do velkých měst v Evropě, zejména hlavních, dokumentuje řada empirických studií (*inter alia*).¹⁷ V České republice jsou prostorové vzorce relativně srovnatelné se státy západní Evropy, s tím rozdílem, že dominance Prahy jako hlavního města je výraznější, než je tomu v těchto státech.¹⁸

V rámci měst mají KKP tendence se koncentrovat do vysoce specializovaných prostorově omezených lokalit¹⁹ či moderněji vyjádřeno do klastrů.²⁰ Vysokou prostorovou koncentraci KKP lze vysvětlit těmito výhodami:²¹

16 Viz např. Stam, Erik, Jeroen, P. J. Jong de, Marlet, Gerard: *Creative Industries in the Netherlands: Structure, Development, Innovativeness and Effects on Urban Growth*. Geografiska Annaler: Series B. *Human Geography* 90, 2008(2), s. 119–132. Slach, O. a kol., *Creative Industries...*, *op. cit.*

17 De Propriis, Lisa a kol.: *The geography of creativity*. NESTA, Londýn, srpen 2009. Dostupné [on-line] na: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/Report%2027%20-%20Geography%20of%20Creativity%20v4.pdf> [cit. 15. dubna 2013]. Power, Dominic: *Cultural Industries in Sweden: An Assessment of their Place in the Swedish Economy*. *Economic Geography* 78, 2002(2), s. 103–127. Rehák, Stefan, Chovanec, Martin: *Exploring Spatial Patterns of Creative Industries with Firm Level Micro Geographic Data*. *Region Direct*, 2012(2), s. 10–35.

18 Bednář, P., Grebeníček, P., *Mapping Creative Industries...*, *op. cit.* Slach, O. a kol., *Creative Industries...*, *op. cit.*

19 Scott, Allen, Soja, Edward W.: *The City Los Angeles and Urban Theory at the End of the Twentieth Century*. University of California Press, Berkeley, 1996. Dostupné [on-line] na: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=6895> [cit. 17. září 2014].

20 Porter, Michael E.: *Clusters and the New Economics of Competition*. *Harvard Business Review*, 1998(11–12), s. 78.

21 Rumpel, P., Slach, O., Koutský, J., *op. cit.*, s. 32–33.

- Existence širokého trhu vysoce kvalifikovaných pracovních sil. Koncentrace firem na základě existence širokého trhu kvalifikovaných pracovních sil ve městech je obecně respektována.²² Prostorová koncentrace zefektivňuje také flexibilitu trhu práce a cirkulaci pracovních sil. Samotná cirkulace pracovníků mezi firmami v rámci časově omezených projektů (tzv. projektová ekologie) přispívá k přenosu informací a znalostí mezi firmami.²³ Taktéž nutnost přicházet s novými produkty a službami vede firmy k proměnám struktur pracovních týmů. Výstižně to shrnuje Grabher,²⁴ když uvádí, že v reklamě platí heslo „vždycky změň vítězný tým“, přičemž tento princip vyvěrá z „diskontinuální“ povahy tvorby znalostí, respektive inovací v reklamě. Ostatně vysoce kvalifikovaný trh práce je považován pro lokalizaci KKP za klíčový.²⁵
- Kreativní (kulturní) prostředí.²⁶ Prostředí je v tomto duchu tvořeno fyzickou, funkční a sociální strukturou. Ve smyslu fyzickém, tzn. budovy a jejich prostorová lokalizace mohou být i nositeli dobré či špatné pověsti (reputace). Také proto se KKO koncentrují v historických částech měst (vnitřních městech) s vysokou estetickou a symbolickou hodnotou.²⁷ Dalším důvodem je fakt, že invence a kreativita mohou být stimulovány urbánní strukturou,²⁸ a naopak image lokality se může stát součástí služby či produktu.²⁹ Velkou roli při získávání kontaktů a informací hrají také kavárny, kluby či veřejná prostranství (tzv. třetí prostory),³⁰ I proto se kulturní (kreativní) klastry vyznačují koncentrací této infrastruktury.³¹

²² Puga, Diego: The Magnitude and Causes of Agglomeration Economies. *Journal of Regional Science* 50, 2010(1), s. 203–219.

²³ Grabher, Gernot: The Project Ecology of Advertising: Tasks, Talents and Teams. *Regional Studies* 36, 2002(3), s. 245–262.

²⁴ Grabher, Gernot: Die Nachbarschaft, die Stadt und der Club: Wissensmilieus in Projektökologien. In Ulf Matthies (ed.), *Stadtregionen und Wissen: Analysen und Plädoyers für eine wissensbasierte Stadtpolitik*. VS Verlag, Wiesbaden 2004, s. 121, 279–292.

²⁵ Viz např. Pratt, Andy C.: Advertising and Creativity, a Governance Approach: a Case Study of Creative Agencies in London. *Environment and Planning A* 38, 2006(10), s. 1883–1899. Nachum, Lilach – Keeble, David: MNE Linkages and Localised Clusters: Foreign and Indigenous Firms in the Media Cluster of Central London. *Journal of International Management* 9, 2003(2), s. 171–192.

²⁶ Viz kupř. Florida, Richard: *The Rise of the Creative Class and how it's transforming work, leisure, community, & everyday life*. Basis Books, New York, 2002.

²⁷ Hutton, T. A., *op. cit.*

²⁸ Drake, Graham: This place gives me space': place and creativity in the creative industries, *Geoforum* 34, 2003(4), s. 511–524.

²⁹ Molotch, Harvey: Place in Product. *International Journal of Urban and Regional Research* 26, 2002(4), s. 665–688.

³⁰ Oldenburg, Ray: *The great good place: cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. Publishers Group West, Berkeley, 1999.

³¹ Mommaas, Hans: Cultural clusters and the post-industrial city: Towards the remapping of urban cultural policy. *Urban Studies* 41, 2004(3), s. 507–532.

- Přístup k informacím, který je nejsnazší v městských aglomeracích. Konkurence nutí firmy k neustálé obnově informací, přičemž tyto informace mohou získat prostřednictvím tzv. lokálního *buzz*.³² Participace na lokálním *buzz* přitom není spjata s žádnými zvláštními investicemi,³³ což je klíčové především pro nově vznikající firmy. Na nestabilním trhu KKO jsou klíčové informace, respektive snadný a rychlý přístup k nim. Glaeser³⁴ tvrdí, že urbánní hustota zrychluje míru mezilidské interakce, protože když se lidé učí skrze interakci, akumulace lidského kapitálu je pak vyšší. V případě učení na základě interakce je tento snadný přenos myšlenek a nápadů založen na sledování nebo poslechu, přičemž „je zřejmé, že schopnost vidět nebo slyšet se snižuje výrazně s narůstající prostorovou vzdáleností“.³⁵ Mimoto firmy lokalizované v klastrech (často působí jako tzv. *gatekeepers*) mají i lepší přístup k informacím z vnějšího prostředí.³⁶
- Blízkost zákazníků. Firmy v KKO se specializují převážně na jednorázové produkty, jejichž finální podoba často vzniká v úzké interakci s klienty. Větší okruh zákazníků zvyšuje pravděpodobnost získání zakázky a redukuje rizika firem. Ve městech se nacházejí sídla velkých firem a dalších potenciálních odběratelů. Město tak nabízí větší odbytový trh.
- Blízkost dodavatelů. Produkty vytvářené KKO vznikají v rámci projektů a v krátkém čase. Proto je nezbytná vysoká flexibilita při vzájemné spolupráci, která je zvyšována prostorovou koncentrací (blízkostí). Předem nejasná podoba finálního výstupu, jeho vysoká rizikovitost navíc nutí firmy mít k dispozici širokou paletu dodavatelů. Firmy se však nemusejí shlukovat pouze na základě spolupráce, ale také na základě rivality a konkurence.³⁷ Mimoto vytváří koncentrace tlak na specializaci, ze které mohou těžit všechny firmy a jedinci v daném sektoru.³⁸

Uvedené urbanizační efekty zdůrazňují význam interakce a učení v důsledku prostorové koncentrace. Právem bývá kritizováno upozadění klasických faktorů, jako je např. dopravní dostupnost či ekonomické efekty plynoucí z prostorové blízkosti v podobě koordinace.³⁹ Samozřejmě nelze opomenout ani klasické lokalizační faktory, jako jsou ceny nájmu či stav a kvalita (cena) technické a sociální infrastruktury.

32 Bathelt, Harald, Malmberg, Anders, Maskell, Peter: Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography* 28, 2004(1), s. 31–56.

33 *Tamtéž*.

34 Glaeser, Edward: Learning in CiFes. *Journal of Urban Economics* 46, 1997(2), s. 254–277.

35 Glaeser, Edward, Henderson, Vernon, Inman, Robert P.: *The Future of Urban Research: Nonmarket Interactions* [with Comments]. Brookings-Wharton papers on urban affairs, 2000, s. 101–149.

36 Nachum, L., Keeble, D., *op. cit.*

37 Malmberg, Anders, Maskell, Peter: The elusive concept of localization economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering. *Environment and Planning A* 34, 2002(3), s. 429–449.

38 Puga, D., *op. cit.*

39 Branzanti, Caterina: Creative Clusters and District Economies: Towards a Taxonomy to Interpret the Phenomenon. *European Planning Studies*, 2014(2), s. 1–18.

Výše uváděné faktory mají vliv na prostorovou koncentraci KKP. Simultánně s procesem koncentrace však působí také faktory, které vedou k prostorové dekoncentraci KKP. Mezi typické faktory dekoncentrace patří nárůst aglomeračních nevýhod (*diseconomies of agglomeration*) v podobě vysokých cen nájmu, zhoršené dostupnosti či vysoké mzdy.⁴⁰ Výzkum realizovaný autory Keeblem a Nachumovou⁴¹ ukázal, že pro lokalizaci aktivit firem mimo Londýn (decentralizace) má velký význam rodiště zakladatele firmy, environmentální kvalita či kvalita života jako celku. K dekoncentraci přispívá také skutečnost, že podniky (zejména ty větší) se snaží lokalizovat mimo ostatní firmy, aby zabránily imitaci a kopírování svých produktů a služeb.⁴²

⁴⁰ Turok, Ivan, Mykhnenko, Vlad: The Trajectories of European Cities, 1960–2005. *Cities: The International Journal of Urban Policy and Planning* 24, 2007(3), s. 165–182.

⁴¹ Nachum, L., Keeble, D., *op. cit.*

⁴² Viz např. Oerlemans, Leon, Meeus, Marius, Boekema, Frans: Firm clustering and innovation: Determinants and effects. *Papers Regional Science* 80, 2001(3), s. 337–356.

3. DATOVÉ ZDROJE A VYMEZENÍ OBLASTÍ A SEKTORŮ KKP

Východiskem datové základny při většině kvantitativních mapování kulturních a kreativních průmyslů jsou sekundární databáze založené na veřejných zdrojích dat poskytovaných orgány veřejné správy odpovědnými za vedení registru právních subjektů vyvíjejících jakoukoli hospodářskou činnost na území daného státu. V případě ČR tvoří základní bázi dat Registr ekonomických subjektů spravovaný Českým statistickým úřadem (ČSÚ). Avšak souhrnné údaje o ekonomicky aktivních subjektech v ČR ze všech veřejně přístupných databází jsou dosažitelné prostřednictvím internetového portálu ARES spravovaného Ministerstvem financí ČR. Ten sdružuje především data z Ministerstva financí ČR (Centrální evidence dotací z rozpočtu), Ministerstva průmyslu ČR (živnostenský rejstřík), Ministerstva spravedlnosti ČR (obchodní rejstřík) a ČSÚ (již výše zmíněný Registr ekonomických subjektů). Dále jsou k dispozici i databáze ekonomických subjektů dostupných v podobě komerčních produktů, sdružujících výše uvedené datové platformy do jedné, navíc doplněné i o vlastní šetření. Proto informační základnu pro účely této kapitoly tvořily údaje z databáze Bisnode,⁴³ nabízející ucelený přehled o komerčních, neziskových a veřejných subjektech z veřejně dostupných zdrojů, tj. Českého statistického úřadu a Ministerstva financí České republiky. Z pohledu regionálního členění je však důležité upozornit na přiřazení všech údajů o subjektech KKP k jejich sídlu, jelikož databáze Bisnode⁴⁴ nenabízí ekonomické ukazatele o pobočkách jednotlivých subjektů podobně jako Registr ekonomických subjektů. Ten nabízí pouze adresy poboček, které jsou veřejně dostupné prostřednictvím databáze ARES. Zjištění údajů o těchto pobočkách by vyžadovalo vlastní průzkum každého subjektu jednotlivě, což je nejen časově náročné, ale navíc by se mohlo setkat i s neochotou subjektů, především komerčních, takovému údaje poskytnout. Právě vztah údajů k jejich sídlům je jedním z důvodů, proč je nutno chápat výsledky kvantitativního mapování z pohledu zaměstnanosti za indikativní.

Při zpracování výsledné databáze byly vyloučeny ty subjekty, u nichž nebyla nalezena ani kategorie obratu a ani kategorizovaný počet zaměstnanců. Takové subjekty byly považovány za neaktivní, tedy nevyvíjející žádnou ekonomickou aktivitu v posledních dvou letech. Rovněž byly vyloučeny všechny subjekty označené poznámkou „v likvidaci“. Operacionalizace proměnných z databáze Bisnode⁴⁵ byla pro účely kvantitativního mapování provedena dle níže uvedených položek:

⁴³ *Databáze firem a institucí Albertina CZ* [DVD]. Bisnode Česká republika, Praha, 2014.

⁴⁴ *Tamtéž.*

⁴⁵ *Tamtéž.*

1. **Výběr subjektu dle převažující činnosti** (tj. činnosti podílející se nadpoloviční většinou na obratu firmy, resp. činnosti v případě neziskových či veřejných subjektů) v rámci podskupin odvětvové klasifikace ekonomických činností CZ-NACE. Na tomto základě byly s využitím Výsledků účtu kultury ČR za rok 2012⁴⁶ vyčleněny tři sektory KKP, a to kulturní sektor, kulturní průmysl a kreativní průmysl. Stejně tak byly v jejich rámci vymezeny jednotlivé oblasti KKP, jejichž přehled podávají tabulky 1–3, kdy při jejich vymezení byl respektován počet subjektů v jednotlivých podskupinách CZ-NACE a jejich vydělení v rámci Výsledků účtu kultury ČR za rok 2012. Z analýzy byla vyloučena řemesla, u kterých – ač proběhl proces jejich výběru podle podskupin CZ-NACE – byl v rámci Výsledků účtu kultury ČR za rok 2012 vymezen za celé oddíly CZ-NACE, kdy není možné kvalifikovaně určit z této a ani z jiné databáze charakter výroby příslušného podniku, tj. zda se jednalo o provozování tradičních řemesel s rukodělnou výrobou, či standardizovanou produkci na zakázku bez vlastního kreativního vkladu a inovací.

Následně byly, na základě konzultace mezi řešiteli projektu, **vymezeny tři skupiny navazujících a podpůrných odvětví KKP**, a to 1. informační a komunikační technologie, 2. řemesla a oděvní průmysl, 3. rekreační činnosti, tisk a rozmnožování nahaných nosičů. Přehled jednotlivých oblastí a jejich příslušných podskupin CZ-NACE v rámci těchto tří navazujících a podpůrných odvětví podávají tabulky 4–6.

2. **Počet zaměstnanců** byl určen prostřednictvím aritmetického středu kategorizovaného počtu zaměstnanců, kdy platí vztah $x_s = (h_{\max} + h_{\min})/2$, kde x_s je označení aritmetického středu, h_{\max} představuje horní hranici intervalu a h_{\min} dolní hranici intervalu. Tento vztah pak nebyl uplatněn v případě subjektů fyzických právnických osob, považovaných za OSVČ, a dalších subjektů bez zaměstnanců.

3. **Velikost subjektu** dle kategorie počtu jeho zaměstnanců – pro účely naplnění cílů kapitoly byla použita klasifikace EU, stanovující kritéria vymezení mikropodniků, malých a středních podniků, a to podle ustanovení EU 2003⁴⁷. Vzhledem k nemožnosti zajistit informace ohledně výše obratu u jednotlivých subjektů byla využita pouze klasifikace na základě kategorizovaného počtu zaměstnanců. Takto bylo vymezeno následující členění velikosti subjektů na:

- a) podniky bez zaměstnanců, tj. OSVČ
- b) mikropodniky do 10 zaměstnanců
- c) malé podniky od 10 do 49 zaměstnanců

⁴⁶ ČSÚ, NIPOS: *Výsledky účtu kultury ČR za rok 2012*. Praha, 2014. Dostupné [on-line] na: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2010/01/Vysledky_uctu_kultury_CR_za_rok_2012.pdf [cit. 17. září 2014], s. 24.

⁴⁷ Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises: notified under document number C (2003/1422/1). *Official Journal of the European Union* 46, 2003(5), s. 36–41.

d) střední podniky od 50 do 249 zaměstnanců
e) velké podniky s více než 250 zaměstnanci včetně
Pro účely hodnocení doby působení subjektů KKP na trhu byly výše uvedené klasifikace zúženy na následující dvě kategorie:

- a) podniky bez zaměstnanců, tj. OSVČ
- b) podniky se zaměstnanci

4. **Registrované sídlo** subjektu v rozlišení na obec a kraj, tedy administrativní úroveň NUTS 3 a LAU 2.

5. **Právní forma** subjektů v rozdělení na veřejné, neziskové a soukromé subjekty. Za veřejné subjekty byly považovány ty, které byly v databázi Bisnode 2014 označeny jako „*Příspěvková organizace*“, „*Organizační složka státu*“, za neziskové byly ustanoveny ty subjekty, které byly vedeny jako „*Nadace*“ či „*Obecně prospěšná společnost*“, popř. „*Sdružení*“, za soukromé ty, které sdílely atribut podnikatelského subjektu včetně družstev a akciových společností.

6. **Druh vlastnictví** subjektů v rozdělení na domácí a zahraniční, kdy kategorie „*Mezinárodní (domácí + zahraniční)*“ vlastnictví byla považována za zahraniční vzhledem k účasti zahraničního kapitálu.

7. **Datum vzniku** subjektu, stanovené dnem zápisu subjektu do obchodního rejstříku či udělení živnosti v živnostenském rejstříku, rok registrace subjektu, kdy subjekty vzniklé před rokem 1989 byly zařazeny k datu 1. ledna 1990, a to z důvodu zamezení vlivu odlehklých hodnot na čitelnost příslušného krabicového grafu a prováděných statistických analýz.

A) Přehled převažujících podskupin CZ-NACE v oblastech kreativních a kulturních průmyslů

Tabulka 1: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v kulturním sektoru

Oblast	Převažující podskupina CZ-NACE
Fotografické činnosti	74.20
Kulturní dědictví	47.78, 47.79, 91.03, 91.02, 91.01
Scénická umění	90.01, 90.02, 90.04
Umělecká tvorba	90.03
Umělecké vzdělávání	85.52

Zdroj: NIPOS a ČSÚ (2014) a vlastní zpracování

Tabulka 2: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v sektoru kulturních průmyslů

Oblast	Převažující podskupina CZ-NACE
Film, televize a rozhlas	47.63, 59.11, 59.12, 59.13, 59.14, 60.10, 60.20, 77.22
Hudba	47.63, 59.20
Překladatelské a tlumočnické činnosti	74.30
Vydavatelské činnosti	47.61, 47.62, 58.11, 58.12, 58.13, 58.14, 58.21, 63.91

Zdroj: NIPOS a ČSÚ (2014) a vlastní zpracování

Tabulka 3: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v sektoru kreativních průmyslů

Oblast	Převažující podskupina CZ-NACE
Architektura	71.11
Design	73.11
Reklama	74.10

Zdroj: NIPOS a ČSÚ (2014) a vlastní zpracování

B) Přehled převažujících podskupin CZ-NACE v oblastech navazujících a podpurných odvětví kreativních a kulturních průmyslů

Tabulka 4: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v odvětví informačních a komunikačních technologií

Oblast	Převažující podskupina CZ-NACE
Software a další činnosti v IT	58.21, 58.29, 62.01, 62.00, 62.02, 62.03, 62.09
Webové portály a další informační činnosti	63.11, 63.12, 63.99

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 5: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v odvětví řemesel a oděvního průmyslu

Oblast	Převažující podskupina CZ-NACE
Výroba oděvů	14.11, 14.12, 14.13, 14.14, 14.19, 14.20, 14.31, 14.39
Výroba obuvi a kožedělných výrobků	15.11, 15.12, 15.20, 15.20.1, 15.20.9
Výroba ostatních užitných předmětů	16.29, 17.24
Výroba skla	23.13, 23.19
Výroba keramiky	23.31, 23.41
Výroba nábytku	31.01, 31.02, 31.09
Výroba klenotů a bižuterie	32.11, 32.12, 32.13
Výroba hudebních nástrojů	32.20
Výroba her a hraček	32.40
Ostatní zpracovatelský průmysl	32.99

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 6: Přehled převažujících podskupin CZ-NACE podle oblastí v odvětví rekreačních činností, tisku a rozmnožování nahaných nosičů

Oblast	Převažující podskupina CZ-NACE
Zábavní a poznávací parky	91.04, 91.21
Ostatní zábavní a rekreační činnosti	93.29
Tisk a související činnosti	18.11, 18.12, 18.13, 18.14, 58.12, 58.19
Rozmnožování nahaných nosičů	18.20
Zastupování médií při prodeji reklamy	73.12

Zdroj: vlastní zpracování

4. METODY ZPRACOVÁNÍ DAT

Rozhodující částí pro provedení kvantitativního mapování kulturních a kreativních průmyslů a jejich navazujících a podpůrných odvětví je stanovení statistických metod zpracování dat a jejich prezentace. Pro účely této kapitoly včetně příloh 1–3 byly využity obě základní možnosti prezentace dat, a to v podobě číselné, vložené buď do těla kapitoly, nebo v tabulkách četností či kontingenčních tabulek. Hodnoty počtu subjektů dle příslušného hodnocení byly buďto jako absolutní, nebo relativní četnosti, kdy v kontingenčních tabulkách bylo využito relativních četností řádkových i sloupcových podle povahy zkoumaného jevu a s přihlédnutím k obecné formě tvorby tabulek, tj. orientace nezávislé a závislé proměnné, popř. počtu kategorií daného jevu.

Z pohledu statistických metod byla v rámci kontingenčních tabulek hodnocena míra asociace mezi řádky a sloupci, a to prostřednictvím chí-kvadrát testu na 5% hladině významnosti, tj. $p < 0,05$. Pro hodnocení rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v čase, tj. mezi lety 1990–2013, v rozlišení na subjekty bez zaměstnanců a se zaměstnanci bylo užito grafického znázornění pomocí krabicového grafu. Početně pak byly tyto rozdíly mezi výše jmenovanými kategoriemi velikosti subjektů v rámci jednotlivých oblastí KKP analyzovány pomocí Mann-Whitneyho neparametrického testu na 5% hladině významnosti ($p < 0,05$). Tento test byl vybrán zejména z důvodu rozložení hodnot neodpovídajících normálnímu rozdělení i přes využití dostupných metod jejich normalizace, jelikož některé oblasti KKP vykázaly multinominální rozložení dat. Hodnocení normality dat bylo provedeno za využití Kolmogorova-Smirnovova testu na 5% hladině významnosti ($p < 0,05$).

V případě analýzy vybraných měst nad 48 tisíc obyvatel v příloze 2, zahrnujících všechna krajská města ČR pro hodnocení vztahu mezi počtem obyvatel a počtem subjektů podle jednotlivých sektorů KKP, bylo užito mnohodoménového škálování pomocí metody ALSCAL. Ta umožňuje převést rozsáhlé kontingenční tabulky do grafické podoby, kdy v grafu je zobrazena vzájemná poloha jednotlivých objektů (v našem případě měst) a osy grafu dovolují odhalit proměnné (v našem případě sektory KKP), které nejvíce přispívají k jejich rozložení. Za vstupní proměnné pro analýzu v rámci mnohodoménového škálování byla užita regresní rezidua získaná prostřednictvím lineární regrese metodou nejmenších čtverců, kdy za nezávislou proměnnou byl stanoven počet obyvatel jednotlivých měst a za závislé proměnné postupně jednotlivé sektory KKP.

5. VÝSLEDKY MAPOVÁNÍ

Na základě výše popsaných metod analýzy dat byly zjištěné výsledky mapování kulturních a kreativních průmyslů a jejich navazujících a podpůrných odvětví popsány v rozdělení do následujících bloků:

1. Základní přehled počtu subjektů a zaměstnanců a jejich podílů podle oblastí a sektorů kulturních a kreativních průmyslů v první a druhé úrovni třídění dat.
2. Hodnocení kulturních a kreativních průmyslů na základě vybraných charakteristik ve druhé úrovni třídění dat.
3. Časová analýza oblastí kulturních a kreativních průmyslů podle doby vzniku subjektů.
4. Základní přehled počtu subjektů a zaměstnanců a jejich podílů podle oblastí v navazujících a podpůrných odvětvích kulturních a kreativních průmyslů v první úrovni třídění dat.

Hodnocení prostorového rozložení kulturních a kreativních průmyslů a jejich navazujících a podpůrných odvětví bylo zpracováno v přílohách 1–3, kdy jednotlivá témata byla rozčleněna takto:

1. Příloha 1: Prostorová analýza oblastí a sektorů kulturních a kreativních průmyslů na úrovni krajů ČR
2. Příloha 2: Hodnocení vztahu počtu subjektů kulturních a kreativních průmyslů a počtu obyvatel ve vybraných městech ČR
3. Příloha 3: Prostorová analýza navazujících a podpůrných odvětví kulturních a kreativních průmyslů na úrovni krajů ČR

Dále bylo při mapování kreativních a kulturních průmyslů a jejich navazujících a podpůrných odvětví pomocí jednorozměrných statistických metod v blocích 1, 2 a 4 a u příloh 1 a 3 přistoupeno k rozdělení výsledků na dvě části. První část se věnuje rozboru subjektů, zatímco druhá část analýze podle zaměstnanosti.

Blok 1: Základní přehled kulturních a kreativních průmyslů

Tato část výsledků mapování je zaměřena na představení počtu a podílu subjektů a zaměstnanosti v rozlišení na sektory a oblasti KKP. Přináší tak základní představu o struktuře tohoto odvětví dle trojsektorové tabulky Satelitního účtu kultury 2012.⁴⁸ Na základě výše uvedeného vymezení bylo v ČR pomocí databáze Bisnode z roku 2014⁴⁹ zjištěno 51 929 subjektů kulturních a kreativních průmyslů. Z této hodnoty tvořily subjekty v kulturním sektoru 21,9 % (11 395 jednotek), v kulturních průmyslech 63,5 % (32 999 jednotek) a v kreativních průmyslech 14,5 % (7535 jednotek). Jak ukazuje tabulka 7, nejvyšších podílů dosahují překladatelské a tlumočnické činnosti především vzhledem ke snadnému vstupu do odvětví, neustávajícím tlakem na znalost cizích jazyků po roce 1989 i možností vykonávat tuto činnost na vedlejší pracovní poměr. Na opačném konci stojí oblasti vyžadující značnou míru talentu jednotlivých aktérů a s omezeným trhem z hlediska počtu zakázek vzhledem k ceně a pomalejší obměně produktů těchto oblastí, tj. design a umělecká tvorba. Další oblasti s nízkým počtem subjektů jsou značně závislé na veřejné podpoře a též vykazují koncentraci do několika velkých podniků – ať již veřejných, nebo soukromých (umělecké vzdělávání, kulturní dědictví nebo film, televize a rozhlas).

Tabulka 8 představuje strukturu subjektů ve vztahu mezi sektory a oblastmi KKP. Odráží sice výsledky z předchozí tabulky, avšak podává jejich přehled v rozdělení mezi sektory KKP. V rámci kulturního sektoru převažují fotografické činnosti, a to díky možnosti rychlého vstupu do odvětví nejen vzhledem k tradici, ale i díky rozvoji informačních technologií a zakázek nejen ze strany komerčních subjektů, ale i veřejnosti. Podíl scénických umění je především svázán s počtem divadel, amatérských souborů a širokým vymezením činností v rámci této oblasti. V případě kulturních průmyslů bylo vysvětlení vysokého podílu překladatelských a tlumočnických činností podáno u tabulky 7. Vysoký podíl vydavatelských činností je spojen s rozvojem informačních technologií, které umožňují mnohem rychlejší zpracování tiskovin, kdy rukopisy jsou dodávány v elektronické, a nikoli fyzické podobě. Tento důvod je však nedílně spjat i s dalšími změnami, a to jak spontánními, z pohledu rostoucích požadavků trhu na vydávání komerčních tiskovin, tak systémovými, které přinesly, oproti stavu v letech 1948–1989, svobodu v publikování knih a časopisů i uvolnění regulace a kontroly využití tiskařských zařízení.

⁴⁸ NIPOS: *Satelitní účet kultury 2012*. Dostupné [on-line] na: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=424> [cit. 17. září 2014].

⁴⁹ *Databáze firem a institucí, op. cit.*

Tabulka 7: Struktura subjektů v oblastech kreativních a kulturních průmyslů v ČR v roce 2014

	Počet	Podíl v %
Překladačské a tlumočnické činnosti	19 730	38,0
Vydavatelské činnosti	8660	16,7
Reklama	4406	8,5
Fotografické činnosti	4281	8,2
Scénická umění	3166	6,1
Hudba	2597	5,0
Architektura	2062	4,0
Film, televize a rozhlas	2011	3,9
Kulturní dědictví	1889	3,6
Umělecké vzdělávání	1256	2,4
Design	1067	2,1
Umělecká tvorba	804	1,5
Celkem	51 929	100,0

Zdroj: *Bisnode (2014) a vlastní zpracování*

Ze sektoru kreativních průmyslů dominuje reklama především v souvislosti s rozvojem soukromého podnikání po roce 1989 a s přirozenou potřebou komerčních – a v poslední době i veřejných či neziskových – subjektů propagovat svou činnost. Architektura je svázána i přes pokrok v informačních technologiích s vysokými odbornými i časovými nároky nejen na vlastní činnost, ale na pořízení specializovaných počítačových programů (systémy CAD – *computer-aided drafting*). Navíc toto odvětví je silně podmíněno daným stavem hospodářství, tedy především ochotou investorů a zákazníků investovat do nemovitostí. Design je postupně se rozvíjející odvětví,⁵⁰ které je však vysoce konkurenční vzhledem ke komerčnímu sektoru jakožto primárnímu odběrateli jeho produkce, důrazu na jedinečnost v každém projektu a složitost vyjednávání mezi zákazníkem a dodavatelem, kdy se protínají nejen nároky finanční, ale především estetické, ergonomické a funkční.

Na základě přepočtení kategorizovaných hodnot počtu zaměstnanců pomocí aritmetického středu bylo na základě použitého vymezení KKP zjištěno 162 342 zaměstnanců, kdy kulturní sektor a sektor kulturních průmyslů dosahuje přibližně stejného podílu 41,0 %, respektive 42 %, což činí v prvním případě 66 641, ve druhém pak 68 263 zaměstnanců. Na posledním místě se nachází kreativní průmysly s podílem 16,9 %, tedy 27 438 zaměstnanců. Oproti struktuře dle počtu subjektů se zvýšil podíl v oblasti kulturního sektoru. Při posouzení tabulky 6 došlo oproti tabulce 5 k několika zásadním změnám. Především se projevila struktura jednotlivých oblastí KKP ve vztahu k velikosti jednotlivých subjektů, kdy vydavatelské činnosti a kulturní dědictví jsou tvořeny i velkými a středně velkými podniky. Naopak počet zaměstnanců

50 Vinšová, Jana a kol.: *Proč design? PROTEBE live – CZECHDESIGN.CZ*, Praha, 2013.

v překladatelských a tlumočnických činnostech zůstal víceméně zachován. Jak bude tedy dále uvedeno v tabulce 16, v tomto případě se jedná o oblast KKP s výraznou převahou osob samostatně výdělečně činných (OSVČ) a mikropodniků do deseti zaměstnanců. V neposlední řadě byl zaznamenán nárůst u uměleckého vzdělávání, které je tvořeno především institucionalizovanou výukou v podobě veřejných i soukromých škol. Obdobně jako v případě překladatelských a tlumočnických činností jsou i oblasti KKP na posledních čtyřech místech v tabulce 9 tvořeny převážně OSVČ.

Tabulka 8: Struktura subjektů v sektorech kreativních a kulturních průmyslů podle jejich oblastí v ČR v roce 2014 (v %)

	Sektor			Celkem
	Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly	
Architektura			27,4	4,0
Design			14,2	2,1
Film, televize a rozhlas		6,1		3,9
Fotografické činnosti	37,6			8,2
Hudba		7,9		5,0
Kulturní dědictví	16,6			3,6
Překladatelské a tlumočnické činnosti		59,8		38,0
Reklama			58,5	8,5
Scénická umění	27,8			6,1
Umělecká tvorba	7,1			1,5
Umělecké vzdělávání	11,0			2,4
Vydavatelské činnosti		26,2		16,7
Celkem	100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

V pohledu struktury zaměstnanosti v jednotlivých sektorech KKP podle jejich oblastí byly opět zjištěny rozdíly ve vztahu ke struktuře podle počtu subjektů. Tyto zásadní odlišnosti nalézáme při srovnání tabulek 8 a 10. V oblasti kulturního sektoru byl určen výrazně vyšší význam kulturního dědictví z pohledu zaměstnanosti (tvoří 42,7 % zaměstnanosti kulturního sektoru), oproti podílu na počtu subjektů v tomto sektoru (16,6 %). Rovněž tak byl shledán vyšší podíl uměleckého vzdělávání na zaměstnanosti (27,2 % pracovníků v kulturním sektoru) oproti podílu na počtu subjektů (11,0 %). Opačné výsledky byly rozpoznány v případě fotografických činností, kdy počet subjektů v této oblasti tvořil 37,6% podíl na všech subjektech kulturního sektoru, zatímco v případě zaměstnanosti dosáhla tato oblast pouze 8,7% podílu. V případě kulturních průmyslů vykázaly ve srovnání s počtem subjektů nižší podíl z hlediska zaměstnanosti překladatelské a tlumočnické činnosti (32,5 oproti 59,8 %). Naopak protikladný stav, tedy zvýšení podílu, byl zjištěn v oblasti filmu, rozhlasu a televize (19 oproti 6,1 %), a to díky dvěma klíčovými veřejnoprávními zaměstnavateli v tomto odvětví, tedy České televizi a Českému rozhlasu, i dvěma soukromými televizními stanicím.

Tabulka 9: Struktura zaměstnanosti v oblastech kreativních a kulturních průmyslů v ČR v roce 2014

	Počet	Podíl (v %)
Vydavatelské činnosti	29 062	17,9
Kulturní dědictví	28 428	17,5
Překladačské a tlumočnické činnosti	22 157	13,6
Umělecké vzdělávání	18 116	11,2
Architektura	13 383	8,2
Scénická umění	13 062	8,0
Film, televize a rozhlas	12 969	8,0
Reklama	12 457	7,7
Fotografické činnosti	5817	3,6
Hudba	4067	2,5
Design	1598	1,0
Umělecká tvorba	1226	0,8
Celkem	162 342	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

V oblasti kreativních průmyslů bylo odhaleno především vyrovnání podílů na zaměstnanosti v oblasti architektury a reklamy (48,8, resp. 45,4 %), zatímco jejich podíly na základě počtu subjektů dosahovaly hodnot 27,4, resp. 58,5 %.

Tabulka 10: Struktura zaměstnanosti v sektorech kreativních a kulturních průmyslů podle jejich oblastí v ČR v roce 2014 (v %)

	Sektor			Celkem
	Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly	
Architektura			48,8	8,2
Design			5,8	1,0
Film, televize a rozhlas		19,0		8,0
Fotografické činnosti	8,7			3,6
Hudba		6,0		2,5
Kulturní dědictví	42,7			17,5
Překladačské a tlumočnické činnosti		32,5		13,6
Reklama			45,4	7,7
Scénická umění	19,6			8,0
Umělecká tvorba	1,8			0,8
Umělecké vzdělávání	27,2			11,2
Vydavatelské činnosti		42,5		17,9
Celkem	100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Blok 2: Hodnocení kulturních a kreativních průmyslů na základě vybraných charakteristik

Druhý blok výsledků mapování kulturních a kreativních průmyslů se zaměřuje na vybrané charakteristiky orientované na právní formu, druh vlastnictví a především na hodnocení velikostní struktury subjektů jak podle jejich počtu, tak podle zaměstnanosti ve vztahu k vymezení velikosti podniků v EU. Výše uvedené charakteristiky budou převážně vztaženy k sektorům a oddílům KKP za účelem poznání jejich odvětvové struktury.

První část analýzy ve druhém bloku poukazuje prostřednictvím tabulky 11 na právní formu subjektů KKP. Soukromé subjekty tvoří dominantní podíl s hodnotou 96,7 %. Tato skutečnost potvrzuje nejen rozhodující roli soukromých subjektů v KKP, ale také především to, že v případě kulturních a kreativních průmyslů hrají dominantní roli, a tedy jejich existence je příspěvkem k hospodářství České republiky. Neziskové a veřejné subjekty se výrazněji uplatňují pouze v případě kulturního sektoru, a to především z důvodu jejich orientace na kulturní dědictví a umělecké vzdělávání, kde jsou tyto právní formy výrazněji zastoupeny vzhledem k povaze jejich činnosti a explicitně vyřčené odpovědnosti státu za jejich ochranu, resp. rozvoj.

Tabulka 11: Právní forma subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v ČR v roce 2014 (v %)

		Sektor			Celkem
		Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly	
Právní forma	Neziskové	6,8	0,1	0,0	1,6
	Soukromé	85,4	99,8	99,9	96,7
	Veřejné	7,8	0,1	0,0	1,8
Celkem		100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: *Bisnode (2014) a vlastní zpracování*

Další částí je vyhodnocení subjektů KKP podle jejich velikostních kategorií. Na základě tabulky 12 docházíme k jednoznačnému závěru o převaze OSVČ ve všech sektorech, kdy tento výsledek je obecně platný i pro mapování v ostatních zemích OECD. Na druhém místě se nachází mikropodniky a pouze v kulturním sektoru nalzáme významnější podíl malých podniků. Pokud shrneme výše dosažené výsledky, pak lze v KKP ve vztahu k velikosti subjektů uplatnit pravidlo „*málo velkých jednotek a mnoho malých jednotek*“. Na tomto základě lze uplatnit závěr o splnění podmínky z hlediska velikosti téměř všech subjektů KKP k veřejné podpoře ze strany EU ve vztahu k vymezení malých a středních podniků.

Tabulka 12: Kategorie velikosti subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v ČR v roce 2014 (v %)

		Sektor			Celkem
		Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly	
Kategorie podniku	OSVČ	77,9	86,7	77,4	83,4
	mikropodniky	10,1	12,2	17,3	12,5
	malé podniky	10,3	0,9	4,5	3,5
	střední podniky	1,6	0,1	0,8	0,5
	velké podniky	0,1	0,1	0,1	0,1
Celkem		100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Následná analýza vztahu právní formy a kategorie velikosti subjektů KKP v tabulce 13 prokazuje rozdíly v jejich zastoupení. U neziskového a veřejného sektoru převažují malé subjekty, kdy v obou případech dosahují přibližně dvou třetin podílů (66,1, resp. 63,6 %). Zásadní rozdíly mezi těmito dvěma právními formami představují kategorie středních a mikropodniků, kdy v případě neziskových organizací převažují mikros subjekty, zatímco u veřejného sektoru je situace vyrovnanější s mírnou převahou středních podniků, což odpovídá i jejich převažující oblasti KKP – kulturnímu sektoru s knihovnami, muzei a historickými památkami, které jsou mnohem náročnější na provoz i ve vztahu k velikosti jejich prostor či počtu poboček.

Tabulka 13: Právní formy v kulturních a kreativních průmyslech podle kategorie velikosti subjektů v ČR v roce 2014 (v %)

		Právní forma			Celkem
		neziskové	soukromé	veřejné	
Kategorie podniku	OSVČ	1,8	86,3		83,4
	mikropodniky	31,4	12,1	15,7	12,5
	malé podniky	66,1	1,4	63,6	3,5
	střední podniky	0,6	0,2	18,8	0,5
	velké podniky		0,0	1,9	0,1
Celkem		100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Porovnání podílů oblastí KKP podle kategorií velikosti subjektů v tabulce 14 přináší podrobnější pohled oproti tabulce 12. Z ní jednoznačně vyplývá převaha OSVČ a mikropodniků, kdy malé podniky jsou z více než 5 % zastoupeny v případě architektury, kulturního dědictví, scénických umění a v uměleckém vzdělávání. V oblasti architektury jde především o náročnost přípravy projektové dokumentace u složitějších a rozsáhlejších staveb, kterou by OSVČ a mikropodniky

kapacitně obtížně zvládaly. U zbylých tří oblastí jde o převahu veřejných subjektů zastoupených kategoriemi zmiňovanými výše při popisu tabulky 13, kdy navíc přidáváme divadla, a to v rámci scénických umění.

Tabulka 14: Subjekty v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle kategorie velikosti v ČR v roce 2014 (v %)

	Kategorie velikosti					Celkem
	OSVČ	mikro-podniky	malé podniky	střední podniky	velké podniky	
Architektura	70,5	20,1	7,1	2,1	0,2	100,0
Design	90,3	8,8	0,9			100,0
Film, televize a rozhlas	69,5	27,8	2,1	0,3	0,3	100,0
Fotografické činnosti	91,9	7,8	0,3		0,0	100,0
Hudba	86,2	13,4	0,3	0,0	0,0	100,0
Kulturní dědictví	60,4	19,7	14,4	4,8	0,6	100,0
Překladatelské a tlumočnické činnosti	95,5	4,3	0,2			100,0
Reklama	77,5	18,0	4,2	0,3		100,0
Scénická umění	74,2	9,8	15,6	0,5		100,0
Umělecká tvorba	91,9	7,5	0,5	0,1		100,0
Umělecké vzdělávání	57,0	6,1	31,1	5,8	0,1	100,0
Vydavatelské činnosti	70,8	26,4	2,3	0,4	0,1	100,0
Celkem	83,4	12,5	3,5	0,5	0,1	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Podobně jako v bloku 1 i v bloku 2 se druhá část výsledků mapování zaměřuje na hodnocení podle zaměstnanosti v oblastech KKP. První výstup představuje analýza vztahu mezi oblastmi KKP a druhem vlastnictví, který představuje tabulka 15. V této souvislosti lze pojmout tvrzení, že míra internacionalizace se v tomto ohledu nejvíce projevila v oblastech výrazně orientovaných na zákazníky z komerční sféry (architektura 20,2 % a reklama 13,7 %) a dále s výraznou penetrací národního trhu prostřednictvím vizuálního umění – film, televize a rozhlas (22,2 %), muzických umění – hudba (15,5 %) a literární tvorby – vydavatelské činnosti (23,1 %).

Jeden z klíčových výstupů mapování představuje tabulka 16, která odhaluje strukturu oblastí KKP podle zaměstnanosti z pohledu velikosti subjektů. Otevírá tak diskusi, zda je vhodnější hodnotit KKP podle počtu subjektů nebo podle zaměstnanosti. Z tabulky můžeme usuzovat, že rozhodnutí není snadné. Jak je patrné v některých oblastech KKP, je měření podle zaměstnanosti téměř bezpředmětné. Jedná se především o ty se silnou individuální základnou, která je dána možnostmi vstupu do odvětví, náročností na technologie a dosah zákazníků. K těmto řadíme především design (vysoce specializovaná produkce pro komerční sféru), fotografické činnosti, překladatelské a tlumočnické činnosti (nenáročná

odvětví na vstup, spotřebitelem je i veřejnost, vyšší četnost zakázek, předloha tvorby je dána – existující objekt, resp. literární dílo), hudbu (nižší náklady než v případě výroby filmu, distribuce jak elektronicky, tak živě) a uměleckou tvorbu (osobitě vyjadřovací prostředky, důraz na značku, omezené možnosti distribuce mezi široký okruh zákazníků vzhledem k povaze díla – sochy, obrazy atp.). Na opačné straně stojí odvětví s vysokou náročností finanční i časovou na vznik díla s možností výhradně elektronické distribuce (film, televize a rozhlas), s vysoce odbornou a specializovanou tvorbou pro komerční sféru (architektura), s komplexními činnostmi s možnou rychlou penetrací trhu (reklama, vydavatelské činnosti), se značnou závislostí na veřejné podpoře a komplexnosti práce (umělecké vzdělávání), resp. správou rozsáhlých fondů (kulturní dědictví) či převahou podávat muzické umění ve skupině (scénická umění).

Tabulka 15: Struktura zaměstnanosti v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle druhu vlastnictví v ČR v roce 2014 (v %)

	Druh vlastnictví		Celkem
	domácí	zahraníční	
Architektura	79,8	20,2	100,0
Design	94,4	5,6	100,0
Film, televize a rozhlas	77,8	22,2	100,0
Fotografické činnosti	98,5	1,5	100,0
Hudba	84,5	15,5	100,0
Kulturní dědictví	99,6	0,4	100,0
Překladatelské a tlumočnické činnosti	95,7	4,3	100,0
Reklama	86,3	13,7	100,0
Scénická umění	98,9	1,1	100,0
Umělecká tvorba	99,8	0,2	100,0
Umělecké vzdělávání	99,7	0,3	100,0
Vydavatelské činnosti	76,9	23,1	100,0
Celkem	90,1	9,9	100,0

Zdroj: *Bisnode (2014) a vlastní zpracování*

Tabulka 16: Zaměstnanost v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle kategorie velikosti subjektů v ČR v roce 2014 (v %)

	Kategorie velikosti					Celkem
	OSVČ	mikro-podniky	malé podniky	střední podniky	velké podniky	
Architektura	10,9	15,6	25,0	37,5	11,1	100,0
Design	60,3	26,7	13,0			100,0
Film, televize a rozhlas	10,8	15,4	6,4	6,4	61,1	100,0
Fotografické činnosti	67,6	21,7	4,3		6,4	100,0
Hudba	55,1	30,1	3,9	1,8	9,1	100,0
Kulturní dědictví	4,0	5,6	22,3	35,6	32,4	100,0
Překladatelské a tlumočnické činnosti	85,1	12,1	2,9			100,0
Reklama	27,4	31,1	30,0	11,4		100,0
Scénická umění	18,0	10,2	58,0	13,8		100,0
Umělecká tvorba	60,3	20,8	6,7	12,2		100,0
Umělecké vzdělávání	4,0	1,9	57,8	34,4	2,0	100,0
Vydavatelské činnosti	21,1	27,5	14,8	14,0	22,6	100,0
Celkem	26,7	15,4	23,4	18,3	16,2	100,0

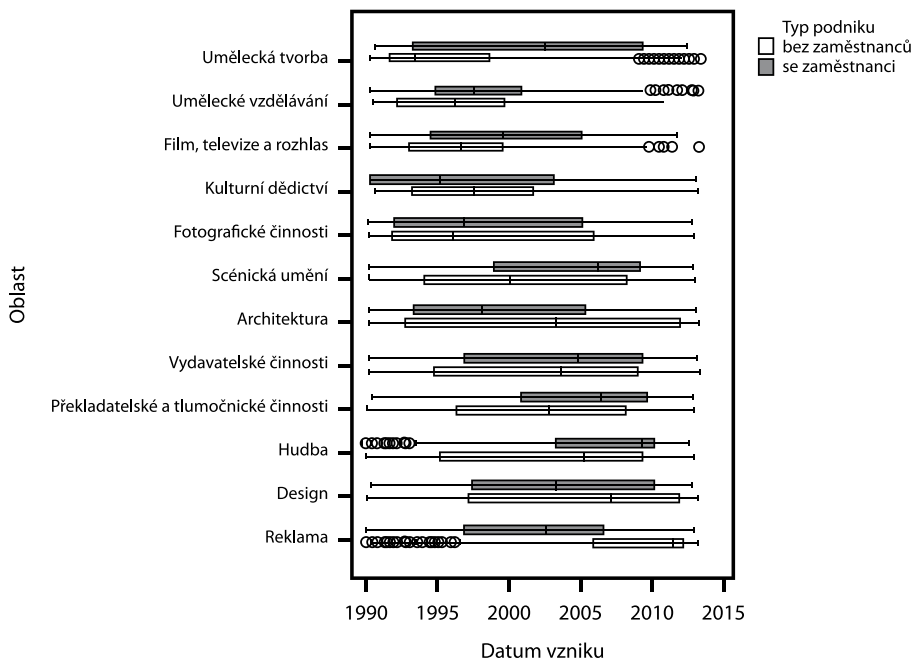
Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Blok 3: Časová analýza doby vzniku subjektů kulturních a kreativních průmyslů

Rozložení subjektů v kontextu doby jejich vzniku na obrázku 1 umožňuje prostřednictvím studia krabicového grafu odhalit tři základní typy odvětví KKP z pohledu doby jejich vzniku. První typ tvoří upadající odvětví, mezi něž řadíme tyto oblasti KKP: film, televize a rozhlas, fotografické činnosti, kulturní dědictví, umělecká tvorba a umělecké vzdělávání. Tato odvětví se vyznačují nízkým podílem subjektů vzniklých v posledních deseti letech a s největším rozvojem v letech 1995–2000. Stagnující odvětví jsou tvořena architekturou, scénickými uměními a vydavatelskými činnostmi. Ta se primárně rozvíjela v období let 2000–2005. Rozvíjející se odvětví představují design, hudba, překladatelské a tlumočnické činnosti a reklama, kdy jejich převážná část vznikla v letech 2005–2010. Dále byly hodnoceny rozdíly mezi dobou vzniku subjektů se zaměstnanci a bez zaměstnanců v jednotlivých oblastech KKP. Ty byly prověřovány Mann-Whitneyovým testem, kdy byl nalezen dostatek důkazů pro zamítnutí nulové hypotézy a přijetí alternativní hypotézy o rozdílném průměrném pořadí mezi subjekty se zaměstnanci a bez zaměstnanců ve všech oblastech KKP vyjma fotografických činností. Tyto rozdíly jsou nejvíce patrné například u umělecké tvorby, kdy subjekty se zaměstnanci vznikaly rovnoměrně v rámci celého sledovaného období, zatímco subjekty bez zaměstnanců

byly v převážné většině registrovány v letech 1990–1995. Opačný případ představují firmy v oblasti reklamy, kdy podniky bez zaměstnanců byly převážně zapisovány do Rejstříku ekonomických subjektů v letech 2005–2014, zatímco podniky se zaměstnanci v letech 2000–2005 a jejich rozvoj je více v čase rozvolněn.

Obrazek 1: Doba vzniku subjektů v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle typu podniku v ČR v roce 2014



Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Blok 4: Základní přehled navazujících a podpůrných odvětví kulturních a kreativních průmyslů

Navazující a podpůrná odvětví kulturních a kreativních průmyslů plní různou úlohu v kontextu hospodářských vazeb mezi nimi a KKP. Na jedné straně mohou sloužit jako nezbytný předpoklad pro realizaci produkce KKP, kdy například v rámci odvětví informačních a komunikačních činností k tomuto účelu slouží tvorba grafického softwaru, a naopak z druhé strany toto odvětví poskytuje i provoz komunikačních kanálů (správa webových portálů), které mohou propagovat služby nebo produkty KKP. Odvětví řemesel a oděvního průmyslu nabízí dvě základní báze, kdy výroba

hraček a hudebních nástrojů sice představuje sama o sobě estetickou hodnotu, ale na druhé straně bez užívání samy o sobě nenesou rozvoj kreativity na straně zákazníka. Avšak většina produkce oblastí tohoto odvětví je především vytvářena za účelem vizuálního umění v mnoha případech spjatého s praktickým využitím. Jak však již bylo řečeno výše, je nemožné ze sekundární databáze dat rozpoznat, zda se v tomto odvětví jedná o řemeslnou práci či hromadnou produkci bez vlastního kreativního vkladu. Poslední odvětví v sobě zahrnuje oblasti, které mj. poskytují přenos informace za účelem její široké cirkulace, kupř. tisk ve vztahu k rukopisu publikace či rozmnožování nahraných nosičů ve vztahu k hudební nebo filmové produkci, i když jejich úloha postupně upadá s rozvojem internetu. Ostatní zábavní a rekreační činnosti včetně zábavních a poznávacích parků poskytují kulturní zážitek samy o sobě či vytvářejí prostředí pro realizaci umělecké tvorby v podobě scénických umění nebo hudby.

Vzhledem k vymezení je celkový počet subjektů navazujících a podpůrných odvětví vyšší než subjektů KKP. Celkem bylo při našem vymezení zjištěno, jak uvádí souhrnná tabulka 17, že v navazujících a podpůrných odvětvích KKP existuje 77 744 subjektů s 271 677 zaměstnanci, kdy téměř shodného, přibližně čtyřicetiprocentního podílu, jak v počtu subjektů, tak zaměstnanosti, dosahují skupiny informační a komunikační činnosti a řemesla a oděvní průmysl. Důvodem pro jejich vyšší zastoupení oproti poslední skupině odvětví (rekreační činnosti, tisk a rozmnožování nahraných nosičů) je v prvním případě dynamika rozvoje a ve druhém vazba na tradice v oblasti řemesel a přítomnost velkých či středních podniků v tomto odvětví.

Tabulka 17: Struktura subjektů a zaměstnanosti v navazujících a podpůrných odvětvích kreativních a kulturních průmyslů v ČR v roce 2014

	Subjekty		Zaměstnanci	
	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)
Informační a komunikační činnosti	30 544	39,8	113 725	41,9
Řemesla a oděvní průmysl	29 677	38,7	110 334	40,6
Rekreační činnosti, tisk a rozmnožování nahraných nosičů	16 523	21,5	47 618	17,5
Celkem	76 744	100,0	271 677	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Následující tabulky (18–20) zkoumají jednotlivé skupiny podpůrných a navazujících odvětví KKP zvlášť, to znamená, že každý řádek tabulky 17 je dále v samostatné tabulce rozebrán na jednotlivá odvětví.

Tabulka 18 přibližuje zkoumané proměnné na oblastech odvětví informačních a komunikačních činností. Vidíme, že software a další činnosti v IT představují shodně téměř 80 % jak v počtu subjektů, tak počtu zaměstnanců. Nižší počet podílu v oblasti webových portálů je dán opoždějším nástupem na trh oproti softwaru,

ale také možností tvorby a správy webových portálů vlastními zaměstnanci firem, jelikož z časového hlediska tato činnost vyžaduje častější údržbu a její výsledky jsou prezentovány široké veřejnosti. Tedy zatímco veřejnou prezentaci firmy si může zobrazit každý uživatel internetu, specializovaný účetní nebo geografický software bude využívat podstatně méně jedinců, kteří navíc musí být seznámeni s jeho užíváním.

Tabulka 18: Struktura subjektů a zaměstnanosti v oblastech informačních a komunikačních činností v ČR v roce 2014

	Subjekty		Zaměstnanci	
	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)
Software a další činnosti v IT	24 008	78,6	88 680	78,0
Webové portály a další informační činnosti	6536	21,4	25 045	22,0
Celkem	30 544	100,0	113 725	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Další odvětví přináší mnohem nejednoznačnější výsledky mezi podílem na celkovém počtu subjektů a na celkovém počtu zaměstnanců u jednotlivých oblastí. Jak již bylo uvedeno, v odvětví řemesel a oděvního průmyslu hraje roli nejen tradice, ale také surovinová náročnost a technologické postupy. Z pohledu počtu subjektů vychází nejlépe výroba oděvů, a to především z důvodu častější obměny a možnosti zpracování materiálů či individuální výroby na přání zákazníka, bez nutnosti dalších rozsáhlých investic do technologického zařízení.

Výše uvedené důvody pak hrají klíčovou roli pro mnohem nižší počet jednotek i zaměstnanců v případě výroby obuvi a dalších kožedělných výrobků, což dokazuje tabulka 19. Snižující se počet jednotek u jednotlivých oblastí tohoto odvětví se odvíjí od několika důvodů, které mohou být vzájemně kombinovány. Mezi ně patří: 1. rozsah cílové skupiny zákazníků (nábytek versus hudební nástroje), 2. frekvence obměny, resp. nákupu, 3. konkurenceschopnost vůči zahraničním výrobcům jak z pohledu dovozu (hračky), tak vývozu (klenoty a bižuterie), a 4., jak už bylo zmíněno výše, materiálová a energetická náročnost výroby (sklo versus oděvy). Z těchto příčin pak vznikají disproporce mezi pořadím oblasti podle podílu na počtu subjektů a počtu zaměstnanců. Příkladem budiž srovnání výroby oděvů, kterou lze provozovat i v domácnosti bez výraznějších investic, zatímco výroba nábytku a skla je více koncentrována do větších firem, právě z důvodu technologické náročnosti výroby a distribuce. Náročnost výroby a značnou zahraniční konkurenci lze rovněž odhalit poměrem mezi počtem firem v dané oblasti a počtem zaměstnanců, kdy průměr deset, resp. devět zaměstnanců na jednu firmu vychází u výroby nábytku, výroby obuvi a kožedělných výrobků, her a hraček nebo skla.

Tabulka 19: Struktura subjektů a zaměstnanosti v oblastech řemesel a oděvního průmyslu v ČR v roce 2014

	Subjekty		Zaměstnanci	
	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)
Výroba oděvů	16 705	56,3	37 301	33,8
Ostatní zpracovatelský průmysl	3239	10,9	9508	8,6
Výroba ostatních užitečných předmětů	2419	8,2	6794	6,2
Výroba klenotů a bižuterie	2405	8,1	5318	4,8
Výroba keramiky	1325	4,5	5791	5,2
Výroba nábytku	1319	4,4	17 216	15,6
Výroba obuvi a kožedělných výrobků	825	2,8	7366	6,7
Výroba her a hraček	623	2,1	6962	6,3
Výroba skla	578	1,9	12 912	11,7
Výroba hudebních nástrojů	239	0,8	1166	1,1
Celkem	29 677	100,0	110 334	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Poslední skupina navazujících a podpůrných odvětví KKP (rekreační činnosti, tisk a rozmnožování nahraných nosičů) se na základě tabulky 20 vyznačuje dominancí dvou oblastí, a to ostatními zábavními a rekreačními činnostmi a tiskem a souvisejícími činnostmi. Důvodem je zejména jednoduchý vstup do odvětví, kdy v prvním případě záleží především na talentu, popř. organizačních schopnostech jedince, a ve druhém na pořízení příslušné technologie, která je oproti minulým desetiletím postavena na digitální bázi a je jí možné vlastnit bez jakéhokoliv omezení z pohledu regulace ze strany státu. Zároveň při pohledu na zaměstnanost se potvrzuje výše uvedené tvrzení o povaze odvětví ostatní zábavní a rekreační činnosti založené na práci jednotlivce, jelikož poměr mezi počtem zaměstnanců a počtem subjektů je nižší než dva. Naopak zábavní a poznávací parky coby nástroje i realizátory kulturních aktivit jsou založeny na kooperaci více osob, protože tento poměr zde dosahuje téměř hodnoty deset. Vyšší koncentrace trhu panuje i v případě zastupování médií při prodeji reklamy, kde také musí pracovat tým, který by byl schopen v daném čase zastupovat klienta na více místech najednou v zákaznickém vymezeném období.

Tabulka 20: Struktura subjektů a zaměstnanosti v oblastech rekreačních činností, tisku a rozmnožování nahraných nosičů v ČR v roce 2014

	Subjekty		Zaměstnanci	
	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)
Ostatní zábavní a rekreační činnosti	8337	50,5	15 535	32,6
Tisk a související činnosti	6553	39,7	23 737	49,8
Rozmnožování nahraných nosičů	994	6,0	2564	5,4
Zábavní a poznávací parky	322	1,9	3217	6,8
Zastupování médií při prodeji reklamy	317	1,9	2565	5,4
Celkem	16 523	100,0	47 618	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

6. ZÁVĚR

Kvantitativní mapování kulturních a kreativních průmyslů se pokusilo přinést komplexní náhled na jejich strukturu a analýzy časového vývoje. V zájmu kompatibility výsledků bylo užito vymezení oblastí a sektorů KKP na základě Výsledků účtu kultury ČR za rok 2012. Toto rozhodnutí může vést k hodnocení KKP v ČR z pohledu dlouhodobých časových řad, i když si musíme být vědomi faktu, že každé vymezení KKP v sobě nese jistou část subjektivity. Závažnou otázkou je podobně jako v jiných zemích EU delimitace řemesel nejen vzhledem k jejich šíři z pohledu obsahu, ale především důrazem na tradiční rukodělnou či malosériovou výrobu založenou na vlastní kreativitě v podobě vytváření produktových inovací. Dále se v kvantitativním mapování v ČR potýkáme s nedokonalostí veřejně nebo komerčně dostupných databází, které stěží mohou poskytnout veškerá potřebná data k jejímu provedení podle zvolených kritérií. Nejzávažnějším problémem je kategorizace hodnot obratu a počtu zaměstnanců především u mikropodniků a u většiny malých a středních podniků. Proto podrobnější náhled může přinést pouze specifické a rozsáhlé místní terénní šetření, kdy kategorizace již byly prováděny např. v Brně a částečně v Pardubicích. Závažným nedostatkem veřejně nebo komerčně dostupných databází je i nemožnost získat údaje o počtu zaměstnanců v pobočkách jednotlivých subjektů KKP.

Výsledky mapování ukázaly na převahu počtu subjektů i zaměstnanosti v sektoru kulturních průmyslů danou zejména množstvím aktérů v oblasti překladatelských a tlumočnických činností se snadným vstupem do odvětví a v souvislosti s podporou výuky jazyků na všech stupních veřejných i soukromých škol. Naopak nejméně jsou z hlediska zaměstnanosti zastoupena odvětví s výrazně individuální povahou – design, umělecká tvorba a hudba. Rovněž není překvapením vyšší podíl veřejných subjektů v kulturním sektoru, který je též tvořen značným počtem veřejných kulturních institucí – muzea, památky, knihovny – a dále uměleckým vzděláváním, kde se odráží hustá síť uměleckých škol v ČR. Celosvětový trend potvrzuje převaha komerčních subjektů bez zaměstnanců, popřípadě mikropodniků. Vyšší podíl velkých firem pak byl zjištěn pouze u odvětví se silnou vazbou na zahraniční majitele, případně veřejný sektor, kdy vzhledem k jejich povaze jsou tvořeny různými dílčími profesemi v rámci KKP. K těm patří zejména film a televize, které v případě vlastní filmové produkce musí být zajištěny odpovídajícím počtem odborných pracovníků i kapitálem. Dále mezi ně řadíme také vydavatelství, a to vzhledem k postupující koncentraci trhu v oblasti vydávání knih a časopisů. Kulturní dědictví svou vyšší koncentrací v oblasti velkých firem naznačuje přítomností veřejných knihoven a muzeí často se značným počtem poboček a náročností na údržbu a správu fondů zejména v případě vědeckých a univerzitních knihoven a knihoven ve velkých městech, tedy nad 100 tisíc obyvatel.

Pohled na rozložení firem v kontextu doby jejich vzniku rozděluje oblasti KKP na upadající, stagnující a rozvíjející se. Upadající jsou vázány na vybudování

dobré značky v rámci monopolistické konkurence (umělecká tvorba), popřípadě na značný kapitál (film, televize a rozhlas) či veřejné zdroje (kulturní dědictví a umělecké vzdělávání), anebo upadají vzhledem k rozvoji informačních technologií (fotografické činnosti). Stagnující oblasti tvoří především ty s vysokou konkurencí a omezenými možnostmi individuálního rozvoje v případě pokrytí národního trhu (architektura a vydavatelské činnosti), eventuálně vykazující podobné znaky jako umělecká tvorba – scénická umění, jež však mohou být zaštitěna veřejnými subjekty, zejména divadly. Mezi rozvíjející se oblasti KKP jsou řazeny ty, které:

1. reagují na rostoucí mezinárodní spolupráci firem a hledání nových trhů v zahraničí – překladatelské a tlumočnické činnosti,
2. reagují na rostoucí nabídku v oblasti vzdělávání a poptávku v důsledku zostřující se konkurence firem – reklama,
3. závisí na individuálních schopnostech jedince ve vztahu ke kreativní tvorbě a mají vztah k:
 - a) reklamě či konkurenceschopnosti průmyslové výroby – design,
 - b) nižším nákladům na produkci a prezentaci oproti vizuálním uměním a k získání širšího publika oproti scénickým uměním – hudba.

Představení navazujících a podpůrných odvětví ukázalo, že se jedná o rozdílné oblasti, které hrají ve vztahu ke kulturním a kreativním průmyslům různou roli. V podmínkách ČR se jedná o první pokus jak o jejich vymezení, tak jejich kvantitativní mapování. Podíly oblastí na celkovém počtu subjektů a zaměstnanosti v jednotlivých odvětvích ukazují především na zcela odlišné technologické a tržní příležitosti mezi nimi.

Závěrem je potřeba si uvědomit, že kvantitativní mapování tohoto odvětví poskytuje pouze základní pohled na regionální a strukturální diverzifikaci kulturních a kreativních průmyslů, ale nutně musí být doplněn i o kvalitativní část na místní úrovni, která odhalí nejen lokální aktéry, ale i jejich vazby, hodnoty a představy.

ZDROJE

Bednář, P. Kreativní klastry. (2013) In: Cikánek, M. a kol. *Kreativní průmysly, příležitost pro novou ekonomiku*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, s. 138–147.

Bednář, P., Grebeníček, P. (2012a) Emerging creative cities: mapping regional capitals in the Czech Republic and Slovakia. In: Pavelková, D., Strouhal, J., Paseková, J. ed. *Advances in Economics, Risk Management, Political & Law Science*. Proceedings of the 1st WSEAS International Conference on Economics, Political and Law Science (EPLS '12). Zlín: WSEAS Press, s. 91–100. s. 178–183.

Bednář, P., Grebeníček, P. (2012b) Mapping Creative Industries in the Zlin Region. *Journal of Competitiveness*. Roč. 4, č. 1, s. 20–35.

Bednář, P., Danko, L. (2014) Kreativní klastry v zemích střední Evropy. In: Šviráková, E. ed. *Kreativní třída: talent vs. bohatství*. Zlín: VeRBUm, s. 56–76.

Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises: notified under document number C(2003) 1422) (1). *Official Journal of the European Union*. Roč. 46, 20. 05. 2003, s. 36–41.

ČSÚ, NIPOS. *Výsledky účtu kultury ČR za rok 2012*. Praha, 2014. Dostupné z: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2010/01/Vysledky_uctu_kultury_CR_za_rok_2012.pdf [cit. 17. září 2014].

Databáze firem a institucí Albertina CZ [DVD]. Praha: Bisnode Česká republika, 2014.

Rumpel, P., Slach, O., Koutský, J. (2010) Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian region. *E+M Ekonomie a Management*, Roč. 8, č. 4, s. 30–46.

Slach, O. a kol. (2013) Creative Industries in the Czech Republic: a Spatial Perspective. *E+M Ekonomie a Management*. Roč. 16, č. 4, s. 14–29.

Slach, O. a kol. (2014) *Koncepce rozvoje kultury statutárního města Ostravy vč. aktualizace Akčního plánu*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě [cit-2014-09-01]. Dostupné z: http://www.ostrava.cz/cs/urad/magistrat/odbory-magistratu/odbor-kultury-a-zdravotnictvi/oblast-kultury/vymezeni-cinnosti/koncepce_kultury_smo_plna_verze.pdf.

Vinšová, J. et al. (2013) *Proč design?* Praha: PROTEBE live, CZECHDESIGN.CZ.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Srovnání regresních reziduí mezi počtem obyvatelstva a počtem subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů u vybraných měst ČR v roce 2014 96

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Struktura subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v krajích ČR v roce 2014 88

Tabulka 2: Zastoupení subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů podle krajů ČR v roce 2014 (v %) 89

Tabulka 3: Struktura zaměstnanosti v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v krajích ČR v roce 2014 90

Tabulka 4: Zastoupení zaměstnanosti v sektorech kulturních a kreativních průmyslů podle krajů ČR v roce 2014 (v %) 91

Tabulka 5: Struktura subjektů v oblastech kulturních a kreativních průmyslů v krajích ČR v roce 2014 (v %) 92

Tabulka 6: Zastoupení subjektů v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle krajů ČR v roce 2014 (v %) 93

Tabulka 7: Struktura zaměstnanosti v oblastech kulturních a kreativních průmyslů v krajích ČR v roce 2014 (v %) 94

Tabulka 8: Zastoupení zaměstnanosti v sektorech kulturních a kreativních průmyslů podle krajů ČR v roce 2014 (v %) 95

Tabulka 9: Struktura subjektů v navazujících a podpůrných odvětvích kreativních a kulturních průmyslů v krajích ČR v roce 2014 97

Tabulka 10: Struktura zaměstnanosti v navazujících a podpůrných odvětvích kreativních a kulturních průmyslů v krajích ČR v roce 2014 98

Příloha 1: Prostorová analýza oblastí a sektorů kulturních a kreativních průmyslů na úrovni krajů ČR

Následující příloha představí prostorové výsledky mapování z pohledu absolutního, v blocích byly i zde výsledky rozděleny na výstupy dle počtu subjektů a podle počtu zaměstnanců.

První výstup představuje tabulka 1, která podává strukturu sektorů KKP v jednotlivých krajích ČR podle počtu subjektů. Nacházíme v ní dva extrémny, které představují na jedné straně Praha, Středočeský a Ústecký kraj a na straně druhé kraje Jihočeský a Moravskoslezský. V prvním případě jde o vyšší podíl subjektů z kategorie kulturních průmyslů, zatímco ve druhém o převahu subjektů z kategorie kreativních průmyslů. Pozoruhodný je především rozdíl ve dvou strukturálně postižených regionech, a to v Ústeckém a Moravskoslezském kraji. Vyšší podíl kreativních průmyslů ve druhém kraji je dán především přítomností populačně silnějšího města Ostravy (přibližně 300 tisíc versus 100 tisíc obyvatel v případě Ústí nad Labem) a vzdáleností od Prahy (278 oproti 69 km), a tedy i jejího vlivu z pohledu využití služeb těchto oblastí KKP.

Tabulka 1: Struktura subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v krajích ČR v roce 2014

Kraj	Sektor						Celkem	
	Kulturní sektor		Kulturní průmysly		Kreativní průmysly			
	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)
Praha	3122	18,0	12 437	71,6	1803	10,4	17 362	100,0
Středočeský	1135	18,9	4049	67,4	823	13,7	6007	100,0
Jihočeský	575	21,0	1491	54,4	674	24,6	2740	100,0
Plzeňský	446	22,8	1156	59,2	352	18,0	1954	100,0
Karlovarský	283	25,0	646	57,0	205	18,1	1134	100,0
Ústecký	439	19,2	1558	68,0	294	12,8	2291	100,0
Liberecký	348	21,6	1042	64,7	221	13,7	1611	100,0
Královéhradecký	490	24,0	1306	64,1	242	11,9	2038	100,0
Pardubický	432	26,1	1015	61,3	209	12,6	1656	100,0
Vysočina	344	22,5	889	58,2	295	19,3	1528	100,0
Jihomoravský	980	18,3	3517	65,8	847	15,8	5344	100,0
Olomoucký	471	21,4	1355	61,7	371	16,9	2197	100,0
Moravskoslezský	670	17,0	2481	62,8	799	20,2	3950	100,0
Zlínský	404	19,1	1313	62,0	400	18,9	2117	100,0
Celkem	10 139	19,5	34 255	66,0	7535	14,5	51 929	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Následující tabulka 2 podává přehled o zastoupení jednotlivých krajů ČR v rámci sektorů KKP. Jejím analýzou docházíme k jednoznačné dominantní pozici Prahy jako klíčového koncentračního prostoru pro kulturní a kreativní průmysly, a tedy využití všech aglomeračních i urbanizačních výhod. Tato pozice je umocněna i tím, že podobně populačně silné kraje s přibližně 1,2 mil. obyvatel těchto výsledků nedosahují. Vliv Prahy na své zázemí se projevuje především podíly Středočeského kraje, který ač neobsahuje žádné velké město nad 100 tisíc obyvatel, má přibližně stejné zastoupení v jednotlivých sektorech KKP jako Jihomoravský kraj s druhým populačně největším městem Brnem se zhruba 380 tisíci obyvateli. Poněkud slabší pozici zaujímá Moravskoslezský kraj, kde se projevuje vliv předchozího rozvoje založeného na těžbě paliv a těžkém průmyslu, a svůj podíl oproti Jihomoravskému a Středočeskému kraji vyrovnává pouze v případě sektoru kreativních průmyslů. Podobně se dopad předchozí těžby energetických surovin a orientace na těžkou chemii a energetiku projevuje i na podílu Ústeckého kraje s přibližně 820 tisíci obyvateli oproti ostatním krajům s 500 tisíci až 600 tisíci obyvateli.

Tabulka 2: Zastoupení subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů podle krajů ČR v roce 2014 (v %)

Kraj	Sektor			Celkem
	Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly	
Praha	30,8	36,3	23,9	33,4
Středočeský	11,2	11,8	10,9	11,6
Jihočeský	5,7	4,4	8,9	5,3
Plzeňský	4,4	3,4	4,7	3,8
Karlovarský	2,8	1,9	2,7	2,2
Ústecký	4,3	4,5	3,9	4,4
Liberecký	3,4	3,0	2,9	3,1
Královéhradecký	4,8	3,8	3,2	3,9
Pardubický	4,3	3,0	2,8	3,2
Vysočina	3,4	2,6	3,9	2,9
Jihomoravský	9,7	10,3	11,2	10,3
Olomoucký	4,6	4,0	4,9	4,2
Moravskoslezský	6,6	7,2	10,6	7,6
Zlínský	4,0	3,8	5,3	4,1
Celkem	100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Další dvě tabulky (3 a 4) přibližují prostorové rozložení KKP v krajích na základě hodnocení zaměstnanosti v jeho sektorech a oblastech. Před vlastní analýzou je nutné si uvědomit, že data za zaměstnanost jsou dostupná pouze k sídlu daného subjektu. Tudíž výsledky, zejména v přítomnosti velkých a středních podniků a organizací, mohou být zkresleny. Přesto jako v tabulce 1 nacházíme v tabulce 3 dva extrémy v podobě Prahy a Středočeského kraje, které oproti ostatním krajům vykazují vyšší podíl zaměstnanosti v sektoru kulturních průmyslů. Na druhé straně kraje Vysočina, Jihomoravský a Zlínský vykazují vyšší zastoupení kreativních průmyslů.

Tabulka 3: Struktura zaměstnanosti v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v krajích ČR v roce 2014

Kraj	Sektor						Celkem	
	Kulturní sektor		Kulturní průmysly		Kreativní průmysly			
	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)	počet	podíl (v %)
Praha	17 280	25,3	40 133	58,6	11 018	16,1	68 431	100,0
Středočeský	3680	28,6	7373	57,3	1821	14,1	12 874	100,0
Jihočeský	2741	32,9	4194	50,4	1388	16,7	8323	100,0
Plzeňský	2276	37,3	2967	48,7	852	14,0	6095	100,0
Karlovarský	1129	38,4	1467	49,9	344	11,7	2940	100,0
Ústecký	2417	39,2	2891	46,8	865	14,0	6173	100,0
Liberecký	1472	38,5	1876	49,0	478	12,5	3826	100,0
Královéhradecký	1796	35,7	2490	49,5	742	14,8	5028	100,0
Pardubický	1695	35,8	2344	49,4	702	14,8	4741	100,0
Vysočina	1174	30,9	1691	44,5	932	24,5	3797	100,0
Jihomoravský	5471	33,1	7428	45,0	3611	21,9	16 510	100,0
Olomoucký	2280	36,2	3028	48,1	982	15,6	6290	100,0
Moravskoslezský	3230	29,3	5774	52,3	2032	18,4	11 036	100,0
Zlínský	1884	30,0	2723	43,4	1671	26,6	6278	100,0
Celkem	48 525	29,9	86 379	53,2	27 438	16,9	162 342	100,0

Zdroj: *Bisnode (2014) a vlastní zpracování*

Tabulka 4 ukazuje na zastoupení jednotlivých krajů v sektorech kreativních a kulturních průmyslů. V porovnání s tabulkou 2 docházíme u tabulky 4 k podobnému závěru, tj. dominantní pozice Prahy v rámci ČR. V tomto ohledu nalézáme vyšší zastoupení Jihomoravského kraje, a to zejména díky přítomnosti města Brna. Tedy je zde předložen možný důkaz, že Brno a jeho zázemí nejsou jen druhé populačně největší město ČR, ale že představují i druhou největší koncentraci KKP v ČR. Oba zbylé populačně obdobně silné kraje (Středočeský a Moravskoslezský) takovýchto hodnot nedosahují a vysvětlení je totožné jako v analýze tabulky 2.

Analýza výsledků prostorového mapování oblastí KKP na úrovni krajů byla vzhledem k rozsahu přílohy omezena pouze na popis výskytu extrémních hodnot, zejména těch, jež svědčí o výrazné koncentraci jevu. Podobně jako v předchozích případech byla rozdělena na dvě části, kdy první sleduje stav z pohledu počtu subjektů a druhá z pohledu počtu zaměstnanosti.

Tabulka 4: Zastoupení zaměstnanosti v sektorech kulturních a kreativních průmyslů podle krajů ČR v roce 2014 (v %)

Kraj	Sektor			Celkem
	Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly	
Praha	35,6	46,5	40,2	42,2
Středočeský	7,6	8,5	6,6	7,9
Jihočeský	5,6	4,9	5,1	5,1
Plzeňský	4,7	3,4	3,1	3,8
Karlovarský	2,3	1,7	1,3	1,8
Ústecký	5,0	3,3	3,2	3,8
Liberecký	3,0	2,2	1,7	2,4
Královéhradecký	3,7	2,9	2,7	3,1
Pardubický	3,5	2,7	2,6	2,9
Vysočina	2,4	2,0	3,4	2,3
Jihomoravský	11,3	8,6	13,2	10,2
Olomoucký	4,7	3,5	3,6	3,9
Moravskoslezský	6,7	6,7	7,4	6,8
Zlínský	3,9	3,2	6,1	3,9
Celkem	100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Tabulka 5 vykazuje několik odlehklých hodnot naznačujících vyšší podíl vydavatelských činností v případě Prahy, kde se nachází nejen nejvyšší koncentrace autorů, ale především trh s mnoha spotřebiteli, a to díky úrovni vzdělanosti, ale i značnému počtu vysokoškoláků a zahraničních turistů. Podobné vazby zejména k zahraničnímu cestovnímu ruchu vykazuje i Karlovarský kraj v podobě umělecké tvorby. Jihočeský kraj vykazuje značný podíl subjektů z oblasti reklamy (17 %). Na druhé straně je nutné upozornit na nízký podíl subjektů kulturního dědictví ve Zlínském kraji (1,8 %) oproti Pardubickému kraji (7,1 %) s nejvyšším podílem.

Tabulka 6 přináší pohled na zastoupení jednotlivých krajů v oblastech KKP. Zde je opět potvrzena dominantní pozice Prahy, následovaná krajem Středočeským a Jihomoravským. Specifikem Jihomoravského kraje je pak vyjma Prahy vysoký podíl subjektů architektury (16,0 %) a uměleckého vzdělávání (21,2 %) v rámci ČR.

Následující tabulky 7 a 8 zobrazují strukturu oblastí KKP v krajích z pohledu zaměstnanosti. Oproti tabulce 5 se v Praze projevuje vyšší podíl zastoupení oblasti filmu, televize a rozhlasu (16,6 %), což jak již bylo zmíněno výše, je výsledkem koncentrace rozhodujících aktérů, tedy České televize, CET 21, FTV Prima, Českého rozhlasu a Barrandov Studia. Silné zastoupení ve struktuře KKP v Praze a v Českých Budějovicích mají vydavatelské činnosti (24,8, resp. 21,3 %). Specifický je podíl zaměstnanosti v reklamě v Kraji Vysočina (15,8 %). Odrazem silné pozice Prahy v oblastech KKP s převažujícím komerčním vlastnictvím je i nízký podíl uměleckého vzdělávání na celkové zaměstnanosti v KKP, dosahující hodnoty 3,9 %.

Poslední tabulka 8 mapující strukturu prostorového rozložení KKP v krajích ČR vykazuje podobné výsledky jako tabulka 6. Jediný výrazný rozdíl představuje podíl Plzeňského kraje v oblasti hudby 11,1 % a umělecké tvorby v Jihočeském kraji s hodnotou 15,9 %, kdy vysvětlením mohou být existující lidové tradice v kraji. Vliv veřejné podpory pozorujeme na příkladu uměleckého vzdělávání, které v případě všech čtyř populačně největších krajů ČR s okolo 1,2 mil. obyvatel (Praha, Středočeský, Jihomoravský a Moravskoslezský) dosahuje téměř stejných hodnot s variačním rozpětím 4,7 %, tj. 14,9 % v případě Prahy a 10,2 % v případě Jihočeského kraje.

Tabulka 5: Struktura subjektů v oblastech kulturních a kreativních průmyslů v krajích ČR v roce 2014 (v %)

Kraj	Oblast												Celkem
	Architektura	Design	Film, televize a rozhlas	Fotografické činnosti	Hudba	Kulturní dědictví	Překladatelské a tlumočnické činnosti	Reklama	Scénická umění	Umělecká tvorba	Umělecké vzdělávání	Vydavatelské činnosti	
Praha	2,8	1,4	7,5	5,8	5,8	4,2	36,1	6,2	5,9	2,1	1,5	20,8	100,0
Středočeský	2,5	1,9	2,8	8,4	5,1	3,1	40,9	9,3	5,9	1,4	2,1	16,5	100,0
Jihočeský	4,7	2,4	1,8	9,3	3,4	3,8	37,6	17,5	6,9	0,9	2,2	9,5	100,0
Plzeňský	5,4	3,3	1,4	10,9	3,4	3,7	39,8	9,3	7,5	0,8	2,8	11,8	100,0
Karlovarský	3,4	3,6	2,0	8,0	3,2	5,4	37,4	11,0	7,4	4,1	2,4	12,0	100,0
Ústecký	3,4	2,0	1,9	8,3	5,2	3,2	43,1	7,5	6,8	0,9	1,9	16,0	100,0
Liberecký	4,4	2,2	1,3	9,9	5,0	4,2	43,7	7,1	6,4	1,1	4,5	10,2	100,0
Královéhradecký	4,3	2,2	1,8	11,7	5,1	3,7	38,9	5,3	7,1	1,5	3,0	15,3	100,0
Pardubický	5,1	1,4	1,9	9,8	4,4	7,1	36,2	6,1	7,7	1,4	3,7	15,0	100,0
Vysočina	6,0	3,3	2,0	10,7	3,5	3,7	37,2	10,0	6,3	1,7	3,2	12,3	100,0
Jihomoravský	6,2	2,3	1,9	9,3	4,6	2,1	38,1	7,4	5,7	1,3	5,0	16,2	100,0
Olomoucký	4,0	1,7	2,1	9,3	4,9	4,6	37,1	11,2	6,1	1,4	2,3	15,2	100,0
Moravskoslezský	5,1	2,6	2,3	9,0	4,8	2,3	38,1	12,5	4,8	0,9	1,9	15,7	100,0
Zlínský	5,4	3,7	2,1	11,0	5,6	1,8	36,5	9,8	5,4	0,9	2,5	15,4	100,0
Celkem	4,0	2,1	3,9	8,2	5,0	3,6	38,0	8,5	6,1	1,5	2,4	16,7	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Tabulka 6: Zastoupení subjektů v oblastech kulturních a kreativních průmyslů podle krajů ČR v roce 2014 (v %)

Kraj	Oblast											Celkem	
	Architektura	Design	Film, televize a rozhlas	Fotografické činnosti	Hudba	Kulturní dědictví	Překladatelské a tlumočnické činnosti	Reklama	Scénická umění	Umělecká tvorba	Umělecké vzdělávání		Vydavatelské činnosti
Praha	24,0	22,3	64,5	23,6	38,7	38,6	31,8	24,3	32,4	44,5	20,1	41,8	33,4
Středočeský	7,3	10,8	8,3	11,8	11,8	10,0	12,4	12,6	11,1	10,8	10,2	11,5	11,6
Jihočeský	6,3	6,2	2,4	6,0	3,6	5,6	5,2	10,9	6,0	3,2	4,8	3,0	5,3
Plzeňský	5,1	6,0	1,4	5,0	2,5	3,8	3,9	4,1	4,6	1,9	4,3	2,7	3,8
Karlovarský	1,9	3,8	1,1	2,1	1,4	3,2	2,1	2,8	2,7	5,8	2,1	1,6	2,2
Ústecký	3,7	4,3	2,2	4,4	4,5	3,9	5,0	3,9	4,9	2,6	3,4	4,2	4,4
Liberecký	3,4	3,3	1,0	3,7	3,1	3,6	3,6	2,6	3,3	2,1	5,7	1,9	3,1
Královéhradecký	4,3	4,2	1,8	5,6	4,0	4,0	4,0	2,5	4,6	3,7	4,9	3,6	3,9
Pardubický	4,1	2,2	1,6	3,8	2,8	6,2	3,0	2,3	4,0	3,0	4,9	2,9	3,2
Vysočina	4,4	4,8	1,5	3,8	2,0	3,0	2,9	3,5	3,1	3,2	3,9	2,2	2,9
Jihomoravský	16,0	11,4	5,2	11,6	9,5	6,0	10,3	9,0	9,5	8,6	21,2	10,0	10,3
Olomoucký	4,3	3,6	2,3	4,8	4,1	5,3	4,1	5,6	4,2	3,9	4,1	3,9	4,2
Moravskoslezský	9,7	9,7	4,4	8,3	7,4	4,7	7,6	11,2	6,0	4,2	6,1	7,1	7,6
Zlínský	5,5	7,4	2,2	5,4	4,5	2,0	3,9	4,7	3,6	2,4	4,1	3,8	4,1
Celkem	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Tabulka 7: Struktura zaměstnanosti v oblastech kulturních a kreativních průmyslů v krajích ČR v roce 2014 (v %)

Kraj	Oblast												Celkem
	Architektura	Design	Film, televize a rozhlas	Fotografické činnosti	Hudba	Kulturní dědictví	Překladačské a tlumočnické činnosti	Reklama	Scénická umění	Umělecká tvorba	Umělecké vzdělávání	Vydavatelské činnosti	
Praha	7,9	0,7	16,6	2,5	2,4	16,9	10,9	7,6	5,2	0,6	3,9	24,8	100,0
Středočeský	4,3	1,5	2,9	4,7	2,9	11,5	20,4	8,4	11,5	0,8	14,4	16,7	100,0
Jihočeský	5,6	1,3	1,0	3,7	1,4	17,3	13,8	9,7	9,6	2,3	12,9	21,3	100,0
Plzeňský	6,7	1,7	1,0	4,2	7,4	22,9	13,5	5,6	9,0	1,2	19,7	7,2	100,0
Karlovarský	3,7	1,5	1,6	3,4	2,2	20,1	15,9	6,6	12,7	2,1	21,9	8,2	100,0
Ústecký	6,4	0,9	1,0	4,0	2,0	23,1	17,0	6,8	11,8	0,3	16,2	10,6	100,0
Liberecký	4,8	1,2	0,9	6,2	2,2	20,5	20,0	6,6	10,8	1,0	18,4	7,5	100,0
Královéhradecký	7,9	1,1	1,4	6,2	2,5	17,9	17,3	5,8	10,3	1,3	18,5	9,8	100,0
Pardubický	9,0	0,5	2,1	4,2	2,0	21,0	13,9	5,3	9,8	0,7	20,7	10,8	100,0
Vysočina	7,3	1,4	0,9	5,5	1,6	14,4	16,2	15,8	10,0	1,0	18,0	7,9	100,0
Jihomoravský	12,5	1,1	1,6	4,0	2,3	19,7	14,0	8,4	9,0	0,5	13,6	13,5	100,0
Olomoucký	7,6	0,7	2,0	4,0	2,4	20,8	14,0	7,3	10,8	0,6	13,2	16,6	100,0
Moravskoslezský	9,0	1,2	2,1	3,9	2,1	16,2	15,1	8,2	8,8	0,3	20,1	13,0	100,0
Zlínský	20,3	1,5	1,9	4,6	2,3	14,8	13,6	4,8	10,2	0,4	16,7	8,9	100,0
Celkem	8,2	1,0	8,0	3,6	2,5	17,5	13,6	7,7	8,0	0,8	11,2	17,9	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Tabulka 8: Zastoupení zaměstnanosti v sektorech kulturních a kreativních průmyslů podle krajů ČR v roce 2014 (v %)

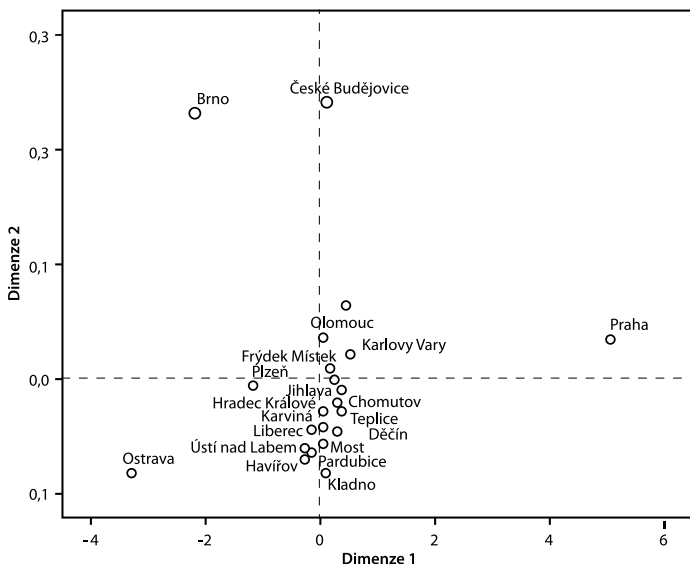
Kraj	Oblast												Celkem
	Architektura	Design	Film, televize a rozhlas	Fotografické činnosti	Hudba	Kulturní dědictví	Překladačské a tlumočnické činnosti	Reklama	Scénická umění	Umělecká tvorba	Umělecké vzdělávání	Vydavatelské činnosti	
Praha	40,2	29,3	87,7	29,3	41,2	40,8	33,5	41,5	27,3	34,3	14,9	58,3	42,2
Středočeský	4,1	12,0	2,8	10,5	9,3	5,2	11,9	8,7	11,4	8,5	10,2	7,4	7,9
Jihočeský	3,5	6,8	0,7	5,3	2,8	5,1	5,2	6,5	6,1	15,9	5,9	6,1	5,1
Plzeňský	3,1	6,4	0,5	4,4	11,1	4,9	3,7	2,7	4,2	5,9	6,6	1,5	3,8
Karlovarský	0,8	2,7	0,4	1,7	1,6	2,1	2,1	1,5	2,9	5,1	3,6	0,8	1,8
Ústecký	2,9	3,4	0,5	4,2	3,0	5,0	4,7	3,4	5,6	1,7	5,5	2,3	3,8
Liberecký	1,4	2,8	0,3	4,1	2,1	2,8	3,4	2,0	3,2	3,0	3,9	1,0	2,4
Královéhradecký	3,0	3,5	0,5	5,4	3,1	3,2	3,9	2,3	4,0	5,2	5,1	1,7	3,1
Pardubický	3,2	1,5	0,8	3,5	2,4	3,5	3,0	2,0	3,6	2,7	5,4	1,8	2,9
Vysočina	2,1	3,4	0,3	3,6	1,5	1,9	2,8	4,8	2,9	3,0	3,8	1,0	2,3
Jihomoravský	15,4	11,0	2,0	11,3	9,2	11,4	10,4	11,1	11,4	6,5	12,4	7,7	10,2
Olomoucký	3,6	2,9	1,0	4,4	3,7	4,6	4,0	3,7	5,2	3,1	4,6	3,6	3,9
Moravskoslezský	7,4	8,3	1,8	7,4	5,7	6,3	7,5	7,3	7,4	2,9	12,2	4,9	6,8
Zlínský	9,5	6,0	0,9	5,0	3,6	3,3	3,8	2,4	4,9	2,1	5,8	1,9	3,9
Celkem	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Příloha 2: Hodnocení vztahu počtu subjektů kulturních a kreativních průmyslů a počtu obyvatel ve vybraných městech ČR

Obrázek 1 je výsledkem mnohodimenzionálního škálování, kdy byla hodnocena regresní rezidua vzniklá lineární regresí mezi počtem obyvatel a počtem subjektů v jednotlivých sektorech KKP. Na základě analýzy dat můžeme odvodit, že poloha měst v dimenzi 1 byla určena na základě hodnot regresních reziduí kulturního sektoru a kulturních průmyslů, zatímco dimenze 2 na základě hodnot regresních reziduí kreativních průmyslů. V tomto ohledu získala nejlepší pozici Praha v prvním kvadrantu, kdy její regresní rezidua ve všech sektorech kreativních průmyslů jsou kladná. To znamená, že koncentrace subjektů kreativních a kulturních průmyslů v Praze vykazují vyšší koncentraci než koncentrace obyvatel. Za druhé nejlepší město v tomto kontextu můžeme označit Karlovy Vary, které vykazuje kladnou hodnotu reziduí u kulturního sektoru a kreativních průmyslů. Jako třetím v pořadí byl identifikován Zlín, který sice nevykazuje žádnou kladnou hodnotu, avšak oproti zbylým městům u něj byla zjištěna nejnižší hodnota v případě sektorů kulturních průmyslů a druhá nejnižší hodnota v sektoru kreativních průmyslů. Specifickou pozici Brna a Českých Budějovic lze vysvětlit především jejich hodnotami regresních reziduí v sektoru kreativních průmyslů, kdy v případě Českých Budějovic byl dosažen druhý nejlepší výsledek, a navíc s kladnou hodnotou, a v případě Brna čtvrtý nejlepší výsledek. Nejnižších hodnot ze sledovaných měst dosáhla Ostrava, kdy tímto vysvětlujeme její odlehlou pozici v rámci třetího kvadrantu.

Obrázek 1: Srovnání regresních reziduí mezi počtem obyvatelstva a počtem subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů u vybraných měst ČR v roce 2014



Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Příloha 3: Prostorová analýza navazujících a podpůrných odvětví kulturních a kreativních průmyslů na úrovni krajů ČR

Prostorová analýza navazujících a podpůrných odvětví KKP je představena v tabulkách 9 a 10 jak v absolutním, tak relativním vyjádření, a to nejprve z pohledu počtu subjektů a poté z pohledu počtu zaměstnanosti. Z hlediska počtu subjektů se zřetelně ukazuje fakt, že s rostoucím počtem populace roste i počet registrovaných subjektů. Avšak Praha jakožto hlavní město vykazuje silnou převahu v obou navazujících a podpůrných odvětvích, která náleží mezi služby, kdy u řemesel dosahuje výrazně nižšího podílu srovnatelného se Středočeským a Jihomoravským krajem. Dalším závažným zjištěním je převaha Jihomoravského kraje nad Moravskoslezským, kde se projevuje silná pozice Brna především v oblasti softwaru a informačních technologií daná koncentrací poboček nadnárodních i národních firem a podobně je tomu i v oblasti řemesel, kdy tato odvětví v Moravskoslezském kraji nehrála takovou roli jako těžké strojírenství a těžba uhlí. V případě hodnocení prostorového rozložení navazujících a podpůrných odvětví podle zaměstnanosti se projevuje převaha Prahy a Brna jako sídel informačních technologií v ČR, a to také ve vztahu k dobré dopravní dostupnosti a kvalifikované pracovní síle. A v neposlední řadě silná role Libereckého kraje v odvětví řemesel a oděvního průmyslu, což je dáno především koncentrací výroby klenotů, bižuterie a skla.

Tabulka 9: Struktura subjektů v navazujících a podpůrných odvětvích kreativních a kulturních průmyslů v krajích ČR v roce 2014

Kraj	Odvětví						Celkem	
	Informační a komunikační činnosti		Řemesla a oděvní průmysl		Rekreační činnosti, tisk a rozmnožování nahraných nosičů			
	počet subjektů	podíl (v %)	počet subjektů	podíl (v %)	počet subjektů	podíl (v %)	počet subjektů	podíl (v %)
Praha	9974	32,7	4432	14,9	5685	34,4	20 091	26,2
Středočeský	4000	13,1	3737	12,6	1791	10,8	9528	12,4
Jihočeský	1331	4,4	1818	6,1	894	5,4	4043	5,3
Plzeňský	1167	3,8	1522	5,1	609	3,7	3298	4,3
Karlovarský	471	1,5	850	2,9	296	1,8	1617	2,1
Ústecký	1421	4,7	1363	4,6	775	4,7	3559	4,6
Liberecký	981	3,2	2126	7,2	493	3,0	3600	4,7
Královéhradecký	1148	3,8	1609	5,4	628	3,8	3385	4,4
Pardubický	1040	3,4	1334	4,5	517	3,1	2891	3,8
Vysočina	899	2,9	1552	5,2	520	3,1	2971	3,9
Jihomoravský	3326	10,9	3343	11,3	1639	9,9	8308	10,8
Olomoucký	1264	4,1	1646	5,5	656	4,0	3566	4,6
Moravskoslezský	2177	7,1	2393	8,1	1368	8,3	5938	7,7
Zlínský	1345	4,4	1952	6,6	652	3,9	3949	5,1
Celkem	30 544	100,0	29 677	100,0	16 523	100,0	76 744	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Tabulka 10: Struktura zaměstnanosti v navazujících a podpůrných odvětvích kreativních a kulturních průmyslů v krajích ČR v roce 2014

Kraj	Odvětví						Celkem	
	Informační a komunikační činnosti		Řemesla a oděvní průmysl		Rekreační činnosti, tisk a rozmnožování nahraných nosičů			
	počet zaměstnanců	podíl (v %)	počet zaměstnanců	podíl (v %)	počet zaměstnanců	podíl (v %)	počet zaměstnanců	podíl (v %)
Praha	56 581	49,8	11 880	10,8	15 175	31,9	83 636	30,8
Středočeský	6988	6,1	9068	8,2	5567	11,7	21 623	8,0
Jihočeský	2778	2,4	8241	7,5	2638	5,5	13 657	5,0
Plzeňský	3298	2,9	6320	5,7	2049	4,3	11 667	4,3
Karlovarský	689	0,6	5017	4,5	757	1,6	6463	2,4
Ústecký	2727	2,4	5488	5,0	2343	4,9	10 558	3,9
Liberecký	1992	1,8	11 703	10,6	1496	3,1	15 191	5,6
Královéhradecký	2571	2,3	4195	3,8	1978	4,2	8744	3,2
Pardubický	2158	1,9	5322	4,8	1320	2,8	8800	3,2
Vysočina	2038	1,8	9154	8,3	1311	2,8	12 503	4,6
Jihomoravský	17 107	15,0	12 790	11,6	4947	10,4	34 844	12,8
Olomoucký	2986	2,6	5619	5,1	1607	3,4	10 212	3,8
Moravskoslezský	8643	7,6	7118	6,5	4158	8,7	19 919	7,3
Zlínský	3169	2,8	8419	7,6	2272	4,8	13 860	5,1
Celkem	113 725	100,0	110 334	100,0	47 618	100,0	271 677	100,0

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování

Účet kultury

Eva Žáková, Tereza Raabová

OBSAH

1. Úvod	100
2. Trojsektorová tabulka účtu kultury za léta 2010, 2011 a 2012	102
3. Komentář k vývoji kultury dle účtu kultury	105
4. Metodika sestavení tzv. trojsektorové tabulky satelitního účtu kultury	111
5. Závěr a doporučení	118
Zdroje	120

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Podíl jednotlivých odvětví na hrubé přidané hodnotě všech KKP v roce 2012	108
--	-----

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2010 v tis. Kč	102
Tabulka 2: Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2011 (sl. 3–5 odhad) v tis. Kč	103
Tabulka 3: Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2012 (sl. 3–5 odhad) v tis. Kč	104
Tabulka 4: Základní ukazatele Účtu kultury ČR (2010–2012)	107

1. ÚVOD

Česká republika patří k nemnoha zemím – a je jedinou zemí střední Evropy –, jež vyvíjí satelitní účet kultury. Účet kultury sestavuje Český statistický úřad ve spolupráci s Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu (NIPOS) na základě vládního úkolu z roku 2008, vyplývajícího z přijetí usnesení o *Státní kulturní politice na léta 2009–2014*.

Český účet kultury vymezuje oblast kultury v souladu a v návaznosti na výstupy a doporučení práce sítě Evropského statistického systému pro kulturu (*European Statistical System network on Culture – ESSnet Culture*). Projekt ESSnet Culture pod záštitou Eurostatu stanovuje nový evropský rámec pro kulturní statistiky jako základ pro sběr dat v zemích Evropské unie, aby bylo možné data jednotlivých zemí porovnávat a analyzovat. Účet kultury de facto zahrnuje oblasti KKP, jak byly vymezeny ve zmiňované studii Evropské komise o ekonomice kultury v Evropě (tradiční umění, kulturní a kreativní průmysly) a totožně i v *Zelené knize*.¹

Účet kultury byl poprvé zveřejněn v roce 2011 s výslednými daty vztahujícími se k roku 2009, od té doby se však metodika neustále vyvíjí a zdokonaluje, takže starší data mají jinou vypovídací hodnotu než data z pozdějších let. Ze stejného důvodu nejsou data z různých let plně porovnatelná a vhodná k sestavování časových řad a vývojových grafů. Přesto v tomto textu uvádíme tzv. trojsektorovou tabulku účtu kultury za léta 2010, 2011 a 2012. Důvodů, proč uvádíme právě trojsektorovou tabulku z celého systému účtu kultury, máme hned několik: struktura této tabulky vychází z evropského projektu ESSnet Culture, navazuje na známý model soustředných kruhů kulturních a kreativních průmyslů Davida Throsbyho² a sdružuje na jednom místě nejdůležitější mikro- i makroekonomické ukazatele jednotlivých oborů kultury. Proto také Institut umění – Divadelní ústav usiloval o zahrnutí této tabulky do systému účtu kultury. Tabulky za tři po sobě jdoucí roky uvádíme proto, že v průběžně publikovaných datech účtu kultury za jednotlivá léta jsou některá data uváděna jako semifinální a jsou upřesňována až dodatečně. Tato dodatečně upravená finální data jsou zveřejněna až s daty za následující rok, a to pouze v textovém komentáři k makroekonomickým údajům (kupř. finální data za rok 2011 jsou zveřejněna až v dokumentu *Výsledky účtu kultury ČR za rok 2012*, který obsahuje pouze semifinální data za rok 2012). Upřesňování některých dat s velkým časovým zpožděním je, bohužel, dáno dalšími okolnostmi a je závislé na jiných odborech ČSÚ. Nyní je obvyklý takový časový harmonogram, že NIPOS publikuje např. dokument *Výsledky účtu kultury ČR za rok 2012* v první polovině roku 2014 a upřesněná finální data jsou hotová přibližně o půl roku později. Díky přímé spolupráci Institutu umění

1 EK: *Zelená kniha – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*. Brusel, 2010. Dostupné [on-line] na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:CS:PDF> [cit. 17. ledna 2015].

2 Throsby, David: The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 2008, 17(3), s. 147–164.

– Divadelního ústavu s Českým statistickým úřadem máme k dispozici trojsektorové tabulky, s finálními daty za léta 2010, 2011 a 2012, jež nejsou zahrnuta v oficiálních dokumentech účtu kultury (ty obsahují pouze trojsektorové tabulky se semifinálními daty).

Kromě trojsektorové tabulky za poslední tři zpracované roky zde uvádíme také komentář k datům a vývoji kultury a rovněž popis metodiky sestavování této tabulky, který zde přejímáme v plném znění, jak nám ho na zadání zpracoval Jaroslav Novák z oddělení statistiky vzdělávání, zdravotnictví, kultury a sociálního zabezpečení Českého statistického úřadu.

2. TROJSEKTOROVÁ TABULKA ÚČTU KULTURY ZA LÉTA 2010, 2011 A 2012

Tabulka 1: Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2010 v tis. Kč

SEKTOR	OBLAST	PŘÍJMY (VÝNOSY) CELKEM	VÝDAJE (NÁKLADY) CELKEM	HODNOTA PRODUKCE (v mil. Kč) *	MEZI- SPOTŘEBA (v mil. Kč) *	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA (v mil. Kč) *	POČET ZAMĚSTNANCŮ (PŘEPOČ.; v os.)	VÝDAJE NA INVESTICE	EXPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB	IMPORT	POČET PRÁVNICKÝCH A FYZICKÝCH OSOB	PODÍL NA HPH (v %)
a	b	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
KULTURNÍ SEKTOR	Kulturní dědictví	10 109 931	10 617 504	22 085	10 973	11 112	14 876	2 819 244	140 250	239 981	6212	12,9
	Scénická umění	12 449 528	12 171 083	12 282	5996	6286	15 035	383 758	61 172	187 889	1764	7,3
	Výtvarné umění	4 768 214	3 961 066	5737	2930	2807	1778	236 470	28 381	31 053	6031	3,3
	Kulturní a umělecké vzdělávání	989 266	820 012	8345	2431	5914	735	31 052	-	-	1288	6,9
	Řemesla	-	-	-	-	-	-	-	5 551 545	2 108 429	1000	
	Sektor celkem	28 316 939	27 569 665	48 449	22 330	26 119	32 424	3 470 524	5 781 348	2 567 352	15 277	30,3
KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film a video	13 239 930	12 569 145	15 900	9745	6155	1728	807 534	6 356 763	4 762 862	1155	7,1
	Hudba	2 006 431	1 708 638	2475	1400	1075	342	103 798	9770	101 620	3272	1,2
	Televize	20 262 248	19 083 431	23 880	12 728	11 152	4520	1 839 877	109 900	707 769	128	12,9
	Rozhlas	3 368 623	3 113 618	1797	1409	388	1639	188 558	1751	4649	61	0,5
	Knihy a tisk	47 218 459	43 576 674	42 087	28 441	13 646	16 528	1 395 578	6 410 257	4 509 631	35 724	15,8
	Videohry	1 761 347	1 710 665	104	62	42	1375	45 000	-	-	22	0,0
	Sektor celkem	87 857 038	81 762 171	86 243	53 785	32 458	26 132	4 380 345	12 888 441	10 086 531	40 362	37,7
KREATIVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	26 992 029	24 470 579	23 526	16 086	7440	8792	1 525 591	318 200	59 444	695	8,6
	Reklama	70 231 516	66 905 432	63 506	50 032	13 474	13 333	2 687 785	12 122 622	8 450 020	1242	15,6
	Design	2 343 689	1 929 421	2217	1565	652	637	254 148	363 958	1 857 434	475	0,8
	Sektor celkem	99 567 234	93 305 432	89 249	67 683	21 566	22 762	4 467 524	12 804 780	10 366 898	2412	25,0
Správa a podpora kultury	12 895 796	12 913 709	7322	1323	5999	2841	1 429 844	-	-	827	7,0	
KULTURA CELKEM	228 637 007	215 550 977	231 263	145 121	86 142	84 159	13 748 237	31 474 569	23 020 781	58 878	100,0	

* odhad na základě vlastních propočtů z údajů národního účetnictví

Údaje za maloobchod se vztahují jen ke sloupcům 1-5.

Tabulka 2: Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2011 (sl. 3–5 odhad) v tis. Kč

SEKTOR	OBLAST	PŘÍJMY (VÝNOSY) CELKEM	VÝDAJE (NÁKLADY) CELKEM	HODNOTA PRODUKCE (v mil. Kč) *	MEZI- SPOTŘEBA (v mil. Kč) *	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA (v mil. Kč) *	POČET ZAMĚSTNANCŮ (PŘEPOČ.; v os.)	VÝDAJE NA INVESTICE	EXPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB	IMPORT	POČET PRÁVNICKÝCH A FYZICKÝCH OSOB	Podíl na HPH (v %)
a	b	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
KULTURNÍ SEKTOR	Kulturní dědictví	13 992 591	14 006 890	10 692	5502	5190	17 545	1 553 226	85 198	308 569	6208	6,5
	Scénická umění	9 254 437	9 270 782	11 333	5330	6003	12 953	334 027	62 087	233 455	2694	7,5
	Výtvarné umění †	4 237 396	3 623 404	5644	2579	3065	1532	161 137	90 511	163 345	6357	3,8
	Kulturní a umělecké vzdělávání	853 294	728 016	7431	2208	5223	589	16 985	-	-	1284	6,5
	Řemesla	512 016	496 113	482	331	151	1002	9165	1 401 038	2 520 867	1000	0,2
	Sektor celkem	28 849 734	28 125 205	35 582	15 950	19 632	33 621	2 074 540	1 638 834	3 226 236	17 543	24,4
KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film a video	15 034 736	14 808 408	17 260	10 466	6794	1684	1 332 310	16 108 960	5 620 776	1242	8,5
	Hudba	2 323 758	2 055 598	3331	1489	1842	349	74 168	3 013 288	2 457 483	3145	2,3
	Televize	16 341 123	14 878 891	18 884	10 723	8161	3747	1 197 238	43 012	552 406	134	10,2
	Rozhlas	5 762 980	4 188 880	6659	2532	4127	2143	201 092	2671	1 191	60	5,1
	Knihy a tisk	45 592 955	42 615 511	37 228	24 533	12 695	14 926	1 752 894	8 721 551	5 679 449	37 402	15,8
	Videohry	617 850	593 699	606	97	509	438	6 888	-	-	20	0,6
	Sektor celkem	85 673 402	79 140 987	83 968	49 840	34 128	23 287	4 564 590	27 889 482	14 311 305	42 003	42,5
KREATIVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	20 284 667	18 784 113	20 172	12 968	7204	7492	925 218	309 515	92 015	1340	9,0
	Reklama	69 612 043	66 955 125	64 767	50 719	14 048	13 726	2 428 401	11 419 866	9 874 423	2377	17,5
	Design	2 732 641	2 440 156	2622	1584	1038	633	98 874	213 213	571 554	657	1,3
	Sektor celkem	92 629 351	88 179 394	87 561	65 271	22 290	21 851	3 452 493	11 942 594	10 537 992	4374	27,7
Správa a podpora kulturní činnosti		9 059 327	8 895 028	8295	3959	4336	2762	1 324 843	-	-	832	5,4
KULTURA CELKEM		216 211 814	204 340 614	215 406	135 020	80 386	81 521	11 416 466	41 470 910	28 075 533	64 752	100

* odhad na základě vlastních propočtů z údajů národního účetnictví (dle semifinálních výsledků)

† bez designu a uměleckých řemesel

Údaje za maloobchod se vztahují jen ke sloupcům 1-5.

Tabulka 3: Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2012 (sl. 3–5 odhad) v tis. Kč

SEKTOR	OBLAST	PŘÍJMY (VÝNOSY) CELKEM	VÝDAJE (NÁKLADY) CELKEM	HODNOTA PRODUKCE (v mil. Kč) *	MEZI- SPOTŘEBA (v mil. Kč) *	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA (v mil. Kč) *	POČET ZAMĚSTNANCŮ (PŘEPOČ.; v os.)	VÝDAJE NA INVESTICE	EXPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB	IMPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB	POČET PRÁVNICKÝCH A FYZICKÝCH OSOB	Podíl na HPH (v %)
a	b	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
KULTURNÍ SEKTOR	Kulturní dědictví	16 485 796	16 967 282	13 113	5115	7998	17 664	1 737 970	81 060	330 931	6225	9,5
	Scénická umění	9 772 738	9 598 549	12 748	6097	6651	12 478	410 116	127 750	330 357	5717	7,9
	Výtvarné umění †	3 747 714	3 131 919	4543	2819	1724	1347	178 143	250 750	134 013	6745	2,0
	Kulturní a umělecké vzdělávání	847 010	723 172	7599	1705	5894	467	22 988	x	x	1255	7,0
	Umělecká řemesla	561 330	552 960	568	385	183	1230	.	5 762 836	3 753 715	1000	0,2
	Sektor celkem	31 414 588	30 973 882	38 571	16 121	22 450	33 186	2 349 217	6 222 396	4 549 016	20 942	26,6
KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film a video	14 572 857	14 072 571	16 951	9982	6969	1528	1 150 674	11 530 210	8 353 387	1179	8,3
	Hudba	1 908 833	1 610 024	1967	1018	949	307	52 846	934 784	1 613 419	2870	1,1
	Rozhlas	5 033 731	3 747 632	4479	1967	2512	1809	67 685	1208	9305	60	3,0
	Televize	23 485 752	22 016 774	20 897	11 560	9337	4358	1 707 904	153 299	420 419	120	11,1
	Knihy a tisk	42 671 923	40 439 861	34 698	21 184	13 514	13 794	1 270 496	8 507 509	5 775 387	36 100	16,0
	Videohry	1 121 609	875 795	1075	437	638	736	29 218	.	.	28	0,8
	Sektor celkem	88 794 705	82 762 657	80 067	46 148	33 919	22 532	4 278 823	21 127 010	16 171 917	40 357	40,2
KREATIVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	19 088 441	17 619 198	18 533	11 678	6855	7117	1 348 983	254 900	111 087	3508	8,1
	Reklama	66 200 646	62 433 143	61 589	46 108	15 481	13 277	2 271 303	11 810 365	10 976 939	5625	18,3
	Design	2 352 209	1 970 123	2200	1549	651	660	74 456	196 612	187 368	1315	0,8
	Sektor celkem	87 641 296	82 022 464	82 322	59 335	22 987	21 054	3 694 742	12 261 877	11 275 394	10 448	27,2
Správa a podpora kulturní činnosti		10 120 320	10 090 631	8048	3018	5030	3013	45 749	.	.	770	6,0
KULTURA CELKEM		217 970 909	205 849 634	209 008	124 622	84 386	79 785	10 368 531	39 611 283	31 996 327	72 517	100

* odhad na základě vlastních propočtů z údajů národního účetnictví

† bez designu a uměleckých řemesel

Údaje za maloobchod se vztahují jen ke sloupcům 1-6.

3. KOMENTÁŘ K VÝVOJI KULTURY DLE ÚČTU KULTURY

Trojsektorové tabulky jsou zde uvedeny ve finální podobě, to znamená, že se mírně liší od tabulek, které jsou publikovány v oficiálních výstupech účtu kultury publikovaných ČSÚ a NIPOS. Účet kultury za léta 2010–2012 přinesl následující makroekonomická data:

Podle dat za rok 2010 dosahoval podíl kultury na celkové produkci 2,49 % (231 263 mld. Kč), podíl na HPH 2,53 % (86 142 mld. Kč) a na HDP 1,56 % (59,5 mld. Kč). V roce 2010 činil počet zaměstnanců (84 159) 1,8 % zaměstnanců v celé ekonomice.

V roce 2011 lze podíl kultury na celkové produkci ekonomiky odhadovat na 2,2 % (215,4 mld. Kč), jeho podíl na HPH ve výši 2,33 % (80,4 mld. Kč) a na HDP v úrovni 1,4 % (53,1 mld. Kč). Počet zaměstnanců v roce 2011 činil 81 521, což je 1,7 % zaměstnanců v celé ekonomice.

Poměrně nižší úroveň HDP v porovnání s HPH v letech 2011 a 2012 byla dána nízkou úrovní daní vztahujících se ke kulturnímu sektoru a naopak vysokou úrovní přijatých provozních dotací. Snížení HPH oproti roku 2010 bylo ovlivněno jednak relativním nárůstem mezispotřeby a dále celkovým snížením ekonomického výkonu sektoru kultury.

Za rok 2012 lze po upřesnění makroekonomických ukazatelů předpokládat, že produkce v kulturním sektoru dosáhla 2,17 % (209 mld. Kč), podíl sektoru kultury na celkovém objemu HPH dosáhl 2,32 % (84,4 mld. Kč) a na celkovém objemu HDP 1,49 % (57,3 mld. Kč). Počet zaměstnanců v roce 2012 činil 79 785, což je 1,6 % zaměstnanců v celé ekonomice.

Pro **srovnání v rámci ekonomiky ČR** je pak možné podle Jaroslava Nováka z ČSÚ³ uvést, že např. odvětví výroby motorových vozidel se na HDP v roce 2010 podílelo 3,5 %, zemědělství 1,3 %, potravinářský průmysl 1,8 %, finanční činnosti 1,2 %, zdravotní péče 3,6 % a vzdělávání 4,2 %.

Za pozornost též stojí **srovnání situace v ČR a Evropské unii**. Podle studie *Ekonomika kultury v Evropě* (2006) přispěla kulturní a kreativní odvětví v roce 2003 k celkovému HDP EU (30 zemí) 2,6 %, což bylo více než např. chemický průmysl (2,3 %) či obchod s nemovitostmi (2,1 %). Podle této studie pak byl růst odvětví v letech 1999–2003 o 12,3 % vyšší než celkový růst evropského hospodářství a v roce 2004 pracovalo v těchto odvětvích 5,8 mil. lidí, což odpovídá 3,1 % celkového množství zaměstnaných osob v EU (25 zemí). Podle informací, které jsou obsaženy

³ Novák, Jaroslav: *Vystoupení na semináři věnovaném vymezení KKP v ČR*. Konfina Ministerstva kultury ČR, 30. května 2012 [v rámci projektu *Mapování KKP v ČR*].

ve *Sdělení Evropské komise* ze září 2012, přispívají kulturní a kreativní odvětví k celkovému HDP EU 3,3 % a k celkové zaměstnanosti 3 % (6,7 mil. osob). Statistice KKP a jejímu vymezení byla v rámci projektu Mapování věnována rozsáhlá komparativní studie.⁴

Další studie obsahující makroekonomická data vztahující se ke kreativním průmyslům byly vytvořeny agenturou TERA Consultants. Studie *Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries* byla zveřejněna v roce 2010. Podle této studie byl přínos kreativních průmyslů k evropskému HDP zhruba 6,9 % a na zaměstnanosti se kreativní průmysly podílely přibližně 6,5 % (14 mil.) v roce 2008.⁵ Studie vychází z dat členských zemí, Evropské komise a Světové organizace duševního vlastnictví, která dělí kreativní průmysly na základě jejich vazby k duševnímu vlastnictví do čtyř základních kategorií: hlavní, středně navazující, navazující a nezávislá. Hlavní kategorie se podle odhadu podílela v roce 2008 na celkovém HDP EU 4,5 % (558 mld. eur) a 3,8 % na celkové zaměstnanosti (8,5 mil. zaměstnanců). V roce 2014 byla zveřejněna stejnou agenturou nová studie *The Economic Contribution of the Creative Industries to the EU in terms of GDP and Jobs*, která se zabývá vývojem kreativních průmyslů od roku 2008 do roku 2011 z pohledu HDP a zaměstnanosti. Studie potvrzuje, že i v těchto letech se kreativní průmysly podílely na celkovém evropském HDP 6,8 % (přibližně 860 mld. eur) a na celkové zaměstnanosti zhruba 6,5 % (asi 14 mil. zaměstnanců), nicméně zároveň poukazuje na možný negativní vývoj týkající se možné celkové ztráty až 400 tis. pracovních míst a ztráty 20 mld. a 200 tis. pracovních míst v hlavních odvětvích pěti největších evropských trhů, představujících přes 70 % celkového objemu kreativních odvětví v Evropě (Francie, Německo, Itálie, Španělsko a Velká Británie). Studie zkoumala období ekonomické a finanční krize a potvrdila expanzi digitální ekonomiky, umožňující zavedení nových obchodních modelů, jakými jsou např. on-line hudební platformy a video on demand, díky nimž si kreativní průmysly udržely stejné postavení jako v roce 2008. Roku 2011 se hlavní kreativní průmysly ve 27 zemích EU podílely na celkovém HDP 4,4 % a 3,8 % na celkové zaměstnanosti.⁶

Studie nicméně poukazuje na rozdíly uvnitř hlavní skupiny kreativních průmyslů, kam na rozdíl od výše zmiňované studie *Ekonomika kultury v Evropě* a českého účtu kultury řadí i oblast softwaru a informačních technologií. Klasické průmysly ztrácejí

⁴ Kraus, Marcel – Žáková, Eva: *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora*. Institut umění – Divadelní ústav, Praha, 2014. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/kulturni-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich> [cit. 20. listopadu 2014].

⁵ TERA Consultants: *Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries*. Paříž, 2010. Dostupné [on-line] na: <http://www.teraconsultants.fr/en/issues/Report-for-the-International-Chamber-of-Commerce-European-Study-on-the-Impact-of-Piracy-in-the-EU> [cit. 28. listopadu 2014].

⁶ TERA Consultants: *The Economic Contribution of the Creative Industries to the EU in terms of GDP and Jobs*. Paříž, 2014. Dostupné [on-line] na: <http://www.teraconsultants.fr/en/issues/The-Economic-Contribution-of-the-Creative-Industries-to-EU-in-GDP-and-Employment> [cit. 28. listopadu 2014].

na ekonomickém výkonu s výjimkou TV vysílání a filmové produkce, a naopak činnosti spojené s informačními a komunikačními technologiemi (web, hosting a zpracování dat, programování) ekonomicky rostou.

Jak je patrné z tohoto stručného přehledu zveřejněných dat, není možné údaje příliš porovnávat či z nich vyvozovat přesné závěry, protože se velmi liší metodika výpočtu těchto odhadů především v souvislosti s NACE, která jsou do výpočtů zahrnována.

Když se vrátíme do ČR a k účtu kultury, zjistíme, že v letech 2010–2012 se podíly na makroekonomických veličinách mírně snižují, a to pokud jde o ekonomický výkon i zaměstnanost.

Tabulka 4: Základní ukazatele Účtu kultury ČR (2010–2012)

INDIKÁTOR	2010	2011	2012
Podíl KKP na celkové HPH české ekonomiky (v %)	2,53	2,33	2,32
Podíl KKP na celkové zaměstnanosti ČR (v %)	1,8	1,7	1,6

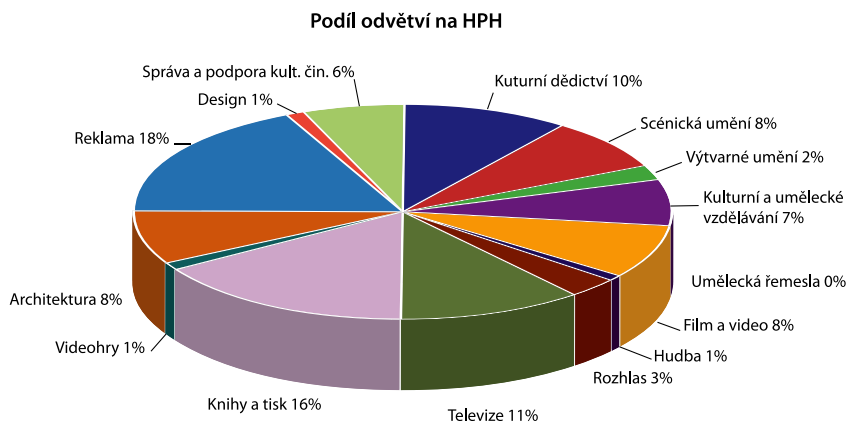
Zdroj: trojsektorové tabulky účtu kultury a data o zaměstnanosti Českého statistického úřadu

Nicméně je nutné zdůraznit, že účet kultury nezahrnuje do oblasti kultury oblast **digitální ekonomiky**, tedy činnosti, související s informačními a komunikačními technologiemi, které jak vyplývá i ze zahraničních studií, se stále výrazněji podílejí na ekonomickém růstu kreativních průmyslů. Podle jediné dostupné studie na téma digitální ekonomiky v ČR, kterou zpracoval Institut pro digitální ekonomiku v roce 2014, zaznamenal vývoj počtu zaměstnanců v sektoru IKT výrazný nárůst: z 116 670 zaměstnanců (včetně podnikatelů) na 140 643 v roce 2012. V roce 2012 činil podíl IT odborníků na celkové zaměstnanosti 2,7 % a studie dohaduje, že do roku 2020 by se mohl počet zaměstnaných v sektoru IT zvýšit na dvojnásobek. Studie rovněž odhaduje podíl kulturních a kreativních průmyslů včetně sektoru IKT na celkovém HDP na 3,7 %.⁷

Pokud jde o **dílčí údaje výsledků účtů kultury**, vyplývá z dat uvedených v tabulkách a na obrázku 1, že v rámci kulturních a kreativních průmyslů nejvíce přispívají k HPH oblasti knih a tisku, reklamy, televize a dále se na přínosu k HPH podílejí i architektura, film, hudba, design a videohry. Oblasti kulturního sektoru není vhodné porovnávat z pohledu přínosu k HPH, protože se ve velké míře jedná o oblasti dotované z veřejných rozpočtů.

⁷ Informace o studii Institutu pro digitální ekonomiku *Potenciál digitální ekonomiky a kulturních a kreativních průmyslů pro další rozvoj a konkurenceschopnost České republiky* jsou dostupné [on-line] na: <http://www.digitalniekonomika.cz/> [cit. 12. prosince 2014].

Obrázek 1: Podíl jednotlivých odvětví na hrubé přidané hodnotě všech KKP v roce 2012



Některé oblasti, např. řemesla a design, jsou velmi náročné na sběr dat, a proto se jejich podíl na HPH jeví jako velmi nízký. Oblast kulturního dědictví zahrnuje čtyři skupiny dle CZ-NACE, z nichž nejdůležitější jsou kulturní památky, knihovny a muzea (viz tabulku č. 3), nicméně vzhledem ke složitosti určení statistických dat by bylo nepřesné a zavádějící uvádět data zvlášť pro každou ze skupin. V případě oblasti videoher je nutné k výsledku poznamenat, že se jedná o velmi mladé odvětví, které v ČR prozatím čítá skromný počet podnikatelských subjektů zabývajících se vývojem a vydáváním her.

Obecně se v tabulkách projevuje **úskalí spočívající v zahrnutí dvou nesourodých oblastí do jednoho celku**: netržních oblastí závislých na veřejné podpoře (knihovny, památky, archivy, částečně scénická umění atd.) s oblastmi tržními (bez veřejné podpory). Produkce u netržních oblastí je totiž stanovena součtem nákladů (včetně nákladů hrazených z dotací), zatímco u tržních oblastí se jedná o součet příjmů bez DPH.

Dále se mohou v tabulce objevovat určité **duplicity**, kupř. tržby v oblasti reklamy částečně pocházejí z televizního a rozhlasového vysílání. V kolonkách rozhlas a televize jsou však započteny také, jelikož tvoří součást rozpočtu těchto médií. Například ve Spojeném království z celkového objemu tržeb reklamního průmyslu, který činil v roce 2000 celkem 16 mld. liber, odečítají 13 mld. liber připadajících na tržby jiných kreativních průmyslů, aby se vyhnuli duplicitám.⁸

⁸ DCMS: *Creative Industries Mapping Document 2001, Advertising*. Dostupné [on-line] na: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183545/2001Advertising2001.pdf [cit. 28. ledna 2014].

Velmi pozoruhodné je dále **srovnání počtu subjektů a počtu zaměstnanců v jednotlivých letech**. Zatímco počet subjektů celkem ve všech kulturních a kreativních oblastech dramaticky rostl (z 58,9 tis. subjektů v roce 2010 přes 64,8 tis. v roce 2011 až na 72,5 tis. v roce 2012), počet zaměstnanců přesto klesal (z 84,2 tis. pracovníků v roce 2010 přes 81,2 tis. v roce 2011 až na 79,8 tis. v roce 2012). Pokud by tato čísla odpovídala skutečnosti, potom můžeme konstatovat, že v roce 2012 připadalo na jeden subjekt průměrně 1,1 zaměstnanec.

Pan J. Novák z ČSÚ vysvětluje tento jev následovně: „Je pravda, že od roku **2008 celkový počet zaměstnanců v ekonomice klesá** (krizové období). **Naopak počet ekonomických subjektů** (údaje z Registru ekonomických subjektů, ČSÚ) **má rostoucí tendenci** (od roku 2010 do roku 2012 vzrostl o 3,1 %, tj. o téměř 83 tis.). Co se týká čísel o kultuře, počet ekonomických subjektů (právnických i fyzických osob a také i bez zaměstnanců a tržeb) je zjišťován z uvedeného RES. Počet zaměstnanců vychází z různých zdrojů (šetření KULT NIPOS a ČSÚ, podniková šetření a šetření neziskových institucí z ČSÚ a z doplňkových šetření – umělecká řemesla, design, cirkusy, amatérská divadla, videohry). Šetření KULT jsou v tomto směru zřejmě nejméně vhodnější. Výsledky podnikových zjišťování mohou být značně ovlivněny velikostí výběrového souboru a dopočty. Řekl bych, že se v letech 2010–2012 metodika v tomto směru nijak nezměnila, takže by v zásadě měla být data srovnatelná. Když se podíváme do jednotlivých oborů či na jednotlivé poskytovatele, zdá se, že nejhlubší pokles počtu zaměstnanců je v oblasti tisku, dále také ve scénickém umění a v uměleckém vzdělávání. V jemnějším členění jednotlivých poskytovatelů je patrný pokles u filmu a videa, muzeí, kulturních domů i divadel. Přesné zjištění příčin by vyžadovalo probrat důvody poklesu zaměstnanců u jmenovaných oborů či poskytovatelů.“

Dalším vysvětlením nízkého údaje počtu zaměstnanců je také samotný popis ukazatele zaměstnanosti. V dokumentu *Výsledky účtu kultury za rok 2012*⁹ je vysvětlen počet zaměstnanců následovně: „V roce 2012 v ní (kultuře) pracovalo zhruba 90 tis. pracovníků, z toho necelých **80 tis. zaměstnanců** (přepočtený stav) a zbytek dobrovolníků bez nároku na odměnu. Nad tento počet lze zřejmě předpokládat dalších několik tisíc osob pracujících v resortu na základě dohod o pracovní činnosti či v postavení osoby samostatně výdělečně činné. Pokud bychom přepočítali vyšší vykázaných ostatních osobních výdajů v kultuře pomocí průměrných mezd podle daných oblastí, dojdeme k počtu dalších zhruba 15 500 pracovníků zapojených na základě dohod (přepočtených na plnou pracovní dobu). Z výsledku různých statistických zjišťování lze odhadovat, že v kultuře dále působí přibližně 45 tis. OSVČ (majitelů). Celkem by tedy bylo možné odhadnout **počet osob pracujících v kultuře zhruba na 150 tis. (zaměstnanců, dobrovolníků, pracovníků na dohody a OSVČ)**. Tento počet samozřejmě nezahrnuje pracovníky zabývající se kulturními aktivitami v nekulturních organizacích.“

⁹ NIPOS: *Výsledky účtu kultury a metodika účtu kultury ČR*. Praha, 2009–2014, s. 12. Dostupné [on-line] na: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=424> [cit. 17. října 2014].

Co se týká počtu subjektů, lze vyvodit, že v uvedených tabulkách může být určitá část subjektů zcela bez zaměstnanců. Navíc není výjimkou, že jedna fyzická osoba založí více subjektů z důvodů daňové optimalizace (třeba založí s. r. o., která je plátcem DPH, další subjekt nebo svoji živnost, která není plátcem DPH). Nicméně do počtu zaměstnanců je tato fyzická osoba započtena pouze v případě, že se nechá zaměstnat na pracovní poměr.

Kapitola *Kvantitativní mapování kulturních a kreativních průmyslů* od P. Bednáře a L. Danka z UTB Zlín poskytuje jiný úhel pohledu na odvětví obsažená v účtu kultury. Podle jejich metodiky bylo v roce 2013 ve všech sledovaných kulturních a kreativních odvětvích celkem 51 929 ekonomicky aktivních subjektů (vyloučeny byly subjekty s nulovým obrátem a bez zaměstnanců) a dohromady zaměstnávaly **162 342 pracovníků**. Kapitola také uvádí strukturu jednotlivých oblastí podle velikostí subjektů (OSVČ, mikropodniky, malé, střední a velké podniky) a potvrzuje, že nejvíce subjektů tvoří osoby samostatně výdělečně činné a mikropodniky. Celkové počty zaměstnanců a ekonomických subjektů v účtu kultury a ve zmíněné kapitole P. Bednáře a L. Danka se však poměrně výrazně liší. Pokud jde o počty subjektů, jsou nesrovnalosti dány také skutečností, že účet kultury pracuje povětšinou se skupinami čtyřmístných NACE, do kterých jsou řazeny subjekty podle registru ekonomických subjektů (RES). Mnohé subjekty, které vykonávají činnost shodnou s popisem daného NACE, jsou však v RES zařazeny do nadřazené skupiny trojmístné, či dokonce dvoumístné NACE, a proto nejsou ve skupině čtyřmístné NACE vůbec zaznamenány. Naopak velmi často dochází ke skutečnosti, že se v RES vyskytují, jak již bylo řečeno, i neaktivní subjekty, které činnost nevykonávají či do dané skupiny nespádají.

Výše uvedené nesrovnalosti a nepřesnosti lze považovat za celkovou nepřesnost a chaos ve všech dostupných statistikách, které mají problém podchytit a sledovat odvětví KKP a zahrnují především data velkých podniků (která jsou snadno zjištělná), zatímco data za mikropodniky a živnostníky jsou velmi nepřesná. K tomu přispívá i skutečnost, že ve formuláři daňového přiznání nemusí živnostníci zařadit svoji hlavní činnost do patřičné kategorie ze seznamu ekonomických činností, který by odpovídal kategoriím CZ-NACE, a navíc vykonávají více druhů činností. V důsledku jsou často ve statistice zcela nedohledatelní. Dalším úskalím je vzájemná neprovázanost jednotlivých statistických šetření z různých úhlů pohledu, existence více paralelních zdrojů statistik (ČSÚ a data komerčních statistických firem) a do jisté míry pochopitelná, avšak demotivující netransparentnost statických dat.

Další informace k metodice sestavování trojsektorových tabulek a o jednotlivých ukazatelích popisuje následující podkapitola.

4. METODIKA SESTAVENÍ TZV. TROJSEKTOROVÉ TABULKY SATELITNÍHO ÚČTU KULTURY

(autorem této podkapitoly je Jaroslav Novák z oddělení statistiky vzdělávání, zdravotnictví, kultury a sociálního zabezpečení ČSÚ)

Metodika sestavení satelitního účtu kultury vznikala poměrně nesnadno a v postupných krocích souvisejících jak s objektivními změnami, tak i s rozvíjením subjektivních zkušeností s opakujícím se zpracováním tohoto účtu.

Jak známo, kultura patří mezi nejsložitější oblasti života společnosti. Nezahrnuje jen hmatatelné výsledky lidského ducha, jako např. písemnictví, ale i jevy nehmatatelné, mezi které patří způsoby života, systém hodnot, tradice či přesvědčení. Samozřejmě, něco tak obsáhlého a stěžejního uchopitelného nelze plně postihnout statistickými metodami, a to ani z větší části. Našimi omezenými prostředky dokážeme lépe či hůře zachytit jen hmotnou stránku kultury, resp. něco jako její „infrastrukturu“ a jí odpovídající výstupy. Obtíže způsobují také specifika spočívající v modifikovaném působení ekonomických vztahů v kultuře. Jsou spojena např. s problémy ocenění originálních kulturních statků a služeb.

Další překážkou odpovídajícího postižení kulturního sektoru představuje uspořádání statisticky sledovaných dat ve formě klasifikací odvětví oborů, produktů či druhů výdajů apod. Rozsah a různorodost kulturních aktivit počínajících kulturním dědictvím přes živé umění, tvorbu a média až po správní činnosti včetně ochrany autorských práv nekorespondují patřičně se zmíněnými statistickými klasifikacemi. V důsledku toho je v mnoha případech nutné údaje za daný kulturní obor či aktivitu pracně získávat, popř. odhadovat z agregovaných dat zahrnujících také nekulturní či kulturní činnosti, avšak více než jen jedné oblasti (oboru apod.).

Výše uvedené okolnosti a také potřeba nejasného vymezení rozsahu kulturního sektoru na samém počátku prací na přípravě satelitního účtu kultury byly – a lze říci, že i nadále jsou – příčinou postupného upřesňování metodiky sestavení tohoto účtu.¹⁰ Poprvé byl účet kultury – na základě usnesení vlády ČR č. 1452 z roku 2008 – sestaven v ověřovacím provedení za referenční rok 2009. Poté byl ukončen projekt ESSnet Culture organizovaný Eurostatem, jehož výstupem bylo – mimo jiné – jednotné vymezení sektoru kultury v rámci EU.

Výsledky výše uvedeného projektu byly zapracovány do novelizované metodiky sestavení kulturního účtu¹¹ a uplatněny již v rámci účtu za referenční rok 2010. V tomto zpracování bylo spolu s členěním kulturního sektoru podle kulturních oblastí (odvětví) a poskytovatelů kulturních služeb také využito členění Evropské komise na kulturní a kreativní sektor, tj. členění na oblast tradičního umění

¹⁰ Viz *Systém účtů kultury, op. cit.*, NIPOS, Praha, 2009, dále zpřesněný v letech 2011 a 2013.

¹¹ Metodika byla zveřejněna na stránkách NIPOS v roce 2014.

a kulturních průmyslů a oblast kreativních průmyslů. Z důvodu úplnosti údajů za celou kulturu byly jmenované sektory doplněny o správní (režijní) činnosti (včetně ochrany autorských práv a podpory kultury), které jsou s kulturou – jako s každou oblastí lidských aktivit – neoddělitelně spojeny. Výsledky zpracování satelitního účtu kultury v tomto členění jsou zachyceny v tzv. trojsektorové tabulce, jejíž postup sestavení je popsán níže.

Popis sestavení trojsektorové tabulky

Tabulka zahrnuje celý rozsah kulturních aktivit v souladu s vymezením kultury v rámci zmíněného projektu ESSnet Culture. Tyto aktivity jsou rozčleněny do tří sektorů (kulturní sektor, kulturní průmysly a kreativní průmysly) a „režijní“ oblasti zahrnující správní činnosti v kultuře včetně ochrany autorských práv a tzv. podpůrné činnosti (různé spolky, kluby a sdružení na podporu kulturních činností). Sektory jsou dále členěny do oblastí (kulturních odvětví či oborů), kterým odpovídají jednotlivé řádky tabulky.

Z pohledu uplatněných ukazatelů zahrnuje tabulka hodnotové i naturální ukazatele odpovídající jednotlivým sloupcům tabulky. Z ukazatelů naturálních jsou to pouze počty zaměstnanců a počty právnických a fyzických osob působících v kultuře. Více je hodnotových ukazatelů, které jsou v zásadě dvojího druhu – mikroekonomické (sloupce 1, 2, 7, 8 a 9) a makroekonomické (sloupce 3, 4 a 5). Prvé se vyčíslují přímo ze sumarizovaných – a popř. dopočtených a poté sumarizovaných – výsledků příslušných statistických zjišťování a druhé se za kulturu odvozují (propočítávají a případně i částečně odhadují) ze zpracovaných podkladů národních účtů zahrnujících celou ekonomiku.

Příjmy (výnosy) a výdaje (náklady) celkem

Tyto ukazatele vycházejí z účetnictví (účetných tříd 5 a 6) jednotlivých kulturních institucí a jsou přímo obsaženy ve všech statistických výkazech využívaných k jejich propočtu. Zdroje dat v zásadě představují roční šetření ČSÚ (KULT, šetření v neziskových institucích – NI a podniková šetření tzv. Structural Business Survey – SBS), dále šetření NIPOS (KULT a doplňková zjišťování) a šetření IDU (doplňková zjišťování).

Za oblast **kulturního dědictví** (klasifikace CZ-NACE 91.01, 02, 03, 72.20) jsou údaje o příjmech a výdajích přímo (tj. bez problémů) přebírány z ročních celoplošných šetření KULT prováděných NIPOS (knihovny, muzea a galerie, kulturní památky). Údaje o archivech zjišťuje NIPOS dodatečným šetřením (zvlášť za veřejné archivy

a zvláště za archivy soukromé). V případě dat za soukromé archivy je nutné – s ohledem na nemalou non-respons – dojít k výsledkům pomocí dopočtu na celý soubor respondentů. Doposud nejsou získávána data za archeologická naleziště (NACE 72.20).

Do kulturního dědictví patří také maloobchod se starožitnostmi, známkami, mincemi, upotřebenými knihami a uměleckými předměty (NACE 47.48.9 a 47.79). Údaje za tyto činnosti se získávají (propočítávají) z tzv. podnikového výběrového šetření SBS, konkrétně výkazem P 5-01. Potíží je v tom, že se výsledky zjišťují a dopočítávají pouze do úrovně tříd (čtyř míst klasifikace NACE). Data za maloobchod se známkami, mincemi, rukodělnými výrobky a za činnost uměleckých galerií jsou agregována do jedné položky společně s daty za maloobchod s topným olejem, plynem, uhlím či zbraněmi a střelivem. Podobně tomu je s daty za maloobchod s použitými knihami a starožitnostmi, která jsou agregována s daty za maloobchod s ostatním zbožím. V těchto případech nelze než údaje za kulturní aktivity velmi hrubě odhadnout, a to v prvním případě v úrovni 5 % z agregované položky a ve druhém na úrovni 90 %. Správnějším, avšak finančně a kapacitně náročným řešením by bylo založit odhad na doplňkových šetřeních zjišťujících produktivitu z maloobchodních tržeb jednotlivých druhů zboží.

Údaje o příjmech a výdajích za oblast **scénického umění** (NACE 90.01, 02, 04) jsou získávány z šetření NIPOS řady KULT (divadla, koncertní sály, festivaly, hudební soubory, kulturní domy) a dále z doplňkových zjišťování NIPOS (amatérská divadla, folklorní soubory) a IDU (cirkusy). Data, která nejsou těmito šetřeními plně zachycena (NACE 90.02, 04) jsou konfrontována s údaji z ročního podnikového šetření SBS s tím, že je dáována přednost hodnotově vyšším údajům. Údaje za NACE 90.01 a 90.04 jsou doplněna dále o výsledky ročního zjišťování ČSÚ v neziskových institucích (NI).

Data za **výtvarné umění** (NACE 74.20, 90.03) vycházejí z ročního šetření SBS, a to jak v případě fotografické činnosti, tak i umělecké tvorby. Za uměleckou tvorbu jsou navíc k dispozici výsledky ročního šetření neziskových institucí (NI), které dříve jmenovaná šetření doplňují.

Údaje za **kulturní a umělecké vzdělávání** (NACE 85.52) vycházejí přímo z ročních šetření SBS a NI, která provádí ČSÚ.

S daty vztahujícími se k **uměleckým řemeslům** (NACE části odd. 14, 15, 16, 23, 25, 31, 32 a 43) jsou zřejmě největší problémy. S ohledem na skutečnost, že je není možné získat (vyčlenit) z rutinně prováděných šetření SBS, je nutné provádět odhady z doplňkového šetření NIPOS u poměrně malé části respondentů. Pokroku v této oblasti značně brání i skutečnost, že umělecká řemesla nejsou přesně (v kategoriích statistických klasifikací) vymezena (definována).

Údaje za **film a video** (NACE 59.11, 12, 13, 14, 77.22, 47.63) jsou získávány přímo z ročního podnikového šetření SBS. Data za maloobchodní činnost vztahující se k oblasti video jsou odhadnuta v rozsahu odpovídajícím 50 % hodnot za celou NACE 47.63 (druhá polovina odpovídajících hodnot je přiřazena k maloobchodní činnosti vztahující se k hudebním nahrávkám – viz níže).

Údaje za oblast **hudby** (NACE 59.20 a 47.63) jsou získávány přímo z šetření SBS a NI. Za maloobchodní činnost se přiznává hudebním nahrávkám 50 % hodnoty za NACE 47.63 (viz výše).

Údaje týkající se **rozhlasového a televizního vysílání** (NACE 60.10, 20) jsou přímo přebírány z ročního šetření ČSÚ řady KULT.

Data za oblast **knihy a tisk** (NACE 58.11, 13, 14, 63.91, 74.30, 47.61, 62) jsou přímo přebírána (včetně maloobchodní činnosti) z výsledků šetření SBS a NI.

Příjmy a výdaje za **videohry** (NACE 58.21) jsou přejímány z výsledků doplňkového zjišťování IDU, popř. z výběrového šetření SBS (tato data jsou však v porovnání s prvými neúplná).

Údaje za oblast **architektury** (NACE 71.11) jsou přímo přebírány z výsledků šetření SBS a NI prováděných ČSÚ.

Údaje za oblast **reklamy** (NACE 73.11) jsou přímo přebírány z šetření SBS.

Data za **design** (NACE 74.10) jsou přebírána z doplňkového šetření IDU, případně z výběrového šetření SBS (je dáována přednost úplnějším výsledkům – vyšším hodnotám).

Údaje vztahující se ke **správě a podpoře kulturních činností** (správa a řízení, ochrana autorských práv a podpora kulturních činností, tj. NACE 84.11, 12 a 94.99.2) jsou přebírány z podkladů MK (o hospodaření PO MK ČR), z šetření SBS (NACE 84.12 – v částečném rozsahu 15 %) a z šetření NI (za NACE 94.99.2).

Makroekonomické ukazatele

Ukazatele hodnoty produkce, mezispotřeby a hrubé přidané hodnoty (sl. 3, 4 a 5 tabulky) vycházejí z národního účetnictví (z výrobní metody výpočtu HDP), konkrétně z tabulek dodávek a užití. Lze říci, že z těchto údajů lze makroekonomické ukazatele za sektor kultury spíše odhadovat než přesně kalkulovat. Je tomu z našeho pohledu zejména pro nevhodné členění dat v tabulkách dodávek a užití pouze do úrovně oddílů (na dvě místa NACE), zatímco kulturní aktivity jsou nejčastěji až na

úrovni tříd (čtyři místa NACE). To znamená, že přímo z tabulky dodávek a užití lze přebírat data za ty kulturní oblasti, které jsou v klasifikaci vyjádřeny na úrovni oddílu (NACE 59, 60 a 90). Data je však nutno rozdělit na dílčí kulturní oblasti. Například se to týká NACE 60 zahrnující rozhlasové a televizní vysílání. To se provádí podle relací výše odpovídajících ukazatelů (výnosy či spotřeba materiálu, energie, zboží a služeb) zjištěných za dané období výkazy KULT.

V zásadě se při vyjádření makroekonomických ukazatelů kulturních oblastí z tabulek dodávek a užití postupuje podle některého z níže uvedených vzorců (řazených od nejjednoduššího k nejsložitějšímu):

1. hodnoty za kulturní aktivity na úrovni oddílu se přímo převezmou za všechny tři ukazatele z tabulek dodávek a užití s tím, že na dílčí kulturní oblasti se rozdělí v poměru jejich příjmů (produkce) a jejich výdajů na spotřebu materiálu, energie, zboží a služeb (mezispotřeba); hrubá přidaná hodnota představuje rozdíl mezi propočtenou produkcí a mezispotřebou
2. hodnoty za kulturní aktivity na úrovni třídy zahrnuté do společného oddílu s nekulturními aktivitami se vyčíslí tak, že se zjistí podíl dané třídy na příjmech (výnosech) celého oddílu a podobně i podíl dané třídy na spotřebě materiálu, energie, zboží a služeb celého oddílu; pomocí těchto podílů se vypočtou produkce a mezispotřeba připadající na danou třídu z celkové produkce a mezispotřeby oddílu
3. v případech, kdy nelze postupovat podle bodu 2, např. z důvodu, že je třeba vyjádřit hodnoty za více tříd a z více oddílů zároveň (umělecká řemesla), či nejasného vztahu mezi třídami a oddíly souvisejícího mimo jiné i s rozdílnými výsledky šetření SBS a NI apod. (správa a podpora kulturní činnosti), se postupuje tak, že propočet vyjde z úrovně příjmů (výnosů) třídy či podtřídy a její mezispotřeba se určí z příjmů dané třídy podle procentního podílu mezispotřeby na produkci vyššího celku (oddílu)

Podle jednotlivých oblastí jsou uplatněny výše uvedené postupy propočtu takto:

Kulturní dědictví – postup dle bodu 2 za NACE 90.01, 02, 03 a také dle bodu 2 za NACE 47.78 a 79 s tím, že platí procentní poměry 5 a 90 % – viz kapitolu 3.2.1.

Scénická umění, výtvarné umění a kulturní a umělecké vzdělávání – postup dle bodu 2.

Umělecká řemesla – postup dle bodu 3.

Film a video a hudba – postup dle bodu 2 s tím, že u NACE 47.63 se uplatňuje dělení zjištěných hodnot mezi film a video na straně jedné a hudbu na straně druhé na dvě stejné části.

Televize a rozhlas – postup dle bodu 1.

Knihy a tisk, videohry, architektura, reklama a design – postup dle bodu 2.

Správa a podpora kulturních činností – postup dle bodu 3.

Počet zaměstnanců a výdaje na investice

Údaje za naturální ukazatel počtu zaměstnanců stejně jako za hodnotový ukazatel výdajů na investice (sl. 6 a 7 tabulky) jsou získávány za jednotlivé kulturní oblasti v zásadě ze stejných zdrojů (šetření) jako údaje o příjmech a výdajích (tj. KULT, SBS, NI a doplňková šetření ČSÚ, NIPOS a IDU) – viz bod 2.1.

K ukazateli počtu zaměstnanců je třeba dodat, že výsledky zmíněných šetření za jednotlivé třídy NACE jsou porovnávány s údaji ČSSZ o počtu pojištěnců (ve stavu k 30. červnu referenčního období). V souladu se zásadou, že by přepočtené stavy zaměstnanců neměly být vyšší než počty pojištěnců, mohou být popř. upraveny.

Kulturní dědictví – data za kulturní památky, muzea a galerie a knihovny se přebírají ze šetření KULT, data za archivy z doplňkového šetření a data za maloobchodní činnost ze šetření SBS (s uplatněním výše uvedeného rozdělení vykázaných hodnot v úrovni 5 a 90 %).

Scénická umění, výtvarné umění, kulturní a umělecké vzdělávání a umělecká řemesla – data se získávají z šetření KULT, NI, SBS a z doplňkových šetření.

Film a video – data se získávají z šetření SBS s tím, že v případě NACE 47.63 připadají na tuto oblast poloviční hodnoty.

Hudba – data se získávají z šetření SBS a NI s tím, že na oblast hudby připadají za NACE 47.63 poloviční hodnoty.

Televize a rozhlas – data se přebírají ze šetření KULT (ČSÚ).

Knihy a tisk – data se přebírají z výsledků šetření SBS a NI.

Videohry – data se přebírají z doplňkového šetření IDU, případně z šetření SBS.

Architektura a reklama – data se přebírají ze šetření SBS a NI.

Design – data se přebírají z doplňkového šetření IDU či ze šetření SBS.

Správa a podpora kulturní činnosti – data se přebírají z údajů o hospodaření příspěvkových organizací ministerstva kultury a dále z šetření SBS (s podílem 15 %, odpovídajícím NACE 84.12) a NI (za podtřídu NACE 94.99.2).

Export a import zboží a služeb

Údaje o vývozu a dovozu zboží a služeb kulturního charakteru (sl. 8 a 9 tabulky) jsou získávány ze statistiky zahraničního obchodu ČSÚ, a to zvlášť za obchod se zbožím a zvlášť za obchod se službami. Nutno dodat, že statistika zahraničního obchodu není vyčerpávající, ale výběrová a s ohledem na předmět zjišťování nelze získané údaje dopočítávat. V případě obchodu se zbožím představuje problém skutečnost, že nejsou zcela jasně vymezena umělecká řemesla a jejich produkty. Zahraniční obchod v oblasti uměleckých řemesel je poměrně významný.

Údaje za jednotlivé oblasti kultury (řádky tabulky) se získají prostým součtem dat pod příslušnými kódy zboží a služeb, a to za vývoz a dovoz zvlášť.

Počet právnických a fyzických osob

Údaje o počtu ekonomických subjektů se získávají z Registru ekonomických subjektů vedeného ČSÚ. Počty ekonomických subjektů jsou uvedeny podle jednotlivých tříd, a tak se v rozhodujícím počtu případů dají data přebrat bez dodatečných úprav. Problémy s odhady je třeba řešit u tříd, ke kterým se vztahuje procentní odhad hodnot (NACE 47.78, 79, 63 a 84.12 – viz bod 2.1). V případě oblasti správy a podpory kulturních činností (podtřída 94.99.2) se vychází z počtu respondentů zahrnovaných do šetření NI.

5. ZÁVĚR A DOPORUČENÍ

Jak je z výše uvedeného textu zřejmé, sestavení účtu kultury a potažmo i trojsektorové tabulky se střetává s nemalými problémy. S ohledem na jejich závažnost lze potřebné změny směřující k jejich řešení rozdělit do několika skupin:

- Je třeba dbát na zkvalitňování současných statistických zjišťování (důraznější vymáhání dat od respondentů, větší výběrové soubory, důsledné uplatňování dopočtů zjištěných dat na základní soubor, stálá aktualizace registru respondentů atd.).
- Bylo by vhodné využít k upřesňování a porovnávání dat i další vhodné partnery, kteří mohou získávat data. Máme na mysli především profesní a zastřešující organizace jednotlivých odvětví, které by měly mít nejlepší přehled a v jejichž vlastním zájmu by mělo být co nejkvalitnější zjišťování dat. Mezi tyto organizace patří např. Česká komora architektů, Česká filmová komora, České hry nebo Svaz českých knihkupců a nakladatelů.
- Český statistický úřad a Národní informační a poradenské středisko pro kulturu by měly více spolupracovat s těmito profesními a zastřešujícími organizacemi a provádět společně doplňková zjišťování za kulturní aktivity, které nejsou pokryty řádným statistickým nebo jejichž řádné šetření neposkytuje dostatečně věrohodná data (oblast uměleckých řemesel, soukromých archivů, cirkusů, videoher, designu).
- Odvětví uměleckých řemesel vyžaduje specifický postup a metodiku zjišťování dat, protože činnosti tohoto odvětví nejsou podchyceny samostatnou klasifikací a subjekty spadají do mnoha NACE zpracovatelského průmyslu. V zahraničí (Velká Británie, Německo) je vyvíjena speciální metodika na sledování tohoto odvětví, jejíž základ spočívá ve vytvoření základního adresáře subjektů vykonávajících umělecká řemesla a kvalifikovaných dopočtů.
- Bylo by vhodné zkvalitnit informace potřebné pro propočet či odhad hodnot za kulturní aktivity z agregovaných položek zahrnujících i aktivity nekulturní (týká se to zejména možných dodatečných šetření v oblasti maloobchodu a ve třídě 84.12 NACE).

Vyřešení stávajících problémů není, resp. nebude jednoduché (pokud kdy bude zcela dosaženo). Je limitováno omezenými finančními i kapacitními možnostmi i současným stavem nepřesnosti statistického zjišťování na obecné úrovni. Pro zkvalitnění dat kulturního účtu bychom však již v současné době měli usilovat o důsledné plnění alespoň těch požadavků, které jsou reálně možné. Ke zlepšení statistiky by měly výrazně přispět i profesní a odborné organizace, v jejichž zájmu by měla být co největší transparentnost a dostupnost dat.

Seznam zkratk a vysvětlení základních statistických pojmů

ČSÚ – Český statistický úřad

HDP – hrubý domácí produkt je výsledkem výpočtu: produkce minus mezipotřeba plus daně z produktů minus dotace na produkty

HPH – hrubá přidaná hodnota je rozdíl mezi produkcí a mezipotřebou

IDU – Institut umění – Divadelní ústav

KULT – statistická šetření kulturních organizací

NACE – mezinárodní klasifikace ekonomických činností

NI – šetření neziskových institucí

NIPOS – Národní informační a poradenské středisko pro kulturu

produkce – součet tržeb za služby a produkty

SBS – podniková šetření tzv. Structural Business Survey

RES – Registr ekonomických subjektů – veřejný seznam, který je veden podle § 20 zákona č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě

ZDROJE

Adamcová, Jana, Jetmar, Marek, Rudyšarová, Alexandra: *Potenciál digitální ekonomiky a kulturních a kreativních průmyslů pro další rozvoj a konkurenceschopnost České republiky. Výzvy, přínosy a impulsy pro vládní politiku*. Institut pro digitální ekonomiku, Praha, 2014.

Cikánek, Martin, a kol.: *Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku II*. Institut umění – Divadelní ústav, Praha, 2013.

Digitální ekonomika. Dostupné [on-line] na: www.digitalniekonomika.cz [cit. 17. prosince 2014].

DCMS: *Creative Industries Mapping Document 2001, Advertising*. Dostupné [on-line] na: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183545/2001Advertising2001.pdf [cit. 28. ledna 2014].

EK: *Sdělení Evropské komise Evropskému parlamentu, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a výboru regionů předkládající návrh strategie k uvolnění potenciálu kulturních a kreativních odvětví*. Brusel, 26. září 2012.

EK: *Zelená kniha – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*. Brusel, 2010. Dostupné [on-line] na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:CS:PDF> [cit. 17. ledna 2015].

European Statistical System Network on Culture – Final Report. ESSnet Culture, 2012. Dostupné [on-line] na: <http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/ess-net-report-oct2012.pdf> [cit. 17. září 2014].

Kraus, Marcel, Žáková, Eva: *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora*. Institut umění – Divadelní ústav, Praha, 2014. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/kulturni-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich> [cit. 20. listopadu 2014].

Novák, Jaroslav: *Vystoupení na semináři věnovaném vymezení KKP v ČR*. Konírna Ministerstva kultury ČR, 30. května 2012 [v rámci projektu *Mapování KKP v ČR*].

NIPOS: *Výsledky účtů kultury a metodika účtu kultury ČR*. Praha, 2014. Dostupné [on-line] na: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=424> [cit. 17. října 2014].

TERA Consultants: *The Economic Contribution of the Creative Industries to the EU in terms of GDP and Jobs*. Paříž, 2014. Dostupné [on-line] na: <http://www.teraconsultants.fr/en/issues/The-Economic-Contribution-of-the-Creative-Industries-to-EU-in-GDP-and-Employment> [cit. 28. listopadu 2014].

TERA Consultants: *Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries*. Paříž, 2010. Dostupné [on-line] na: <http://www.teraconsultants.fr/en/issues/Report-for-the-International-Chamber-of-Commerce-European-Study-on-the-Impact-of-Piracy-in-the-EU> [cit. 28. listopadu 2014].

Throsby, David: The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 2008, 17(3), s. 147–164.

Postavení kultury v rámci makroekonomiky ČR: Organizace statistických dat, satelitní účty

Marek Rojíček

OBSAH

1. Úvod	124
2. Organizace statistických zjišťování	125
3. Zdroje dat pro národní účetnictví	126
4. Přehled satelitních účtů	129
5. <u>Základní charakteristika odvětvové struktury české ekonomiky</u>	133
6. Komparace kulturního sektoru s vybranými odvětvími ekonomiky ČR	135
7. Závěr	140
Zdroje	142
Příloha	143

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Vývoj struktury přidané hodnoty podle základních výrobních sektorů	133
Graf 2: Srovnání satelitních účtů kultury, neziskových institucí, cestovního ruchu a zemědělství	135
Graf 3: Srovnání výdajů vládních institucí na vybrané oblasti (mld. Kč, rok 2011)	138

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Nejvýznamnější odvětví v české ekonomice dle klasifikace CZ-NACE (s podílem nad 2 % hrubé přidané hodnoty) 137

Tabulka 2: Hrubá přidaná hodnota, export, zaměstnanost a počty aktivních jednotek podle odvětví (oddíly CZ-NACE) 143

1. ÚVOD

V následující kapitole je nejprve stručně shrnut proces a organizační zajištění sběru statistických údajů v rámci fungování tzv. státní statistické služby. Klíčovou organizací v tomto procesu je ze zákona Český statistický úřad, který je také hlavním poskytovatelem statistických výstupů. Důležitou roli, zejména v dílčích sektorových statistikách, hrají jednotlivá ministerstva či jimi řízené organizace. Kromě odvětvových a průřezových statistik slouží údaje ze statistických zjišťování a administrativních zdrojů jako vstupní data pro sestavování národních účtů, jež tvoří základní rámec měření ekonomických transakcí v národním hospodářství. Na systém národních účtů navazují jednotlivé satelitní účty, jejichž struktura a vazba na národní účetnictví jsou značně různorodé. Přehledu satelitních účtů je věnována další subkapitola, podrobně jsou pak analyzovány údaje ze satelitního účtu kultury a údaje za kulturní sektor jsou zasazeny do makroekonomického kontextu a srovnávány s jinými oblastmi národního hospodářství.

2. ORGANIZACE STATISTICKÝCH ZJIŠŤOVÁNÍ

Na základě zákona č. 89/1995 je státní statistická služba vymezena jako „činnost, která zahrnuje získávání údajů, vytváření statistických informací o sociálním, ekonomickém, demografickém a ekologickém vývoji České republiky a jejich jednotlivých částí, poskytování statistických informací a jejich zveřejňování“. Hlavním orgánem státní statistické služby je ze zákona Český statistický úřad (ČSÚ), v dílčích oblastech však tuto činnost vykonávají také ministerstva (ministerstvo dopravy, ministerstvo kultury, ministerstvo práce a sociálních věcí, ministerstvo pro místní rozvoj, ministerstvo průmyslu a obchodu, ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, ministerstvo zdravotnictví, ministerstvo zemědělství a ministerstvo životního prostředí). ČSÚ je garantem metodiky statistických zjišťování a je také odpovědný za jejich koordinaci, tj. spolupracuje s ministerstvy při přípravě programu statistických zjišťování a dbá, aby nedocházelo k nadměrnému zatěžování zpravodajských jednotek. ČSÚ dlouhodobě optimalizuje a integruje systém statistického zjišťování s cílem snížit zátěž zpravodajských jednotek, mezi lety 2008 a 2011 došlo k jejímu snížení o více než dvě pětiny (zejména zrušením strukturálních podnikových výkazů u podnikatelů-fyzických osob a redukcí u malých a středních právnických osob).

Konkrétní statistická zjišťování pro každý kalendářní rok jsou stanovena na základě vyhlášky o statistických zjišťováních, kterou schvaluje vláda ČR. Pro rok 2013 bylo vyhlášeno 197 statistických zjišťování, z toho 110 prováděných ČSÚ a 87 dalšími orgány státní statistické služby. Sběr dat ze statistických výkazů realizuje ČSÚ od roku 2013 z podstatné části elektronicky, přičemž je používáno buď EPV (elektronické programové vybavení nainstalované u respondentů), nebo tzv. editovatelné PDF výkazy dostupné pro všechny respondenty disponující datovou schránkou. Proces sběru dat obsahuje interaktivní a dávkové kontroly dělané v souladu s předem nastavenými logickými testy. Testy jsou rozděleny podle jejich podstaty na chyby, odchylky a non-response, a jejich použití je vázáno kontrolami (mohou být opraveny ve spolupráci s vykazující jednotkou) a informativními kontrolami v závislosti na jejich závažnosti.

3. ZDROJE DAT PRO NÁRODNÍ ÚČETNICTVÍ

Pro kompilaci úplné sestavy ročních národních účtů, na kterou jsou navázány také některé satelitní účty, jsou čerpány údaje z velkého množství různých zdrojů získaných jak ze statistických zjišťování organizovaných ČSÚ, tak i z administrativních zdrojů dat přebíraných od externích institucí. Všechny zdroje dat jsou z hlediska charakteru jejich použití rozděleny na hlavní a doplňkové.

Hlavní zdroje dat mají v převážné většině komplexní charakter, což umožňuje za každý takovýto zdroj dat naplnit celou sekvenci účtů čili všechny běžné účty, účty akumulace i rozvahy. Doplňkové zdroje dat slouží především pro doplnění, upřesnění a pro jiné korekce jednotlivých položek účtů naplněných z hlavních zdrojů dat. Zdrojová data jsou specifická podle jednotlivých institucionálních sektorů a odvětví, případně výdajových složek HDP.

Statistická zjišťování většinou navazují na uplatňované způsoby podnikového účtování, na odpovídající účty a účetní výkazy (výsledovku a rozvalu) předkládané právnickou nebo fyzickou osobou finančním úřadům. Metodika těchto výkazů je navrhována se zřetelem k mezinárodní metodice ESA 95.¹ Za základní soubory zjišťovaných jednotek a kvalitu výsledků z těchto výkazů zodpovídají jednotlivé odvětvové odbory (které současně zodpovídají za produkční statistiku příslušných odvětví, například průmyslu, stavebnictví nebo netržních služeb). Kromě odvětvových odborů se na podkladech pro sestavení národních účtů podílejí i průřezové odbory ČSÚ (mezd, zaměstnanosti a šetření u domácností, cen a zahraničního obchodu), které provádějí statistická zjišťování a publikují údaje kupříkladu o mzdách, úplných nákladech práce, o pracovnících, cenách, dovozu a vývozu nebo o výdajích domácností. Odvětvové a průřezové odbory pak publikují výsledky ze statistických šetření ve vlastních publikacích.

Každý odvětvový nebo průřezový odbor úzce spolupracuje s příslušným odborem statistického zpracování ČSÚ, jenž zodpovídá za určitý úsek statistického zjišťování, třeba za zjišťování u průmyslových jednotek nebo u zdravotních pojišťoven apod. V rámci tohoto úseku pak zajišťuje rozeslání výkazů, jejich urgování, prověřování úplnosti vyplnění výkazů, provádí první kontrolu jejich kvality a vede základní komunikaci s vykazujícími institucionálními jednotkami.

Pro sektor nefinančních podniků je hlavním zdrojem statistický výkaz P5-01 – je zasílán podnikům s hlavní aktivitou v zemědělství, v lesnictví, v rybnářství, v dobývání nerostných surovin, průmyslu, ve stavebnictví, v energetice, v obchodě, v dopravě, v tržních službách a v pomocných finančních institucích (kromě finančního zprostředkování a pojištění). Jsou to právnické a fyzické osoby zapsané

¹ Eurostat: *Evropský systém účtů ESA 1995*. Dostupné [on-line] na: http://apl.czso.cz/nufile/ESA95_cz.pdf [cit. 17. ledna 2015].

u obchodního soudu, a některé významné fyzické osoby nezapsané u obchodního soudu.

Z důvodu optimalizace zátěže respondentů existují čtyři velikostní mutace tohoto výkazu: podnikatelé bez zaměstnanců, s 1–19, 20–99 a 100 a více zaměstnanci. V rámci tohoto výkazu se zjišťují podrobné ukazatele z výsledovky a rozvahy podniků (tržby, náklady, pořízení dlouhodobého majetku, stavy aktiv a pasiv atd.). Tyto údaje jsou následně dopočteny na celou statistickou populaci s využitím administrativních zdrojů (příznání k dani z příjmů, DPH, sociální a zdravotní pojištění). Pro účely sestavení národních účtů za sektor nefinančních podniků jsou tato data transformována do jednotlivých ukazatelů definovaných v systému národního účetnictví, jako je produkce, mezispotřeba, tvorba kapitálu, náhrady zaměstnancům a celá řada dalších (viz ESA 1995).²

Za **sektor domácností** jako výrobců (tj. podnikatelé působící na základě živnostenského zákona či jiných předpisů) jsou hlavním zdrojem dat údaje z daňových příznání fyzických osob včetně příloh (rozhava a výsledovka). Odhady ekonomických ukazatelů za tyto jednotky jsou úzce svázané s odhady za malé právnické osoby (jsou využity údaje o struktuře z podnikových výkazů). Za domácnosti jako spotřebitele jsou prováděny některé odhady za jejich výrobní činnost určenou pro vlastní užití, například zemědělské samozásobení, individuální bytová výstavba, imputované nájmené.

Pro **sektor finančních institucí** slouží jako základní zdroj účetní výkazy bank, pojišťoven a dalších finančních institucí, které se sestavují v souladu se zákonem o účetnictví a příslušnými účetními pravidly. Účetní výkazy těchto institucí se zasílají bankovnímu dohledu a ČSÚ dostává jak sumář, tak individuální data. Jako doplňkový zdroj pak slouží strukturální výkazy, které obsahují podrobnější informace o ostatních provozních výnosech a nákladech, výdajích na nákup služeb, hmotných a nehmotných fixních aktivech. Za finanční instituce nepodléhající bankovnímu dohledu jsou data sbírána pouze prostřednictvím statistických výkazů.

Za **sektor vládních institucí** jsou hlavním zdrojem dat údaje IISSP (Integrovaného informačního systému státní pokladny), přičemž za rozpočtové organizace a státní fondy jsou používány finanční výkazy (založené na toku peněz), zatímco pro příspěvkové organizace a další jednotky účtující akruálně jsou využívány účetní výkazy (výkazy zisku a ztrát, resp. rozvahy). Pro výpočty některých ukazatelů (např. tvorba kapitálu) je za větší jednotky používán tzv. pomocný analytický přehled (PAP) jako doplňkový zdroj k IISSP. To se týká jednotek zařazených do subsektoru ústředních vládních institucí a větších jednotek (krajů, obcí, měst a jimi zřizovaných organizací) v subsektoru místních vládních institucí. Menší jednotky, které nevyplňují PAP, jsou obesílány statistickým výkazem (VI 1-01). Za

² *Tamtéž.*

jednotky nezařazené do systému státní pokladny (vysoké školy, veřejné výzkumné ústavy, zdravotní pojišťovny atd.) jsou údaje získávány statistickým výkaznictvím. Neziskové instituce spadající do vládního sektoru jsou šetřeny výkazem NI 1-01 (viz níže).

Hlavním zdrojem dat za **sektor neziskových institucí sloužících domácnostem** je roční statistické šetření výkazem NI 1-01. Jednotky s 10 a více zaměstnanci jsou šetřeny formou každoročního plošného zjišťování. Malé jednotky s méně než 10 zaměstnanci jsou šetřeny formou plošného nebo velmi rozsáhlého výběrového zjišťování jednou za pět let tak, že každý rok je zvolena určitá právní forma jednotek, která pro daný rok podléhá tomuto rozšířenému zjišťování. Kupříkladu pro rok 2008 se plošně šetřily obecně prospěšné společnosti, pro rok 2009 nadace a nadační fondy, pro rok 2010 stavovské organizace – profesní komory, komory, zájmová sdružení právnických osob a honební společenstva – a pro rok 2011 církevní právnické osoby, politické strany a politická hnutí. Údaje za ostatní jednotky (pro ten rok nezjišťované) se extrapolují na základě údajů z předcházejících let s využitím informací o počtu zaměstnanců, počtu jednotek a o meziročních změnách z jednotek s 10 a více zaměstnanci.

4. PŘEHLED SATELITNÍCH ÚČŮ

Satelitní účty (SÚ) je pojem, který se používá pro řadu schémat, buď více či méně volně navazujících na „jádrový“ systém národních účtů (SNA), nebo představujících jeho alternativu. Zatím poslední platná revize SNA z roku 2008³ věnuje systému satelitních účtů poměrně velkou pozornost. Zpravidla existují určité vazby na ukazatele SNA, logická návaznost jednotlivých účtů a rovněž obdobné vymezení klasifikací (sektorů, odvětví, ukazatelů). Na rozdíl od jádrového systému jsou součástí satelitních účtů obvykle kromě nominálních ukazatelů také údaje v naturálních jednotkách. Struktura a obsah jednotlivých satelitních účtů jsou definovány v dílčích manuálech, přičemž stupeň integrace satelitních účtů se systémem národních účtů je u jednotlivých satelitních účtů či statistik značně odlišný. Pohybuje se od formálního použití makroekonomických ukazatelů národních účtů pro „zarámování“ při prezentaci příslušné satelitní tabulky nebo účtu (např. SÚ životního prostředí) přes využití některých údajů satelitních účtů v základní soustavě národních účtů (kupř. SÚ zdravotnictví) až po téměř plnou integraci s národními účty (SÚ neziskových institucí apod.).

V zásadě existují **dva typy satelitních účtů** (viz SNA 2008).⁴ **První** z nich představuje určité přeskupení hlavních klasifikací a přináší doplňkové prvky. Tyto satelitní účty obvykle pokrývají účty specifické dané oblasti, jako je vzdělávání, cestovní ruch, výdaje na ochranu životního prostředí, a lze na ně pohlížet jako na rozšíření klíčových odvětvových účtů, ke kterým se vztahují. Mohou přinášet některé odlišnosti od jádrového systému, jako je alternativní zacházení s vedlejšími činnostmi, ale nemění základní koncept SNA podstatným způsobem. Hlavním důvodem rozvoje těchto účtů je zahrnutí všech podrobností pro daná odvětví, která jsou předmětem zájmu, což by pro jádrový systém představovalo nadměrnou zátěž a odtržení pozornosti od hlavních rysů systému jako celku. **Druhý typ** satelitních účtů je založen zejména na konceptech alternativních k SNA. Přinášejí odlišnou definici hranice produkčních možností, rozšířený koncept spotřeby nebo tvorby kapitálu, rozšíření záběru definice aktiv apod. Stejně jako u prvního typu SÚ mohou existovat rozdílné klasifikace než u SNA. Satelitní účty umožňují experimenty s novými koncepty a metodologiemi s daleko větším stupněm volnosti, než je možný v rámci centrálního systému. Pokud větší množství zemí vyvíjí obdobné SÚ, výměna zkušeností může vést k jejich standardizaci a vytváření mezinárodních příruček v dané oblasti a ve výsledku k možným změnám centrálního systému.

Satelitní účty jsou obvykle strukturovány buď podle určitých typů odvětví (zemědělství, cestovní ruch, zdravotnictví, kultura), nebo typu institucionální jednotky (neziskové

³ European Communities – International Monetary Fund – Organisation for Economic Co-operation and Development – United Nations – World Bank: *System of National Accounts 2008*. New York, 2009. Dostupné [on-line] na: <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf> [cit. 17. ledna 2015].

⁴ *Tamtéž*.

instituce, veřejný sektor), případně mají průřezový charakter (environmentální účty). Členění ne vždy odpovídá vymezení podle standardní klasifikace (např. NACE), ale je na jejich základě definováno (kupř. cestovní ruch se dotýká řady odvětví – od služeb cestovních kancelářích, dopravy, pohostinství po ubytování). To je také většinou úskalí při získávání dat, protože některé obory jsou definovány na základě velmi podrobného členění odvětvové klasifikace, za které nemusejí být data k dispozici a je potřeba je odhadovat. Je to rovněž jedno z úskalí vazby satelitních účtů na jádrový systém národních účtů, jehož údaje (o produkci, přidané hodnotě, zaměstnanosti apod.) jsou publikovány na úrovni dvoumístné klasifikace NACE.

Satelitní účty sestavované v ČR

SATELITNÍ ÚČET KULTURY

Satelitní účet kultury je v ČR sestavován na základě usnesení vlády z roku 2008 a poprvé byl zpracován za referenční rok 2009. Postupně docházelo ke zpřesňování tohoto sektoru, aby byl vymezen jednotně v rámci EU. To nicméně vedlo k nesrovnalosti údajů za jednotlivá léta. Kvantifikace kulturního sektoru podle ekonomických veličin je z podstaty věci problematická, výrazné rozdíly jsou mezi jednotlivými obory z hlediska zdrojů financování. Zatímco tradiční kulturní obory jsou do značné míry závislé na podpoře z veřejných prostředků, novější obory (např. audiovizuální) jsou ekonomicky soběstačné a ziskové. Pro sestavování satelitního účtu kultury je využívána celá řada údajů z administrativních zdrojů i statistických zjišťování jak u poskytovatelů (kulturních institucí), tak uživatelů těchto služeb (domácností).

SATELITNÍ ÚČET DRUŽSTEV A SPOLEČENSTVÍ

Požadavek na sestavování satelitního účtu družstev a společenství předložila Evropská komise členským zemím v roce 2005. Cílem SÚ družstev a společenství je vyčlenit družstva a společenství z jejich institucionální neviditelnosti a poskytnout tím podklady pro komplexnější analýzy tzv. sociální ekonomiky, neboť právě ona přispívá k efektivní konkurenci na trhu, nabízí potenciál k tvorbě pracovních míst a nových forem podnikání i zaměstnání a je více založena na aktivitách vlastníků.

SATELITNÍ ÚČET NEZISKOVÝCH INSTITUCÍ

Satelitní účet neziskových institucí (SÚNI) poskytuje údaje pro podstatně komplexnější hodnocení přínosu neziskového sektoru, než je tomu v národních účtech. Na systém národních účtů nejen úzce navazuje, ale tento systém rozšiřuje – jak metodiku, tak i formální stránku –, zavádí pojem dobrovolné práce a zachycuje neziskové instituce komplexně, ze všech institucionálních sektorů. ČSÚ standardně SÚNI sestavuje a na jeho internetových stránkách je publikována časová řada od roku 2002. SÚNI byl v ČR vyvinut ve spolupráci s Masarykovou univerzitou Brno na základě mezinárodní metodiky. Z hlediska makroekonomického se jedná o nevýznamný sektor ekonomiky, nicméně o jeho společenském významu svědčí zájem uživatelů.

SATELITNÍ ÚČET ZDRAVOTNICTVÍ

Satelitní účet zdravotnictví je v ČR sestavován ve spolupráci ČSÚ a ministerstva zdravotnictví. Systém zdravotnických účtů je nástroj, který slouží ke komplexnímu vyjádření veškerých výdajů na zdravotní péči, respektive na zdravotnictví v širším slova smyslu. Jeho hlavním specifickým rysem je vícerozměrnost členění výdajů (podle druhu péče, zdroje financování a poskytovatele). Satelitní účet zdravotnictví může poskytovat národním účtům podklady pro přepočítání do stálých cen nebo programu mezinárodního srovnání (parity kupní síly).

SATELITNÍ ÚČET CESTOVNÍHO RUCHU

Satelitní účet cestovního ruchu (SÚCR) je sestavován v mnoha členských zemích EU, někde jako integrální součást práce na národních účtech, někde mimo národní účty, což je i případ ČR. Pro národní účty je role SÚCR velká a mnohostranná. Práce na obou soustavách probíhají paralelně vedle sebe, údaje se sice konzultují a vzájemně upřesňují, nicméně chybí systémová doladěnost, a výstupy nejsou proto zcela konzistentní. Satelitní účet cestovního ruchu může sloužit i jako významný zdroj pro sestavování platební bilance za oblast turistických služeb, především po očekávaném budoucím vstupu ČR do eurozóny a z toho vyplývající podstatné ztrátě informací o směně devizových prostředků.

SATELITNÍ ÚČET ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ

Environmentální ekonomické účty (EEÚ) se snaží kvantifikovat dopady hospodářského rozvoje do dílčích domén životního prostředí a ve vazbě na systém národních účtů dokumentovat hlediska udržitelného rozvoje. EEÚ jsou v současné době ukotveny v legislativě EU. Nařízení o EEÚ z roku 2011 zahrnuje tři moduly (účet emisí do ovzduší, účet materiálových toků a účet environmentálních daní) a obsahuje závazek členských zemí začleňovat do nařízení další moduly (účet výdajů na ochranu životního prostředí, účet environmentálního zboží a služeb, účet energií). V současné době jsou prováděny pilotní studie, publikování EEÚ se předpokládá od roku 2017.

SATELITNÍ ÚČET ZEMĚDĚLSTVÍ

Satelitní účet zemědělství (SÚZ) je v ČSÚ v kompetenci statistiky zemědělství. Sladěnost údajů tohoto účtu, respektive statistiky zemědělství s údaji národních účtů, je předmětem zájmu Eurostatu, pravidelně jsou sestavovány tzv. přechodové tabulky mezi oběma systémy. Práce na obou soustavách probíhají v podstatě paralelně vedle sebe, přičemž výstupy nejsou zcela konzistentní, jak z metodických důvodů, tak i kvůli pokrytí. Údaje SÚZ by měly sloužit také jako přímý i pomocný zdroj pro sestavování tabulek dodávek a užití. Kromě toho role národních účtů by v této oblasti měla být také ve spolupráci na metodickém sladování údajů, v přebírání údajů pro sektor domácností (odhady za drobné zemědělce, zemědělské samozásobení) a v přebírání i sladování údajů o dotacích, daních a výrobních kvótách.

SATELITNÍ ÚČET VEŘEJNÉHO SEKTORU

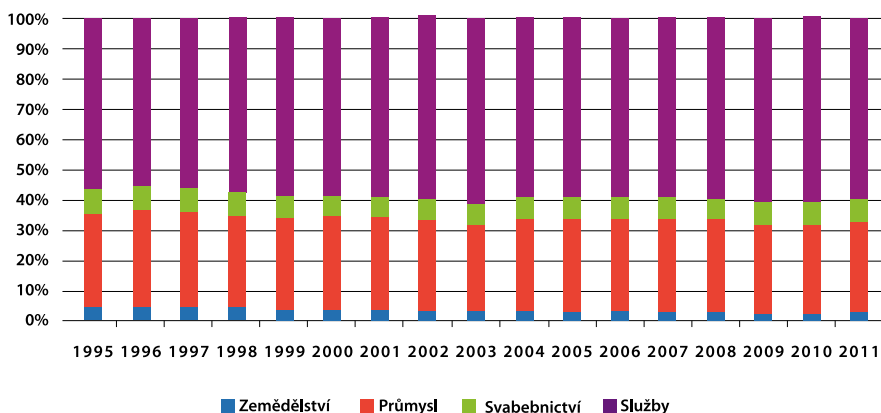
Satelitní účet veřejného sektoru představuje komplexní pohled na ekonomiku veřejného sektoru. Vychází z požadavků na analýzy významu veřejného sektoru v ekonomice a celkového dopadu veřejné politiky vládních institucí na ekonomiku. Ty jsou totiž prosazovány nejen vládními institucemi, ale také prostřednictvím veřejných korporací. Hlavním cílem tvorby satelitního účtu veřejného sektoru je výpočet deficitu a dluhu za tento sektor. Dluh (resp. deficit) veřejného sektoru je součtem dluhu (resp. deficitu) vládních institucí (bývá označován také jako veřejný dluh) a dluhu (resp. deficitu) veřejných korporací. Sestavování satelitního účtu veřejného sektoru vychází z nového popisu systému národních účtů a z manuálu pro sestavení veřejného dluhu.

5. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA ODVĚTVOVÉ STRUKTURY ČESKÉ EKONOMIKY

Základní statistickou veličinou, jejímž prostřednictvím je zkoumána ekonomická výkonnost, je hrubá přidaná hodnota (HPH). Ta je definována ve statistice národních účtů jako rozdíl mezi produkcí a mezispotřebou za jednotlivá odvětví, respektive národní hospodářství jako celek, a objevuje se jako vyrovnávací položka účtu výroby. Tento ukazatel vyjadřuje hodnotu finálních produktů vyrobených na daném území v daném časovém období a má oproti výkonnostním ukazatelům obrátového typu (produkce, tržby) jednu základní výhodu, a to je nezávislost na organizačních změnách v ekonomice včetně vlivu globalizačních procesů. Z pohledu tvorby důchodů je HPH součtem důchodů vytvořených v procesu výroby s přispěním jednotlivých výrobních faktorů (náhrady zaměstnancům, spotřeba fixního kapitálu, provozní přebytek) a je aproximací ekonomické úrovně daného odvětví, respektive země. HPH se od hrubého domácího produktu (HDP) liší oceněním, protože je vyjádřena ve výrobních cenách, zatímco HDP je v kupních cenách a existuje pouze za ekonomiku celkem (zahrnuje saldo daní a dotací na produkty).

Z hlediska podílu hlavních výrobních sektorů na hrubé přidané hodnotě a zaměstnanosti má největší podíl na tvorbě HPH sektor služeb, nejmenší zemědělství (viz graf 1).

Graf 1: Vývoj struktury přidané hodnoty podle základních výrobních sektorů



Zdroje: ČSÚ: *Databáze ročních NÚ (1. září 2013)*. Dostupné [on-line] na: <http://apl.czso.cz> [cit. 30. ledna 2015]. Vlastní výpočty.

V období let 1995–2011 se struktura české ekonomiky měnila jen pozvolně, jak je zřejmé z grafu 1. Podíl zemědělství na přidané hodnotě národního hospodářství se snížil na polovinu (ze 4,5 na 2,3 %), velmi mírně klesala váha stavebnictví (ze 7,7 na 6,8 %) a prakticky se nezměnil podíl průmyslu (30,5, resp. 30,8 %). Podíl

služeb postupně narůstal (z 57,0 na 60,4 %). Podobný vývoj se odehrál i u celkové zaměstnanosti.

V reálném vyjádření byl obrázek jiný a podíl průmyslu na výkonu ekonomiky se podstatně zvýšil, naopak sektor služeb svou váhu snížil. Rozdíl pramení z odlišného vývoje cen v jednotlivých sektorech se znatelně vyšší dynamikou cen služeb než průmyslových výrobků. Tento vývoj je přirozený a souvisí se vztahem nominální a reálné konvergence, kdy růst produktivity práce v průmyslu absorbuje cenové tlaky, které se pak projevují zejména v sektoru služeb, kde jsou možnosti zvyšování produktivity omezené.

V rámci zemí EU-27 má Česká republika výrazně nízký podíl služeb na hrubé přidané hodnotě. Nižší podíl je pouze v Rumunsku, podobně je na tom Slovensko. Ostatní země EU včetně nových členských zemí mají podíl služeb znatelně vyšší. Při srovnání struktury české ekonomiky s průměrem EU-15 byl v ČR v roce 2011 podíl průmyslu o zhruba 12 procentních bodů vyšší na úkor podílu sektoru služeb.

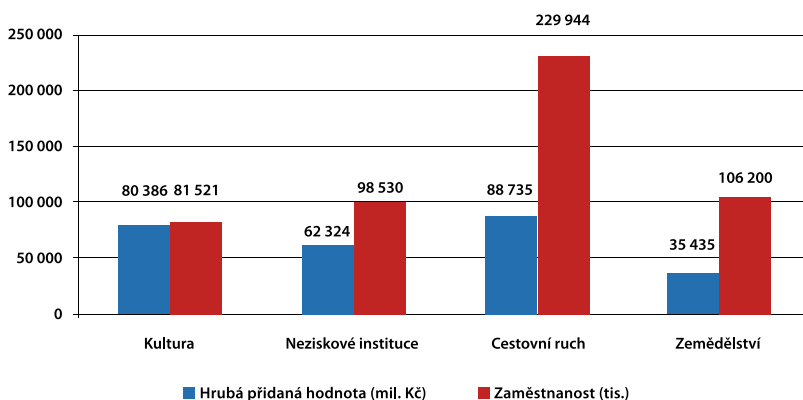
Pokud srovnáme podíl odvětví, která jsou pro kulturu typická (tj. NACE 58-60, 90-92, jemnější členění není v mezinárodním srovnání k dispozici, proto jsou zde zahrnuta i „nekulturní“ odvětví, kupř. loterie a sázky), pak v průměru za EU v roce 2010 tvořila 2,1 % přidané hodnoty, v ČR to bylo 1,8 %.⁵ Ve srovnání s okolními zeměmi je podíl kulturních aktivit na tvorbě přidané hodnoty nízký ve srovnání se Slovenskem (2,6 %) a Německem (2,2 %), stejný jako v Polsku, a naopak vyšší než v Rakousku (1,6 %). Relativně vysoký je podíl aktivit v oblasti audiovizuální tvorby, ostatní jsou podprůměrné.

⁵ Podle údajů z databáze národních účtů Eurostatu. EK: *Databáze Eurostatu*. Dostupné [on-line] na: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database [cit. 16. ledna 2015].

6. KOMPARACE KULTURNÍHO SEKTORU S VYBRANÝMI ODVĚTVAMI EKONOMIKY ČR

Na základě předběžných údajů za rok 2011 dosáhla tvorba hrubé přidané hodnoty v kulturním sektoru 80,4 mld. Kč, což představovalo podíl 2,3 % na národním hospodářství (2,1 % na HDP). Pro srovnání, je to méně než podíl cestovního ruchu (2,7 %), a naopak více, než tvořily neziskové instituce (1,8 %). Výrazně nižšího podílu dosáhlo „čisté“ odvětví zemědělství (1 % na základě údajů ze Souhrnného zemědělského účtu). Z pohledu zaměstnanosti byla váha kulturního sektoru v národním hospodářství mírně nižší než podle tvorby hrubé přidané hodnoty a dosahovala 2 %, což je prakticky shodné s neziskovými institucemi i odvětvím zemědělství, ale pouze zhruba třetina ve srovnání s odvětvími cestovního ruchu (viz graf 2). Nutno podotknout, že tyto sektory se částečně vzájemně překrývají, protože satelitní účet cestovního ruchu zahrnuje také kulturní služby a neziskový sektor představuje institucionální, nikoli činnostní pohled (některé kulturní instituce mají charakter neziskových organizací). Kromě lidí zaměstnaných v pracovním poměru disponuje kulturní sektor podle odhadů uvedených v satelitním účtu zhruba 10,7 tisíce dobrovolníků pracujících bez nároku na mzdu. Pro srovnání, v celém neziskovém sektoru jich pracuje téměř 26 tisíc. Z hlediska počtu subjektů (64,8 tisíce) byl kulturní sektor o 44 % nižší než sektor neziskových institucí (114,2 tisíce).⁶ V neziskovém sektoru jsou však relativně více zastoupeny menší organizace.

Graf 2: Srovnání satelitních účtů kultury, neziskových institucí, cestovního ruchu a zemědělství



*Zdroje: ČSÚ: Výsledky účtu kultury za rok 2011, Satelitní účet neziskových institucí, Satelitní účet cestovního ruchu, Souhrnný zemědělský účet. Dostupné [on-line] na: <http://apl.czso.cz> [cit. 30. ledna 2015].
Pozn.: Zaměstnanost v kulturním sektoru je vyjádřena v osobách, u ostatních oblastí jde o osoby přepočtené na plnou pracovní dobu.*

⁶ Na základě satelitního účtu neziskových institucí. ČSÚ: *Satelitní účet neziskových institucí*. Dostupné [on-line] na: http://apl.czso.cz/pll/rocnenka/rocnenka.indexnu_sat [cit. 14. ledna 2015].

Ve srovnání s odvětvími seskupenými podle sekcí (rozčleněných v rámci zpracovatelského průmyslu na seskupení příbuzných oddílů) standardní klasifikace CZ-NACE by se podíl kulturního sektoru na hrubé přidané hodnotě pohyboval zhruba v polovině žebříčku. Odpovídá přibližně podílu odvětví zemědělství, lesnictví a rybolovu nebo potravinářského a tabákového průmyslu. Vůbec největším odvětvím národního hospodářství je obchod, který zaměstnává téměř 600 tisíc pracovníků a tvoří 11 % přidané hodnoty celé ekonomiky. Pokud kulturní sektor srovnáme například se zdravotnictvím, pak je jeho podíl na přidané hodnotě zhruba poloviční stejně jako ve srovnání s automobilovým průmyslem. Naopak chemický průmysl měl pouze třetinový podíl ve srovnání s kulturním sektorem. Pokud se podíváme na dynamiku tvorby hrubé přidané hodnoty mezi léty 2010 a 2011, kulturní sektor podle údajů satelitního účtu kultury zaznamenal pokles o 6,7 %, zatímco národní hospodářství jako celek vzrostlo (o 0,7 %). Kulturní a kreativní průmysly zaznamenaly v průměru mírný růst, zatímco přidaná hodnota v tradičním kulturním sektoru o čtvrtinu poklesla.

Tabulka 1: Nejvýznamnější odvětví v české ekonomice dle klasifikace CZ-NACE (s podílem nad 2 % hrubé přidané hodnoty)

	Hrubá přidaná hodnota (mld. Kč)			Export zboží a služeb (mld. Kč)			Zaměstnanost (tis. osob)		
	2000	2005	2011	2000	2005	2011	2000	2005	2011
Velkoobchod a maloobchod (G)	253,1	338,2	386,1	3,3	1,8	3,6	494,9	525,7	593,6
Činnosti v oblasti nemovitostí (L)	135,3	176,4	234,2	1,1	1,1	2,6	49,4	48,3	50,7
Stavebnictví (F)	135,6	189,3	233,9	6,4	5,8	15,1	311,0	313,8	323,4
Veřejná správa a obrana, sociální zabezpečení (O)	140,2	197,4	227,3	3,4	2,4	2,6	294,1	301,1	287,8
Doprava a skladování (H)	152,6	190,0	212,3	67,2	94,6	137,8	283,0	277,6	274,7
Profesní, vědecké a technické činnosti (M)	84,9	138,7	172,8	28,9	31,4	72,5	147,5	148,8	169,1
Informační a komunikační činnosti (J)	89,1	135,0	172,2	23,2	49,4	75,7	78,8	84,4	103,9
Peněžnictví a pojišťovnictví (K)	57,4	81,5	167,7	18,7	12,8	15,6	77,6	65,8	72,1
Výroba dopravních prostředků (C29-30)	63,3	111,4	165,6	205,1	351,1	553,9	122,0	145,7	169,8
Zdravotní a sociální péče (Q)	72,4	114,9	150,5	5,0	8,7	9,8	243,0	251,5	275,6
Vzdělávání (P)	78,5	117,1	146,2	2,0	1,6	1,4	265,6	269,7	274,5
Výroba strojů a zařízení (C27-28)	70,8	95,3	141,9	233,9	295,3	387,1	189,3	198,3	208,2
Výroba a rozvod energií (D)	57,0	92,2	136,9	7,8	19,3	39,1	36,8	36,8	30,3
Hutnický a kovodělný průmysl (C24-25)	78,8	128,7	122,3	144,9	227,6	301,8	203,3	206,8	189,0
Potravinářský a tabákový průmysl (C10-12)	76,0	84,8	85,5	49,6	69,2	100,3	136,3	130,9	114,0
Zemědělství, lesnictví a rybolov (A)	74,3	71,7	79,8	18,0	26,6	38,9	183,6	145,1	115,5

Zdroje: ČSÚ: Databáze ročních NÚ (1. září 2013). Dostupné [on-line] na: <http://apl.czso.cz> [cit. 30. ledna 2015]. Vlastní výpočty.

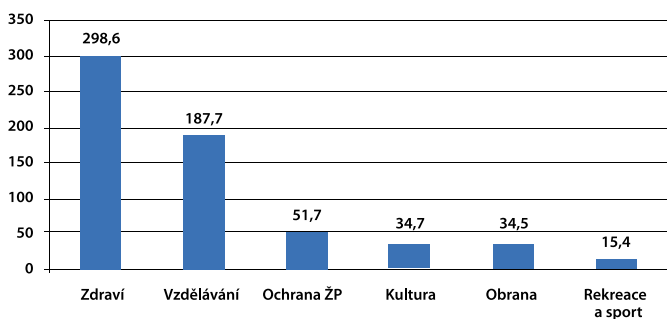
Pozn.: Podrobnější tabulka odvětví – viz přílohu.

Nejvyšší váhu v rámci kulturního sektoru měla oblast audiovizuálních a interaktivních médií (23,6 %). Dohromady třetinu přidané hodnoty v tomto sektoru vytvořily dvě oblasti – tisk a reklama (se zhruba stejným podílem). Naopak nejmenší váhu má oblast výtvarného umění (3,3 %). Největší část tvorby přidané hodnoty kulturního sektoru je vytvářena v podnikatelském sektoru (zejména reklamní agentury, vydavatelství, audiovizuální tvorba). V nepodnikatelském sektoru je zařazena většina divadel, muzeí, knihoven, archivů apod., jejichž produkce je považována za netržní (nejsou schopny pokrýt své náklady tržbami alespoň z 50 % a svou ztrátu dorovnávají dotacemi).

Z hlediska exportu zboží je kulturní sektor relativně nevýznamný s objemem 25,2 mld. Kč ve srovnání s 2,4 bil. Kč (zhruba 1 %) celkového exportu. Pro srovnání, vývoz dopravních prostředků představuje ročně více než dvacetinásobek (554 mld. Kč). Mezi hlavní exportní komodity se řadí audiovizuální technika (asi 60 %), významnější hodnoty tvoří také vývoz tiskovin. Exportována jsou z ČR rovněž výtvarná díla a předměty kulturního dědictví, kde je však obchodní bilance záporná. O něco větší roli hraje kulturní sektor při vývozu služeb, na nichž se podílí 3,5 %. Hlavní vývozní artikl tvoří reklamní služby (přibližně 70 %), významnější podíl mají ještě služby v oblasti audiovizuální a interaktivní techniky.

Výdaje domácností na kulturu dosáhly podle satelitního účtu kultury za rok 2011 výše 40,8 mld. Kč, což bylo 2,1 % jejich celkových spotřebních výdajů. Tato částka je zhruba srovnatelná s výdaji domácností na zdraví. Výdaje domácností přitom tvořily zhruba 17 % zdrojů financování a meziročně se o téměř 10 % snížily v důsledku úsporného chování domácností v období ekonomické recese. Celkové spotřební výdaje přitom v běžných cenách o 1 % vzrostly, je tedy zřejmé, že domácnosti omezovaly zejména tzv. zbytečné výdaje. Tři čtvrtiny prostředků domácností na kulturu směřovaly na konzumaci médií (kina, televize, rozhlas, knihy a tisk). Naproti tomu na tzv. živou kulturu směřovalo pouhých 5 % výdajů. Největší část soukromých prostředků plynoucích do sektoru kultury tvořily zdroje z finančních a nefinančních podniků (zhruba dvě třetiny, což představovalo 159 mld. Kč). Převážná většina však směřuje do oblasti reklamy, tisku a nákupu audiovizuální techniky. Pouze přibližně 15 % je určeno na financování tzv. tradiční kultury a uměleckého vzdělávání.

Graf 3: Srovnání výdajů vládních institucí na vybrané oblasti (mld. Kč, rok 2011)



Zdroje: ČSÚ: Výdaje vládních institucí podle funkcí (COFOG), Satelitní účet kultury. Dostupné [on-line] na: <http://apl.czso.cz> [cit. 30. ledna 2015].

Nezanedbatelnou část zdrojů financování kulturního sektoru tvoří veřejné výdaje. Ty na rozdíl od soukromých výdajů směřují převážně do aktivit provozovaných na netržním principu formou dotací. Veřejné výdaje představovaly v roce 2011 při objemu 34,7 mld. Kč necelých 15 % celkových zdrojů, z toho tři čtvrtiny šly z rozpočtů

měst a obcí. Meziročně veřejné výdaje na kulturu o 4,3 % klesly vlivem snížení prostředků na investice (provozní výdaje naopak mírně stouply). Celkové výdaje vládního sektoru přitom v roce 2011 ve srovnání s předchozím rokem o 0,5 % klesly. Výdaje na kulturu představovaly z celkových veřejných výdajů ve výši 1,65 bil. Kč stejný podíl jako u domácností (2,1 %). Pro srovnání, je to zhruba stejně jako veřejné výdaje na terciární vzdělávání, ale jen necelá pětina celkových veřejných výdajů na vzdělávání (187,7 mld. Kč). Ve srovnání s veřejnými výdaji na rekreaci a sport⁷ (15,4 mld. Kč) jsou výdaje na kulturu více než dvojnásobně vyšší. Co se týče rozdělení těchto prostředků do jednotlivých oblastí, více než 27 % jich bylo použito v kulturním dědictví, 18,5 % v uměleckém vzdělávání a přes 14 % v interpretačním umění.

Pokud srovnáme výdaje sektoru vládních institucí na kulturu, rekreaci a náboženství (podrobnější členění není k dispozici) mezi zeměmi, v průměru na tuto oblast ČR vynakládá 1,3 % HDP, což je více než průměr EU (1,1 %). Tyto údaje jsou však ovlivněny do určité míry financováním církví státem, které v řadě zemí neexistuje. Pro korektní srovnání by také bylo potřeba vyloučit výdaje na sport a rekreaci, jejichž podíl může být v různých zemích rozličný (např. v ČR jde financování sportu z velké části přes výnosy loterií). Ve srovnání s okolními zeměmi jsou výdaje na tuto oblast měřené podílem na HDP spíše vyšší, srovnatelné jsou s Polskem, naproti tomu v Německu tvoří jen 0,8 %, na Slovensku 1,1 % a v Rakousku 1,0 % (podle údajů Eurostatu – klasifikace výdajů dle COFOG).

Při srovnání mzdové úrovně je kulturní sektor jako celek zhruba na úrovni národního hospodářství, když průměrná mzda v roce 2011 dosáhla 24 704 Kč. Mezi jednotlivými obory jsou však výrazné rozdíly, zatímco v knihovnách nebo výstavních sálech se průměrná mzda pohybuje okolo 16 tis. Kč, u výrobců a distributorů audiovizuálních děl nebo v organizacích ochrany autorských práv jsou mzdy dvojnásobné. Výrazně se tak odlišují mzdy zaměstnanců placených z veřejných prostředků na základě tabulkových platů a soukromých organizací fungujících na komerčním principu.

⁷ Nejsou započítány výdaje prostřednictvím Sazky, a. s., a dalších loterijních společností.

7. ZÁVĚR

Kulturní sektor, jak je vymezen v satelitním účtu kultury, patří k relativně významným oblastem české ekonomiky s podílem 2,1 % na hrubém domácím produktu a zaměstnává 2 % všech pracovníků. Lze jej tak srovnat přibližně s odvětvím zemědělství a má zhruba poloviční váhu oproti zdravotnictví nebo automobilovému průmyslu. V rámci kulturního sektoru je zařazeno široké spektrum oborů od tzv. tradičních (závislých na podpoře z veřejných prostředků) až po nové obory (kupř. audiovizuální), které jsou ekonomicky soběstačné a ziskové a jejich podíl roste. Relativně nevýznamný podíl má kulturní sektor na exportní výkonnosti české ekonomiky, z toho největší část tvoří audiovizuální technika a v oblasti služeb reklama.

Přibližně stejný podíl, jako má kultura na tvorbě HDP, má také na výdajích domácností – lze je srovnat přibližně s výdaji za zdraví. Domácnosti se podílí na celkových výdajích na kulturu pouze 17 % a v době ekonomické recese měly klesající tendenci s tím, jak omezovaly tzv. zbytné výdaje. Tři čtvrtiny výdajů domácností přitom šly na konzumaci médií a pouhých 5 % na tzv. živou kulturu. Veřejné výdaje tvoří nezanedbatelný příspěvek k financování kultury, jejich podíl je však ještě nižší než u domácností (15 %) a prostředky putují zejména z rozpočtů měst a obcí. Struktura výdajů se však oproti domácnostem výrazně liší, největší část tvoří prostředky vynaložené v oblasti kulturního dědictví, uměleckého vzdělávání a interpretačního umění. Zhruba dvě třetiny soukromých prostředků plynoucích do sektoru kultury tvořily zdroje z finančních a nefinančních podniků. Převážná většina však směřuje do oblasti reklamy, tisku a nákupu audiovizuální techniky.

Z hlediska mezinárodního srovnání se podíl kulturního sektoru v České republice na tvorbě HDP dramaticky neliší od úrovně okolních zemí, stejné je to při pohledu na veřejné výdaje na kulturu. Přesné srovnání je však obtížné kvůli nedostupnosti podrobných údajů za ostatní země.

Metodické poznámky

Srovnávání údajů v jednotlivých satelitních účtech je obtížné, protože ukazatele jsou často odlišně vymezeny, různě těsná je také vazba na jádrový systém národních účtů. V některých satelitních účtech jsou například vyjádřeny investice v pojetí podnikového účetnictví a v jiných je ukazatel tvorby hrubého fixního kapitálu v pojetí národních účtů.

Důraz je kladen na strukturální porovnání a z hlediska dynamiky jsou srovnávána pouze léta 2010 a 2011. Je to jednak z důvodu postupného rozšiřování záběru účtu kultury o některá odvětví zejména mezi lety 2009 a 2010, jednak proto, že vlivem časového zpoždění statistik nejsou aktuálnější finální data ke dni vydání této publikace k dispozici (za rok 2012 je k dispozici pouze předběžný odhad, finální data ČSÚ dodá koncem roku 2014).

Nelze zcela míchat dohromady údaje definované v jednotlivých satelitních účtech a jednotlivá odvětví podle odvětvové klasifikace CZ-NACE. Výhodou standardní odvětvové klasifikace je jednoznačné vymezení a agregovatelnost údajů, na druhé straně satelitní účty nabízejí vyčerpávající pohled na určitou oblast i napříč položkami odvětvové klasifikace. V analýze jsou proto tyto dva pohledy odděleny.

ZDROJE

ČSÚ: *Databáze ročních národních účtů*. Dostupné [on-line] na: <http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenka.indexnu> [cit. 12. ledna 2015].

ČSÚ: *Satelitní účet cestovního ruchu*. Dostupné [on-line] na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu [cit. 17. ledna 2015].

ČSÚ: *Satelitní účet neziskových institucí*. Dostupné [on-line] na: http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenka.indexnu_sat [cit. 14. ledna 2015].

ČSÚ: *Satelitní účet veřejného sektoru*. Dostupné [on-line] na: http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenka.indexnu_svs [cit. 12. ledna 2015].

ČSÚ: *Souhrnný zemědělský účet – definitivní výsledky za rok 2011 a semidefinitivní výsledky roku 2012*. Dostupné [on-line] na: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/2116-13> [cit. 12. ledna 2015].

ČSÚ: *Výdaje vládních institucí podle funkcí (COFOG)*. Dostupné [on-line] na: http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenka.indexnu_gov [cit. 15. ledna 2015].

ČSÚ: *Výsledky účtu kultury za rok 2011*. Dostupné [on-line] na: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/3318-13> [cit. 12. ledna 2015].

ČSÚ: *Výsledky zdravotnických účtů*. Dostupné [on-line] na: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/3306-13> [cit. 14. ledna 2015].

EK: *Databáze Eurostatu*. Dostupné [on-line] na: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database [cit. 16. ledna 2015].

European Communities – International Monetary Fund – Organisation for Economic Co-operation and Development – United Nations – World Bank: *System of National Accounts 2008*. New York, 2009. Dostupné [on-line] na: <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf> [cit. 17. ledna 2015].

Eurostat: *Evropský systém účtů ESA 1995*. Dostupné [on-line] na: http://apl.czso.cz/nufile/ESA95_cz.pdf [cit. 17. ledna 2015].

PŘÍLOHA

Tabulka 2: Hrubá přidaná hodnota, export, zaměstnanost a počty aktivních jednotek podle odvětví (oddíly CZ-NACE)

CZ-NACE		Hrubá přidaná hodnota (mil. Kč)		Export zboží a služeb (mil. Kč)		Zaměstnanost (tis. osob)		Počet aktivních jednotek
		2010	2011	2010	2011	2010	2011	2011
01	Produkty zemědělství a myslivosti	36 543	53 439	23 831	30 167	94 522	97 663	61 161
02	Produkty lesnictví, těžby dřeva	19 699	25 714	6833	7567	17 749	16 613	7617
03	Ryby; akvakultura	417	661	949	1174	1037	1221	363
05	Černé a hnědé uhlí a lignit	33 081	35 296	20 903	22 553	23 807	22 666	13
06	Ropa a zemní plyn	1947	2321	207	256	635	331	6
07	Rudy	1106	1051	371	41	3027	2716	3
08	Ostatní těžba a dobývání nerostných surovin	6124	5535	3424	4129	6135	6047	365
09	Podpůrné služby při těžbě	1716	2066	49	99	1866	2238	33
10	Potravinářské výrobky	53 777	55 939	69 225	76 765	99 785	98 602	9255
11	Nápoje	24 240	24 661	13 702	13 550	15 092	14 349	1025
12	Tabákové výrobky	4944	4918	9489	9982	995	1082	11
13	Textilie	12 247	12 553	42 321	47 730	24 832	25 085	1711
14	Oděvy	7015	6650	24 000	22 939	20 439	20 023	12 202
15	Usně a související výrobky	2111	2108	13 093	15 815	6292	6455	720
16	Dřevo a dřevěné a korkové výrobky	23 052	22 240	28 411	29 713	42 498	41 078	23 395
17	Papír a výrobky z papíru	14 987	13 578	38 747	40 087	18 942	18 812	822
18	Tiskařské a nahrávací služby	15 576	15 031	972	936	21 291	20 339	6741
19	Koks a rafinované ropné produkty	1350	1125	36 224	40 244	2625	2604	43
20	Chemické látky a chemické přípravky	28 431	28 700	107 371	129 278	28 399	28 126	1869
21	Základní farmaceutické výrobky a přípravky	14 875	13 983	33 831	35 536	9595	9619	94
22	Pryžové a plastové výrobky	61 169	63 097	118 183	133 116	75 882	76 758	3454
23	Ostatní nekovové minerální výrobky	40 707	41 088	57 070	59 493	49 949	51 671	6643
24	Základní kovy	23 878	31 263	113 475	138 297	44 036	47 213	1151
25	Kovodělné výrobky	87 256	91 001	137 801	163 500	138 515	141 819	46 351
26	Počítače, elektronické a optické přístroje	22 146	24 725	244 911	246 250	38 432	39 261	1576
27	Elektrická zařízení	55 898	63 913	150 047	172 817	81 017	89 430	16 184
28	Stroje a zařízení j. n.	77 073	77 984	179 121	214 312	113 052	118 794	4510
29	Dvoustopá motorová vozidla, přívesy a návěsy	138 252	149 304	463 001	518 441	137 000	149 796	736
30	Ostatní dopravní prostředky a zařízení	13 699	16 342	31 191	35 412	18 487	19 966	572
31	Nábytek	11 077	10 468	40 893	44 119	25 062	23 925	14 146
32	Ostatní výrobky zpracovatelského průmyslu	18 814	18 693	48 295	47 398	34 248	33 382	7929

CZ-NACE		Hrubá přidaná hodnota (mil. Kč)		Export zboží a služeb (mil. Kč)		Zaměstnanost (tis. osob)		Počet aktivních jednotek
		2010	2011	2010	2011	2010	2011	2011
33	Opravy, údržba a instalace strojů a zařízení	32 933	35 980	4725	4878	44 890	45 618	15 420
35	Elektrina, plyn, pára a klimatizovaný vzduch	145 044	136 935	28 197	39 100	30 403	30 265	4876
36	Přírodní voda; úprava, rozvod a obchod s vodou	14 808	15 440	124	121	17 984	17 848	371
37	Služby související s odpadními vodami	1184	1309	11	13	1322	1440	335
38	Sběr, příprava k likvidaci a likvidace odpadu	24 674	24 877	35 154	37 908	33 513	33 099	6584
39	Sanační a podobné služby	264	41	33	57	382	478	20
41	Budovy a jejich výstavba	78 001	73 466	3917	4653	120 984	116 368	63 072
42	Inženýrské stavby a jejich výstavba	65 406	58 331	3719	4100	68 666	67 859	1320
43	Specializované stavební práce	107 379	102 140	6012	6393	143 666	139 151	122 833
45	VO a MO s motorovými vozidly	42 070	42 550	2713	2542	70 107	69 973	33 490
46	Velkoobchod, kromě VO s motorovými vozidly	192 935	196 136	-1014	1069	229 041	229 911	147 412
47	Maloobchod, kromě MO s motorovými vozidly	144 236	147 367	0	0	297 604	293 722	115 593
49	Pozemní a potrubní doprava	117 522	111 757	89 784	93 793	176 516	171 014	40 879
50	Vodní doprava	237	241	871	847	705	699	106
51	Letecká doprava	6302	3922	24 823	21 791	4255	3334	50
52	Skladování a podpůrné služby v dopravě	79 168	79 713	19 771	20 361	55 677	58 155	4898
53	Poštovní a kurýrní služby	16 428	16 644	1096	963	40 782	41 524	232
55	Ubytovací služby	16 789	17 838	36 707	36 878	35 990	37 106	8591
56	Stravovací služby, podávání nápojů	47 923	47 076	34 815	36 094	127 511	126 647	64 474
58	Vydavatelské služby	13 269	12 055	36 765	31 390	14 699	14 063	7115
59	Produkce filmů, televizních programů, zvukových nahrávek	7029	6394	7994	8342	3107	2481	3513
60	Tvorba programů a vysílání	11 939	12 288	130	58	6088	5640	168
61	Telekomunikační služby	69 302	64 823	8909	8752	20 621	20 065	799
62	Služby v oblasti programování a poradenství	59 996	64 305	12 629	16 566	51 443	51 866	21 671
63	Informační služby	12 656	12 382	9620	10 598	10 124	9740	3977
64	Finanční služby	120 204	120 512	5551	7039	48 059	48 681	7339
65	Pojištění, zajištění a penzijní financování	20 509	30 035	6935	6952	14 517	14 443	63
66	Pomocné finanční a pojišťovací služby	17 221	17 149	1424	1642	8528	8939	21 036
68	Služby v oblasti nemovitostí	258 684	234 223	3013	2578	56 343	50 695	68 621
69	Právní a účetnické služby	41 149	42 238	7883	8135	38 648	39 396	62 153
70	Vedení podniků; poradenství v oblasti řízení	23 023	24 661	27 182	29 988	18 944	17 469	21 343

CZ-NACE		Hrubá přidaná hodnota (mil. Kč)		Export zboží a služeb (mil. Kč)		Zaměstnanost (tis. osob)		Počet aktivních jednotek
		2010	2011	2010	2011	2010	2011	2011
71	Architektonické a inženýrské služby; technické zkoušky a analýzy	55 780	53 155	16 062	16 200	58 545	55 157	38 790
72	Výzkum a vývoj	11 098	13 189	4187	4259	18 491	20 504	994
73	Reklamní služby a průzkum trhu	19 534	19 360	12 867	12 958	21 682	19 831	17 514
74	Ostatní odborné, vědecké a technické služby	17 779	18 827	2966	995	17 001	15 379	53 703
75	Veterinární služby	1306	1347	0	0	1292	1324	2912
77	Služby v oblasti pronájmu a operativního leasingu	14 914	13 799	4335	4836	7434	6782	3720
78	Služby v oblasti zaměstnání	2420	2315	526	419	4587	4145	747
79	Služby cestovních agentur a kancelářů	5475	5185	980	1030	9201	8690	6564
80	Bezpečnostní a pátrací služby	11 467	11 256	10	8	45 604	46 520	4426
81	Služby související se stavbami a úpravou krajiny	16 101	15 896	14	12	36 579	35 924	5682
82	Administrativní, kancelářské a jiné služby pro podnikání	13 121	13 454	8347	7330	18 439	19 782	4065
84	Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	238 379	227 327	2270	2553	300 848	287 809	11 606
85	Služby v oblasti vzdělávání	142 545	146 238	947	1446	274 556	274 503	27 913
86	Zdravotní péče	122 122	126 640	10 054	9309	210 344	211 811	25 904
87	Pobytové služby	17 054	17 633	288	501	45 333	47 423	902
88	Sociální služby bez ubytování	6027	6222	8	8	15 690	16 386	1174
90	Tvůrčí, umělecké a zábavní služby	7641	7885	1387	1182	9956	10 278	4010
91	Knihovny, archivy, muzea a jiná kulturní zařízení	7134	7198	1053	772	15 650	15 844	605
92	Služby související s hazardními hrami a sázením	14 025	13 697	654	642	9974	10 048	582
93	Sportovní, zábavní a rekreační služby	11 318	12 237	1592	1597	17 100	16 666	25 171
94	Služby společenských organizací	11 639	11 948	8	44	27 853	28 206	24 367
95	Opravy počítačů a výroba pro osobní potřebu	8440	8208	3364	2657	9193	9230	15 129
96	Ostatní osobní služby	22 998	22 669	5060	4828	10 873	11 177	54 214
97	Služby domácností jako zaměstnavatelů domácího personálu	490	505	0	0	891	900	0
CELKEM		3 420 298	3 444 465	2 554 413	2 818 903	4 173 478	4 169 692	1 409 749

Kulturní cestovní ruch a možnosti jeho měření s využitím satelitních účtů

Lucie Plzáková

OBSAH

1. Úvod	149
2. Statistické sledování a měření cestovního ruchu	150
3. Statistické sledování a měření kultury	152
4. Kulturní cestovní ruch	155
5. Závěr	162
Zdroje	163

SEZNAM SCHÉMAT

Schéma 1: Porovnání oblastí kultury, které jsou zahrnuty do rámce statistiky kultury ze strany EU a UNESCO	154
--	-----

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Příjmy tří nejdůležitějších kulturních památek v ČR (v Kč)	160
--	-----

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Překryv subsektorů kulturních a kreativních odvětví s ostatními odvětvími ekonomiky	155
Tabulka 2: Přehled zdrojů dat pro TSA a CSA	156
Tabulka 3: Kulturní cestovní ruch – možné zdroje dat	159

Abstrakt

Evropa je vedoucí destinací cestovního ruchu s 5% mírou růstu v roce 2013.¹ Evropa je, vždy byla a bude destinací založenou na kulturním a historickém dědictví a jeho diverzitě. Česká republika jakožto země, která leží v srdci Evropy, disponuje velkou kulturní rozmanitostí a hustotou kulturních památek. Propagace cestovního ruchu destinace Česká republika je založena na nové marketingové strategii agentury CzechTourism, jejímž stěžejním tématem je právě kulturní dědictví. Není tomu jinak ani v oblasti financování cestovního ruchu ze Strukturálních a investičních fondů Evropské unie v období let 2014–2020, ze kterých bude podpora právě cestovního ruchu plynout na základě kulturního dědictví či v jeho těsné interakci.

Kulturní sektor, a zejména jeho část, v níž jsou jeho produkty a služby spotřebovávány turisty, má významný ekonomický dopad na odvětví cestovního ruchu prostřednictvím výdajů turistů za kulturní služby a podpory zaměstnanosti. Cílem tohoto příspěvku je nalézt možné překryvy Satelitního účtu cestovního ruchu a Satelitního účtu kultury, a to jak z pohledu metodologického, tak i z pohledu dosažených výstupů.

Klíčová slova

Kulturní cestovní ruch, Satelitní účet cestovního ruchu, Satelitní účet kultury, ekonomický dopad

¹ UNWTO: *Tourism Barometr* (2014). Dostupné [on-line] na: <http://mkt.unwto.org/en/barometer> [cit. 10. dubna 2014].

1. ÚVOD

Kulturní cestovní ruch je velmi těžké přesně definovat a existuje pro něj mnoho definic.² Kulturní cestovní ruch je oficiálně definován Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) následovně: „Kulturní cestovní ruch zahrnuje pohyb lidí, který je v podstatě založen na kulturní motivaci, jako jsou poznávací cesty, divadelní umění a ostatní kulturní cesty, cestování po festivalech a ostatních kulturních akcích, návštěva míst a památek, cestování za poznáním místního folkloru nebo umění nebo poutí.“³

V kulturním cestovním ruchu se jedná o sblížení cestovního ruchu a spotřeby kulturních produktů. Měření ekonomických a sociálních dopadů kulturního cestovního ruchu je velmi důležité a potřebné.

Kulturní dědictví České republiky je jedním z hlavních motivů pro příjezdový, ale i domácí cestovní ruch. Aktuální Marketingová strategie agentury CzechTourism definuje čtyři základní produkty cestovního ruchu, které propaguje na zahraničních trzích i na domácím trhu. Jedním z nich je produkt Cesty za poznáním. Základem produktu je Praha, místa zapsaná na seznamu UNESCO, kulturní krajina, kulturní cesty a spirituální cestovní ruch. V rámci kulturního cestovního ruchu má nejvýraznější dominanci kulturní dědictví, s převahou hmotného nad nehmotným, dále pak výstavy, koncerty, divadla, festivaly, filmový průmysl a v neposlední řadě i místní tradiční gastronomie. Využití kultury v cestovním ruchu má na regionální a lokální úrovni následující pozitivní dopady:

- přispívá k růstu místní ekonomiky
- dokáže vytvořit nová pracovní místa (avšak s vyšší mírou sezonnosti)
- má pozitivní dopad v sociální oblasti – posiluje místní identitu a sociální soudržnost, má vzdělávací funkci
- přispívá k ekonomizaci kulturních památek, které často tvoří jádro produktu nebo jeho část

Z výše uvedeného je patrné, že spojení kultury a cestovního ruchu má nejen v České republice velký význam a je přínosné jak pro obě participující odvětví, tak i pro celou ekonomiku země či regionu.

² Mc Kercher, Bob, Du Cros, Hilary: *Cultural Tourism. The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Routledge, New York – Londýn, 2002.

³ WTO: *The states' role in protecting and promoting culture as a factor in tourism development and the proper use and exploitation of the national cultural heritage of sites and monuments for tourists*. Madrid, 1985.

2. STATISTICKÉ SLEDOVÁNÍ A MĚŘENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch i kultura jsou odvětví, která jsou velmi těžce měřitelná, disponibilita komplexních dat je nízká a jedná se o odvětví, která neustále musí dokazovat, zejména politické reprezentaci, svoji důležitost a nezastupitelnost. Služby a produkty poskytované oběma odvětvími jsou nezbytné a velmi náchylné na jakékoli změny v ekonomice i ve společnosti.

Hlavním statistickým nástrojem pro měření výkonu cestovního ruchu je Satelitní účet cestovního ruchu (Tourism Satellite Account, TSA), jediný satelitní účet, který byl schválen Komisí pro statistiku Organizace spojených národů (OSN).⁴ Satelitní účet v oblasti cestovního ruchu je nezastupitelný, neboť cestovní ruch jako odvětví není explicitně sledován v národních účtech. Česká republika je jednou z přibližně 60 zemí, které mají konsolidovaný TSA.⁵ V České republice je za TSA odpovědný Český statistický úřad (ČSÚ) a poskytuje v jeho rámci data od roku 2003. Využití výstupů TSA v praxi je, bohužel, na velmi nízké úrovni. Z průzkumu provedeného autorkou v prosinci 2013 vyplývá, že většina ze 14 krajů, respektive pracovníků odpovědných za cestovní ruch, výstupy z TSA nevyužívá. Za hlavní důvod uvádí, že potřebují data v regionálním členění a ta TSA již neposkytuje.

V průběhu času bylo testováno mnoho metod a nástrojů z oblasti ekonomie, matematiky, statistiky, ekonometrie apod., sloužících k měření přínosů cestovního ruchu na ekonomický růst země, jmenovitě například input/output analýza, model všeobecné rovnováhy, ekonometrické modely, Satelitní účet cestovního ruchu a další nástroje. Aby byly výše jmenované nástroje a metody funkční, je potřebné do nich dodat relevantní a požadovaná data. Ukazuje se, že použití metod pro vyčíslení ekonomických přínosů cestovního ruchu je tím složitější, čím níže sestupujeme z národní úrovně přes regionální až na lokální úroveň. Je to způsobeno nedostatkem regionálních dat o nabídce a poptávce v cestovním ruchu. Dostupnost dat na regionální úrovni není problémem pouze v ČR, ale i v jiných zemích. Jsou některé země, jako kupříkladu Rakousko, Finsko, Španělsko, které regionalizují TSA, jednotná metodika pro regionalizaci zatím stále chybí. I přesto, že výše zmíněné metody jsou dobře známy, jejich využití v praxi není zatím velmi rozšířené nebo obvyklé. Kromě nich se ale v praxi objevují jiné metody nebo přístupy zacílené na měření ekonomických dopadů cestovního ruchu. Dokonce lze nalézt i takové, které se neomezují pouze na ekonomické dopady cestovního ruchu, ale kalkulují i s dopady environmentálními a sociálními. Jako příklad jsou dále uvedeny tři **přístupy k měření dopadů turismu na regionální či lokální úrovni**:

⁴ UNWTO: *Tourism Statistics and TSA* (2011). Dostupné [on-line] na: <http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/statistics.pdf> [cit. 11. září 2013].
⁵ *Tamtéž*.

A. Model LATI (Local Area Tourism Impact Model, Velká Británie)

Model LATI byl vytvořen Londýnskou rozvojovou agenturou, (London Development Agency), jež pro svůj model použila přístup „top-down“. Základem jsou tedy data o cestovním ruchu na národní úrovni pocházející z národních šetření. V principu se jedná o disagregaci výdajů v cestovním ruchu na 33 londýnských okrsků.⁶

B. Local Tourism System (Velká Británie)

Local Tourism System neboli v překladu Lokální systém cestovního ruchu je zaměřen na měření ekonomických dopadů cestovního ruchu na region. Metodika byla nastavena Národním statistickým úřadem Velké Británie a je založena na Standardní mezinárodní klasifikaci činností cestovního ruchu (Standard International Code of Tourism Activities = SICTA, 42 kódů).

Cílem tohoto přístupu je měření podílu mezi poptávkou a nabídkou v cestovním ruchu. Tento podíl je důležitý, protože ukazuje významnost aktivit spojených s cestovním ruchem ve srovnání s celkovou regionální ekonomikou. Je to dobrý indikátor ekonomické regionální výkonnosti.⁷

C. Local Tourism System (Itálie)

Lokální systém cestovního ruchu pocházející z Itálie si klade za cíl vytvořit monitorovací systém, který by byl schopen kontrolovat specifika dynamičnosti destinace cestovního ruchu a monitorovat fáze životního cyklu destinace. Přístup je založen na principu „bottom-up“, tedy zdola nahoru, kde indikátory na úrovni města jsou agregovány na úroveň regionální.⁸

⁶ Petříčková, Lucie: Zkušenosti Londýna s kvantifikací dopadů turismu (LATI model). *Czech Hospitality and Tourism Papers VII*, Praha (VŠH), 2011, č. 13, s. 69–92.

⁷ Buccellato, Tullio, Webber, Dominic, White, Sean, Ritchie, Felix, Begum, Shadia: The Economic Impact of Tourism across Regions and Nations of the UK. *Economic and Labour Market Review*, 2010 (květen), vol. 4, no. 5, s. 44–50.

⁸ Manente, Mara: *Defining and Testing a Socio-economic Model to Identify Italian Local Tourism Systems (STL): a Methodological Framework*. 8th International Forum on Tourism Statistics / Venice. Ciset, Benátky, 2006.

3. STATISTICKÉ SLEDOVÁNÍ A MĚŘENÍ KULTURY

Členské země Evropské unie jsou čím dál důrazněji vyzývány k důkladnějšímu monitoringu finančních vstupů a výstupů ve vztahu k institucím kultury, například prostřednictvím sestavování satelitního účtu kultury, stejně jako tomu je i v dalších sociálních i jiných oblastech, které nejsou sledovány v rámci národního účetnictví (zdravotnické služby, sociální bezpečnost, cestovní ruch, životní prostředí atd.).

Přínosy sektoru kultury mohou být měřeny prostřednictvím Satelitního účtu kultury (Culture Satellite Account, CSA). Existuje několik studií, které se pokusily prezentovat základní metodologický rámec pro tento statistický nástroj. Studie pocházejí kupříkladu z Austrálie, Francie, Finska, Španělska nebo Kanady. Česká instituce Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS) založená Ministerstvem kultury ČR se snaží ve spolupráci s ČSÚ o rozvoj a naplnění Satelitního účtu kultury v ČR. Výsledky jsou publikovány od roku 2009 za každý rok (s jedno- až dvouletým zpožděním).

Sledování přínosů kulturního sektoru prošlo poslední dobou velmi dynamickou a důležitou fází procesu. V roce 2006 bylo vydáno dílo *The Economy of Culture in Europe*,⁹ kde se kulturní sektor zcela jasně a nově vymezil. Kulturní sektor je doplněn kreativním sektorem. Kulturní sektor je rozdělen na neprůmyslový sektor produkující nereprodukovatelné zboží a služby s cílem okamžité spotřeby a na průmyslový sektor produkující kulturní produkty určené k masové reprodukci a exportu. Kreativní sektor zahrnuje aktivity, jakými jsou design, architektura a reklama. Dalším zlomovým počínem je projekt ze strany Eurostatu *ESSnet Culture*,¹⁰ na kterém se podílela řada expertů z evropských zemí. Na projektu *ESSnet Culture* se podílelo několik statistických organizací, respektive jejich zástupců ze zemí EU, kteří pracovali na rozvoji metodiky vedoucí k získávání výstupů a výkonnosti kulturního sektoru. Měl by vést k vytváření srovnatelných statistických údajů o kultuře v rozumném časovém rámci. Projekt byl koordinován Ministerstvem kultury Lucemburska, které na něm pracovalo s dalšími čtyřmi partnery, a to francouzským ministerstvem kultury a komunikace, Českým statistickým úřadem, estonským statistickým úřadem a holandským ministerstvem pro vzdělávání, kulturu a vědu.¹¹ Další známou studií je Rámec pro statistiku kultury vytvořený organizací UNESCO v roce 2009.¹²

⁹ European Commission: *The Economy of Culture in Europe* (2006). Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm [cit. 10. dubna 2014].

¹⁰ ESSnet Culture: *European Statistical System Network on Culture Final Report* (2012). Dostupné [on-line] na: <http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/ess-net-report-oct2012.pdf> [cit. 10. dubna 2014].

¹¹ *Tamtéž*.

¹² UNESCO: *Framework for Cultural Statistics*. Montreal, Quebec, 2009.

Rozdíl mezi dvěma výše uvedenými projekty (evropským ESSnet Culture a UNESCO), které definují důležitost kultury a její dopad na ekonomickou a sociální sféru, je zejména v zahrnutí cestovního ruchu a rekreace do aktivit monitorovaných v rámci kultury. ESSnet Culture navrhuje vyjmout některé tyto aktivity ze základního rámce statistiky kultury s přihlédnutím k navržené definici kulturních aktivit (spojené s uměleckým a kulturním projevem a hodnotami) stejně jako s potřebou kvalitních a dostupných dat (možná identifikace vybraných aktivit v rámci statistické klasifikace). Některé vyjmuté oblasti spadají do volnočasových aktivit (hry, zábava, hazard), do oblasti cestovního ruchu, dále se jedná o přírodní rezervace, zoologické a botanické zahrady. Naproti tomu studie organizace UNESCO zmiňuje kulturní cestovní ruch bez uvedení jasné teoretické vymezující definice i statistické definice. Nicméně tato studie zahrnuje cestovní ruch, sport a rekreaci do statistického rámce kultury. Cestovní ruch zde není chápán jako tradiční doména kulturního sektoru, ale spíše odvětví, které je schopno nastartovat poptávku po kulturních produktech. Studie dále upřesňuje, že se z pohledu kultury bude jednat zvláště o kulturní cestovní ruch, spirituální cestovní ruch a aktivity spojené s ekoturismem. Sportovní aktivity zde zahrnují fitness, aktivity well-being a rekreační sportovní aktivity. Je zde počítáno jak s amatérskými, tak profesionálními sporty. Kategorie také zahrnuje rekreaci jako takovou, aktivity spjaté se sázením a hrou, například návštěvu kasin, a také návštěvy zábavních a tematických parků.¹³

13 *Tamtéž.*

Schéma 1: Porovnání oblastí kultury, které jsou zahrnuty do rámce statistiky kultury ze strany EU a UNESCO

LEG Culture (1997–2004)	ESSnet Culture (2012)	UNESCO (2009)
<ul style="list-style-type: none"> • historické památky • muzea • archeologická místa • archivy • knihovny • knihy a tisk • tiskové agentury • výtvarné umění (včetně designu) • fotografie • architektura • divadelní umění • filmy • rádio • televize • video • audionahrávky • multimédia 	<p style="text-align: center;">} +</p> <ul style="list-style-type: none"> • reklama • umělecká řemesla • nehmotné dědictví 	<p style="text-align: center;">} +</p> <p style="text-align: center;">} +</p> <ul style="list-style-type: none"> • přírodní dědictví • řemesla obecně • vývoj softwaru a telekomunikační aktivity • obecné aktivity spojené s tiskem • vybavení a související materiály (nástroje spojené s kulturními produkty a aktivitami) • cestovní ruch • sport a rekreace

Zdroj: Upraveno autorkou podle ESSnet Culture (2012). Dostupné [on-line] na: <http://ec.europa.eu/culture> [cit. 10. dubna 2014].

Pozn.: LEG Culture = Leadership Group Culture, 1997–2004 (předchůdce ESSnet Culture).

4. KULTURNÍ CESTOVNÍ RUCH

Podle Eurobarometru z roku 2009 jsou kulturní atraktivity druhým nejdůležitějším faktorem, který ovlivňuje rozhodnutí Evropanů o tom, kde stráví svou dovolenou (prvním faktorem je cena).¹⁴

Satelitní účet cestovního ruchu je v České republice velmi dobře rozvíjen a naplňován a obsahuje v sobě data o spotřebě tzv. kulturních služeb, do kterých jsou zahrnuta divadla, muzea a ostatní kulturní služby, a to v kategoriích příjezdového a domácího cestovního ruchu. Zároveň TSA poskytuje informace o zaměstnanosti v oblasti „kulturních služeb“ v cestovním ruchu.

Kulturní cestovní ruch je široký pojem a zahrnuje daleko více prvků než „kulturní služby“ definované v TSA. Kromě historických a kulturních památek, které většinou turisté využívají, má sektor kultury velmi důležitou součást a tou je kreativní průmysl, jehož produkty jsou taktéž spotřebovávány turisty. Hovoříme-li o odvětví cestovního ruchu jako o odvětví průřezovém, pak stejně tak můžeme mluvit o sektoru kultury. Tato dvě odvětví se prolínají v řadě tzv. subsektorů. Pokud se podíváme na tabulku 1, je zřejmé, že cestovní ruch se vyskytuje u šesti z devíti subsektorů kulturních a kreativních odvětví, kde dochází k překryvu a k tvorbě pozitivního efektu.

Tabulka 1: Překryv subsektorů kulturních a kreativních odvětví s ostatními odvětvími ekonomiky

Subsektory kulturního sektoru	Související sektory, které mohou těžit z rozšíření kulturního sektoru do dalších oblastí
dědictví	cestovní ruch, ICT, obchodní pobočky v blízkosti, výroba strojních zařízení a vybavení
archivy, knihovny	ICT, obchodní pobočky v blízkosti, vzdělávací sektor
výtvarné umění a umělecká řemesla	nakladatelství, reality, cestovní ruch, ICT, vzdělávací sektor
divadlo	obchod, catering, zdravotnické služby (hudební terapie), další osobní služby, cestovní ruch, ICT, obchodní pobočky v blízkosti
architektura	reality, stavební obory, ICT, cestovní ruch, znalostně náročné služby pro obchod (testování, měření atd.)
design	všechny sektory
reklama	ICT, znalostně náročné služby pro obchod (marketingový průzkum trhu, tvorba databází ad.)
audiovizuální technika a multimédia	ICT, cestovní ruch, vzdělávací sektor, výroba strojních zařízení a vybavení
knihy a tisk	ICT, vzdělávací sektor, výroba výpočetní techniky

Zdroj: Upraveno autorkou podle ESSnet Culture (2012). Dostupné [on-line] na: <http://ec.europa.eu/culture> [cit. 10. dubna 2014].

14 Eurostat: *Cultural Statistics*. EU, Brusel, 2011.

Satelitní účty vytvořené pro obě sledovaná odvětví obsahují značné množství důležitých dat a informací, které vycházejí z mnoha různých zdrojů, ať jsou již existující statistiky vycházející ze Systému národních účtů či jiná doplňková šetření prováděná ČSÚ, NIPOS a dalšími veřejnými institucemi. Pokud porovnáme náročnost obou satelitních účtů na potřebu a zdroje dat (viz tabulku 2), pak je jednoznačně z tohoto pohledu kulturní sektor náročnější. Jedná se o odvětví složené z většího množství produktů a skupin poskytovatelů těchto produktů a aktivit. Některé z nich jsou navíc velmi obtížně uchopitelné, a tím pádem i sledovatelné nebo měřitelné, jako například oblast fotografie, cirkusy, hry a aplikace pro mobilní telefony atd.

Tabulka 2: Přehled zdrojů dat pro TSA a CSA

Satelitní účet cestovního ruchu (TSA)		Satelitní účet kultury (CSA)	
tabulka	zdroj dat	tabulka	zdroj dat
T1 Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v ČR	Šetření návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) Šetření na hranicích (MMR, STEM/MARK)	T1 Zdroje financování kultury podle kulturních oblastí	Státní rozpočet Místní rozpočty Šetření domácností – ČSÚ KULT – ČSÚ Šetření neziskových institucí Podniková statistika – ČSÚ
T2 Spotřeba domácího cestovního ruchu v ČR	Výběrové šetření cestovního ruchu	T2 Zdroje financování kultury podle poskytovatelů kulturních služeb	Státní rozpočet Místní rozpočty Šetření domácností – ČSÚ KULT – ČSÚ Šetření neziskových institucí Podniková statistika – ČSÚ
T3 Spotřeba výjezdového cestovního ruchu v ČR	Výběrové šetření cestovního ruchu	T3 Umístění finančních zdrojů podle kulturních oblastí a poskytovatelů kulturních služeb	Syntéza T1 a T2
T4 Spotřeba vnitřního cestovního ruchu v ČR	Syntéza T1 a T2	T4 a) Příjmy a výdaje kulturních institucí podle kulturních oblastí b) Příjmy a výdaje kulturních institucí podle poskytovatelů kulturních služeb	Podniková statistika

Satelitní účet cestovního ruchu (TSA)		Satelitní účet kultury (CSA)	
tabulka	zdroj dat	tabulka	zdroj dat
T5 Výrobní účty jednotlivých odvětví cestovního ruchu a ostatních odvětví v ČR	Statistika národních účtů	T5 Makroekonomické ukazatele podle kulturních oblastí	Statistika národních účtů
T6 Domácí nabídka a spotřeba vnitřního cestovního ruchu podle produktů v ČR	Statistika národních účtů	T6 Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury	Statistika národních účtů KULT – ČSÚ Neziskové instituce KULT – NIPOS Podniková statistika
T7 Zaměstnanost v odvětvích cestovního ruchu v ČR	Výběrové šetření pracovních sil Národní účetnictví	T7 Zaměstnanost a mzdy v kultuře	KULT – NIPOS KULT – ČSÚ NI Podniková statistika
T8 Tvorba hrubého fixního kapitálu v cestovním ruchu v ČR	Národní účetnictví	T8 Zdroje a rozsah investic kulturního sektoru	KULT Neziskové instituce Podniková statistika Státní rozpočet
T9 Kolektivní spotřeba	ČSÚ nenaplnuje	T9 a) Zahraniční obchod se zbožím kulturního sektoru b) Zahraniční obchod se službami kulturního sektoru c) Zahraniční obchod se zbožím a službami kulturního sektoru	ČNB
T10 Nefinanční ukazatele v cestovním ruchu v ČR	Šetření v domácnostech, v ubytovacích zařízeních, hraniční statistika	T10 Základní ukazatele sektoru kultury	Syntéza tabulek T1, T5, T6 a T7
Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR		T11 Počet vybraných poskytovatelů kulturních služeb	KULT – NIPOS
		T12 Relativní vyjádření výkonu poskytovatelů kulturních služeb v naturálních ukazatelích	KULT – ČSÚ KULT – NIPOS

Zdroj: vlastní, 2014.

Sběr dat v oblasti cestovního ruchu i v oblasti kultury je velmi náročný a složitý, což vyplývá z průřezovosti a interdisciplinarity obou odvětví. Oblast kultury má bezesporu jednu výhodu oproti cestovnímu ruchu a tou je vstupenkový systém. Statistika pohybu osob jak v oblasti příjezdového, tak i domácího cestovního ruchu je v schengenském prostoru velmi obtížně dosažitelná. Nejobtížněji sledovatelnou je pak zejména skupina jednodenních návštěvníků, a to jak zahraničních, tak i domácích. Vstupenkový systém umožňuje sledovat počty osob navštěvujících především kulturní památky, jako jsou hrady, zámky, dále muzea, divadla, festivaly a koncerty, které tvoří jádro kulturního cestovního ruchu v České republice. Satelitní účet kultury udává data ohledně počtu návštěvníků jednotlivých kulturních objektů v souhrnu bez rozlišení, zda se jedná o zahraniční, či domácí návštěvníky, a udává je samozřejmě na celonárodní úrovni. Nicméně NIPOS disponuje podrobnými daty v regionální členění, která vyčíslují počet návštěvníků kulturních objektů. Datové řady jsou disponibilní od roku 1980. Dalším zdrojem dat, který by dokázal zpřesnit počet návštěvníků kulturních památek, je statistická databáze Národního památkového ústavu, která disponuje daty o počtech návštěvníků hradů a zámků (které jsou ve vlastnictví státu; 104 objekty) v jednotlivých dnech v roce. U některých významných objektů databáze poskytuje informace o počtu zahraničních a domácích návštěvníků. Bohužel databáze NPÚ je limitována několika faktory, a to nejednotnou metodikou, krátkou časovou řadou (4 roky) a zejména faktem, že databáze je neveřejná. Kromě počtu návštěvníků databáze udává i výši tržeb v dělení na tržby za hlavní činnost (myšleno za vstupné), tržby za kulturní akce, tržby za vedlejší činnost (např. prodej suvenýrů, pronájem prostor) a tržby ostatní.

V tabulce 3 jsou uvedeny možné zdroje dat, které jsou k dispozici pro oblast kulturního cestovního ruchu. Samozřejmě kromě samotných zdrojů se jedná i o jejich relevanci a komplexnost a také v kulturním cestovním ruchu, kde se spojují dvě odvětví, jde o jejich doplňkovost.

Tabulka 3: Kulturní cestovní ruch – možné zdroje dat

	Satelitní účet cestovního ruchu	Satelitní účet kultury	Národní památkový ústav	NIPOS
Poptávka	Spotřeba kulturních služeb – příjezdový CR – domácí CR – vnitřní CR	Výdaje domácností Počet návštěv na 10 tis. osob	Počet návštěvníků – domácích, zahraničních (na základě počtu zakoupených vstupenek a půjčení cizojazyčných materiálů, popřípadě prohlídky v cizím jazyce) Návštěvníci kulturní akce Tržby dle kategorií Průměrná tržba na návštěvníka	Počet návštěvníků muzeí a galerií v krajích ČR Počet návštěvníků památek v krajích ČR Počet návštěvníků výstav, koncertů, kulturních akcí v krajích ČR Výdaje návštěvníků na vstupném – divadla, památkové objekty, galerie, muzea a památníky atd.
Nabídka	Produkce kulturních služeb	Produkce		
Poptávka x nabídka	Podíl ČR na nabídce (22,7 %)			
Zaměstnanost	Počet zaměstnaných osob v odvětví CR – kulturní služby (4,6 %)	Počet zaměstnaných osob		Počet zaměstnaných osob v členění podle objektů

Zdroj: vlastní zjištění, 2014.

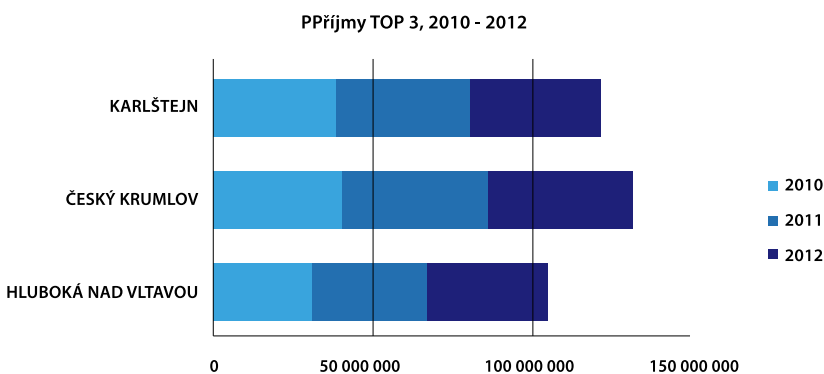
Pokud se podíváme na konkrétní výstupy v oblasti kultury do obou satelitních účtů, pak jsou výsledky následující: TSA uvádí spotřebu za rok 2011 v oblasti „kulturní služby“ 7937 mil. Kč v rámci vnitřního cestovního ruchu (příjezdový a domácí cestovní ruch). Satelitní účet kultury uvádí počet návštěvníků památkových objektů, kterých je veřejně přístupných na našem území 303, celkově 12,2 mil. osob. V těchto počtech by byla útrata pouze za návštěvu památkových objektů za rok 2011 celkem 650 Kč na osobu neboli 26 eur (přepočteno kurzem 25 Kč = 1 euro). Tato útrata je nižší než například vstupenka na Pražský hrad nebo rodinné vstupné v cizím jazyce na hrad Karlštejn (860 Kč, v českém jazyce 540 Kč). Přímé výdaje domácností na návštěvu historických památek činí 974 764 000 Kč. Je zřejmé, že satelitní účet cestovního ruchu podhodnocuje oblast „kulturních služeb“, které kromě kulturních památek v sobě zahrnují ještě divadla, koncerty, muzea, botanické a zoologické zahrady, národní parky a chráněná území. Zoologické zahrady patří mezi nejnavštěvovanější turistická místa v ČR. Výstupy kultury jsou v TSA podhodnoceny. Zde je prostor pro zpřesnění údajů TSA pomocí přesnější statistiky CSA.

Za ekonomický dopad kulturního cestovního ruchu na stát/region/místo se nejčastěji považuje dopad na HDP, zaměstnanost a dopad na veřejné rozpočty. Kulturní sektor má 1,4% podíl na HDP a výdaje domácností po kulturních službách v roce 2012 mírně meziročně vzrostly. Podíl financování kultury z veřejných rozpočtů však v roce 2012 klesl.¹⁵ Podíl cestovního ruchu na HDP v roce 2012 byl 2,7 %.¹⁶

Kupříkladu v oblasti kulturního dědictví bylo v roce 2011 zaměstnáno 17 545 osob. Tato pracovní místa jsou jistě navázána na aktivity cestovního ruchu. A další pracovní místa jsou generována multiplikovaně. Raabová uvádí v roce 2010 jako příklad hrad Karlštejn, který sám o sobě zaměstnává 16 osob a pět průvodců na plný úvazek celoročně, v plné sezoně vzroste počet průvodců až na 70. V obci Karlštejn v současnosti funguje 12 ubytovacích zařízení (dva hotely, osm penzionů, ubytovna a autokemp), řada restaurací, čtyři muzea, golfové hřiště a mnoho dalších služeb pro návštěvníky. Bohužel dosud nebylo vyčísleno, kolik pracovních míst a jaký objem příjmů celkem hrad a s ním spojený cestovní ruch generují.

Pokud se podíváme pouze pro ilustraci na samotné tržby za hlavní činnost tří nejvíce navštěvovaných kulturních památek v ČR, které patří pod správu Národního památkového ústavu, pak se pohybujeme v číslech mezi 105 miliony (Hluboká nad Vltavou) až 132 miliony korun (Český Krumlov) za tři roky (z hlediska dostupných statistik za léta 2010–2012). V součtu je to pak 359 mil. Kč, tzn. 14,36 mil. eur (průměrný kurz 25 Kč = 1 euro), viz graf 1. Potenciál kulturního cestovního ruchu je z pohledu přímých i nepřímých dopadů na ekonomiku daného území jistě významný.

Graf 1: Příjmy tří nejdůležitějších kulturních památek v ČR (v Kč)



Zdroje: vlastní zjištění, 2014. Interní databáze NPÚ, 2013.

¹⁵ NIPOS: *Výsledky účtu kultury ČR za rok 2012* (2014). Dostupné [on-line] na: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2010/01/Vysledky_uctu_kultury_CR_za_rok_2012.pdf [cit. 27. ledna 2015].

¹⁶ ČSÚ: *Satelitní účet cestovního ruchu* (2014). Dostupné [on-line] na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr [cit. 27. ledna 2015].

Přínos kulturních aktivit ve formě kulturního cestovního ruchu záleží na typu aktivity a na charakteru místní ekonomiky. F. Greffe zdůrazňuje, že socioekonomické dopady očekávané od rozvoje kulturního cestovního ruchu nejsou sebenaplňující a že jsou důležitá určitá kritéria:

- stálost kulturních aktivit
- míra účasti místních obyvatel
- prvořadý je lokální kontext, to znamená, že by se měly produkty a služby vyrábět v místě
- vzájemná závislost těchto aktivit by měla podpořit efekt klastru¹⁷ čili seskupující efekt¹⁸

Co se týká použitelných metod k vyjádření ekonomických dopadů kulturního cestovního ruchu, pak za nevhodnější na národní úrovni je jistě použití input-output modelu včetně vyčíslení multiplikátorů. Použití tohoto modelu na regionální či lokální úrovni naráží na určité bariéry, a to zejména na neexistenci tabulek dodávek a užití, respektive symetrických input-output tabulek v regionálním členění. Pokud bychom použili některý z přístupů zmíněných výše, pak by to mohl být Local Tourism System z Velké Británie. Tento přístup je založen na hrubé přidané hodnotě, která je vypočítána jako podíl průmyslu cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě v regionu. Místo dat za cestovní ruch by do výpočtu vstupovala data za kulturní cestovní ruch (definice viz výše). Výpočet je založen na poptávkové straně cestovního ruchu.

¹⁷ „Klaster“ – jedná se o geograficky koncentrované, navzájem propojené podniky a instituce v konkrétním odvětví. Viz Porter, Michael: *On Competition*. Harvard Business School Press, Boston, 1998.

¹⁸ European Commission, *op. cit.*

5. ZÁVĚR

Porovnáním výstupů Satelitního účtu cestovního ruchu a Satelitního účtu kultury lze konstatovat, že je možné zpřesnit data v oblasti „kulturních služeb“ v rámci TSA, z čehož by byl patrný i větší socioekonomický přínos kulturního cestovního ruchu pro dané území. Pro výpočet na národní úrovni lze použít input-output model založený na tabulkách dodávek a užití vycházejících z národních účtů. Na regionální či místní úrovni lze použít input-output model s velkými limity, jak bylo zmíněno výše. Výhodou kulturního sektoru je fakt, že NIPOS sleduje jak počty návštěvníků, tak výdaje na regionální úrovni. Pro zlepšení statistik se lze inspirovat například výše zmíněnou metodou pocházející ze statistického úřadu Velké Británie.

Česká republika – i celá Evropa – je kulturní destinací cestovního ruchu. Pro podporu obou sektorů, cestovního ruchu i kultury, je více než potřebné zajímat se o jejich nemalý přínos ekonomickému a sociálnímu rozvoji území. Obvyklým problémem je neexistence regionálních dat. Kooperací mezi TSA a CSA by mohlo dojít ke zpřesnění dat a výpočtu dopadů kulturního cestovního ruchu na vymezené území.

Z metodologického hlediska nelze v této části zkoumání učinit žádný výrazný závěr. Metodologie tvorby Satelitního účtu cestovního ruchu je propracovaná a uznaná na úrovni OSN a v této oblasti se již spíše řeší možnosti regionalizace neboli disagregace výstupů do nižších územních celků. Satelitní účet kultury je v této cestě na začátku, metodologie není přesně vymezena, a tudíž nelze doporučit ani nijak hodnotit její stav. Zajímavé by jistě bylo porovnat vzniklé metodické postupy jednotlivých průkopníků, například Finska, Kanady a Španělska, a doporučit mezinárodním organizacím – nebo alespoň EU – zahájit tvorbu společného metodologického rámce.

Kulturní sektor potřebuje cestovní ruch k tomu, aby podpořil svoji nezávislost na veřejném financování, které je i tak v současné době nedostatečné, a cestovní ruch potřebuje kulturu jako významnou část svého produktového portfolia.

ZDROJE

Buccellato, Tullio, Webber, Dominic, White, Sean, Ritchie, Felix, Begum, Shadia: The Economic Impact of Tourism across Regions and Nations of the UK. *Economic and Labour Market Review* 4, 2010(5), s. 44–50.

ČSÚ: *Satelitní účet cestovního ruchu* (2014). Dostupné [on-line] na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr [cit. 27. ledna 2015].

ESSnet Culture: *European Statistical System Network on Culture Final Report* (2012). Dostupné [on-line] na: <http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/ess-net-report-oct2012.pdf> [cit. 10. dubna 2014].

European Commission: *The Economy of Culture in Europe* (2006). Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm [cit. 10. dubna 2014].

Eurostat: *Cultural Statistics*. EU, Brusel, 2011.

Manente, Mara: *Defining and Testing a Socio-economic Model to Identify Italian Local Tourism Systems (STL): a Methodological Framework*. 8th International Forum on Tourism Statistics / Venice. Ciset, Benátky, 2006.

McKercher, Bob, Du Cros, Hilary: *Cultural Tourism. The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Routledge, New York – Londýn, 2002.

NIPPOS: *Výsledky účtu kultury ČR za rok 2012* (2014). Dostupné [on-line] na: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2010/01/Vysledky_uctu_kultury_CR_za_rok_2012.pdf [cit. 27. ledna 2015].

Petříčková, Lucie: Zkušenosti Londýna s kvantifikací dopadů turismu (LATI model). *Czech Hospitality and Tourism Papers VII*, Praha (VŠH), 2011, č. 13, s. 69–92.

Porter, Michael: *On Competition*. Harvard Business School Press, Boston, 1998.

Raabová, Tereza: *Ekonomické a sociální dopady kulturního cestovního ruchu v ČR*. Disertační práce. VŠE, Praha, 2010.

UNESCO: *Framework for Cultural Statistics*. Montreal, Quebec, 2009.

UNWTO: *Tourism Barometr* (2014). Dostupné [on-line] na: <http://mkt.unwto.org/en/barometer> [cit. 10. dubna 2014].

UNWTO: *Tourism Statistics and TSA* (2011). Dostupné [on-line] na:
<http://dtxdq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/statistics.pdf>
[cit. 11. září 2013].

WTO: *The states' role in protecting and promoting culture as a factor in tourism development and the proper use and exploitation of the national cultural heritage of sites and monuments for tourists*. Madrid, 1985.

Výdaje na výzkum a vývoj v kulturních a kreativních průmyslech

Marcel Kraus a kol.

OBSAH

1. Úvod	166
2. Definice KKP a hlavních ukazatelů VaV	168
3. Hlavní ukazatele výzkumu a vývoje v KKP v ČR	171
4. Hlavní zjištění	173
5. Závěr	174
Zdroje	176

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Změna indikátorů VaV mezi lety 2006 a 2012 (2006 = 100; v %)	171
Obrázek 2: Umístění KKO a srovnávaných odvětví dle hlavních indikátorů VaV (2012)	172

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Přehled kódů CZ-NACE v kulturních a kreativních průmyslech (včetně ICT)	168
Tabulka 2: Hlavní ukazatele VaV ve vybraných odvětvích (2012)	172

1. ÚVOD

Tato kapitola předkládá zjištění autorů z Technologické agentury České republiky z roku 2014 (dále jako *referenční studie*)¹ vydané ve spolupráci s Institutem umění – Divadelním ústavem, jakým způsobem se v základních ukazatelích výzkumu a vývoje podílejí KKP na výzkumných a vývojových aktivitách. Mezi tyto hlavní ukazatele patří počet pracovišť výzkumu a vývoje (dále VaV), zdroje výdajů na VaV, počet zaměstnanců ve VaV a tržby z prodeje služeb VaV. Aby bylo možné získaná data lépe pochopit, zvolili autoři jako srovnávací průmyslová odvětví automobilový, chemický a strojní průmysl.

Debata o aktivitách VaV jakožto součásti KKP započal Howkins v roce 2001.² Význam VaV pro kreativní ekonomiku vyzdvihuje i odborná organizace OSN United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), která zahrnuje do kreativních služeb i služby výzkumu a vývoje, a to vedle architektonických a souvisejících služeb, kulturních a rekreačních služeb, audiovizuálních služeb a reklamních služeb.³

Na aktivity VaV v odvětvích KKP lze nahlížet třemi hlavními směry. Za prvé výzkumné a vývojové aktivity KKP napomáhají k využívání kulturního, kreativního a znalostního potenciálu společnosti, který se díky výzkumným a vývojovým činnostem promítá do inovativních a konkurenceschopných produktů, procesů, služeb nebo metod s vysokou přidanou hodnotou. Za druhé tyto aktivity vedou ke vzniku inovativních řešení v kulturních a kreativních odvětvích a tím posilují vznik, rozvoj a konkurenceschopnost KKP. A za třetí aktivity výzkumu a vývoje v KKP mohou být významným dodavatelem inovativních služeb⁴ a dalších impulzů příbuzným nebo i zcela vzdáleným odvětvím,⁵ a to přímo nebo ve formě spillover efektů či synergických efektů.⁶ Aktivity VaV v KKP tak přispívají ke konkurenceschopnosti regionální i národní ekonomiky,⁷ přičemž mají významný vliv i na sociální inovace ve společnosti.⁸

¹ Kraus, Marcel, Petkov, Michal, Růžička, Zdeněk: *Výzkum a vývoj v kulturních a kreativních odvětvích. Hlavní ukazatele výzkumu a vývoje včetně srovnání s vybranými průmysly ČR*. IDU a TA ČR, Praha, 2014.

² Howkins, John: *The Creative Economy: How people make money from ideas*. Penguin, Londýn, 2001.

³ UNCTAD: *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making*. New York, 2008. – *Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*. New York, 2010. – *Creative Economy Report 2013. Widening Local Development Pathways*. New York, 2013.

⁴ Tamtéž.

⁵ KEA, European Affairs: *The Economy of Culture in Europe, study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. Brusel, 2006, s. 2–3.

⁶ Srov. ESSnet Culture: *European Statistical System Network on Culture. Final Report*. Lucemburk, 2012, s. 365. Camilo, Antonio a kol.: *The Creative Synergy Esprit Effect. Ten Steps within Creative Industries related Projects*. UNIDO, Vídeň, 2011.

⁷ EU: *How can cultural and creative industries contribute to economic transformation through smart specialisation? Policy Handbook*. Brusel, 2012.

⁸ URBACT: *Creative SpIN – Creative Spillovers for Innovation*. URBACT II Thematic Network Baseline Study, 2012. Dostupné [on-line] na: http://www.keanet.eu/docs/creativespin_baselinestudyfinal.pdf [cit. 15. listopadu 2014].

Výzkumem a vývojem se rozumí systematická tvůrčí práce konaná za účelem rozšíření stávajícího poznání, včetně poznání člověka, kultury a společnosti, získání nových znalostí nebo jejich využití v praxi, a to metodami, které umožňují potvrzení, doplnění či vyvrácení získaných poznatků.⁹ Inovacemi se pak rozumí praktické a účelné využití výsledků výzkumu a vývoje, tedy nového nebo podstatně zlepšeného produktu, procesu, služby nebo metody do podnikatelských praktik nebo pro zvyšování kvality života společnosti naplňováním společenských požadavků a vytvářením nových společenských vztahů.¹⁰

⁹ ČSÚ: *Výzkum a vývoj. Definice*. Český statistický úřad, 2014. Dostupné [on-line] na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/statistika_vyzkumu_a_vyvoje [cit. 15. října 2014].

¹⁰ ČSÚ: *Vysokoškolský výzkum a vývoj. Metodologická příloha*. Český statistický úřad, 2014. Dostupné [on-line] na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vysokoskolsky_vyzkum_a_vyvoj [cit. 15. října 2014]. EK: *Guide to Social Innovation. DG Regional and Urban Policy and DG Employment, Social affairs and Inclusion*. Brusel, 2013, s. 6.

2. DEFINICE KKP A HLAVNÍCH UKAZATELŮ VaV

KKP nemají svou vlastní sekci nebo oddíl v klasifikace NACE, a proto jsou jejich činnosti rozprostřeny napříč klasifikací. Referenční studie¹¹ užívá definici KKP dle klasifikace NACE navržené Institutem umění – Divadelním ústavem (viz kapitolu Význam, definice a vymezení kulturních a kreativních průmyslů v ČR, s. 21). Kvůli neexistenci dat pro třídy CZ-NACE (čtyřmístný kód) byly ekonomické činnosti agregovány na úroveň skupin (třímístný kód). V mnoha případech tak dochází k zahrnutí i těch tříd, které se v definici KKP nevyskytují. Některé třídy se navíc vyskytují jak v kulturních, tak v kreativních průmyslech, čímž dochází k duplicitním zápočtům. Celková data za KKP (včetně ICT) jsou nicméně o tyto duplicity očištěna. Odhady poměrného zastoupení KKP v jednotlivých kódech NACE nebyly v podmínkách ČR analyzovány, a tedy ani autory studie využity.

Tabulka 1: Přehled kódů CZ-NACE v kulturních a kreativních průmyslech (včetně ICT)

KREATIVNÍ PRŮMYSLY
Architektura
71.1 Architektonické a inženýrské činnosti a související technické poradenství
Design
74.1 Specializované návrhářské činnosti
Neznámá oblast (správní činnosti)
84.1 Veřejná správa a hospodářská a sociální politika
94.9 Činnosti ostatních organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů
Reklama
73.1 Reklamní činnosti
KULTURNÍ PRŮMYSLY
Film a video
47.6 Maloobchod s výrobky pro kulturní rozhled a rekreaci ve specializovaných prodejnách
59.1 Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů
77.2 Pronájem a leasing výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost
Hudba
47.6 Maloobchod s výrobky pro kulturní rozhled a rekreaci ve specializovaných prodejnách
59.2 Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
Knihy a tisk
47.6 Maloobchod s výrobky pro kulturní rozhled a rekreaci ve specializovaných prodejnách
58.1 Vydávání knih, periodických publikací a ostatní vydavatelské činnosti
63.9 Ostatní informační činnosti
74.3 Překladatelské a tlumočnické činnosti
Kulturní a umělecké vzdělávání
85.5 Ostatní vzdělávání

11 Kraus, M., Petkov, M., Růžička, Z., *op. cit.*

Kulturní dědictví
47.7 Maloobchod s ostatním zbožím ve specializovaných prodejnách
91.0 Činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení
Rozhlas
60.1 Rozhlasové vysílání
Scénická umění
90.0 Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti
Televize
60.2 Tvorba televizních programů a televizní vysílání
Videohry
58.2 Vydávání softwaru
Výtvarné umění
74.2 Fotografické činnosti
90.0 Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti
ODVĚTVÍ ICT
ICT
58.1 Vydávání knih, periodických publikací a ostatní vydavatelské činnosti
58.2 Vydávání softwaru
62.0 Činnosti v oblasti informačních technologií (lze zahrnout celou oblast 62.00)
63.1 Činnosti související se zpracováním dat a hostingem; činnosti související s webovými portály
63.9 Ostatní informační činnosti

Zdroj: Žáková, Eva: Výstup projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20> [cit. 20. listopadu 2014].

Indikátory, díky kterým lze získat představu o činnostech VaV, vycházejí z metodiky sběru statistických dat vydané Českým statistickým úřadem.¹² Pro potřeby provedené studie byly zvoleny čtyři hlavní indikátory.

Počet pracovišť výzkumu a vývoje: Dle ČSÚ se do počtu pracovišť VaV zahrnují všechna pracoviště výzkumu a vývoje bez ohledu na vlastnictví IČO. Pracoviště výzkumu a vývoje jsou tvořena především jednotlivými fakultami vysokých škol a výzkumnými pracovišti některých resortních výzkumných organizací. V podnikatelském a soukromém neziskovém sektoru se počet pracovišť VaV významně neliší od počtu ekonomických subjektů provádějících VaV, neboť sledované podniky mají ve většině případů pouze jedno pracoviště VaV.

Zdroje výdajů na výzkum a vývoj: Výdaji na VaV se rozumí veškeré výdaje – tedy běžné a kapitálové – určené na vlastní výzkum a vývoj prováděný v rámci zpravodajské jednotky nebo sektoru ekonomik, a to bez ohledu na zdroj jejich financování.

¹² Srov. ČSÚ, Výzkum a vývoj, op. cit.

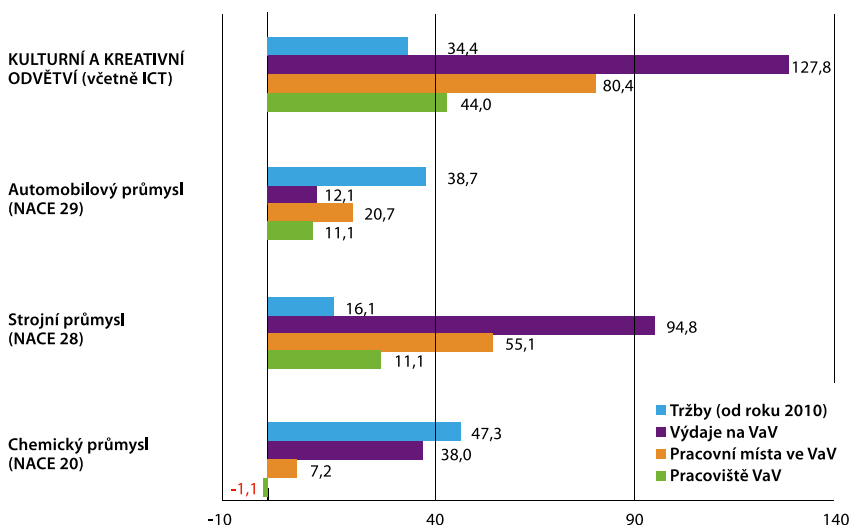
Počet zaměstnanců ve výzkumu a vývoji: ČSÚ započítává mezi zaměstnance VaV nejen výzkumné pracovníky, kteří provádějí přímo výzkum a vývoj, ale i pomocné, technické, administrativní a jiné pracovníky pracující na pracovištích výzkumu a vývoje v jednotlivých zpravodajských jednotkách. Pracovníci VaV jsou přepočtení na plný pracovní úvazek věnovaný činností VaV (Full Time Equivalent – FTE).

Tržby z prodeje služeb výzkumu a vývoje: Rozumí se jimi takové tržby, které zpravodajská jednotka vykáže během sledovaného období z VaV prováděného na zakázku pro jiný subjekt. U veřejných vysokých škol a veřejných výzkumných institucí jde především o tržby za prodej služeb VaV jiným subjektům prostřednictvím smluvního výzkumu. V celkových tržbách za prodej služeb VaV jsou zahrnuty jak tržby za provedení VaV pro subjekty v ČR, tak i v zahraničí.

3. HLAVNÍ UKAZATELE VÝZKUMU A VÝVOJE V KKP V ČR

Referenční studie¹³ zjišťuje, že rozdíl v ukazatelích VaV v roce 2012 oproti roku 2006 vykazuje růst téměř u všech sledovaných průmyslových odvětví (obrázek 1).

Obrázek 1: Změna indikátorů VaV mezi lety 2006 a 2012 (2006 = 100; v %)



Zdroj: Kraus, Marcel, Petkov, Michal, Růžička, Zdeněk: *Výzkum a vývoj v kulturních a kreativních odvětvích*. Praha, 2014.

Nejrychleji zvyšovaly své výdaje na VaV kulturní a kreativní průmysly, od roku 2006 téměř o 128 %. KKP vykázaly v roce 2012 i nejvyšší výdaje na činnosti VaV – 8,2 mld. Kč (tabulka 1), což je o 40 % více než v automobilovém průmyslu. Druhým nejrychleji rostoucím trhem co do výdajů na VaV je strojní průmysl, který od roku 2006 zvýšil výdaje na VaV téměř o 95 %. Rychlost růstu počtu zaměstnanců, resp. plných úvazků ve VaV, je nejvyšší u KKP, kde od roku 2006 narostl počet plných pracovních míst o 80 %. Vysoký růst zaměstnanosti ve VaV vykazuje od téhož roku i strojní průmysl (o 55 %). Pracoviště zabývající se VaV v kulturních a kreativních průmyslech rostla oproti roku 2006 nejrychleji ze všech sledovaných průmyslových odvětví, a to o 44 %. Počet pracovišť VaV se v rámci KKP vyšplhal v roce 2012 na 550 (strojní průmysl 244, automobilový průmysl 70).

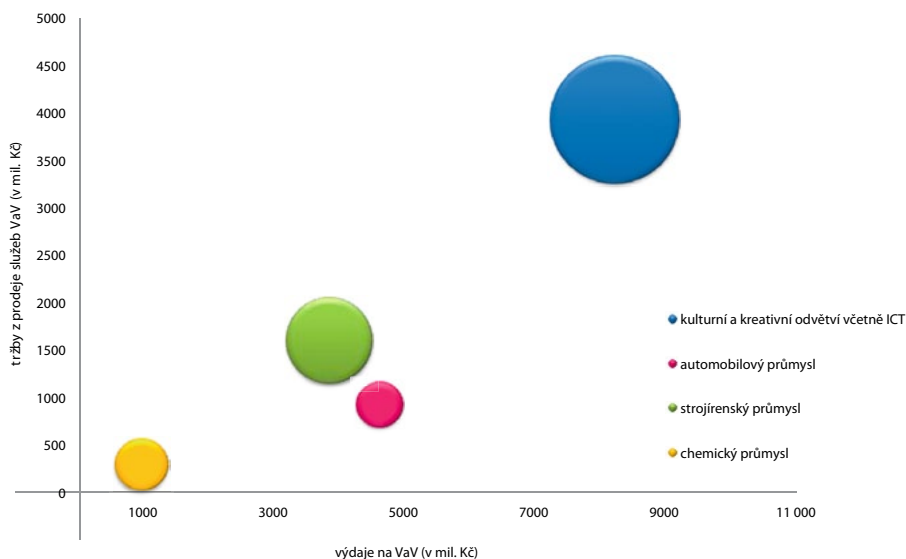
13 Kraus, M., Petkov, M., Růžička, Z., *op. cit.*

Tabulka 2: Hlavní ukazatele VaV ve vybraných odvětvích (2012)

hlavní ukazatele VaV v roce 2012	počet pracovišť VaV	výdaje na VaV (mil. Kč)	počet zam. ve VaV (FTE)	tržby za služby VaV celkem (mil. Kč)	z toho ze zahraničí (mil. Kč)
chemický průmysl	89	957,5	844,9	295,2	276,8
strojný průmysl	244	3844,5	3176,0	1603,4	967,5
automobilový průmysl	70	4610,5	3720,4	932,0	913,6
kulturní a kreativní odvětví (vč. ICT)	550	8220,4	8407,2	3937,6	2323,3

Zdroj: Kraus, Marcel, Petkov, Michal, Růžička, Zdeněk: *Výzkum a vývoj v kulturních a kreativních odvětvích*. Praha, 2014.

Obrázek 2: Umístění KKO a srovnávaných odvětví dle hlavních indikátorů VaV (2012)



Zdroj: Kraus, Marcel, Petkov, Michal, Růžička, Zdeněk: *Výzkum a vývoj v kulturních a kreativních odvětvích*. Praha, 2014.

Pozn.: Velikost obrazce znázorňuje počet pracovišť ve VaV.

4. HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ

Na základě disponibilních dat – a s ohledem na limitaci přesných údajů, které nabízí klasifikace CZ-NACE – dochází studie¹⁴ k těmto zjištěním:

KKP jsou jako celek rychle rostoucím trhem v oblasti VaV: KKP jsou jako celek rychle rostoucím trhem v oblasti VaV, a to téměř ve všech ukazatelích (počet pracovišť VaV, počet zaměstnanců ve VaV, výdaje na VaV a tržby z prodeje služeb VaV). Co do dynamiky růstu předčí srovnávací odvětví jako automobilový, strojný a chemický průmysl (obrázek 2).

Vysoké výdaje na VaV i tržby za služby VaV: V absolutních hodnotách vydávají KKP téměř tolik co automobilový a strojný průmysl dohromady. Za služby VaV utrží KKP téměř 1,5krát více než automobilový a strojný průmysl dohromady.

Tahouni jsou architektonické a inženýrské činnosti a průmysl ICT: Při bližším pohledu lze zjistit, že tahouny těchto odvětví jsou především architektonické a inženýrské činnosti a průmysl ICT. Významnou pozici zaujímají i oblasti vydávání softwaru (včetně počítačových her).

Co do poměru je nejvíce výzkumných pracovníků v kulturním dědictví: Činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení zaujímají přední pozice co do podílu výzkumných pracovníků na celkovém počtu zaměstnanců (FTE).

Techničtí pracovníci ve VaV se zhusta vyskytují v průmyslu ICT, zejména v rámci činností v oblasti informačních technologií i v kreativních průmyslech v oblasti architektonických činností.

Film, hudba a vysílání nevydávají finance na činnosti VaV: Činnostem ve VaV se dle dostupných dat nevěnují vůbec či jen sporadicky oblasti jako Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů (NACE 59.1), Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti (NACE 59.2), Rozhlasové vysílání (NACE 60.1) nebo Tvorba televizních programů a televizní vysílání (NACE 60.2).

Design nevydává na činnosti VaV: Dle dostupných dat se činnosti VaV nedějí v oblasti designu (NACE 74.1) Specializované návrhářské činnosti.

Pracoviště VaV rostou rychleji než u automobilového nebo strojného průmyslu: Kulturní a kreativní průmysly jsou významným zaměstnavatelem pracovníků ve VaV. Počet pracovišť VaV v KKP rostl od roku 2006 čtyřikrát rychleji než u automobilového průmyslu a zhruba 1,5krát rychleji než u průmyslu strojnýho, a to především díky oblasti ICT a architektury.

¹⁴ Kraus, M., Petkov, M., Růžička, Z., *op. cit.*

5. ZÁVĚR

V oblasti VaV stojí v rámci KKP v popředí architektonické (a inženýrské) činnosti spolu s oblastí ICT. Významnou pozici zaujímá i oblast vydávání softwaru včetně počítačových her. Dalším zjištěním je, že činnostem ve VaV české KKP dle dostupných dat nevěnují pozornost vůbec či jen sporadicky oblasti Designu (Specializované návrhářské činnosti), dále pak Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů, Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti, Rozhlasové vysílání a Tvorba televizních programů a televizní vysílání. Ve světle těchto zjištění by bylo účelné vnímat odvětví ICT, architektonických a inženýrských činností a odvětví vydávání softwaru a počítačových her jako důležitou součást inovačního ekosystému země. Je rovněž nutné položit si otázku, zda a popř. jak zapojit do inovačních aktivit ta odvětví KKP, která se činnostmi VaV nezabývají.

Zjištění, jak mohou odvětví architektonických činností, ICT nebo vydávání softwaru včetně počítačových her přispět ke konkurenceschopnosti a socioekonomickému rozvoji české společnosti, se zdá vzhledem k dynamice jejich růstu jako klíčové. V oblasti architektonických a inženýrských činností se lze zabývat tématy jako pokročilý architektonický design (Advanced Architectural Design), mezinárodní regenerace a rozvoj architektury (International Architectural Regeneration and Development), udržitelné stavitelství: výkon a design, výzkum zaměřený na design, urbánní a metropolitní design aj. Možné oblasti zájmu v ICT mohou rozvíjet e-business; e-governance; e-democracy; e-adoption; kolaborativní inovace, digital content, síťové, chytré a virtuální organizace (networked, smart and virtual organization), nové pracovní prostředí (new working environment) apod. Odvětví softwaru a počítačových her může být významné pro výzkumné a vývojové aktivity v oblasti mobilních platforem, zvyšování hodnoty duševního vlastnictví, digitální distribuce nebo v oblasti gamifikace, tedy uplatňování tzv. technik herních designů, herního myšlení a herních principů do neherního prostředí, jako jsou webové stránky orientované na zákazníky či mobilní aplikace.

Oblast designu, která dle zjištění studie nevykazuje činnosti VaV, by mohla být v souladu s doporučením Evropské unie¹⁵ zapojena do inovačních aktivit země především podporou uplatňování metod designu ve víceoborovém výzkumu a inovačních programech; rozvojem dovedností a uplatňování metod pro inovace založené na designu ve vzdělávání a odborné přípravě; vytvořením kapacit pro poskytování podpory na inovace založené na designu podnikům v ČR; metodami a postupy pro posílení schopnosti malých a středních podniků využívat design jako strategický nástroj při vytváření produktů a služeb, které mají pro jejich zákazníky vyšší hodnotu; metodami a postupy pro zlepšení spolupráce mezi společnostmi, které investují do designu jako konkurenční výhody; přezkoumáním potřeby aktualizovat ochranu práv k duševnímu vlastnictví v oblasti designu;

15 EU: *Provedení akčního plánu pro inovace založené na designu*. SWD/2013/380, Brusel, 2013.

rozvojem schopnosti správních orgánů veřejného sektoru využívat metody designu; zlepšením výzkumu a vývoje inovací založených na designu pro účinné a uživatelsky přívětivé veřejné služby nebo metodami a postupy pro podporu vzájemného učení a spolupráce mezi subjekty veřejného sektoru, které hledají řešení založená na designu.

ZDROJE

Bakhshi, Hasan, McVittie, Eric, Simmie, James: *Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* NESTA, Londýn, 2008.

BMW: *Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2012*. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), Berlín, 2014, s. 9.

Camilo, Antonio a kol.: *The Creative Synergy Esprit Effect. Ten Steps within Creative Industries related Projects*. UNIDO, Vídeň, 2011.

ČSÚ: *Vysokoškolský výzkum a vývoj. Metodologická příloha*. Český statistický úřad, 2014. Dostupné [on-line] na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vysokoskolsky_vyzkum_a_vyvoj [cit. 15. října 2014].

ČSÚ: *Výzkum a vývoj. Definice*. Český statistický úřad, 2014. Dostupné [on-line] na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/statistika_vyzkumu_a_vyvoje [cit. 15. října 2014].

EK: *Guide to Social Innovation. DG Regional and Urban Policy and DG Employment, Social affairs and Inclusion*. Brusel, 2013.

EK: *Materials research and innovation in the creative industries: Report on the round table discussion, Brussels, 5. October 2012*. EUR 25605 EN, Brusel, 2012.

ESSnet Culture: *European Statistical System Network on Culture. Final Report*. Lucemburk, 2012, s. 365.

EU: *How can cultural and creative industries contribute to economic transformation through smart specialisation? Policy Handbook*. Brusel, 2012.

EU: *Provedení akčního plánu pro inovace založené na designu*. SWD/2013/ 380, Brusel, 2013.

Hill, Rodney Culver: *Creativity is the Currency of the New Millennium. Conference: Creativity or Conformity? Building Cultures of Creativity in Higher Education*. Institute for Applied Creativity, A&M University, Texas, 2007.

Howkins, John: *The Creative Economy: How people make money from ideas*. Penguin, Londýn, 2001.

KEA, European Affairs: *The Economy of Culture in Europe, study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. Brusel, 2006.

Kraus, Marcel, Petkov, Michal, Růžička, Zdeněk: *Výzkum a vývoj v kulturních a kreativních odvětvích. Hlavní ukazatele výzkumu a vývoje včetně srovnání s vybranými průmysly ČR*. IDU a TA ČR, Praha, 2014.

Potts, Jason: *Art and innovation: an evolutionary economic view of the creative industries*. Multidisciplinary Research in the Arts E-Journal, UNESCO Observatory, The University of Melbourne, 2007.

UNCTAD: *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making*. New York, 2008.

UNCTAD: *Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*. New York, 2010.

UNCTAD: *Creative Economy Report 2013. Widening Local Development Pathways*. New York, 2013.

URBACT: *Creative SpIN – Creative Spillovers for Innovation*. URBACT II Thematic Network Baseline Study, 2012. Dostupné [on-line] na: http://www.keanet.eu/docs/creativespin_baselinestudyfinal.pdf [cit. 15. listopadu 2014].

Žáková, Eva: *Výstup projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR*. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20> [cit. 20. listopadu 2014].

Strategické dokumenty související s podporou kulturních a kreativních průmyslů

Blanka Marková

OBSAH

1. Úvod	179
2. Analýza stávajících strategických dokumentů souvisejících s podporou KKP	182
Národní strategické dokumenty	182
Resortní strategické dokumenty	185
Příprava programového období 2014–2020	190
3. Závěr	198
Zdroje	200

1. ÚVOD

Kapitola **Strategické dokumenty související s podporou kulturních a kreativních průmyslů** obsahově navazuje na dokument *Analyza stávajících strategických dokumentů ČR a jednotlivých programů strukturálních fondů z pohledu jejich využití pro oblast KKP*,¹ který byl zhotoven v rámci projektu *Sociálně-ekonomický potenciál kulturního/kreativního průmyslu v ČR v roce 2009* a částečně již pozbyl aktuálnosti.

Základním cílem analýzy bylo provedení reflexe národních strategických dokumentů ve vztahu k podpoře KKP v rámci ČR. Existence různých typů strategických dokumentů na národní a regionální úrovni legitimizuje otázku ohledně vzájemného vztahu těchto dokumentů, jejich schopnost daná témata a priority provazovat a koordinovat realizaci příslušných politik.

Pro potřeby této analýzy bylo **na kulturu nahlíženo především jako na nástroj ekonomického rozvoje**, zabývali jsme se tedy tematikou KKP, které jsou v ČR vymezeny *Účtem kultury*.² Okrajově se analýza věnuje i strategické podpoře informačních a komunikačních technologií a dokumentům směřujícím k rozvoji elektronických médií, což jsou odvětví, která se začleňují do širšího vymezení KKP. Ty se stále větší měrou podílejí na tvorbě ekonomických hodnot, a mají tedy pozitivní dopad na hospodářství. Kreativita, kultura a umění jsou zdrojem inovací nejen v KKP, ale i v dalších průmyslových odvětvích a široké škále znalostně více či méně náročných služeb.³ Pro potřeby tohoto dokumentu se zaměřujeme zejména na podporu tržních aktivit jednotlivých oblastí KKP, dále na oblast kreativního vzdělávání, kulturního cestovního ruchu apod. Předmětem analýzy nejsou prioritně opatření věnovaná tradiční veřejné podpoře neziskového umění a kultury (kulturní politika v tradičním slova smyslu), tedy podpoře veřejných divadel, galerií a muzeí, knihoven apod., nicméně je věnována pozornost přesahům – opatřením, která mohou nastartovat plnění nových funkcí těchto organizací.

Nástrojem obsahové analýzy je vyhledávání klíčových slov či skupin slov a kontextu, ve kterém jsou v jednotlivých dokumentech tato klíčová slova využívána. Vymezení klíčových slov a kontextových výrazů je následující: *kulturní a kreativní/tvůrčí průmysly/odvětví/sektory, kreativita/tvořivost, klastr, platforma, inkubátor, kreativní/tvořivá/tvůrčí ekonomika, znalostní společnost, podpora malého a středního podnikání, partnerství, sítě, synergie, spolupráce, kooperace, akcelerace, výzkum, vývoj, vzdělávání, rozvoj, kulturní cestovní ruch, multiplikační efekt, start-up, spin-off, inovace, voucher, konkurenceschopnost, prosperita, specializace, inteligentní*

¹ *Analyza stávajících strategických dokumentů ČR a jednotlivých programů strukturálních fondů z pohledu jejich využití pro oblast KKP*. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/analyza-stavajicichstrategickych.pdf> [cit. 12. května 2013].

² *Účet kultury*. Dostupné [on-line] na: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=424> [cit. 12. února 2013].

³ Mossig, Ivo: Regional Employment Growth in the Cultural and Creative Industries in Germany 2003–2008. *European Planning Studies* 19, 2011(6), s. 967–990.

specializace, znalostní transfer, nástroj, digitalizace, informační a komunikační technologie, duševní vlastnictví.

Analýza se zaměřuje na dokumenty z roku 2009 a mladší v návaznosti na zmiňovanou *Analýzu stávajících strategických dokumentů ČR a jednotlivých programů strukturálních fondů z pohledu jejich využití pro oblast KKP*. K analýze byly využity jak národní strategie na úrovni vlády (mezisektorové dokumenty), tak resortní strategie, které mají ve své gesci tematiku KKP. Je nutné poznamenat, že některé analyzované dokumenty již dávno ztratily na aktuálnosti, nicméně jsou zde uvedeny, abychom upozornili na skutečnost, že jejich (ne)existence má přímý dopad na podporu rozvoje KKP (zejména například Národní klastrová strategie).

Vedle těchto dokumentů jsme podrobili analýze i dokumenty vymezující čerpání Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF). Ve studii jsme se zaměřili na budoucí programové období let 2014–2020 s tím, že v době finalizace textu (říjen 2014) návrhy programů ještě neprošly schvalovacím procesem, a tudíž není možné je považovat za finální. Z důvodu důležitosti těchto programů především s ohledem na reálnou možnost financování rozvoje KKP byla zpracována samostatná kapitola s názvem *Možnosti využití Evropských strukturálních a investičních fondů pro podporu kulturních a kreativních průmyslů 2014–2020*, která přímo navazuje na tuto kapitolu a v níž jsme se kromě prosté analýzy vycházející z klíčových slov a jejich kontextu zaměřili i na argumentaci a zasazení témat vhodné podpory KKP k jednotlivých programům, prioritám i specifickým cílům.

VÝČET ANALYZOVANÝCH DOKUMENTŮ (dokumenty jsou řazeny podle odpovědného gestora)

Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO)

Strategie udržitelného rozvoje ČR 2004–2014

Národní klastrová strategie 2005–2008

Koncepce rozvoje malého a středního podnikání 2007–2013

Strategie hospodářského růstu 2007–2013

Státní politika v elektronických komunikacích (Digitální Česko) 2011–2015

Exportní strategie ČR 2012–2020

Národní inovační strategie ČR 2012–2020

Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR 2012–2020

Státní politika v elektronických komunikacích – Digitální Česko v. 2.0 – Cesta k digitální ekonomice 2013–2020

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů 2014–2020

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT)

Bílá kniha – Národní program rozvoje vzdělávání v České republice (2001)

Implementační plán Strategie celoživotního učení (2007)

Strategie celoživotního učení ČR 2007–2013

Strategie vzdělávání pro udržitelný rozvoj ČR 2008–2015
Koncepte rozvoje ICT ve vzdělávání pro období 2009–2013
Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2011–2015
Národní strategie globálního rozvojového vzdělávání pro období 2011–2015

Ministerstvo zahraničních věcí (MZV)

Koncepte zahraniční rozvojové spolupráce České republiky na léta 2010–2017
Strategie mnohostranné rozvojové spolupráce ČR na období 2013–2017

Ministerstvo kultury (MK)

Koncepte účinnější podpory umění na léta 2007–2013
Státní kulturní politika na léta 2009–2014
Koncepte podpory a rozvoje české kinematografie 2011–2016
Strategie konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu 2011–2016
Koncepte účinnějšího působení Ministerstva kultury České republiky ve vztahu k zahraničí na léta 2013–2018
Strategie Evropa 2020 – Digitalizace kulturního obsahu 2013–2020

Ministerstvo životního prostředí (MŽP)

Strategie udržitelného rozvoje ČR 2004–2014

Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR)

Strategie regionálního rozvoje ČR pro léta 2007–2013

Další dokumenty

Národní rozvojový plán ČR 2007–2013

Příprava programového období Evropských strukturálních a investičních fondů 2014–2020

Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
Operační program Zaměstnanost
Integrovaný regionální operační program
Operační program Praha – pól růstu ČR
Program rozvoje venkova
Operační programy přeshraniční spolupráce
Operační program Mezuregionální spolupráce INTERREG EUROPE
Operační program nadnárodní spolupráce Central Europe 2020
Operační program nadnárodní spolupráce – Dunaj 2014–2020
Operační program ESPON 2020

2. ANALÝZA STÁVAJÍCÍCH STRATEGICKÝCH DOKUMENTŮ SOUVISEJÍCÍCH S PODPOROU KKP

Národní strategické dokumenty

Strategie udržitelného rozvoje ČR 2004–2014⁴

Ačkoliv jsou **kulturní průmysly** uvedeny mezi slabými stránkami a příležitostmi strategie, nejsou cíle strategie směřovány k podpoře KKP, ale k ochraně kulturního dědictví v hmotném i nehmotném slova smyslu. Cílem strategie je usilovat o tvorbu mezinárodního prostředí zaměřeného na rozvoj politické, hospodářské, kulturní a environmentální spolupráce.

Národní klastrová strategie 2005–2008⁵

Národní klastrová strategie let 2005–2008 (v gesci MPO) nebyla od svého vzniku aktualizována a její obsah je vzhledem k současnému dění v EU zastaralý. Strategie nezohledňuje specificky oblast KKP, cílí obecně na vznik a podporu klastrů a jejich roli při propojování různých sektorů i resortů. Jedním z cílů strategie bylo vypracovat „národní klastrovou studii v ČR, jejímž výsledkem měla být identifikace odvětví s exportním potenciálem v regionech“. Národní klastrová studie (a slibované mapování klastrů) však dodnes není k dispozici.⁶

Strategie hospodářského růstu 2007–2013 (SHR)⁷

Jeden z článků strategie (3.3.3.4) se specificky zmiňuje o kulturním průmyslu. Strategie hospodářského růstu (SHR) zakládá možnost podpory regionů prostřednictvím investic do infrastruktury KKP s důrazem na **audiovizuální průmysl a kulturní průmysl v návaznosti na kulturní turismus**.

Strategie regionálního rozvoje České republiky pro léta 2007–2013 (SRR)⁸

Dle SRR jsou jedním z hlavních faktorů regionálního rozvoje **inovace**. Strategie zmiňuje pojem **kulturní a kreativní průmysl/y** v článku 2.2.6 v souvislosti se způsobem budování a modernizace infrastruktury, která je zohledňována spíše

⁴ *Strategie udržitelného rozvoje ČR 2004–2014*. Dostupné [on-line] na: [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHDHBNA/\\$FILE/SUR_CR_FINAL_2004.pdf](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHDHBNA/$FILE/SUR_CR_FINAL_2004.pdf) [cit. 17. ledna 2015].

⁵ *Národní klastrová strategie 2005–2008*. Dostupné [on-line] na: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/reference/czechtrade-media/narodni-klastrova-strategie-2005-2008/> [cit. 12. února 2013].

⁶ Na odkaze <http://www.utb.cz/file/44125> [on-line] lze stáhnout certifikovanou metodiku regionální klastrové politiky z roku 2013, která vznikla jako výstup projektu Klastrová politika České republiky a jejích regionů pro globální konkurenceschopnost a udržitelný růst, jehož řešitelem byla Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně [cit. 17. ledna 2015].

⁷ *Strategie hospodářského růstu 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/uv/strategie/strategie-hospodarskeho-rustu-2007-2013?typ=download> [cit. 12. prosince 2013].

⁸ *Strategie regionálního rozvoje České republiky pro léta 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Regionalni-politika/Koncepce-Strategie/Strategie-regionalniho-rozvoje-Ceske-republiky-na> [cit. 17. ledna 2015].

institucionálně (počty, kapacita a rozmístění jednotlivých zařízení), nikoli z potřeb daných ekonomickým potenciálem KKP. Dokument jedenkrát zmiňuje termín **tvorivost**, a to v souvislosti s **poskytovateli kulturních služeb**, kdy uvádí, že podmínkou poskytování veřejných služeb kultury občanům je nejen odborný potenciál zaměstnanců příslušných právnických osob, ale i jejich ochota trvalého sebevzdělávání a schopnost tvorivosti i účinné komunikace s uživateli veřejných služeb kultury.

Národní rozvojový plán ČR 2007–2013 (NRP)⁹

Kulturní průmysl je v NRP zmíněn v souvislosti s dokumentem SHR, který určuje priority oblasti kultury jako činitele, jenž ovlivňuje budování sociálního a ekonomického pilíře v rámci trvale udržitelného rozvoje, a to konkrétně v rámci kapitoly 1.3.3.7 jako prioritu – zlepšení podmínek pro investice a poskytování služeb v oblasti kulturního průmyslu. NRP zároveň upozorňuje, že **potenciál kultury není dostatečně využíván ke strukturálnímu rozvoji** s výjimkou cestovního ruchu. NRP také definuje oblasti, na které se rozvoj soustředí a jimiž jsou: podpora podnikání, místní zaměstnanost a rozvoj komunit, s důrazem na schopnost přitahovat osoby s vysokou kvalifikací. Vazbou oblasti inovací na KKP se NRP nezabývá, ač mezi výraznou slabinu českého inovačního prostředí řadí úroveň a aktivity v oblasti netechnických inovací.

Státní politika v elektronických komunikacích (Digitální Česko) 2011–2015¹⁰

Sítě elektronických komunikací tvoří základ tzv. technologické infrastruktury nezbytné pro zvýšení konkurenceschopnosti České republiky. Cílem státní politiky je proto redukovat „digitální propast“ v oblasti přístupu k vysokorychlostnímu internetu mezi venkovskými sídly a městy, k čemuž je nutno zmapovat současný stav a navrhnout řadu opatření.

Národní inovační strategie 2012–2020 (NIS)¹¹

V NIS se hovoří o potřebě **rozvíjet kreativitu** v rámci vzdělávacího systému, přičemž **kreativní lidé** jsou dle NIS faktorem hospodářského úspěchu. Potenciál KKP není v NIS explicitně zmiňován. Hlavním cílem NIS je posílení významu inovací a využívání špičkových technologií jako zdroje konkurenceschopnosti ČR.

⁹ *Národní rozvojový plán ČR 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: https://www.strukturalni-fondy.cz/getmedia/e2851ddf-d85f-4c35-809a-19545a7cac45/1141122325-materi-l-nrp-iii-nrp-upraveny-str_e2851ddf-d85f-4c35-809a-19545a7cac45 [cit. 17. ledna 2015].

¹⁰ *Státní politika v elektronických komunikacích (Digitální Česko) 2011–2015*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/statni-politika-v-elektronickych-komunikacich-digitalni-cesko-2011?typ=download> [cit. 11. ledna 2015].

¹¹ *Národní inovační strategie 2012–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/narodni-inovacni-strategie-ceske-republiky?typ=download> [cit. 17. ledna 2015].

Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti 2012–2020¹²

Strategie chápe konkurenceschopnost jako exportní výkonnost země, proto by měla být vytvořena aktivní proexportní politika, která bude založena na meziresortní spolupráci při koordinaci proexportních aktivit s činnostmi, které je doplňují (včetně kulturních). Strategie cílí na vybudování image v zahraničí zejména prostřednictvím sítě českých krajanů. Podpora exportu umění není ve strategii zmíněna, **kultura a umění jsou chápány pouze jako doplňky proexportní politiky**. Prosazení klíčových opatření navrhaných v tomto dokumentu bude zcela zásadní pro dosažení stanoveného cíle, tj. postoupit mezi první dvacítku nejvíce konkurenceschopných zemí světa. Od rozvojového modelu založeného z velké části na levné pracovní síle se ČR musí posunout k systému založenému na kvalitních institucích a infrastruktuře, ve kterém bude maximálně využíván potenciál připravených pracovních sil a v němž bude motorem ekonomiky **tvořivé podnikání a inovace**.

Státní politika v elektronických komunikacích – Digitální Česko v. 2.0 – Cesta k digitální ekonomice 2013–2020¹³

ČR dle analyzované politiky nadále zaostává za průměrem EU v ukazateli počtu domácností s připojením k internetu. Digitální gramotnost je stěžejním prvkem pro rozvoj znalostní a informační společnosti, a proto by informační a komunikační technologie měly postupovat celým procesem výuky. V rámci **rozvoje znalostní a informační společnosti** je nutné zajistit, aby všichni měli přístup prostřednictvím internetu obecně ke všem informacím, které generuje veřejný sektor. Inovativní je v tomto dokumentu přístup k zaměstnanosti v oblasti IKT – dle strategie je nutno připravit opatření reagující na skladbu pracovního trhu v oblasti IKT a dále úpravy pracovněprávního prostředí s ohledem na **měníci se způsoby organizace práce, kultury zaměstnání a nabídky kariérních příležitostí** s cílem mimo jiné zlepšit atraktivitu a dostupnost flexibilních forem pracovních vztahů. Nicméně IKT mohou být zneužity, a proto vznikla i **podskupina pro autorská práva**.

¹² *Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti 2012–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://www.vlada.cz/assets/media-centrum/aktualne/Strategie-mezinarodni-konkurenceschopnosti-Ceske-republiky.pdf> [cit. 29. ledna 2015].

¹³ *Státní politika v elektronických komunikacích – Digitální Česko v. 2.0 – Cesta k digitální ekonomice 2013–2020*. Dostupné [on-line] na: http://dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/digicesko2.pdf [cit. 17. ledna 2015].

Resortní strategické dokumenty

MINISTERSTVO KULTURY

Koncepce účinnější podpory umění na léta 2007–2013¹⁴

Koncepce účinnější podpory umění deklaruje, že umění a kultura obecně prospívají veřejné oblasti tím, že **zvysují kvalitu života** a jsou nedílnými součástmi trvale udržitelného rozvoje a podmínek stability společnosti, a zároveň **považuje umění za významný ekonomický faktor podmiňující nová, ekonomicky progresivní odvětví, kterými jsou kulturní a kreativní průmysly**. Umění spolu s KKP jsou jedním z východisek naplňování jednotlivých opatření této koncepce stejně jako definice jednotlivých úkolů. Koncepce účinnější podpory umění je dokumentem, díky jehož existenci se podařilo prosadit do strategie hospodářského růstu a strategie regionálního rozvoje problematiku kulturních služeb a také KKP.¹⁵ V roce 2011 byla vydána *Zpráva o státní podpoře umění*,¹⁶ která hodnotila koncepci a navrhovala teze pro období let 2014–2020. *Zpráva* byla výstupem víceletého výzkumného projektu *Studie stavu, struktury, podmínek a financování umění v ČR*, který realizoval Institut umění – Divadelní ústav.

Státní kulturní politika na léta 2009–2014¹⁷

Státní kulturní politika vnímá kulturu **jako nástroj pro dosahování hospodářských a politických cílů i jako hodnotu samu o sobě**. Schválená *Státní kulturní politika* při definování svých východisek neuplatňuje národní meziresortní strategické dokumenty, jakými jsou *Strategie udržitelného rozvoje* a *Strategie hospodářského rozvoje*, které se problematikou kultury zabývají a v omezené míře reflektují i existenci KKP, a to i navzdory faktu, že jsou tyto dokumenty součástí podkladové studie ke státní kulturní politice.

Strategie konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu 2011–2016¹⁸

Pobídky filmovému průmyslu by měly ČR pomoci stát se konkurenceschopnou v rámci jednotného evropského trhu, a to vzrůstem objemu filmové produkce v ČR. Pobídky se svými specifickými požadavky na žadatele jsou vnímány jako jedno z opatření, které bude řešit komplexní legislativní opatření pro podporu filmového průmyslu.

¹⁴ *Koncepce účinnější podpory umění na léta 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=106> [cit. 17. ledna 2015].

¹⁵ Zemanová, Lenka: *Analýza stávajících strategických dokumentů České republiky a jednotlivých programů strukturálních fondů z pohledu jejich využití pro oblast kulturních a kreativních průmyslů v ČR*. Praha, srpen 2009. Dostupné [on-line] na: <http://new.institutumeni.cz/media/document/2-analyza-stavajicich-strategickych.pdf> [cit. 14. ledna 2015].

¹⁶ *Zpráva o státní podpoře umění*. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/zprava-o-statni-podpore-umeni> [cit. 17. ledna 2015].

¹⁷ *Státní kulturní politika na léta 2009–2014*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-politika/kulturni-politika-fresh.pdf> [cit. 17. ledna 2015].

¹⁸ *Strategie konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu 2011–2016*. Dostupné [on-line] na: http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Strategie-konkurenceschopnosti-ceskeho-filmoveho-prumyslu-2011---2016_1.pdf [cit. 11. ledna 2015].

Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie 2011–2016¹⁹

Hlavním zdrojem podpory české kinematografie je **Státní fond České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie** (dále jen fond). Oblast kinematografie, s výjimkou Národního filmového archivu (dále jen NFA), spadá výhradně do soukromého podnikání, proto nelze finanční podporu ze strany státu srovnávat s podporou v ostatních oblastech (hudba, divadlo, výtvarné umění, literatura). Jako určitou formu podpory kinematografie lze chápat i možnost udělení ocenění v této oblasti. Prezentaci a propagaci české kinematografie a filmového průmyslu v zahraničí má na starosti Česká filmová komora (ČFK), respektive České filmové centrum.

Obě strategie na podporu filmového průmyslu a kinematografie byly podkladem a východiskem pro vytvoření nové právní úpravy v roce 2012, kterou se stal zákon o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (tzv. zákon o audiovizi).²⁰ Z důvodu nesouladu a zastaralosti pojmů v oblasti audiovize bylo nutno vytvořit novou právní úpravu.²¹

Strategie Evropa 2020 – Digitalizace kulturního obsahu 2013–2020²²

Digitalizace kulturního obsahu je vnímána jako naléhavý úkol současnosti (doporučení EU) i s ohledem na svou dvojí funkci: nabízí vhodný způsob uchování kulturního obsahu (knihy, časopisy, audiovizuální produkty aj.) a současně umožňuje všeobecný přístup k digitalizovanému materiálu bez ohledu na místo jeho fyzického uložení. Digitalizace musí být prováděna při zachování všech práv a zajištění maximální efektivity. Dlouhodobou ambicí ministerstva kultury je vytvoření Národního kulturního portálu, který by mohl soustředit veškeré odkazy na kulturní obsah dostupný v elektronické podobě.

¹⁹ *Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie 2011–2016*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/kinematografie/koncepce-podpory-a-rozvoje-ceske-kinematografie-a-filmoveho-prumyslu-2011---2016-79977/> [cit. 12. ledna 2015].

²⁰ *Zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizi)*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=511> [cit. 10. ledna 2015].

²¹ *Zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizi)*. Dostupné [on-line] na: <http://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-o-audiovizualnich-dilech-a-podpore-kinematografie-a-o-zmene-nekterych-zakonu-zakon-o-audiovizi/uplne/> [cit. 10. ledna 2015].

²² *Strategie Evropa 2020 – Digitalizace kulturního obsahu 2013–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/cz/evropska-unie/strategie-evropa-2020---digitalizace-kulturniho-obsahu-167891/> [cit. 11. ledna 2015].

Koncepce účinnějšího působení Ministerstva kultury České republiky ve vztahu k zahraničí na léta 2013–2018²³

Koncepce má za svůj hlavní cíl posílení image České republiky. Kultura a podpora jejího exportu se stávají nástrojem pro navazování, posilování a rozšiřování mezinárodních politických vztahů ČR a dosahování obecných cílů české zahraniční politiky a otevírání dveří českému hospodářskému exportu. K dosažení cíle je nutné propojení dotčených aktérů (zejména ministerstev).

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU

Koncepce rozvoje malého a středního podnikání 2007–2013²⁴

Evropská unie považuje malé a střední podnikání (MSP) za páteř evropské ekonomiky a hybnou sílu inovací, zaměstnanosti a sociální integrace. Koncepce se zaměřuje na změnu slabých stránek MSP v ČR prostřednictvím poradenství, certifikací a podpory **internacionalizace**. Významnou roli v rozvoji MSP má hrát **design**.

Exportní strategie ČR 2012–2020²⁵

Exportní strategie se detailně nezabývá podporou exportu KKP či umění. Nicméně je zmíněn kreativní průmysl, především pak jedno z jeho konkrétních odvětví, kterým je **design v souvislosti s podporou exportu služeb**. „Nástrojem podpory exportu mají být různorodé projekty, které se zaměřují i na podporu exportu služeb s vysokou přidanou hodnotou z oblasti ICT a kreativního průmyslu (zejména designu).“ Marketing a branding ČR a českých značek v zahraničí a lobbování za české ekonomické zájmy je (jak stojí ve strategii) exportéry vnímán jako jedna z nejslabších proexportních služeb státu.

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů (MSP) 2014–2020²⁶

Podpora MSP bude klást důraz na **posilování konkurenceschopnosti prostřednictvím vytváření a šíření inovací**. Inovační podnikání MSP je tudíž jednou z nejvyšších priorit. Současně bude podporován rozvoj českého podnikatelského prostředí a kontinuální **zvyšování kvality poradenských služeb pro MSP**. V návaznosti na zkušenosti z předešlého programovacího období a vyhodnocení současné situace bude podpořen **rozvoj klastrových iniciativ** jak z hlediska horizontální dimenze spolupráce (mezi MSP a institucemi podobného či doplňkového

²³ *Koncepce účinnějšího působení MK ČR ve vztahu k zahraničí na léta 2013–2018*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkr.cz/cz/zahranicni-vztahy/koncepce-ucinnejsiho-pusobeni-ministerstva-kultury-ceske-republiky-ve-vztahu-k-zahranici-na-leta-2013---2018-191411/> [cit. 12. ledna 2015].

²⁴ *Koncepce rozvoje malého a středního podnikání 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mpo.cz/dokument17476.html> [cit. 16. ledna 2015].

²⁵ *Exportní strategie ČR 2012–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/exportni-strategie-cr-2012-2020?typ=download> [cit. 13. ledna 2015].

²⁶ *Koncepce podpory malých a středních podnikatelů (MSP) 2014–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/koncepce-podpory-malych-a-strednich-podnikatelu-2014-2020?typ=download> [cit. 16. ledna 2015].

zaměření), tak i vertikální spolupráce (mezi firmami, jejichž produkty na sebe navazují v rámci hodnotového řetězce). Ke zvýšení konkurenceschopnosti MSP napomáhá i špičkový design. Proto bude součástí podporovaných činností **i podpora při začleňování designu do podnikatelské strategie MSP, pomoc při výběru vhodného designéra, vytvoření podmínek pro účinnou spolupráci designéra s podnikateli, částečná úhrada finančních nákladů na vytvoření autorského díla a propagace takto vzniklých nových produktů s kvalitním designem.**

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Bílá kniha – Národní program rozvoje vzdělávání v České republice (2001)²⁷

Vzdělání je nezbytný předpoklad rozvoje lidského kapitálu, který je rozhodujícím činitelem vývoje společnosti i ekonomiky. Základním kamenem úspěchu v zostřující se hospodářské soutěži se stala vysoká úroveň znalostí, tedy **úroveň výzkumu** a rychlost uplatnění jeho výsledků ve stálých **inovacích**. Stále významnější roli ve vzdělávání i ve výchově hrají knihovny, divadla, galerie, muzea, památkové objekty, hvězdárny, planetária, botanické a zoologické zahrady a další mimoškolní instituce.

Strategie celoživotního učení ČR 2007–2013²⁸

Strategie pokládá schopnosti obyvatel za stěžejní předpoklad úspěchu ČR obstát na globálním trhu práce. Zároveň jmenuje kvalifikaci, zručnost, preciznost a schopnost pružně reagovat v nenadálých situacích jako přednosti české pracovní síly.

Strategie uvádí, že současné pojetí celoživotního učení Evropské komise spojuje ekonomickou, sociální, environmentální a **kulturní dimenzi** a směřuje k učící se společnosti, čímž cílí k participaci a spoluodpovědnosti mnoha partnerů v otázkách vzdělávací politiky. Z hlediska kulturních a kreativních průmyslů je důležité zjištění strategie, že pro děti a mládež je velmi důležité **zájmové vzdělávání**. To začíná již v dětském věku prostřednictvím mimoškolních aktivit v oddílech či klubech dětí a mládeže, zájmových kroužcích apod.

KKP nejsou *Strategií celoživotního učení* specificky uváděny. Nicméně pozitivní je fakt, že se zabývá ve strategickém směru rovných příležitostí problematikou nadaných dětí a jejich potřeb, jejich integrací do systému formálního a celoživotního učení. V rámci opatření týkajícího se terciárního vzdělávání strategie uvádí, že jejím cílem je **flexibilní a kreativní absolvent** s kvalitními teoretickými znalostmi a praktickými dovednostmi, které bude moci průběžně během svého aktivního života aktualizovat a doplňovat, aby byl uplatnitelný ve znalostní ekonomice.

²⁷ *Bílá kniha 2001 – Národní program rozvoje vzdělávání v České republice*. Dostupné [on-line] na: <http://aplikace.msmt.cz/pdf/bilakniha.pdf> [cit. 17. ledna 2015].

²⁸ *Strategie celoživotního učení ČR 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/strategie-a-koncepcni-dokumenty-cerven-2009> [cit. 10. ledna 2015].

Strategie vzdělávání pro udržitelný rozvoj ČR 2008–2015 (VUR)²⁹

KKP nejsou ve strategii specificky uplatněny. Zároveň však dokument dává velký prostor implementaci **podpory kreativity** na všech úrovních vzdělávacího systému a uplatnění uměleckého vzdělávání jako jedné z mnohých forem vzdělávání pro udržitelný život.³⁰

Koncepce rozvoje ICT ve vzdělávání pro období 2009–2013³¹

K dosažení lepší konkurenceschopnosti českého školství v oblasti ICT vzdělanosti vůči školstvím vyspělých států EU je žádoucí vytvořit globální a zároveň centralizovanou koncepci rozvoje a podpory těchto technologií. Současná koncepce spíše dotahuje předchozí aktivity v této oblasti a snaží se dobudovat ICT infrastrukturu ve školách a napojit je na centrální „školský portál“.

Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2011–2015³²

Cílem dlouhodobého záměru je zvýšit kvalitu a efektivitu ve vzdělávání a tím také konkurenceschopnost naší republiky v mezinárodním porovnání. Tohoto cíle má být dosaženo různými nástroji a opatřeními, mezi nimiž jsou například reformní kroky u základního školství, **mobilita a networking učitelů, podpora škol jako centra excellence**, podpora spolupráce mezi školami a zaměstnavateli (prostřednictvím **inkubátorů a seed fondů**). V oblasti podpory kulturního a uměleckého vzdělávání je důležité posilovat partnerství mezi MŠMT a MK.

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ

Koncepce zahraniční rozvojové spolupráce České republiky na léta 2010–2017³³

Česká republika se již řadu let v oblasti rozvojové spolupráce věnuje technické podpoře a budování či posilování odborných kapacit v průmyslových odvětvích, a to zejména prostřednictvím **transferu technologií a přenosu know-how**. Významnou podporu rozvojovým zemím mohou za vhodně nastavených podmínek představovat **vládní stipendia ke studiu na veřejných vysokých školách studentům z rozvojových zemí**.

²⁹ *Strategie vzdělávání pro udržitelný rozvoj ČR 2008–2015*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/dokumenty/strategie-vzdelavani-pro-udrzitelny-rozvoj-ceske-republiky> [cit. 17. ledna 2015].

³⁰ Viz Zemanová, L., *op. cit.*

³¹ *Koncepce rozvoje ICT ve vzdělávání pro období 2009–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/strategicke-a-koncepcni-dokumenty-cerven-2009> [cit. 15. ledna 2015].

³² *Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2011–2015*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/dlouhodoby-zamer-vzdelavani-a-rozvoje-vzdelavaci-soustavy-1?highlightWords=dlouhodob%C3%BD+z%C3%A1m%C4%9Br> [cit. 15. ledna 2015].

³³ *Koncepce zahraniční rozvojové spolupráce České republiky na léta 2010–2017*. Dostupné [on-line] na: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/koncepce_publikace/koncepce_zrs_cr_2010_2017.html [cit. 17. ledna 2015].

Národní strategie globálního rozvojového vzdělávání pro období 2011–2015³⁴

Vzdělávací oblasti, kterými se globální rozvojové vzdělávání (GRV) zabývá, zahrnují i témata jako ekonomická a kulturní globalizace, mezinárodní instituce apod. Mezi cíli GRV je **zajištění tvůrčích příležitostí** a aktivity v průběhu vzdělávacího procesu, rozvoj myšlenek a znalostí týkajících se **technologických změn** a další aktivity vedoucí k zajištění přístupu informací pro všechny občany ČR.

Příprava programového období 2014–2020

Příprava programového období let 2014–2020 je v souladu s nadcházejícím rozpočtovým rámcem Evropské unie pro toto sedmileté období. Konečná podoba finanční alokace pro Českou republiku není v současné době ještě definitivně stanovena. Indikativně se bude jednat o zhruba 20,5 mld. eur v běžných cenách. Přesná suma však bude ještě mírně upřesněna.

Nejvýznamnějšími kapitolami evropského rozpočtu v nadcházejícím období budou i ty, jež obsahují fondy zaměřené na podporu politiky soudržnosti, politiky rozvoje venkova a společné námořní a rybářské politiky. Souhrnně se tyto fondy budou nazývat Evropské strukturální a investiční fondy (ESIF). Jedná se o dva strukturální fondy: Evropský fond pro regionální rozvoj (ERDF/EFRR) a Evropský sociální fond (ESF), dále o Fond soudržnosti (CF/FS), Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD/EZFRV) a Evropský námořní a rybářský fond (EMFF/ENRF). Náplň těchto fondů se oproti jejich současnému zaměření (programové období let 2007–2013) příliš nemění.

Proces přípravy programů probíhá souběžně na úrovni EU a na národní úrovni. Základním dokumentem pro čerpání prostředků z ESIF, na jejímž základě se rozpracovávají návrhy konkrétních programů, je **Dohoda o partnerství**.³⁵ ČR tento dokument vyjednávala po dobu tří let a po schválení vládou ČR (usnesení č. 242/2014) a po vypořádání připomínek ze strany Evropské komise ji tato oficiálně schválila 26. srpna 2014.

Dohoda o partnerství představuje obsáhlý a komplexní dokument. Výsledkem analýzy dokumentu je zjištění, že priority jsou stejně jako v případě výchozích materiálů Evropské komise velmi obecné a nedávají konkrétnější představu o možnosti podpory KKP.

³⁴ *Národní strategie globálního rozvojového vzdělávání pro období 2011–2015*. Dostupné [on-line] na: http://fors.cz/user_files/nsgrv.pdf [cit. 17. ledna 2015].

³⁵ *Dohoda o partnerství*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Dokumenty?refnodeid=642788> [cit. 17. ledna 2015].

Coby jedna z konkrétních priorit je nicméně uvedena stejně jako v předchozím programovém období oblast **kulturního dědictví**. V dokumentu je zmíněn a kladen důraz na „nedostatečné využití potenciálu kulturního a přírodního dědictví“, především v souvislosti s cestovním ruchem. Cílem podpory by měla být aktivizace tohoto potenciálu a jeho využití k vyváženému rozvoji regionů. „Kulturní a přírodní dědictví reprezentuje jeden z vhodných zdrojů pro ekonomicky udržitelné aktivity a představuje příležitost pro území se zhoršenými hospodářskými podmínkami. Vhodná ochrana a využívání místního potenciálu směřují k zvýšení regionální konkurenceschopnosti a zaměstnanosti, a potažmo ke snižování územních rozdílů, k posilování sociální soudržnosti a inkluzi.“

Jako potřeba rozvoje je zmíněna **revitalizace, obnova a propagace kulturního a přírodního dědictví mající silný potenciál ekonomického rozvoje (zejména v podobě jednoznačného rozvoje cestovního ruchu) představovaný pozitivními dopady na místní či regionální zaměstnanost a konkurenceschopnost**. Typy kulturního a přírodního dědictví (nejvýznamnějších památek), nejvýznamnějších muzeí národního významu a další pravidla jejich výběru budou definovány na úrovni příslušného programového dokumentu.

KKP jsou v rámci kulturního dědictví zmíněny pouze v souvislosti se zpřístupněním sbírek paměťových institucí potřebám kulturních a kreativních průmyslů.

Podpora kulturního dědictví je rovněž zmíněna v rámci budoucích priorit evropské územní spolupráce.

Dohoda o partnerství přináší výčet připravovaných operačních programů, jejichž hlavní cíle i návrhy³⁶ jsou též zveřejněny na portálu věnovaném strukturálním fondům. Finální (Evropskou komisí schválené) verze programů však nebyly v době vytváření této studie (září 2014) ještě k dispozici.³⁷

Přehled všech programů ESIF

1. Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost, řízený MPO
2. Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání, řízený MŠMT
3. Operační program Zaměstnanost, řízený MPSV
4. Operační program Doprava, řízený MD
5. Operační program Životní prostředí, řízený MŽP
6. Integrovaný regionální operační program, řízený MMR
7. Operační program Praha – pól růstu ČR, řízený Magistrátem hlavního města Prahy
8. Operační program Technická pomoc, řízený MMR
9. Operační program Rybářství 2014–2020, řízený MZ

36 Většinou formou odkazů na příslušná ministerstva.

37 Srov. též *Alokace ESIF fondů mezi programy v období 2014–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy> [cit. 17. ledna 2015].

10. Program rozvoje venkova, řízený MZ
11. Operační program přeshraniční spolupráce mezi ČR a Polskou republikou, řízený MMR
12. Operační program přeshraniční spolupráce mezi Slovenskou republikou a ČR, na území ČR koordinovaný MMR
13. Operační program přeshraniční spolupráce mezi Rakouskou republikou a ČR, na území ČR koordinovaný MMR
14. Operační program přeshraniční spolupráce mezi Svobodným státem Bavorsko a ČR, na území ČR koordinovaný MMR
15. Operační program přeshraniční spolupráce mezi Svobodným státem Sasko a ČR, na území ČR koordinovaný MMR
16. Operační program nadnárodní spolupráce Central Europe, na území ČR koordinovaný MMR
17. Operační program nadnárodní spolupráce Danube, na území ČR koordinovaný MMR (schválen dodatečně usnesením vlády ČR č. 447 z 12. června 2013)
18. Operační programy meziregionální spolupráce, na území ČR koordinované MMR (ESPON 2020, INTERACT III)

Programy byly vymezeny v návaznosti na osm tematických okruhů stanovených na národní úrovni, které představují „převodník“ mezi úrovní národních rozvojových priorit a cílů a prioritních os jednotlivých programů. Tyto okruhy se mají opírat o problémové analýzy zpracované resorty, kraji a zástupci měst a obcí a měly být podrobeny důkladné a detailní debatě i systematickému ověřování potřeb ze strany partnerů. Programy jsou připravovány v gesci příslušných resortů a projednávány s relevantními partnery regionálními, lokálními, hospodářskými i sociálními a také se zástupci neziskového sektoru. Koordinací přípravy programových dokumentů jak na úrovni ČR, tak i EU bylo usnesením vlády č. 650 z 31. srpna 2011 pověřeno Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Níže jsou uvedeny obecné charakteristiky operačních programů relevantních k oblasti kulturních a kreativních odvětví. Podrobný popis návrhů programů včetně důkladnějšího rozboru možnosti jejich využití pro podporu KKP je obsahem navazující kapitoly *Možnosti využití Evropských strukturálních a investičních fondů pro podporu kulturních a kreativních průmyslů 2014–2020*.

Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK)

Cílem OP PIK je **dosázení konkurenceschopné a udržitelné ekonomiky založené na znalostech a inovacích**. Pojem „konkurenceschopný“ zahrnuje schopnost místních firem prosazovat se na světových trzích a vytvářet dostatek pracovních míst. Pojem „udržitelný“ zvýrazňuje dlouhodobý horizont konkurenční schopnosti, což zahrnuje mj. i environmentální dimenzi hospodářského rozvoje.

Operační program je zaměřen na: 1. zvýšení počtu firem schopných posunovat či alespoň dosahovat technologickou hranici ve svém oboru, přičemž důraz bude kladen na rozvoj **podnikových výzkumných, vývojových a inovačních kapacit**

a jejich propojení s okolním prostředím; 2. rozvoj podnikání a inovací v oborech s nižší znalostní intenzitou, který se soustředí zejména na podporu realizace nových podnikatelských záměrů, včetně rozvoje služeb vedoucích ke zvýšení konkurenční výhody jednotlivých firem v mezinárodním prostředí; 3. posun k energeticky účinnému, nízkouhlíkovému hospodářství spočívající především ve zvyšování energetické účinnosti podnikatelského sektoru, využívání obnovitelných zdrojů energie, modernizaci energetické infrastruktury a zavádění nových technologií v oblasti nakládání s energií a druhotnými surovinami; 4. **usnadnění rozvoje podnikání**, služeb a přístupu ke službám státu prostřednictvím vysokorychlostního přístupu k internetu a širší nabídkou služeb informačních a komunikačních technologií, neboť **konkurenceschopnost informační společnosti je založena právě na efektivním využívání moderních služeb ICT.**

Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání (OP VVV)

Hlavním cílem OP VVV je **investice do rozvoje lidského potenciálu**, která je jednou z důležitých forem veřejných investic. Vizí MŠMT je přispět ke strukturálnímu posunu ČR **směrem k ekonomice založené na vzdělané, motivované a kreativní pracovní síle a na produkci kvalitních výsledků výzkumu.**

Intervence v oblasti vzdělávání budou zároveň podpořeny systémovými změnami, které směřují ke zkvalitnění vzdělávacího systému naší země. Oblasti intervencí OP VVV zahrnují podporu rovnosti a kvality ve vzdělávání, rozvoj lepších kompetencí pro trh práce, posílení kapacit pro kvalitní výzkum a jeho přínos pro společnost.

Podpora příjemců ze všech stupňů vzdělávací a vědecko-výzkumné soustavy bude rozdělena do tří prioritních os:

1. Posilování kapacit pro kvalitní výzkum
2. Rozvoj vysokých škol a lidských zdrojů pro výzkum a vývoj
3. Rovný přístup ke kvalitnímu předškolnímu, primárnímu a sekundárnímu vzdělávání

Specifičností OP VVV bude jak multifondovost, která umožní investice současně do výzkumné a vzdělávací infrastruktury a zároveň do lidských zdrojů (od předškolního vzdělávání, přes VaV projekty až po účastníky celoživotního vzdělávání), tak i zacílení podpory do všech regionů ČR s různou socioekonomickou úrovní. Maximální snahou MŠMT při přípravě OP je synergie s dalšími operačními programy a začlenění regionálních koordinátorů (S3 strategie) do implementace OP VVV.

Operační program Zaměstnanost

Cílem operačního programu Zaměstnanost je **zlepšení lidského kapitálu** obyvatel ČR a veřejné správy v ČR.

OPZ je zaměřen na podporu zaměstnanosti, rovných příležitostí žen a mužů, **adaptability zaměstnanců a zaměstnavatelů**, dalšího vzdělávání, sociálního začleňování a boje s chudobou, zdravotních služeb, modernizaci veřejné správy a veřejných služeb a podporu mezinárodní spolupráce a sociálních inovací v oblasti zaměstnanosti, sociálního začleňování a veřejné správy. OPZ obsahuje obsahuje čtyři prioritní osy rozdělující operační program na celky, které jsou dále konkretizovány prostřednictvím tzv. investičních priorit a jejich specifických cílů. Ty vymezují, jaké aktivity a cílové skupiny, respektive typy projektů, mohou být v rámci příslušné prioritní osy podpořeny. Prioritní osy jsou následující:

- Podpora zaměstnanosti a adaptability pracovní síly
- Sociální začleňování a boj s chudobou
- Sociální inovace a mezinárodní spolupráce
- Efektivní veřejná správa

Integrovaný regionální operační program

Prioritou Integrovaného regionálního operačního programu je umožnit vyvážený rozvoj území, zlepšit veřejné služby a veřejnou správu a zajistit udržitelný rozvoj v obcích, městech a regionech.

Cíle programu bude dosaženo snížením územních rozdílů, zkvalitněním infrastruktury a **posílením konkurenceschopnosti v regionech**. Dále pak posílením veřejných služeb, zaměstnanosti a podpory vzdělanosti jako jednoho z pilířů zvyšování kvality života obyvatel a posílením institucionální kapacity veřejné správy.

Pro oblast kultury, respektive kulturního dědictví, je relevantní prioritní osa 3, specifický cíl 3.1 – **Zefektivnění prezentace, posílení ochrany a rozvoje kulturního a přírodního bohatství**.

Podpora bude zaměřena na **revitalizaci vybraných nemovitých kulturních památek** a pro posílení ochrany, uchování, digitalizaci, zpřístupnění a využívání kulturního dědictví budou podporovány také projekty řešící **uchování a zefektivnění správy sbírek, mobiliárních a knihovnických fondů a projekty zaměřené na zpřístupnění sbírek a fondů pro veřejnost a pro kulturní a kreativní průmysly**.

Operační program Praha – pól růstu ČR (OP PPR)

Praha patří mezi nejbohatší regiony Evropské unie (měřeno HDP na jednoho obyvatele) a klade si za cíl být městem dynamickým a konkurenceschopným. OP PPR naváže na operační programy Praha – Adaptabilita a Praha – Konkurenceschopnost. Bude se jednat o multifundový operační program, to znamená, že bude financován z ESF i z ERDF, a umožní tak podporu investičních projektů i rozvoj lidských zdrojů.

Mezi intervence a oblasti, které budou v dalším období pro Prahu určující, patří využití kvalitního lidského a **inovačního potenciálu v oblasti výzkumu, vývoje a inovací; podpora malých a středních podniků**; energetické úspory a podpora posunu směrem k nízkouhlíkovému hospodářství; podpora vzdělávání a rovných příležitostí.

V úvodu návrhu programu jsou zmíněny **kreativní obory, které jsou zařazeny mezi obory tzv. znalostní ekonomiky** a na něž by měla být rovněž zaměřena strategická podpora. „Proto je nutné rozvíjet potenciál Prahy, který je možné identifikovat především v **inovativním a kreativním rozvoji** města a v oblasti podpory **znalostní ekonomiky**, a tím přispět k prosperitě nejen Prahy, ale i Česka a EU.“

Za zmínku též stojí vazba programu na Strategický plán hl. m. Prahy a především koncept **SMART Prague 2014–2020**³⁸ tvořící obecný základ pro jednotlivé intervence OP PPR, jejichž vzájemné propojení představuje pozitivní synergii jednotlivých aktivit financovaných z prostředků EU a kofinancovaných z prostředků města. Koncept SMART Prague je definován širěji než OP PPR a pokrývá i oblasti, do nichž by měly směřovat intervence z celostátních operačních programů, například prostřednictvím nástroje Integrovaných teritoriálních investic. Je rozdělen do tří koncepčních celků: SMART Specialisation, SMART Infrastructure a **SMART Creativity**. Oblast SMART Specialisation ve spojení se SMART Creativity, zaměřenou **na chytrá řešení v oblasti vzdělávání** a obecného rozvoje lidských zdrojů, zahrnuje v OP PPR celou prioritní osu 4. Spojení SMART Infrastructure a SMART Creativity představuje podklad pro rozvoj podnikání ve městě, zejména k podpoře malého a středního podnikání. OP PPR v rámci PO 1, SC 1.1 bude ve vztahu k MSP **podporovat využívání inovativních přístupů a rozvoj kreativity** pro potřeby města, v PO 3, SC 3.2 bude tato podpora využita v sociální oblasti. Sepětí všech klíčových koncepčních cílů znamená průnik mezi OP PPR a SMART Prague 2014–2020. Jedná se o oblasti, kde se koncentruje **rozvoj kreativního potenciálu a podnikání, infrastruktury i oblast vědy a výzkumu**.

Program rozvoje venkova (PRV)

PRV 2014–2020 je nástroj určený k čerpání dotací z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova.

PRV přispěje ke zlepšení stavu životního prostředí obnovou, zachováním a zlepšením ekosystémů souvisejících se zemědělstvím a lesnictvím a podporou účinného využívání zdrojů v odvětvích zemědělství, potravinářství a lesnictví. PRV dále umožní vytvořit podmínky pro růst konkurenceschopnosti zemědělských a potravinářských podniků, napomůže lepší organizaci potravinového řetězce, včetně zpracovávání zemědělských produktů a jejich uvádění na trh. Program bude

³⁸ SMART Prague 2014–2020. Dostupné [on-line] na: http://www.prahafondy.eu/userfiles/File/budoucnost2014plus/Smart_Prague/SMART_Prague_2014-01-27.pdf [cit. 17. ledna 2015].

také podporovat **diverzifikaci ekonomických aktivit ve venkovském prostoru s cílem vytvářet nová pracovní místa a zvýšit hospodářský rozvoj**. Podporován bude **komunitně vedený místní rozvoj, respektive metoda LEADER, která přispívá k lepšímu zacílení podpory na místní potřeby daného venkovského území a rozvoji spolupráce aktérů na místní úrovni**.

Operační programy přeshraniční spolupráce

V rámci přeshraniční spolupráce je naplánováno pět operačních programů mezi ČR a Polskem, Slovenskem, Rakouskem, Svobodným státem Bavorsko a Svobodným státem Sasko. Na území ČR budou programy koordinovány ministerstvem pro místní rozvoj. Cílem programů bude prostřednictvím přeshraniční spolupráce řešit společné problémy příhraničních regionů. Programy přeshraniční spolupráce byly již v předcházejících obdobích hojně využívány **k podpoře projektů s kulturním rozměrem**. Každý z programů má sice své priority, ale mnohé z nich se objevují u všech programů. Oblasti KKP a obecněji kultury se týkají témata jako **ochrana, propagace a rozvoj přírodního a kulturního dědictví**, vzdělávání, funkční správa – spolupráce institucí, inovace, přeshraniční spolupráce komunit a institucí ve společném regionu.

Operační program Mezuregionální spolupráce INTERREG EUROPE

Program INTERREG EUROPE bude pokrývat celé území EU a dále Švýcarska a Norska. Tento program financovaný z prostředků ERDF je určen k podpoře vzájemného učení (policy learning) mezi veřejnými orgány s cílem zlepšit fungování politik a programů regionálního rozvoje.

Program nadnárodní spolupráce Central Europe 2020³⁹

Operační program pro střední Evropu bude realizován na území těchto devíti států: Rakousko, ČR, Německo (regiony Bádensko-Württembersko, Bavorsko, Berlín, Braniborsko, Meklenbursko-Přední Pomořansko, Sasko, Sasko-Anhaltsko), Maďarsko, Itálie (Emilia-Romagna, Furlandsko-Julské Benátsko, Ligurie, Lombardie, Piemont, autonomní provincie Bolzano, autonomní provincie Trento, Valle d'Aosta a Benátsko), Polsko, Slovensko, Slovinsko a Chorvatsko. Mezi diskutovaná relevantní témata pro oblast podpory KKP lze zařadit spolupráci v oblasti inovací, **spolupráci v oblasti přírodních a kulturních zdrojů** – rozvíjení kapacit pro udržitelné využívání **kulturního dědictví** a jiné.

³⁹ *Program nadnárodní spolupráce Central Europe 2020*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/OP-nadnarodni-spoluprace>; <http://www.central2020.eu/> [cit. 17. ledna 2015].

Operační program nadnárodní spolupráce – Dunaj⁴⁰

V prosinci 2012 Evropská komise navrhla vytvořit nový program nadnárodní spolupráce pro období let 2014–2020. Dunajský program zahrnuje Rakousko, Bosnu a Hercegovinu, Bulharsko, Chorvatsko, ČR, Německo, Maďarsko, Moldavsko, Černou Horu, Rumunsko, Srbsko, Slovensko, Slovinsko a Ukrajinu s tím, že geografické vymezení koresponduje s vymezením EU strategie Dunajský region přijaté v roce 2011. Makrostrategie a program nadnárodní spolupráce jsou dva různé nástroje vyvinuté pro podobné cíle, ale působí na různých úrovních a principech. Překrývající se území a cíle poskytují možnost spolupráce; kromě příspěví k tematickým cílům strategie realizací příslušných projektů může program také podpořit institucionální spolupráci zúčastněných subjektů v rámci strategie pro Podunají.

Zaměření programu zahrnuje většinu tradičních témat řešených nadnárodní spoluprací, jako jsou inovace, doprava, životní prostředí atd.

Operační program ESPON 2020⁴¹

Ze dvou operačních programů meziregionální spolupráce se oblasti KKP může týkat i program ESPON 2020, který rovněž navazuje na předcházející ESPON 2013. Zkratka ESPON (European Spatial Observation Network) znamená česky Evropská monitorovací síť pro územní rozvoj a soudržnost. Jedná se o výzkumný program, který podporuje územní plánování a regionální rozvoj. Jeho cílem je poskytnout informace, analýzy, scénáře, mapy, databáze, indikátory aj., které přispívají k vyváženému rozvoji regionů či větších územních celků.

⁴⁰ *Operační program nadnárodní spolupráce – Dunaj*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/OP-nadnarodni-spoluprace-Danube> [cit. 29. ledna 2015].

⁴¹ *Operační program ESPON 2020*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/ESPON-2020>; http://www.espon.eu/main/Menu_Programme/Menu_ESPON2020Programme/index.html#_blank [cit. 27. února 2015].

3. ZÁVĚR

Předmětem analýzy stávajících strategických dokumentů souvisejících s podporou KKP jsou různorodé horizontální i sektorové strategie, koncepce, politiky a především návrhy programů pro ČR v rámci Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF) pro období let 2014–2020.⁴² Tyto zdánlivě nesourodé dokumenty vytvořené různými ministerstvy mají společný znak, a to že menší či vyšší měrou směřují k podpoře KKP a plnění jejich nových funkcí. KKP mají potenciál přispět k ekonomickému a sociálnímu rozvoji Evropy (*Zelená kniha o využití potenciálu KKP*)⁴³ a jejich podpora je zahrnuta do ekonomického plánu Evropské unie do roku 2020, což se ČR jako člena EU bezprostředně týká. Současné integrační a globalizační procesy mají za následek změny technologií, výroby i trhu, a tudíž jsou jejich důsledkem i výrazné změny charakteru práce, podnikové organizace i požadavků na pracovní sílu. Nejen na její flexibilitu a adaptabilitu, tedy na schopnost se přizpůsobit změnám, ale také – a dnes především – **na její kreativitu a iniciativu, schopnost inovovat**. Tato nová **znalostní společnost** znamená proměnu stejně zásadní, jako byla kdysi industrializace, ale navíc mnohem rychlejší a univerzálnější. Především malé státy s omezenou kapacitou surovin a výrobních prostředků musí využít nadání svých občanů co nejlépe. Výtvořky, nápady či výkony nadaných jedinců přispívají nejen k jejich osobnímu uspokojení (seberealizaci), ale obohacují i samu společnost a vytvářejí výrazné prvky její kultury. **Kreativní lidé** jsou nástrojem hospodářského úspěchu (*Národní inovační strategie*). Kulturní a kreativní průmysly/odvětví mohou být nástrojem k diverzifikaci ekonomické struktury a jsou (dle *Strategie hospodářského rozvoje a Koncepce podpory malých a středních podniků*) rozvíjející se oblastí sektoru služeb, který má vysokou přidanou hodnotu. Nicméně aktivizace kulturních hodnot a jejich zapojování do ekonomického života sídel a regionů patří k opomíjeným, avšak perspektivním oblastem hospodářského růstu (*Strategie regionálního rozvoje, Národní rozvojový plán*).

Většina formulací na úrovni národních strategických dokumentů ohledně KKP má do určité míry pouze „formální“ charakter, který není komplexně reflektován na úrovni konkrétních strategických cílů a opatření oborových strategických dokumentů. Pakliže má být plně rozvinut ekonomický, ale také **sociální, vzdělávací, inovační a výzkumný potenciál kulturních a kreativních průmyslů**, je velmi podstatné, aby konkrétní strategické dokumenty na národní úrovni tuto skutečnost zohledňovaly. Za odvětví KKP s nejvyšším prorůstovým potenciálem jsou strategickými dokumenty označovány oblasti **audiovize** (*Strategie hospodářského růstu*) a **design** (*Národní*

⁴² Záběr analyzovaných dokumentů jistě není vyčerpávající, protože např. návrhy programů v rámci ESIF se ve svých důvodových částech odvolávají na mnoho dalších strategických materiálů, které nemohly být z kapacitních důvodů předmětem této analýzy.

⁴³ MK ČR: *Zelená kniha – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*, 2010. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkr.cz/assets/evropska-unie/dokumenty-rady-evropy/ZELENA-KNIHA---Uvolneni-potencialu-kulturnich-a-tvurcich-odvetvi.pdf> [cit. 17. ledna 2015].

rozvojový plán). Zcela zásadní pro konkurenceschopnost ČR je zvýšení tzv. **digitální gramotnosti obyvatelstva** a zvýšení dostupnosti jak přístupu na internet, tak k jeho obsahu, **při zachování autorských práv** (*Strategie Evropa 2020 – Digitalizace kulturního obsahu, Koncepce rozvoje ICT ve vzdělávání pro období 2009–2013, Digitální Česko, Digitální Česko v. 2.0*). Kreativita/tvořivost a kulturní a kreativní průmysly nejsou v analyzovaných dokumentech chápány jako klíčové téma ekonomického a sociálního rozvoje. Jsou také nedostatečně vnímány jako integrální součást inovačního procesu, přičemž podpora inovací se v analyzovaných dokumentech objevuje velmi často, protože inovace jsou vnímány jako jeden z hlavních faktorů ovlivňujících regionální rozvoj v ČR (*Strategie regionálního rozvoje ČR*).

Je třeba však říci, že oproti analýze z roku 2009 je tematika KKP zmiňována ve většině sledovaných dokumentů a v několika dokumentech jsou uvedena opatření k podpoře jejich růstu a propojování s dalšími odvětvími (*Strategie hospodářského růstu, Národní rozvojový plán, Digitální Česko v. 2.0, Strategie konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu, Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie, Státní kulturní politika, Koncepce účinnější podpory umění a další*).

V rámci přípravy nového programového období ESIF byly v analýze podpořeny i návrhy nových programů. Operační programy míří na podporu konkurenceschopnosti Evropské unie prostřednictvím **inovací**, síťování (**networking**) a šíření **know-how**. Věda a výzkum, podpora malého a středního podnikání, mobilita, zvyšování lidského kapitálu, kreativita – i to jsou témata, která se v rámci operačních programů hojně objevují.

Samotné návrhy programů neobsahují příliš odkazů na námi sledovaná klíčová slova, nicméně lze předpokládat, že programové dokumenty se vyznačují vysokou mírou obecnosti a že pro KKP bude vymezen větší prostor, než tomu napovídá dosavadní formulace.

Na závěr můžeme říci, že se aktuální strategické dokumenty v České republice dílčím způsobem věnují tematice kulturních a kreativních průmyslů, přičemž parciálně zohledňují jejich potenciál pro rozvoj dalších odvětví.

ZDROJE

Kol. aut.: *Strategie hospodářského růstu 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://www.vyzkum.cz/Priloha.aspx?idpriloha=13719> [cit. 12. ledna 2013].

MK ČR: *Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie 2011–2016*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/kinematografie/koncepce-podpory-a-rozvoje-ceske-kinematografie-a-filmoveho-prumyslu-2011---2016-79977/> [cit. 12. ledna 2015].

MK ČR: *Koncepce účinnější podpory umění na léta 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: http://www.mkcr.cz/assets/umeni/Koncepce___inn_j___podpory_um_n__na_l__ta_2007-2013.doc [cit. 17. ledna 2015].

MK ČR: *Koncepce účinnějšího působení Ministerstva kultury České republiky ve vztahu k zahraničí na léta 2013–2018*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/cz/zahranicni-vztahy/koncepce-ucinnejsiho-pusobeni-ministerstva-kultury-ceske-republiky-ve-vztahu-k-zahranici-na-leta-2013---2018-191411/> [cit. 12. ledna 2015].

MK ČR: *Státní kulturní politika na léta 2009–2014*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/assets/priprava-kulturni-politiky/3.statni-kulturni-politika.doc> [cit. 17. ledna 2015].

MK ČR: *Strategie Evropa 2020 – Digitalizace kulturního obsahu 2013–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/cz/evropska-unie/strategie-evropa-2020---digitalizace-kulturniho-obsahu-167891/> [cit. 11. ledna 2015].

MK ČR: *Strategie konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu 2011–2016*. Dostupné [on-line] na: http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Strategie-konkurenceschopnosti-ceskeho-filmoveho-prumyslu-2011---2016_1.pdf [cit. 11. ledna 2015].

MK ČR: *Zelená kniha – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*, 2010. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/assets/evropska-unie/dokumenty-rady-evropy/ZELENA-KNIHA---Uvolneni-potencialu-kulturnich-a-tvurcich-odvetvi.pdf> [cit. 17. ledna 2015].

MMR ČR: *Národní rozvojový plán ČR 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalnifondy.cz/cs/Fondy-EU/Informace-o-fondech-EU/Dokumenty/Strategicke-dokumenty/Narodni-rozvojovy-plan-Ceske-republiky-2007-2013> [cit. 17. ledna 2015].

MMR ČR: *Operační programy*. Dostupné [on-line] na:
<http://www.strukturalni-fondy.cz/> [cit. 11. ledna 2015].

MMR ČR: *Strategie regionálního rozvoje ČR pro léta 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: http://www.mmr.cz/upload/files/Regionalnipolitika/SRR_dokument.doc [cit. 17. ledna 2015].

Mossig, Ivo: Regional Employment Growth in the Cultural and Creative Industries in Germany 2003–2008. *European Planning Studies* 19, 2011(6), s. 967–990.

MPO ČR: *Exportní strategie ČR 2012–2020*. Dostupné [on-line] na:
<http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/exportni-strategie-cr-2012-2020> [cit. 13. ledna 2015].

MPO ČR: *Koncepce podpory malých a středních podnikatelů 2014–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/koncepce-podpory-malych-a-strednich-podnikatelu-2014-2020> [cit. 16. ledna 2015].

MPO ČR: *Koncepce rozvoje malého a středního podnikání 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/koncepce-rozvoje-maleho-a-stredniho-podnikani-2007-2013> [cit. 16. ledna 2015].

MPO ČR: *Národní inovační strategie ČR 2012–2020*. Dostupné [on-line] na:
<http://databazestrategie.cz/cz/mpo/strategie/narodni-inovacni-strategie-ceske-republiky?typ=odpovednost> [cit. 17. ledna 2015].

MPO ČR: *Národní klastrová strategie 2005–2008*. Dostupné [on-line] na:
<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/koncepce-a-politiky/narodni-klastrova-strategie-2005-2008/1000502/42899/> [cit. 11. ledna 2013].

MPO ČR: *Státní politika v elektronických komunikacích (Digitální Česko) 2011–2015*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/statni-politika-v-elektronickych-komunikacich-digitalni-cesko-2011> [cit. 11. ledna 2015].

MPO ČR: *Státní politika v elektronických komunikacích – Digitální Česko v. 2.0 – Cesta k digitální ekonomice 2013–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/statni-politika-v-elektronickych-komunikacich-digitalni-cesko-v-2-0-cesta-k-digitalni-ekonomice-statni-politika-v-elektronickych-komunikacich-digitalni-cesko-v-2-0-cesta-k-digitalni-ekonomice> [cit. 11. ledna 2015].

MPO ČR: *Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR 2012–2020*. Dostupné [on-line] na: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/strategie-mezinarodni-konkurenceschopnosti-ceske-republiky-pro-obdobi-2012-2020> [cit. 11. ledna 2015].

MPSV ČR: *Strategie udržitelného rozvoje ČR 2004–2014*. Dostupné [on-line] na: <http://www.esfcr.cz/file/3773/> [cit. 17. ledna 2015].

MŠMT ČR: *Bílá kniha 2001 – Národní program rozvoje vzdělávání v České republice*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/dokumenty/bila-kniha-narodni-program-rozvoje-vzdelavani-v-ceske-republice-formuje-vladni-strategii-v-oblasti-vzdelavani-strategie-odrazi-celospolecenske-zajmy-a-dava-konkretni-podnety-k-praci-skol> [cit. 17. ledna 2015].

MŠMT ČR: *Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2011–2015*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/dlouhodoby-zamer-vzdelavani-a-rozvoje-vzdelavaci-soustavy-1> [cit. 15. ledna 2015].

MŠMT ČR: *Implementační plán Strategie celoživotního učení*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/dalsi-vzdelavani/strategie-celozivotniho-uceni-cr> [cit. 13. ledna 2015].

MŠMT ČR: *Koncepce rozvoje ICT ve vzdělávání pro období 2009–2013*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/strategicke-a-koncepcni-dokumenty-cerven-2009> [cit. 15. ledna 2015].

MŠMT ČR: *Strategie celoživotního učení ČR 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: http://www.msmt.cz/uploads/Strategie_CZU_schvaleno_vladou.pdf [cit. 10. ledna 2015].

MŠMT ČR: *Strategie vzdělávání pro udržitelný rozvoj ČR 2008–2015*. Dostupné [on-line] na: http://www.msmt.cz/uploads/soubory/zakladni/JC_SVUR.pdf [cit. 17. ledna 2015].

MZV ČR: *Koncepce zahraniční rozvojové spolupráce České republiky na léta 2010–2017*. Dostupné [on-line] na: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/koncepce_publikace/koncepce_zrs_cr_2010_2017.html [cit. 17. ledna 2015].

MZV ČR: *Národní strategie globálního rozvojového vzdělávání pro období 2011–2015*. Dostupné [on-line] na: https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/koncepce_publikace/podpora_zrs/index.html [cit. 17. ledna 2015].

MZV ČR: *Strategie mnohostranné rozvojové spolupráce ČR na období 2013–2017*. Dostupné [on-line] na: https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/koncepce_publikace/schvaleni_strategie_mnohostranne.html [cit. 17. ledna 2015].

Zemanová, Lenka: *Analýza stávajících strategických dokumentů České republiky a jednotlivých programů strukturálních fondů z pohledu jejich využití pro oblast kulturních a kreativních průmyslů v ČR*. Praha, srpen 2009. Dostupné [on-line] na: <http://new.institutumeni.cz/media/document/2-analyza-stavajicich-strategickych.pdf> [cit. 14. ledna 2015].

Možnosti využití Evropských strukturálních a investičních fondů pro podporu kulturních a kreativních průmyslů 2014–2020

Eva Žáková

OBSAH

1. Úvod	205
2. Možnosti podpory kulturních a kreativních průmyslů	205
3. Operační programy vhodné pro podporu KKP	213
4. Závěr	238
Zdroje	239

1. ÚVOD

Získat finanční prostředky na podporu KKP je v souladu se sledovanými cíli Evropské unie možné z Evropských strukturálních a investičních fondů. Pro ČR bude klíčové rozhodnutí, do jaké míry a jakým způsobem budou KKP podporovány v rámci nového programového období let 2014–2020. Proto byla, kromě obecného náhledu předcházející kapitoly, vytvořena tato speciální kapitola věnovaná právě návrhům programů ESIF především z pragmatického důvodu možnosti dalšího vyjednávání a přípravy projektů z oblasti KKP, které by mohly být ESIF financovány. Z téhož důvodu byla u jednotlivých programů rovněž vytipována a zařazena témata podpory pod konkrétní prioritní osy a specifické cíle. Je nutné však zopakovat, že v době dokončení této publikace nebyly návrhy programů ještě definitivně schváleny Evropskou komisí a jejich analýza vycházela z posledních zveřejněných verzí návrhů.

2. MOŽNOSTI PODPORY KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ

V souvislosti s přípravou nového programového období let 2014–2020 pro čerpání Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF) Evropská komise připravila a zveřejnila 6. října 2011 balíček šesti nových nařízení, jejichž finální verze byla schválena 17. prosince 2013 a které budou tvořit legislativní základ pro podporu z ESIF pro období let 2014–2020.¹ Finanční prostředky budou rozdělovány prostřednictvím fondů zaměřených na podporu politiky soudržnosti, politiky rozvoje venkova a společné námořní a rybářské politiky: Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF/EFRR), Evropského sociálního fondu (ESF), dále Fondu soudržnosti (CF/FS), Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD/EZFRV) a Evropského námořního a rybářského fondu (EMFF/ENRF).

Dokumenty nařízení se netýkají jednoznačně jednotlivých sektorů, relevantnost různých sektorů, včetně KKP, není jejich předmětem. To znamená, že návrhy na období let 2014–2020 nemají tak detailní charakter jako programy na léta 2007–2013; investiční priority, které jsou bezprostředně odvozeny od cílů Evropy 2020, zůstávají spíše obecné. Pravděpodobně pokryjí všechny sektory včetně kultury, protože investice v KKP mají významný dopad na inteligentní, trvale udržitelný a celkový růst.

¹ MMR ČR: *Nařízení o společných ustanoveních*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalni-fondy.cz/getmedia/bab041b2-16e0-4733-b5d9-aa80aad4c31d/1303-Narizeni-o-spolecnych-ustanovenich.pdf> [cit. 11. ledna 2015].

Ve své *Regionální politice 2010*, která přispívá k inteligentnímu růstu v rámci *Strategie Evropa 2020*, komise navrhla, aby byl zcela uznán význam KKP při posílení kreativního a inovačního potenciálu a sociální soudržnosti v evropských regionech.²

Komise uveřejnila **průvodce pro Regionální inovační strategie inteligentní specializace**, návrh *Platformy pro inteligentní specializaci (Platformy S3)* s cílem pomoci regionům a členským zemím při rozvoji, implementaci a posuzování regionálních strategií inteligentní specializace, přičemž jedna část je věnována KKP. Členské země EU a regiony jsou vyzývány, aby využívaly strukturální fondy k financování vlastních strategií v této oblasti prostřednictvím investičních priorit, jako jsou „podpora kompetenčních center; podpora klastrů, rozvoj produktů a služeb ICT, podpora podnikání, rozvoj nových obchodních modelů pro malé a středně velké podniky, obzvláště pro internacionalizaci; zlepšování městského prostředí; rozvoj podnikatelských inkubátorů, podpora hmotné a ekonomické obnovy měst a venkovských oblastí a obcí atd.“³

Prvky společného strategického rámce na období let 2014–2020, které komise schválila 14. března 2012,⁴ dále dokládají některé z možností pro oblast kultury v kontextu politiky soudržnosti. V mnoha regionech a městech jsou KKP hlavní výhodou i hlavním předpokladem dalšího růstu. Aktuální výzva pak spočívá v tom, jak dále integrovat KKP do strategií obnovy regionů pro inteligentní specializaci, která je v současných návrzích komise podmínkou ex ante pro získání prostředků z fondů. Do té doby mají regiony brát plně ohled na komplexní spojitost mezi tradičními kulturními statky (kulturní dědictví, dynamické kulturní instituce a služby) a rozvojem podnikání v kreativních odvětvích nebo cestovním ruchu.

Společný strategický rámec rozepisuje jedenáct témat, která komise považuje za klíčová pro naplnění *Strategie 2020* a čerpání ESIF:

1. posílení výzkumu, technologického rozvoje a inovací
2. zlepšení přístupu k informačním a komunikačním technologiím, jejich využití a kvality

² *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Regional Policy contributing to smart growth in Europe 2020*. Dostupné [on-line] na: http://europea.eu/regional_policy/source/s/docoffic/official/communication/smart_growth/comm2010_553_en.pdf [cit. 27. února 2015].

³ Ustanovení Platformy inteligentní specializace (Platforma S3) bylo oznámeno ve zprávě komise *Regionální strategie přispívající k inteligentnímu růstu v Evropě 2020*, která byla přijata ve stejné době jako *The Innovation Union Flagship (Inovace. Vlajková loď unie)* s cílem pomáhat regionům a členským zemím rozvíjet, implementovat a vyhodnocovat regionální inteligentní strategie specializace. Dostupné [on-line] na: <http://ipts.jrc.ec.europa.eu/activities/research-and-innovation/s3platform.cfm> [cit. 2. února 2015].

⁴ MMR ČR: *Prvky společného strategického rámce*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Navrhy-novych-narizeni-kohezni-politiky-pro-obdobi/Prvky-Spolecneho-strategickeho-ramce-pro-obdobi-20> [cit. 17. ledna 2015].

3. zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních podniků, odvětví zemědělství (v případě EZFRV) a rybnářství a akvakultury (v případě EMFF)
4. podpora přechodu na nízkouhlíkové hospodářství ve všech odvětvích
5. podpora přizpůsobení se změně klimatu, předcházení rizikům a řízení rizik
6. ochrana životního prostředí a podpora účinného využívání zdrojů
7. podpora udržitelné dopravy a odstraňování překážek v klíčových síťových infrastrukturách
8. podpora zaměstnanosti a podpora mobility pracovních sil
9. podpora sociálního začleňování a boj proti chudobě
10. investice do vzdělávání, dovedností a celoživotního učení
11. posilování institucionální kapacity a účinné veřejné správy

Některé z klíčových kroků, které jsou zmíněny ve společném strategickém rámci, se týkají a přímo odkazují rovněž na KKP.⁵

Tematický celek 1: Posílení výzkumu, technologického rozvoje a inovací – vytváření kapacit pro využívání nových myšlenek – podpora klastrů, partnerství, infrastruktur a služeb v oblasti poradenství pro podnikatele a kreativních center pro KKP

Tematický celek 3: Zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních podniků, odvětví zemědělství (v případě EZFRV) a rybnářství a akvakultury (v případě EMFF) – rozvoj malých a středně velkých podniků v rozvíjejících se oblastech, jako jsou KKP, nové formy cestovního ruchu

Tematický celek 6: Ochrana životního prostředí a podpora účinného využívání zdrojů – diverzifikace hospodářství na venkově a ve městech prostřednictvím ochrany kulturního dědictví; modernizace kulturní infrastruktury (integrované projekty pro rozvoj měst)

Tematický celek 9: Podpora sociálního začleňování a boj proti chudobě – podpora interkulturních aktivit

Tematický celek 10: Investice do vzdělávání, dovedností a celoživotního učení – podpora kreativních dovedností a kreativity⁶

⁵ EK: *Commission Staff Working Document, Elements for a Common Strategic Framework 2014 to 2020 the European Regional Development Fund, the European Social Fund, the Cohesion Fund, the European Agricultural Fund for Rural Development and the European Maritime and Fisheries Fund, ANNEXES*. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/working/strategic_framework/csf_part2_en.pdf [cit. 27. února 2015].

⁶ EU: *Strategická příručka: Jak strategicky využívat evropské podpůrné programy, včetně strukturálních fondů, jak pečovat o kulturní potenciál pro lokální, regionální a národní rozvoj a podporovat jeho vedlejší účinky v širší ekonomice?* Otevřená metoda koordinace pro KKP – expertní pracovní skupina členských států, duben 2012. Dostupné [on-line] na: http://www.idu.cz/media/document/strategicka-prirucka-kkp_final.pdf [cit. 20. listopadu 2014].

Analýza dokumentu *Prvky společného strategického rámce* byla provedena v rámci pracovní skupiny KKP. Otevřené metody koordinace Evropské komise a její výstupy byly zveřejněny v příručce *Jak strategicky využívat evropské podpůrné programy, včetně strukturálních fondů, jak pečovat o kulturní potenciál pro lokální, regionální a národní rozvoj a podporovat jeho vedlejší účinky v širší ekonomice?*

Podrobný výčet podpůrných témat pro KKP

Na základě studií týkajících se možností využití SF pro podporu KKP a na základě průběžného dosavadního průzkumu potřeb jednotlivých KKP, které jsou součástí výzkumného projektu mapování, lze podrobněji rozepsat témata podpory podle *Společného strategického rámce*.

Z výše uvedených jedenácti byla pro KKP vytipována jako důležitá následující témata. K jednotlivým bodům byly vypracovány konkrétní okruhy podpory:⁷

1. Posílení výzkumu, technologického rozvoje a inovací

- podpora infrastruktury a inkubačních služeb: coworkingová centra (huby), kreativní inkubátory (i při vysokých školách), podpora infrastruktury i rozvoje lidských zdrojů
- podpora spolupráce VŠ jako výzkumných organizací s ostatními sektory
- podpora výzkumu a inovací (výzkum trhu, konzumentů/publika, mapování potřeb, evaluace – benchmarking, využití ICT)
- podpora prolínání inovací oblastí KKP s dalšími odvětvími (např. zdravotnictví, strojírenství)
- obecná podpora mezinárodní spolupráce na poli vědy a výzkumu
- podpora výzkumu tvorby

3. Zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních podniků

- budování kapacit: poradenství a vzdělávání k získání kompetencí v oblastech strategického obchodního plánování, marketingu, managementu, projektového řízení, finančnictví, znalosti trhu, ICT, duševních práv, jazykového vybavení apod., podpora zprostředkovatelů (zastřešující, profesní a odborné organizace, agentury, manažeři, agenti, kurátoři ad.), kteří jsou schopni pro představitele KKP zajistit odpovídající prezentaci, financování, marketing, odbyt produktů a služeb, podpora inkubačních služeb v rámci kreativních inkubátorů
- podpora start-upů pro KKP
- podpora klastrů – propojení podnikatelského s dalšími sektory, propojení kreativního (design, architektura atd.) a širšího podnikatelského sektoru
- export a internacionalizace (podpora účasti na zahraničních veletrzích, festivalech apod.), podpora mezinárodní spolupráce a účasti na mezinárodních projektech

⁷ Témata jsou řazena dle důležitosti s uvedením čísla tématu dle původního dokumentu.

- přístup k financím: systém bankovních záruk, podpora vzniku nových metod financování (finanční inženýring)
- moderní technologie včetně softwaru – vybavení (studia – zvuková, taneční a další, filmová postprodukce, muzea, herní průmysl, divadla), nové distribuční modely využívající ICT, výhodné půjčky, leasing
- podpora vzdělávání nekreativních podnikatelů v oblasti kreativních inovací
- podpora využití metod a postupů z oblasti kulturních a kreativních odvětví v dalších odvětvích (např. působení umělců a dalších kulturních aktérů v organizacích a firmách) s cílem zvýšit jejich konkurenceschopnost

10. Investice do vzdělávání, dovedností a celoživotního učení

- podpora alternativních výukových metod zaměřených na rozvoj individuální kreativity
- zvýšení účasti a zapojení žáků a studentů do uměleckých aktivit a zvyšování povědomí
- žáků a studentů o uměleckých oborech
- cílené propojování uměleckého vzdělávání s technologickým a ekonomickým (experimentální umělecké laboratoře, nové výukové obory, například vzdělávání vývojářů videoher a speciálních vizuálních efektů pro film nebo strategický design a design management)
- cílené propojování uměleckého vzdělávání s důkladným osvojováním si obchodních a podnikatelských dovedností
- povzbuzování kreativních partnerství (zapojení umělců a zprostředkovatelů do vzdělávacích projektů)
- podpora projektů propojujících umělecké školy a soukromý sektor (konzultační služby, stipendia, vouchery, stáže, mentoring, coaching)
- podpora partnerství mezi jednotlivými stupni uměleckých škol
- podpora partnerství mezi uměleckými školami a veřejnými a neziskovými institucemi
- podpora a zkvalitňování vzdělávání v oblasti arts managementu
- vzdělávání osob, jako jsou administrátoři, marketéři, manažeři, produkční
- podpora interkulturních kompetencí
- celoživotní učení – podpora a zkvalitňování vzdělávání osob pracujících v nekreativních profesích v oblasti kreativních průmyslů – například administrátoři, marketéři, manažeři, produkční apod.

8. Podpora zaměstnanosti a mobility pracovních sil

- podpora dalšího vzdělávání v kulturních organizacích (jazykové kurzy, marketing, management, znalost informačních a komunikačních technologií a další)
- rekvalifikační kurzy (nové kurzy a rozšíření možnosti absolvování rekvalifikačních kurzů)
- podpora sítí a zastřešujících organizací včetně podpory jejich internacionalizace (ty sítě, které nelze podpořit v rámci podpory konkurenceschopnosti)
- podpora grantových programů mobility s cílem zajištění lepšího přístupu na zahraniční trhy
- podpora mezinárodních výměn a spolupráce nebo zahraničních stáží

2. Zlepšení přístupu k informačním a komunikačním technologiím, jejich využití a kvality

- digitalizace a archivace kulturního obsahu
- rozvoj produktů a služeb ICT s kulturním obsahem pro využití ve vzdělávání a cestovním ruchu
- podpora vzdělávacích projektů zaměřených na počítačovou gramotnost
- podpora vzdělávacích projektů zaměřených na ochranu autorských práv v internetovém prostředí

4. Podpora přechodu na nízkouhlíkové hospodářství ve všech odvětvích

- podpora kulturních projektů zaměřených na propagaci důležitosti nízkouhlíkového hospodářství a podpora projektů šetrných k životnímu prostředí
- podpora inovací v architektuře (nové materiály, energetická úspornost) a designu
- podpora energeticky úsporné modernizace kulturní infrastruktury (např. rekonstrukcí budov s ohledem na snižování emisí, konverze původně jinak sloužících budov pro kulturní účely)

5. Podpora přizpůsobení se změně klimatu, předcházení a řízení rizik

- podpora kulturních projektů zaměřených na propagaci přizpůsobení se změně klimatu
- výzkum a inovace týkající se péče o kulturní památky

9. Podpora sociálního začleňování a boj proti chudobě

- podpora kulturních projektů zaměřených na sociálně vyloučené skupiny a jedince
- podpora projektů zaměřených na rozvoj mezikulturního dialogu
- podpora projektů revitalizace deprivovaných oblastí a městské regenerace

11. Posilování institucionální kapacity a účinné veřejné správy

- zvyšování povědomí – propagace významu a potenciálu KKP pro růst, zaměstnanost a konkurenceschopnost
- podpora mapování, analýz a strategií
- podpora spolupráce napříč resorty a různými typy subjektů a představitelů veřejné, soukromé, akademické a neziskové sféry, zastřešujících a profesních organizací atd. (vznik platforem, pracovních skupin atp.)
- podpora projektů na budování kapacit pro státní a regionální organizace a neziskové subjekty
- podpora projektů zaměřených na řízení, efektivitu, management, optimalizaci právních forem a hodnocení kulturních organizací (benchmarking)
- podpora důkladného výzkumu a vyhodnocení využití strukturálních fondů pro kulturu a KKP v období let 2007–2014

Jak již bylo zmíněno v kapitole **Strategické dokumenty související s podporou kulturních a kreativních průmyslů**, je **Dohoda o partnerství**⁸ základním dokumentem pro čerpání prostředků z ESIF, na jehož základě se rozpracovávají návrhy konkrétních programů. ČR tento dokument oficiálně schválila 26. srpna 2014.

Dohoda o partnerství představuje obsáhlý a komplexní materiál. Výsledkem analýzy dokumentu je zjištění, že priority jsou stejně jako v případě výchozích materiálů Evropské komise velmi obecné a nedávají konkrétnější představu o možnosti podpory KKP.

Jako jedna z konkrétních priorit je nicméně uvedena stejně jako v předchozím programovém období oblast **kulturního dědictví**. V dokumentu je zmíněn a kladen důraz na „nedostatečné využití potenciálu kulturního a přírodního dědictví“ především v souvislosti s cestovním ruchem. Cílem podpory by měla být aktivizace tohoto potenciálu a jeho využití k vyváženému rozvoji regionů. „Kulturní a přírodní dědictví reprezentuje jeden z vhodných zdrojů pro ekonomicky udržitelné aktivity a představuje příležitost pro území se zhoršenými hospodářskými podmínkami. Vhodná ochrana a využívání místního potenciálu směřují ke zvýšení regionální konkurenceschopnosti a zaměstnanosti, a potažmo ke snižování územních rozdílů, posilování sociální soudržnosti a inkluzi.“

Jako potřeba rozvoje je zmíněna revitalizace, obnova a propagace kulturního a přírodního dědictví se silným potenciálem ekonomického rozvoje (zejména v podobě jednoznačného rozvoje cestovního ruchu) představovaný pozitivními

⁸ MMR ČR: *Dohoda o partnerství pro programové období 2014–2020*. Česká republika, 26. srpna 2014, verze schválená Evropskou komisí. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/fondy-eu/2014–2020/dokumenty?refnodeid=642788> [cit. 17. ledna 2015].

dopady na místní či regionální zaměstnanost a konkurenceschopnost. Typy kulturního a přírodního dědictví (nejvýznamnějších památek), nejvýznamnějších muzeí národního významu a další pravidla jejich výběru budou definovány na úrovni příslušného programového dokumentu.

KKP jsou v rámci kulturního dědictví zmíněny pouze v souvislosti se zpřístupněním sbírek paměťových institucí potřebám kulturních a kreativních průmyslů.

Podpora kulturního dědictví je rovněž zmíněna v rámci budoucích priorit Evropské územní spolupráce.

Dohoda o partnerství přináší výčet připravovaných operačních programů, jejichž hlavní cíle i návrhy⁹ jsou též zveřejněny na portálu věnovaném strukturálním fondům. Finální (Evropskou komisí schválené) verze programů však nebyly v době vytváření této studie (září 2014) ještě k dispozici.¹⁰

⁹ Většinou formou odkazů na příslušná ministerstva.

¹⁰ MMR ČR: *Operační programy*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz> [cit. 11. ledna 2015].

3. OPERAČNÍ PROGRAMY VHODNÉ PRO PODPORU KKP

Kromě operačních programů Doprava, Rybářství a Životní prostředí (které se velmi okrajově týkají i oblasti kulturního dědictví – především památek ve smyslu jejich ochrany před nepříznivými dopady povodní) jsou pro KKP relevantní všechny zbývající programy.¹¹ Dále v textu jsou u jednotlivých programů naznačeny možnosti podpory KKP v širokém slova smyslu, tedy např. i podpory oblasti kulturního dědictví a kulturně komunitních projektů. Pozornost byla věnována možnostem podpory i v rámci obecných témat podnikání, inovací, výzkumu, vzdělávání a zaměstnanosti.

OPERAČNÍ PROGRAM PODNIKÁNÍ A INOVACE PRO KONKURENCESCHOPNOST (OP PIK)¹²

Cílem OP PIK je **dosažení konkurenceschopné a udržitelné ekonomiky založené na znalostech a inovacích.**

Program počítá kromě technické pomoci s realizací čtyř prioritních os:

1. Rozvoj výzkumu a vývoje pro inovace
2. Rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních firem
3. Účinné nakládání s energií, rozvoj energetické infrastruktury a obnovitelných zdrojů energie, podpora zavádění nových technologií v oblasti nakládání s energií a druhotnými surovinami
4. Rozvoj vysokorychlostních přístupových sítí k internetu a informačních a komunikačních technologií

Z daných priorit jsou pro oblast KKP a specificky pak **pro podporu podnikání v KKP** relevantní priority 1, 2 a 4.¹³

¹¹ Analýze nebyl podroben Program INTERACT, který je zaměřen na implementaci podpory meziregionální spolupráce.

¹² MPO ČR: *Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mpo.cz/dokument151263.html> [cit. 27. února 2015].

¹³ V následném rozpisu byl učiněn pokus o začlenění podpůrných témat podle *Společného strategického rámce* do jednotlivých specifických cílů OP PIK.

Prioritní osa 1 – Rozvoj výzkumu a vývoje pro inovace

Prioritní osa 1 – specifický cíl 1.1: Zvýšit inovační výkonnost podniků

Tento cíl se zaměřuje na podporu a zvýšení kvality výzkumných, vývojových a inovačních aktivit v podnikatelském prostředí za účelem zavádění nových inovačních produktů, procesů apod. s cílem zvýšení konkurenceschopnosti podnikatelských subjektů na trhu. Za klíčovou oblast tohoto cíle je považována podpora aplikovaného výzkumu a následného technologického rozvoje, respektive průmyslového výzkumu a experimentálního vývoje. Specifickou oblast pak představuje tzv. pre-commercial public procurement, kdy je výrazně podpořena poptávka veřejných orgánů po inovačních řešeních problematiky rozvoje samosprávy a státu.

Jako podporované aktivity jsou definovány: zakládání a rozvoj podnikových výzkumných a vývojových center ve vazbě na jasně definovanou, životaschopnou strategii firmy; zavádění inovací výrobků a služeb do výroby a jejich uvedení na trh (např. up-scaling, pilotní výrobní linky); zavádění procesních a marketingových inovací; ochrana duševního vlastnictví v podnicích; průmyslový výzkum a vývoj; pre-commercial public procurement (PCP).

V rámci tohoto opatření by se mělo usilovat o podporu KKP především v oblasti designu, který má vysokou schopnost přispět k zavádění inovací výrobků i služeb a též v oblasti podpory využití metod a postupů z KKP v dalších odvětvích s cílem zvýšit jejich inovativnost a konkurenceschopnost. Stávající program Design pro konkurenceschopnost¹⁴ je dle ohlasů z praxe poměrně úzce zacílen, a proto by měl být buď rozšířen, či by měly existovat další vhodné modely pro oblast designu – využívání designérů v praxi podniků. Dalším možným uplatněním v rámci designu by měla být inovační centra zaměřená na prototyping. Opatření by mohlo být využitelné i pro další odvětví KKP v rámci inovačních center zřízených výzkumnými organizacemi a organizacemi státní správy a samosprávy či jimi zřízenými organizacemi a fyzickými osobami. Pro zavádění procesních a marketingových inovací, ale i pro inovace produktů a služeb může mít dále velký význam zapojení „kreativců“, tzn. lidí z oblasti KKP, do firem za účelem řešení problémů týkajících se marketingu, managementu, podnikatelských a obchodních záměrů. V zahraničí existují projekty řešící tuto problematiku např. formou voucherů pro firmy, které si najímají „kreativce“.

¹⁴ CzechTrade: *Design pro konkurenceschopnost*. Dostupné [on-line] na: <http://www.czechtrade.cz/programy-eu/projekty-czechtrade/design/> [cit. 17. prosince 2014].

Prioritní osa 1 – specifický cíl 1.2: Zvýšit intenzitu a účinnost spolupráce ve výzkumu, vývoji a inovacích

Tento specifický cíl usiluje zejména o propojení podnikatelského sektoru s výzkumnými a vývojovými organizacemi a o podporu nových inovačních podniků. V případě podpory sdílených infrastruktur pro průmyslový vývoj bude pozornost zaměřena především na kvalitu poskytovaných služeb – výstavba infrastruktury bude podpořena v řádně odůvodněných případech. Zvláštní aktivitou specifického cíle jsou projekty proof of concept, v jejichž rámci jsou podpořeny výzkumné aktivity z hlediska dokončení výzkumných prací, ověření komerčního potenciálu a uvedení do praxe.

Jako podporované aktivity jsou vyjmenovány: tvorba nových a rozšiřování a zvyšování kvality současných služeb podpůrné infrastruktury, tj. vědecko-technických parků, podnikatelských inovačních center, podnikatelských inkubátorů; rozvoj sítí spolupráce, včetně klastrů a technologických platform (zejména kolektivní výzkum založený na potřebách většího počtu MSP i větších firem, rozvoj mezisektorové spolupráce a internacionalizace); vytváření partnerství pro znalostní transfer mezi podniky a univerzitami; rozvoj komunikace a sdílení poznatků mezi podnikovou a výzkumnou sférou; výstavba sdílené infrastruktury pro průmyslový výzkum (např. vědecko-technické parky, včetně podnikatelských inkubátorů, či výzkumné a vývojové nástroje klastrů); aktivity vedoucí ke komercializaci výsledků výzkumu pomocí aktivit ověření proveditelnosti (proof of concept).

Sítě a klastry mají i pro KKP mimořádný význam – především pro výměnu a přenos zkušeností, posilování mezinárodní dimenze a export. Klastry spojují různé účastníky (výrobce, poskytovatele služeb, příbuzná odvětví, akademická pracoviště, veřejné organizace, firmy, investory). Klastrování je pro KKP důležité, protože jsou tvořeny množstvím malých podniků a spojenectví zvyšuje jejich obchodní možnosti včetně potenciálu vytváření silných a rozpoznatelných značek. V ČR jsou sítě (profesní, oborová, zájmová uskupení) v mnohých odvětvích KKP poměrně slabé, neefektivní a neflexibilní. Mnohdy nemají dostatečnou kapacitu vytvořit nějakou přidanou hodnotu pro oblast, kterou reprezentují. Je zapotřebí i motivovat změnu chování členů sítí, kteří jsou mnohdy velmi pasivní, a to většinou z důvodu nedostatku kapacity. V minulém programovém období neměly KKP do programu na podporu klastrů přístup.

Pro KKP bude dále klíčové téma kreativních inkubátorů – vytváření nových či rozšiřování portfolia obecně zaměřených podnikatelských inkubátorů či vědecko-technických parků. Kreativní inkubátory by měly být využity na podporu realizace inovativních projektů, profesionalizace podniků a podnikatelů v oblasti KKP s cílem zvýšit jejich efektivitu, výkonnost a konkurenceschopnost jejich produktů a služeb na domácím a zahraničním trhu.

Prioritní osa 2 – specifický cíl 2.1: Zvýšit počet nových podnikatelských záměrů začínajících a rozvojových podniků

Cíl 2.1 je zaměřen na podnikatelské záměry začínajících podniků (do pěti let) a rozvojových podniků prostřednictvím vhodných finančních nástrojů (úvěry, záruky za bankovní úvěry, rizikový kapitál) a dotací v případě začínajících mikropodniků a na poskytování poradenských služeb a služeb pro začínající podniky v nemetropolitních, zejména periferních regionech (např. prostřednictvím podnikatelských inkubátorů).

Mezi výsledky, kterých chce tento cíl dosáhnout, je uveden i: „...**rozvoj kreativních odvětví, která jsou rychle rostoucími odvětvími s velkým růstovým potenciálem a která pozitivně ovlivňují konkurenceschopnost produktů, služeb a rozvoj dalších odvětví (tzv. kreativní či nová ekonomika)**“.

Pokud jde o přístup ke kapitálu (záruky, úvěry apod.), KKP realizují projekty a podnikatelské záměry s vysokou mírou rizikovitosti danou jejich závislostí na mnohdy nevypočitatelné poptávce zákazníků. Finanční instituce (banky) v ČR zatím nejsou ochotny a neumějí ocenit ekonomickou hodnotu nehmotného majetku – výstupů tvůrčí činnosti z oblasti duševního vlastnictví. Některá odvětví KKP přitom nutně potřebují kapitál pro rozvoj svých produktů a služeb. Jako příklad lze uvést herní a filmový (audiovizuální) a hudební průmysl, kde mnohdy vznikají produkty náročné na financování vývoje. Potřeba přístupu k financím se však týká všech odvětví. V mnohých zemích EU již existují speciální fondy a programy se státní účastí, které jsou zaměřeny specificky na financování KKP. Ty většinou poskytují různé typy finančních služeb a zároveň fungují jako poradenské agentury zacílené na precizaci podnikatelských záměrů i vyhledávání a spolupráci s dalšími soukromými finančními institucemi za účelem získání dalšího financování. I EU připravuje v rámci programu Kreativní Evropa finanční nástroj na poskytování záruk pro KKP, nicméně nelze v blízké budoucnosti předpokládat, že se do tohoto programu zapojí i české banky. V rámci přístupu k financím by bylo proto žádoucí, aby pozornost byla rovněž věnována vzdělávání představitelů soukromých bank ohledně dovedností v oblasti oceňování produktů a služeb založených na duševním vlastnictví. Díky specifitě KKP a na základě zahraničních zkušeností by bylo žádoucí uvažovat i o speciálním programu – fondu, který by byl orientován pouze na KKP.

Poskytování poradenských služeb je pro oblast KKP klíčové a týká se **budování jejich kapacit**. Na základě průzkumu jednotlivých odvětví KKP bylo zjištěno, že je potřeba zlepšovat kompetence ve výše zmíněných oblastech napříč odvětvími. Vzdělávací instituce, z nichž se rekrutují podnikatelé v KKP (především střední a vysoké umělecké a odborné školy), nenabízejí dostatečné vzdělávání v oblasti podnikavosti a podnikatelství. Budování kapacit je pro KKP velice důležité, protože tento sektor čelí velmi zásadní strukturální změně související s překotným technologickým vývojem zejména v oblasti digitalizace a s globálním rozvojem trhu.

Digitalizace způsobila změnu distribučních kanálů, které vyžadují nové obchodní kompetence, především v oblastech nabídky (včetně tvorby obsahu) a marketingu. Podnikatelé v oblasti KKP často postrádají relevantní obchodní dovednosti v oblasti strategického obchodního plánování, marketingu, projektového managementu či digitalizace.

Prioritní osa 2 – specifický cíl 2.2: Zvýšit internacionalizaci malých a středních podniků (MSP)

Cíl 2.2 bude zacílen na služby pro MSP směřované na mezinárodní konkurenceschopnost usnadňující vstup na zahraniční trhy (účast na zahraničních výstavách a veletrzích, včetně organizace seminářů/akcí se zaměřením na konkrétní problematiku týkající se mezinárodní konkurenceschopnosti, kupř. právní aspekty daného teritoria); poradenské služby expertů se znalostí mezinárodního prostředí (se specifickou teritoriální znalostí) a poradenské služby pro strategické řízení a management inovací (mentoring, koučink, foresight ad.); služby orientované na podporu internacionalizace zapojováním MSP do mezinárodních programů, jako např. v oblasti výzkumné spolupráce (Horizont 2020, COSME).

I pro KKP je podpora zvýšení internacionalizace a exportu produktů a služeb nanejvýš důležitá. Mělo by se usilovat především o **podporu účasti představitelů KKP na zahraničních veletrzích, přehlídkách a festivalech**. Některá tradiční odvětví (např. knižní nakladatelství, scénická odvětví, hudba) jsou podporována v rámci MK (případně MZV), nicméně tato podpora není dostatečná a některá odvětví systematickou podporu zcela postrádají (kupř. výtvarné umění – účast galeristů na veletrzích, herní průmysl). KKP by se měly stát národní exportní prioritou, jelikož jejich exportem vyvážíme též atraktivní obraz naší země, náš kulturní kód. Strategické získávání zahraničních trhů pro české KKP by rovněž znamenalo posilování konkurenceschopnosti ČR v globálním měřítku. Měla by být lépe koordinována a plánována návaznost akcí zaměřených na prezentaci českých KKP a dalších odvětví (např. strojírenství, gastronomie). Žádoucí se jeví i brandingové poradenství spočívající v zavádění metod, procesů a znalostí z oblasti brand managementu do oblasti KKP.

Sofistikované poradenské služby byly již poskytovány prostřednictvím dosavadních programů CzechEkoSystem a CzechAccelerator. Tyto programy, s jejichž realizací se zřejmě počítá i do budoucna, jsou cíleny na podporu inovativních, kreativních projektů a jsou již nyní přístupné i KKP, o čemž svědčí řada podpořených projektů, kupř.:

- aplikace Chci-dum umožní klientům navrhovat si vlastní dům jednoduše a pohodlně vlastní rukou v pohodlí domova – teprve až jsou jejich představy, které do aplikace vkládají pomocí jednoduchých typových architektonických prvků (segmentů), kompletní, setkají se s architektem
- on-line služba Recorder.tv, která umožní uživateli záznam televizního vysílání na virtuální nahrávací zařízení – díky službě nemusí uživatel vlastnit zařízení pro pořízení záznamu, ale může si své nahrané pořady zpřístupnit on-line na koncových zobrazovacích zařízeních připojených k internetu po připojení se k osobnímu účtu v rámci služby Recorder.tv
- vývoj aplikace pro mobilní zařízení a web určené pro vystavovatele, prodejce na veletrzích a výstavách pro zefektivnění využívání informací získaných při různých prezentacích svých produktů
- projekt Fasheeb.com je módní agregátor doporučující módu na základě vkusu a stylu jednotlivých uživatelek – speciální doporučující algoritmus se na základě prohlížení a označování módních produktů jako „to se mi líbí“ naučí základní módní vkus konkrétní uživatelky a následně jí doporučí ze statisíců módních kousků z celého světa módu podle jejího stylu, kterou si může následně koupit a nechat dopravit do ČR
- inovativní forma výuky jazyků – pomocí on-line videí a herních mechanismů

Prioritní osa 2 – specifický cíl 2.3: Zvýšit využitelnost infrastruktury pro podnikání

Cíl 2.3 podpoří modernizaci výrobních provozů a rekonstrukci stávající zastaralé infrastruktury, rekonstrukci brownfieldů a jejich přeměnu na moderní výrobní objekty.

I tento cíl by mohl být využit KKP, především z toho důvodu, že převážná většina kreativních center/fabrik/inkubátorů se fyzicky realizuje v bývalých industriálních budovách. Kreativní centra v zahraničí jsou schopna nabízet velmi rozmanité služby: poskytování inkubačních služeb, poskytování coworkingových prostor, poskytování kulturních služeb prostřednictvím koncertů, představení, výstav atd., poskytování pronájmů hudebních či filmových studií, pronájmů prostor (tanečních sálů, workshopových prostor) pro komerční využití vzdělávacích kurzů apod.

Prioritní osa 2 – specifický cíl 2.4: Zkvalitnit infrastrukturu pro rozvoj lidských zdrojů v podnikatelském sektoru MSP s důrazem na technické odborné vzdělávání

Cíl 2.4 bude podporovat zajištění a rozvoj kvalitní infrastruktury pro realizaci, organizaci a řízení odborného vzdělávání a další aktivity související s rozvojem lidských zdrojů v podnicích a rovněž pořízení nových zařízení, vybudování/rozšíření školicích středisek, sloužících zaměstnavatelům a jejich zaměstnancům k seznámení proškolení s rozvíjejícími se novými technologiemi, odbornostmi, procesy a novou legislativou související s podnikáním.

Pro KKP by mohl být tento cíl využit např. na podporu **coworkingových prostor**, které se vyznačují velkou mírou efektivitu, pokud jde o vznik a rozvoj inovativních produktů a služeb. Mnohé z těchto produktů a služeb se týkají i KKP a především odvětví digitálního obsahu. Coworkingové prostory nabízejí zázemí pro práci, propojení a podporu, možnost výměny know-how a zkušeností, vytváření nových mezioborových týmů. Kromě sdílených prostor existují v zahraničí i **dílny** (dirty hands workshops či makerspaces) poskytující speciální nástroje a přístroje osobám či organizacím, které tvoří buď pro své potěšení, nebo vytvářejí výrobky, s nimiž obchodují. Význam takových dílen či úžeji zaměřených školicích středisek by mohl být významný zejména pro oblast tradičních historických i současných řemesel (designu).

Prioritní osa 4: Rozvoj vysokorychlostních přístupových sítí k internetu a informačních a komunikačních technologií

Jedna z investičních priorit této osy je zaměřena na rozšiřování širokopásmového připojení a zavádění vysokorychlostních sítí a podporu zavádění vznikajících technologií a sítí pro digitální hospodářství, což je samozřejmě pro rozvoj KKP, ale i širší kreativní ekonomiky stěžejní. Nicméně přímo pro oblast KKP by měla být přímo využitelná především 2. Investiční prioritou: Vyvíjení produktů a služeb v oblasti ICT, elektronický obchod a zvyšování poptávky po ICT.

Prioritní osa 4 – specifický cíl 4.2: Zvýšit úroveň nejmodernějších a pokročilých ICT

Specifický cíl 4.2 usiluje o využití významného potenciálu ČR v produkci vysoce inovativních ICT, rozvoje informační a znalostní společnosti a zlepšení uplatnění českých ICT podniků na globálním trhu. Předmětem podpory bude tvorba nových sofistikovaných ICT řešení, tzn. tvorba moderních a pokrokových digitálních služeb a aplikací např. v oblasti komunikace, zábavy, obchodování, vzdělávání, zdravotnictví, přístupu k zaměstnání nebo i v oblasti **kulturních a kreativních průmyslů** a poskytování sofistikovaných sdílených služeb, včetně budování a modernizace datových center splňujících kritéria energetické účinnosti.

V tomto opatření se počítá s podporou KKP a je významná především pro odvětví digitálního obsahu a nových médií. Toto opatření by mohlo být využitelné i pro další oblasti KKP, pro projektové záměry typu projektů podpořených v rámci výše zmíněných stávajících programů CzechAccelerator¹⁵ či CzechEkoSystem.¹⁶ Je otázka, zda toto opatření může být využito kupř. i na vývoj videoher či na sofistikované platformy zaměřené na informovanost zákazníků. Další otázkou je využití tohoto opatření na vývoj a zavádění nových distribučních modelů KKP. Ty jsou vystaveny významným změnám v souvislosti s digitalizací, kterými jsou ovlivněny obzvláště tradiční fáze produkčního řetězce. Díky digitalizaci jsou některá odvětví (hlavně hudební, filmový a nakladatelský průmysl) nucena hledat nová řešení, zejména v oblasti distribuce. Měly by proto být podporovány projekty orientované na nové obchodní modely řešící především dostupnost – legální stahování a řešení autorských práv.

¹⁵ CzechAccelerator. Dostupné [on-line] na: <http://www.czechaccelerator.cz> [cit. 7. února 2015].

¹⁶ CzechEkoSystem. Dostupné [on-line] na: <http://www.projekt-czechekosystem.org> [cit. 21. února 2015].

OPERAČNÍ PROGRAM VÝZKUM, VÝVOJ A VZDĚLÁVÁNÍ (OP VVV)¹⁷

Hlavním cílem OP VVV je **investice do rozvoje lidského potenciálu**, která je jednou z důležitých forem veřejných investic. Vizí MŠMT je přispět ke strukturálnímu posunu ČR směrem k **ekonomice založené na vzdělané, motivované a kreativní pracovní síle a na produkci kvalitních výsledků výzkumu**.

Intervence v oblasti vzdělávání budou zároveň podpořeny systémovými změnami, které směřují ke zkvalitnění vzdělávacího systému naší země. Oblasti intervencí OP VVV zahrnují podporu rovnosti a kvality ve vzdělávání, rozvoj lepších kompetencí pro trh práce, posílení kapacit pro kvalitní výzkum a jeho přínos pro společnost. Podpora příjemců ze všech stupňů vzdělávací a vědecko-výzkumné soustavy bude rozdělena do tří prioritních os:

1. Posilování kapacit pro kvalitní výzkum
2. Rozvoj vysokých škol a lidských zdrojů pro výzkum a vývoj
3. Rovný přístup ke kvalitnímu předškolnímu, primárnímu a sekundárnímu vzdělávání

Specifičností OP VVV bude jak multifondovost, která umožní investice současně do výzkumné a vzdělávací infrastruktury a zároveň do lidských zdrojů (od předškolního vzdělávání přes vědeckovýzkumné projekty až po účastníky celoživotního vzdělávání), ale také zacílení podpory do všech regionů ČR s různou socioekonomickou úrovní.

OP VVV jistě bude významným zdrojem pro **podporu KKP v rámci vzdělávání**. Jeho hlavním cílem je totiž „přispět ke strukturálnímu posunu ČR směrem k ekonomice založené na **vzdělané, motivované a kreativní pracovní síle**, na produkci kvalitních výsledků výzkumu a jejich využití pro zvýšení konkurenceschopnosti naší země“. V obecném popisu cílů a úvodu je několikrát vysloveně kladen důraz na **zlepšování kreativity a inovativnosti**, dále je kladen důraz na rozvoj podnikatelských dovedností, propojení vzdělávání a výzkumu s trhem práce, relevance vzdělávání k potřebám trhu práce, propojení výzkumné a podnikové sféry, zlepšení kvality a efektivity vzdělávání a odborné přípravy – což jsou témata, která jsou vysoce relevantní i pro oblast KKP.

¹⁷ MŠMT ČR: *Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/zakladni-dokumenty-op-vvv> [cit. 27. února 2015].

Prioritní osa 1: Posilování kapacit pro kvalitní výzkum

Tato priorita je zaměřena na posilování kapacit výzkumu především formou rozšíření a zkvalitnění již existující výzkumné infrastruktury a zajímavé je, že rozsáhlejší investice do výzkumné infrastruktury jsou plánovány zejména na území hl. města Prahy, kde objem investic do výzkumné infrastruktury v předchozím programovém období neodpovídal velikosti a významu výzkumného sektoru. Z tohoto důvodu budou v Praze podporovány i investice do výstavby nové výzkumné infrastruktury. Podporovány budou projekty výzkumných týmů, což umožní selekci podpořených aktivit uvnitř větších institucí (výzkumných organizací) z hlediska jejich kvality i souladu jejich výzkumné strategie s identifikovanými výzvami rozvoje společnosti. V případě investic do infrastruktury pro výuku spojenou s výzkumem budou podporovány projekty VŠ a dalších výzkumných organizací, sídlících zejména v Praze, v souladu s výzkumnou profilací jejich studijních programů.

Pro oblast KKP bude nanejvýš důležité, do jaké míry budou moci rozvíjet své aktivity i VŠ uměleckého zaměření.

Prioritní osa 2: Rozvoj vysokých škol a lidských zdrojů pro výzkum a vývoj

Tato priorita by mohla být významná pro KKP především ve smyslu zkvalitnění výuky na VŠ, včetně většího zaměření na podnikatelské dovednosti v rámci uměleckého a odborného vzdělávání.

Mezi podporovanými aktivitami jsou uvedeny: podpora profilace studijních programů, podpora vzdělávací činnosti a **dalších tvůrčích činností** (výzkumné, **umělecké**, praktické apod.), podpora zvyšování kvalifikace a pedagogických kompetencí akademických pracovníků včetně soft skills či jazykových znalostí; zvyšování relevance VŠ vzdělávání pro trh práce: podpora rozvoje studijních programů/oborů orientovaných prakticky/profesně, podpora spolupráce mezi VŠ a subjekty aplikační sféry, **podpora podnikavosti studentů**, podpora výuky tzv. soft skills dovedností (včetně výuky realizované odborníky z aplikační sféry), podpora tvorby a inovace studijních programů dle potřeb trhu práce, podpora studijních programů s povinností absolvování odborné praxe po dobu alespoň tří měsíců; podpora kurzů a zvyšování kvalifikace celoživotního vzdělávání.

Prostor je věnován i oblasti mezinárodní spolupráce – mezi podporovanými aktivitami jsou dále uvedeny např.: podpora rozšiřování spektra příležitostí pro mezinárodní mobilitu studentů a akademických pracovníků, rozvoj nabídky studijních programů/oborů vyučovaných také v cizích jazycích, rozvoj vhodných služeb pro zahraniční i české studenty a akademické pracovníky, podpora přijímání zahraničních pracovníků s cílem internacionalizovat personální strukturu vysokoškolského systému.

Prioritní osa 3: Rovný přístup ke kvalitnímu předškolnímu, primárnímu a sekundárnímu vzdělávání

Ostatním stupňům vzdělávání je věnována priorita 3, která má pro KKP velký význam s ohledem na podporu **creativity**.

Jako potřeba a její řešení je definováno: „zvýšení relevance středoškolského vzdělávání k požadavkům trhu práce. Je třeba se zaměřit na zvýšení spolupráce škol, zaměstnavatelů a dalších institucí ve vzdělávání, tvorbě vzdělávacích programů a realizaci praktického vyučování a stáží. Zároveň je třeba podpořit **zvýšení creativity**, technického uvažování a **podnikatelských schopností** žáků SŠ skrze spolupráci mezi školami, sdílení dobré praxe a propojení zájmového a neformálního vzdělávání s odborným vzděláváním cíleným na inovace technologií a efektivní výuku kompetencí a podporu žáků dosahujících vynikajících výsledků v praktických předmětech. Dále je třeba zvýšit prostupnosti mezi programy počátečního a dalšího vzdělávání prostřednictvím systému uznávání výsledků předchozího učení a širší podpory sítí škol – center celoživotního učení.“

Prioritní osa 3 – specifický cíl 3: Zlepšení kvality vzdělávání a výsledků žáků v klíčových kompetencích

Zvláštní pozornost si pak zaslouží cíl 3 této priority zaměřený na zlepšení úrovně rozvoje na ZŠ i SŠ s využitím aktivizujících forem učení, formou DVPP (další vzdělávání pedagogických pracovníků), podporou pedagogů ve výuce přímo ve třídách a prostřednictvím mimoškolního vzdělávání a výchovy. „Aktivitami dojde ke zvýšení relevance výuky a vzdělávání pro trh práce i pro praktický život a k podpoře **creativity a talentu**.“ Cíl 3 je zaměřen na posílení všeobecné složky vzdělání a na zvýšení motivace žáků k učení. Mezi výsledky jsou kupř. zmíněny tyto: zvýší se podíl pedagogů, kteří uplatňují inovativní formy vzdělávání, a podíl organizací, ve kterých se zvýší kvalita vzdělávání v důsledku např. otevření ZŠ a SŠ k větší **spolupráci škol s různými subjekty** v místě za účelem zatraktivnění výuky a vzdělávání, které povede k lepším výsledkům žáků, využitím digitálních technologií pro zajištění interaktivity, individuálního přístupu a on-line vzdělávání a **utvářením silných partnerství mezi školami a organizacemi zájmového a neformálního vzdělávání (včetně NNO)**, zejména v oblasti podpory žáků se SVP (**včetně žáků se sociálním znevýhodněním a žáků nadaných**). Kompetence budou cíleně rozvíjeny ve spolupráci škol, školských zařízení, dalších vzdělávacích a výzkumných institucí a sociálních partnerů již od předškolního vzdělávání. Bude podpořen rozvoj partnerství mezi školami a školskými zařízeními a ostatními vzdělávacími a výzkumnými institucemi pro vzájemné sdílení zkušeností za účelem šíření dobré praxe a posílení vzájemného učení (peer to peer leasing).

OPERAČNÍ PROGRAM ZAMĚSTNANOST (OP Z)¹⁸

Cílem OP Z je **zlepšení lidského kapitálu** obyvatel ČR a veřejné správy v ČR. OP Z je zaměřen na podporu zaměstnanosti, rovných příležitostí žen a mužů, adaptability zaměstnanců a zaměstnavatelů, dalšího vzdělávání, sociálního začleňování a boje s chudobou, zdravotních služeb, modernizaci veřejné správy a veřejných služeb a podporu mezinárodní spolupráce a sociálních inovací v oblasti zaměstnanosti, sociálního začleňování a veřejné správy. OP Z obsahuje čtyři prioritní osy:

1. Podpora zaměstnanosti a adaptability pracovní síly
2. Sociální začleňování a boj s chudobou
3. Sociální inovace a mezinárodní spolupráce
4. Efektivní veřejná správa

Prioritní osa 1 – specifický cíl 1.1.1: Zvýšit míru zaměstnanosti podpořených osob

V rámci tohoto cíle budou podpořeny aktivity typu zprostředkování zaměstnání a poradenská a informační činnost v oblasti pracovních příležitostí.

Pro oblast KKP je důležitá oblast **rekvalifikace** – podpora při získání nové kvalifikace, při zvyšování, rozšiřování nebo prohlubování dosavadní kvalifikace, včetně jejího udržování a obnovování. Vzhledem k rozvoji ICT jsou ideálními rekvalifikačními oblastmi i některé z KKP, např. grafický design. Rekvalifikace jsou však důležité pro KKP i z druhého úhlu pohledu, kupř. pro nové příležitosti zaměstnání pro představitele scénických umění, především tance, kteří uměleckou kariéru ukončují ve velmi nízkém věku. Doufejme, že bude možné pokračovat či rozvíjet projekty podobné již podpořenému projektu Tematická síť pro uplatnitelnost umělců z oblasti performing arts.¹⁹

¹⁸ MPSV ČR: *Operační program Zaměstnanost*. Dostupné [on-line] na: <http://www.esfcr.cz/op-zamestnanost-2014-2020> [cit. 27. února 2015].

¹⁹ Projekt je realizován Centrem rozvojových aktivit Unie zaměstnavatelských svazů ČR a financován z prostředků Evropského sociálního fondu prostřednictvím operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a státního rozpočtu ČR.

Prioritní osa 1 – specifický cíl 1.3: Pomoc pracovníkům, podnikům a podnikatelům přizpůsobovat se změnám

Mezi podporovanými aktivitami, které mohou být využity i KKP, jsou zmíněny např.: další profesní vzdělávání zaměstnanců podporované zaměstnavateli, zaměřené na odborné i klíčové kompetence, včetně podpory dalšího profesního vzdělávání OSVČ, tvorba a realizace podnikových vzdělávacích programů včetně přípravy podnikových lektorů a instruktorů, podpora a poradenství při vytváření a zavádění moderních systémů řízení a rozvoje lidských zdrojů v podnicích, podpora sdružování malých a středních podniků za účelem vzdělávání (kupř. formou vzdělávacích klastrů), podpora spolupráce podniků a vzdělávacích institucí za účelem sladování kvalifikační úrovně a kvalifikační struktury pracovní síly s požadavky trhu práce.

Prioritní osa 3: Sociální inovace a mezinárodní spolupráce

Sociální inovace jistě mohou být velmi blízké a atraktivní téma i pro KKP a lze se domnívat, že by mohly přinášet i zajímavá řešení sociálních problémů s využitím kulturních prvků či by mohly napomoci řešit některé dílčí problémy jednotlivých KKP (např. architektury v souvislosti s výkonem veřejné správy).

V návrhu programu je uvedeno, že aktivity podporované v rámci této priority budou zaměřeny na inovace založené na poptávce ze strany veřejné správy a v úzké spolupráci s veřejnou správou i na inovace dílčí, spíše na místní úrovni či na úrovni neziskových či soukromých organizací. Koncept sociálních inovací je v oblasti podpory z ESF v ČR zcela nový a obsahově proměnlivý. Část této osy proto bude sloužit jako „výzkumná laboratoř“ pro ostatní prioritní osy. Sociální inovace představují nová (a oproti dostupným alternativám účinnější, efektivnější, udržitelnější, spravedlivější) řešení (produkty, procesy, služby, organizační uspořádání, technologie, ideje, regulace, institucionální formy, funkce a role, sociální hnutí, intervence), která naplňují naléhavé sociální (resp. společenské) potřeby a zároveň vytvářejí nové sociální vztahy nebo spolupráce. Sociální inovace musí současně naplňovat tři základní charakteristiky: novost, tj. vzniklé řešení musí být v dané oblasti, sektoru, regionu či pro dané uživatele nové nebo aplikované novým způsobem; potřebnost, tedy řešení musejí být explicitně zaměřena na uspokojení sociální potřeby nebo využití příležitosti; impakt, tj. nové řešení musí být účinnější než řešení stávající s tím, že zlepšení, které je pomocí nového řešení dosaženo, musí být měřitelné.

Ve výčtu podporovaných aktivit, které přispějí ke vzniku a rozvoji inovačního prostředí a zvýšení povědomí o sociálních inovacích, jsou např. uvedeny: podpora kapacit pro vývoj a šíření inovací (inovačních laboratoří, hubů a inkubátorů) zaměřených na podporu inovací v oblasti aktivní politiky zaměstnanosti, sociálního

začleňování a veřejné správy; vznik inovační platformy (podpora síťování a spolupráce aktérů apod.), podpora sociálního experimentování, sběru dobré praxe a fungujících principů a jejich šíření.

V oblasti tvorby sociálních inovací a rozvoje mezinárodní spolupráce jsou zmíněny kupř. tyto podpůrné oblasti: aktivní a preventivní nástroje politiky zaměstnanosti, zprostředkování práce, inovace v zaměstnávání mladých a starších lidí, inovace přispívající k rovným příležitostem na trhu práce a s důrazem na sladování pracovního a rodinného života, vznik nových pracovních příležitostí a přeměnu stávajících pracovních pozic v kontextu tzv. green economy a **kreativních odvětví**, přizpůsobení pracovníků, podniků a podnikatelů změnám trhu práce, rozvoj lidských zdrojů ve firmách, inovace na pracovištích, aktivní a zdravé stárnutí, podpora práce komunitních organizací a dalších místních iniciativ s cílem zlepšování vztahu a koordinace mezi různými organizacemi se záměrem poskytovat vylepšené služby, inovace v oblasti sociálního začleňování, podpora inovací pro řešení vyloučených lokalit a lokalit, které jsou sociálním vyloučením ohrožené, inovativní způsoby adaptace zaměstnanců na nové technologie na pracovišti, rozvoj nástrojů a vhodných přístupů pro politiky veřejné správy a jejich implementaci především v oblastech: zvyšování transparentnosti veřejné správy; sociálně odpovědného zadávání veřejných zakázek, průřezového vzdělávání zaměstnanců veřejné správy např. v oblastech environmentálních aspektů, udržitelného rozvoje apod., zavádění metod kvality ve veřejné správě.

Prioritní osa 4 – specifický cíl 4.1: Zvýšit efektivitu a transparentnost veřejné správy

Oblast veřejné správy je důležitá i pro KKP, jmenovitě pak především pro oblast architektury v souvislosti s agendou územního rozvoje. Obecně se veřejná správa týká správy kulturních zařízení a organizací a přidělování grantů na kulturní aktivity.

Mezi podporovanými činnostmi tohoto cíle jsou uvedeny např.: dokončení podpory plošného procesního modelování agend jak pro přímý, tak pro přenesený výkon státní správy; zlepšení komunikace a zvyšování důvěry mezi veřejnou správou a občany mimo jiné prostřednictvím propagačních a popularizačních aktivit; zjednodušení přístupu veřejnosti ke službám a informacím veřejné správy; podpora publikace relevantních dat a informací i na principu „open data“; nastavení a rozvoj vysoké úrovně profesionalizace, depolitizace a transparentnosti personálních, řídicích, kontrolních a rozhodovacích procesů ve veřejné správě, zejména pak ve státní správě, včetně státní služby; nastavení a rozvoj systému vzdělávání pracovníků veřejné správy.

INTEGROVANÝ REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM (IROP)²⁰

Prioritou IROP je vyvážený rozvoj území, zlepšení veřejných služeb a veřejné správy a zajištění udržitelného rozvoje v obcích, městech a regionech. Cíle programu bude dosaženo snižováním územních rozdílů, zkvalitněním infrastruktury a posílením konkurenceschopnosti v regionech. Dále pak posílením veřejných služeb, zaměstnanosti a podpory vzdělanosti jako jednoho z pilířů zvyšování kvality života obyvatel a posílením institucionální kapacity veřejné správy.

Přímo oblasti kultury se týká **Prioritní osa 3 – Dobrá správa území a zefektivnění veřejných institucí.**

Prioritní osa 3 – specifický cíl 3.1: Zefektivnění prezentace, posílení ochrany a rozvoje kulturního a přírodního dědictví

Alokace cíle činí 425 mil. eur a jeho příjemci jsou organizační složky státu, příspěvkové organizace organizačních složek státu, obce, organizace zřizované nebo zakládané obcemi, kraje, organizace zřizované nebo zakládané kraji, dobrovolné svazky obcí, organizace zřizované nebo zakládané dobrovolnými svazky obcí, nestátní neziskové organizace, zájmová sdružení právnických osob, církve a náboženské společnosti, organizace zřizované nebo zakládané církvemi a náboženskými společnostmi, fyzické osoby. Podpora je zaměřena na území všech krajů ČR kromě hl. m. Prahy. Jako podporované typy projektů jsou navrženy:

- **revitalizace** vybraných nemovitých národních **kulturních památek**, památky zapsané na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO a na Seznam kandidátů na zápis na Seznam kulturního a přírodního dědictví UNESCO
- revitalizace kulturních památek ve vesnických památkových rezervacích
- **veřejná infrastruktura pro zpřístupnění a zatraktivnění kulturního a přírodního dědictví**, revitalizace a zatraktivnění parků a zahrad u národních kulturních památek

Pro posílení **ochrany, uchování, digitalizace, zpřístupnění a využívání kulturního dědictví** budou rovněž podporovány:

- projekty zlepšující podmínky pro **uchování a zefektivnění správy sbírek, mobiliárních a knihovních fondů a dále pak projekty, které zpřístupní sbírky, mobiliární a knihovní fondy pro veřejnost a pro kulturní a kreativní průmysly**

²⁰ MMR ČR: *Integrovaný regionální operační program*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Microsites/IROP/Novinky/Programovy-dokument-Integrovaneho-regionálního-ope> [cit. 27. února 2015].

Prioritní osa 3 – specifický cíl 3.2: Zvyšování efektivity a transparentnosti veřejné správy prostřednictvím rozvoje využití a kvality systémů

V rámci podpory KKP je diskutován i další specifický cíl priority 3 v souvislosti s definováním a nastavením podpůrných opatření v rámci konceptu tzv. **e-culture**, která se týká využití digitalizace kulturního obsahu a elektronických produktů a služeb kulturní povahy pro podporu Smart Administration, kreativity, inovací a znalostní ekonomiky. Na tento cíl je alokováno 382 mil. eur a jako příjemci jsou definovány: organizační složky státu, příspěvkové organizace organizačních složek státu, obce, organizace zřizované nebo zakládané obcemi, kraje, organizace zřizované nebo zakládané kraji a státní organizace. Cíl je opět zaměřen na území celé ČR včetně hl. m. Prahy, nicméně protože většina orgánů veřejné moci s celorepublikovou působností sídlí v Praze, budou i investice do jejich ICT systémů umístěny v Praze. Mezi podporovanými typy projektů jsou uvedeny: informační a komunikační systémy veřejné správy v rozsahu rozšíření, propojení, konsolidace systémů, aplikací a datového fondu (i jeho publikování) veřejné správy včetně cloudových řešení. Vytváření a modernizace informačních a komunikačních systémů pro specifické potřeby subjektů veřejné správy a složek IZS.

V rámci priority 3 – specifického cíle 3.3: Podpora pořizování a uplatňování dokumentů územního rozvoje bude podporováno pořízení územních, regulačních plánů a územních studií. Z pohledu KKP by tento cíl mohl mít významný dopad na oblast architektury.

Prioritní osa 2 – Zkvalitnění veřejných služeb a podmínek života pro obyvatele regionů

Tato osa je věnována především výstavbě či rekonstrukci pobytových zařízení v souvislosti se zdravotními, sociálními a dalšími službami. Mezi výčtem podporovaných typů projektů jsou např. uvedena rovněž **komunitní centra**, kde lze předpokládat i využití kulturního rozměru. Dále je uvedena výstavba, rekonstrukce, rozšíření a vybavení sociálních podniků a též zlepšení infrastruktury týkající se školních zařízení, které se, předpokládáme, mohou též týkat kulturních aktivit: úpravy budov a učeben, vybavení nábytkem, stroji, didaktickými pomůckami, kompenzačními pomůckami a kompenzačním vybavením pro vzdělávání dětí, žáků a studentů se speciálními vzdělávacími potřebami, rozvoj vnitřní konektivity škol a školských zařízení v učebnách, laboratořích a dílnách, připojení k internetu, doplňující zeleň v okolí budov a na budovách, např. zelené zdi, střechy a zahrady.

Prioritní osa 4 – Komunitně vedený místní rozvoj

Velmi důležitou pro oblast kultury je rovněž osa 4, jejímž cílem je posílení komunitně vedeného místního rozvoje za účelem zvýšení kvality života ve venkovských oblastech a aktivizace místního potenciálu. Podpora v rámci této priority bude zaměřena na venkovské oblasti se schválenou strategií komunitně vedeného místního rozvoje tvořené správními územími obcí s méně než 25 tisíci obyvateli. Velikost MAS nebude menší než 10 tisíc obyvatel a nepřekročí hranici 100 tisíc. Projekty se realizují v souladu s územní dimenzí, vymezenou pro jednotlivé specifické cíle. V současné době mají již některé místní akční skupiny připravenou strategii místního rozvoje a oblast kulturního dědictví, kultury a kreativity je v mnohých bohatě zastoupena.²¹ Český překlad příručky *Guidance on Community – Led Local development for Local Actors* neboli *Evropská kuchařka pro místní aktéry – Pokyny ke komunitně vedenému místnímu rozvoji určené místním aktérům*²² vydané Evropskou komisí v květnu 2014 frekventovaně obsahuje odkazy na **kulturu, ale i na kreativitu a inovace** především v souvislosti s působením MAS i na úrovni měst a městských čtvrtí. V současné době se v ČR uvažuje pouze o působení MAS na úrovni venkova a malých měst a podpora inovací a kreativity se zřejmě naplno neprojeví, protože strategie MAS musí vycházet z daných priorit IROP, které nejsou zacíleny na KKP v celé šíři – tedy zejména v oblasti podnikání a vzdělávání, ale zaměřují se pouze na oblast **kulturního dědictví a digitalizace**. Nicméně návrhy strategií, které jsou zveřejněny na portálu MAS, často zmiňují vedle **kulturního dědictví hmotného i nehmotného i kulturní akce, kulturní hodnoty** a další oblasti. Jistě by stálo za zvážení působení MAS, které Evropská komise považuje za jeden z neúspěšnějších programů dosavadních fondů, rozšířit i na úroveň čtvrtí větších a velkých měst v ČR.

²¹ NS MAS ČR. Dostupné [on-line] na: <http://nsmascr.cz/o-nas/mistni-akcni-skupiny/> [cit. 17. ledna 2015].

²² NS MAS ČR: *Evropská kuchařka pro místní aktéry*. Dostupné [on-line] na: http://nsmascr.cz/content/uploads/2014/09/guidance_clld_local_actors_cs.pdf [cit. 17. ledna 2015].

Operační program Praha – pól růstu ČR (OP PPR)²³

Praha patří mezi nejbohatší regiony Evropské unie (měřeno HDP na jednoho obyvatele) a klade si za cíl být městem dynamickým a konkurenceschopným. OP PPR představuje multifundový operační program, který bude financován z ESF i z ERDF a umožní tak podporu investičních projektů i rozvoj lidských zdrojů. Mezi intervence a oblasti, které budou v dalším období pro Prahu určující a budou podporovány prostřednictvím OP Praha, se řadí využití kvalitního lidského a inovačního potenciálu v oblasti výzkumu, vývoje a inovací; podpora malých a středních podniků; energetické úspory a podpora posunu směrem k nízkouhlíkovému hospodářství; podpora vzdělávání a rovných příležitostí. V úvodu návrhu programu jsou zmíněny **kreativní obory, které jsou zařazeny mezi obory tzv. znalostní ekonomiky** a na něž by měla být rovněž zaměřena strategická podpora. „Proto je nutné rozvíjet potenciál Prahy, který je možné identifikovat zejména v **inovativním a kreativním rozvoji** města a v oblasti podpory **znalostní ekonomiky**, a tím přispět k prosperitě nejen Prahy, ale i Česka a EU.“

Za zmínku též stojí vazba programu na *Strategický plán hl. m. Prahy* a především koncept **SMART Prague 2014–2020**,²⁴ tvořící obecný základ pro jednotlivé intervence OP PPR, jejichž vzájemné propojení představuje pozitivní synergii jednotlivých aktivit financovaných z prostředků EU a kofinancovaných z prostředků města. Koncept SMART Prague je definován širěji než samotný OP PPR a pokrývá i oblasti, do nichž by měly směřovat intervence z celostátních operačních programů, například prostřednictvím nástroje Integrovaných teritoriálních investic. Je rozdělen do tří koncepčních celků: SMART Specialisation, SMART Infrastructure a **SMART Creativity**. Oblast SMART Specialisation ve spojení se SMART Creativity, zaměřenou **na chytrá řešení v oblasti vzdělávání** a obecného rozvoje lidských zdrojů, zahrnuje v OP PPR celou prioritní osu 4. Spojení SMART Infrastructure a SMART Creativity představuje podklad pro rozvoj podnikání ve městě, zejména k podpoře malého a středního podnikání. OP PPR v rámci PO 1, SC 1.1 bude ve vztahu k MSP **podporovat využívání inovativních přístupů a rozvoj kreativity** pro potřeby města, v PO 3, SC 3.2 bude tato podpora využita v sociální oblasti. Spojení všech klíčových koncepčních cílů představuje průnik mezi OP PPR a SMART Prague 2014–2020. Jedná se o oblasti, kde se koncentruje **rozvoj kreativního potenciálu a podnikání, infrastruktury i oblast vědy a výzkumu**.

²³ MHMP: *Operační program Praha – pól růstu ČR*. Dostupné [on-line] na: <http://www.prahafondy.eu/cz/budoucnost-2014/op-praha---pol-rustu-cr.html> [cit. 27. února 2015].

²⁴ SMART Prague 2014–2020. Dostupné [on-line] na: http://www.prahafondy.eu/userfiles/File/budoucnost2014plus/Smart_Prague/SMART_Prague_2014-01-27.pdf [cit. 17. ledna 2015].

Pro podporu kultury a kreativity jsou pak důležitá především následující opatření:

Prioritní osa 1: Posílení výzkumu, technologického rozvoje a inovací

Prioritní osa 1 – Specifický cíl 1.1: Snazší vznik a rozvoj znalostně intenzivních firem

Tato priorita je zaměřena na podporu podnikání a tento cíl má zvýšit transfer technologií a znalostí mezi výzkumnými organizacemi a aplikační sférou. Aktivita jsou orientovány na nalezení takových výsledků výzkumu a vývoje, jejichž realizace je proveditelná a zároveň uplatnitelná na trhu. Tyto výsledky pak může použít i město (např. v oblasti veřejných služeb) jako aplikační sektor. Východiskem projektů proof of concept je nápad nebo rozpracovaný výzkum. Výsledkem projektů by měly být funkční vzorky/prototypy s možností dalšího výzkumu a vývoje např. ve spolupráci se strategickým partnerem, smlouva s komerčním partnerem o dalším rozvoji/využití výstupu, založená spin-off firma nebo prodej prototypu/funkčního vzorku.

Prioritní osa 1 – specifický cíl 1.2: Snazší vznik a rozvoj znalostně intenzivních firem

Cílem této intervence je pomoci znalostně intenzivním podnikům v počátečních fázích jejich rozvoje, kdy se rozhoduje o jejich další existenci. Podíl inovujících firem v Praze (45,1 %) se zásadně neliší od republikového průměru (43,9 %), ani přes geografickou blízkost výzkumných organizací. Omezené kompetence podnikatelů v počátcích kariéry a/nebo nedostatek vlastních kapacit a kapitálu začínajících nebo rozvíjejících se firem často vedou k jejich stagnaci, nebo dokonce zániku. Snížení velké míry neúspěchu v prvních letech existence firem přispěje k vyšší atraktivitě regionu pro podnikání a zvýšení pravděpodobnosti vzniku firmy s nadregionálním až globálním významem. Toho lze dosáhnout využíváním **specializovaných služeb pro podniky**. Služby tohoto typu vyžadují vysokou a specializovanou kvalifikaci, která je obvykle mimo možnosti začínajících firem. Zpřístupnění potřebných služeb pro firmy bude účinným nástrojem pro překonání uvedených těžkostí s cílem vytvoření a **posílení exportních schopností** podpořených firem. V oblasti vědecko-technických parků a inkubátorů je hl. m. Praha na rozdíl od ostatních krajů ČR výrazně kapacitně poddimenzováno, a proto je v tomto specifickém cíli sledována i podpora podobných zařízení. Jejich rozvoj však bude podmíněn širokou shodou relevantních aktérů v regionu a v případě jejich rozšiřování bude preferováno využití stávajících budov.

Podporovanými aktivitami budou: přenos technologií a spolupráce mezi univerzitami a podniky, která je prospěšná především pro MSP; výzkumné a inovační procesy v MSP (včetně systémů poukázek, inovací v oblasti procesů, **designu**, služeb a sociálních inovací); pokročilé podpůrné služby pro MSP a skupiny MSP (včetně služeb v oblasti marketingu a **designu**); rozvoj podnikání MSP, podpora podnikání a zakládání firem (včetně podpory typu „spin offs“ a „spin outs“).

Prioritní osa 3: Podpora sociálního začleňování a boj proti chudobě

PO 3 má dvě investiční priority podporované z ESF a dvě podporované z EFRR. V tematické rovině je kladen důraz na rozvoj sociálních služeb pro začleňování ve formě **kulturně-komunitních integračních center a aktivit**, které přispívají k posílení komunit v Praze jako základního stavebního kamene sociální soudržnosti města. Na tyto aktivity navazuje podpora sociálního podnikání jako sociálně inovativního přístupu ke skupinám osob vyloučených, ohrožených a marginalizovaných. Cílem je podporovat oba tematické celky prostřednictvím investičních i neinvestičních dotací tak, aby došlo k provázanému rozvoji prostor pro poskytování konkrétních služeb i k rozvoji kvality služeb samotných. Z ESF bude podporován specifický cíl *Posílení aktivit pro integraci, komunitní služby a prevenci* pro oblast sociálního začleňování a specifický cíl *Rozvoj sociálních podniků místních komunit* pro oblast sociálního podnikání, z EFRR půjde o specifický cíl *Posílení sociální infrastruktury pro integraci, komunitní služby a prevenci* pro oblast sociálního začleňování a pro oblast sociálního podnikání pak specifický cíl *Posílení infrastruktury pro sociální podnikání*. Předpokládá se křížový efekt těchto dvou tematických pilířů osy 3: podpora zaměstnanosti konkrétních ohrožených osob prostřednictvím sociálního podnikání zvyšuje jejich integrovanost do společnosti a podpora ohrožených a marginalizovaných skupin obyvatel a jejich napojení na život místních i nadmístních komunit prostřednictvím **kulturně-komunitních center** a návazných aktivit vedou k zvyšování jejich možností uplatnit se na trhu práce.

Prioritní osa 3 – specifický cíl 3.3: Posílení aktivit pro integraci, komunitní služby a prevenci

Jako hlavní podporované aktivity jsou definovány: rozvoj **kulturně-komunitních a sportovně-komunitních center a projektů sociálně-kulturní a sociálně-sportovní integrace**. Tento cíl očekává řešení – relativní oddělenost jednotlivých typů sociálních služeb poskytovaných konkrétním skupinám klientů a absence jejich přesahu k posilování soudržnosti města na úrovni místních i nadmístních komunit. Podporovány budou projekty přispívající k propojování jednotlivých typů služeb, které jsou flexibilnější a přináší výraznější lokální a sociální efekty. Může jít například o **propojení existujících veřejných kulturních, sportovních, vzdělávacích institucí a center služeb s novými inovativními službami**, které rozšíří portfolio činnosti dané organizace o další cílové skupiny. Důraz bude kladen na zahrnutí místních poskytovatelů služeb, vzdělávacích a **kulturních institucí** a vytvoření a posílení jejich spolupráce na místní úrovni vedoucí k dlouhodobým lokálním dopadům. Podporou nabídky služeb poskytovaných v takto integrované podobě a zvyšování kvality včetně zavádění inovativních projektů propojujících jednotlivé činnosti zaměřené na různé cílové skupiny, mezigenerační setkávání a aktivizaci místních obyvatel dojde ke zvýšení nejen

nabídky, ale i dostupnosti sociálních a sociálně intervenčně působících služeb. Podobné efekty mají i projekty **sociálně-kulturní integrace** například ve formě **uměleckých či environmentálních projektů** zacílených na osoby ohrožené sociálním vyloučením, projekty zvyšující povědomí o problémech života ohrožených skupin osob, jejich potřebách i problematice soužití v rámci města apod. Jejich podpora v rámci specifického cíle ještě umocní pozitivní efekty vyplývající z role a působení integrovaných sociálních služeb a **kulturně-komunitních center** na území města.

Prioritní osa 4: Vzdělání a vzdělanost a podpora zaměstnanosti

Specifický cíl 4.2: Zrovnoprávnění přístupu ke vzdělávání

Tento cíl se zaměřuje na komplementární podporu změny vzdělávacích programů s ohledem na inkluzivitu vzdělávání, prostřednictvím odbornosti a schopností pedagogických pracovníků, podporou kroků pro zohledňování a rozvoj individuálních potřeb každého žáka a zvyšováním motivace ke studiu, a to zejména vytvářením pozitivního školního klimatu s pochopením pro heterogenitu a multikulturalitu. Průřezovým přístupem je **podpora multikulturního a kreativního vzdělávání** stejně jako **rozvoje klíčových kompetencí k udržitelnému rozvoji ve vzdělávacích institucích za účasti neziskových organizací a subjektů z kulturní sféry**, které směřují k zlepšování klimatu a soužití ve školách a posilují větší soudržnost města v oblasti sociální a prostorové. Bude podporován rozvoj osobních a občanských kompetencí žáků (zejména budování respektu k hodnotám a soukromí druhých plynoucí z pochopení a uznání rozdílů mezi různými hodnotovými systémy v multikulturní společnosti a vytváření aktivního vztahu k okolnímu prostředí a v podpoře udržitelného rozvoje) a zároveň **rozvoj kulturního povědomí a vyjádření žáků, zahrnující nejen kulturní znalosti a kreativitu, ale i pochopení různých kultur a smysl pro identitu, které jsou základem úcty a otevřeného postoje ke kulturní rozmanitosti.**

PROGRAM ROZVOJE VENKOVA (PRV)²⁵

PRV je nástroj k čerpání dotací z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova. Přispěje ke zlepšení stavu životního prostředí obnovou, zachováním a zlepšením ekosystémů souvisejících se zemědělstvím a lesnictvím a podporou účinného využívání zdrojů v odvětvích zemědělství, potravinářství a lesnictví. V rámci PRV bude podporován i **komunitně vedený místní rozvoj, respektive metoda LEADER, která přispívá k lepšímu zacílení podpory na místní potřeby daného venkovského území a rozvoji spolupráce aktérů na místní úrovni.**

Komunitně vedený místní rozvoj (CLLD), metoda LEADER, je iniciativa propojující aktivity rozvíjející venkovskou ekonomiku, jejímž hlavním cílem je intenzivní podpora rozvoje venkova prostřednictvím místních obyvatel. Implementace metody LEADER probíhá prostřednictvím **místních akčních skupin** (dále jen **MAS**), představujících místní partnerství mezi soukromým a veřejným sektorem působícím na vymezeném území, pro něž navrhuje a provádí strategii. Stejně jako v předchozím programovém období bude i nadále pokračovat podpora metody LEADER. Podpora MAS však bude rozšířena i do ostatních ESIF, přes které bude možné využít metodu LEADER jako **komunitně vedený místní rozvoj**. Do implementace CLLD se kromě Programu rozvoje venkova zapojí také IROP, OP Z a operační program Životní prostředí.

Podpora MAS, respektive komunitních projektů, bude v rámci PRV realizována v rámci **prioritní osy 6, jejímž cílem je podpořit aktivity CLLD a posílit správně vedenou koordinační činnost v místě působení MAS**. Hlubší znalost místních problémů, dovednost zacílení na specifické problémy v místě působnosti MAS jsou výhody implementace projektů formou komunitně vedeného místního rozvoje, který posiluje principy spolupráce, motivace a důvěry. K naplňování průřezových cílů inovací, životního prostředí a klimatických změn může opatření přispět prostřednictvím individuálních projektů, které se svým zaměřením budou těchto oblastí týkat. Nicméně cíle konkrétních projektů jsou primárně závislé na konkrétní místní rozvojové strategii, a proto nelze rozsah příspěvku předem odhadnout. Podpora bude poskytována až do výše 100 % způsobilých výdajů, maximální výše způsobilých výdajů činí 5 mil. Kč na projekt, minimální výše způsobilých výdajů 50 tis. Kč.

Ke květnu 2014 bylo registrováno na území ČR 165 MAS. Na webových stránkách Národní sítě Místních akčních skupin České republiky, o. s.,²⁶ jsou k dispozici návrhy strategií, od kterých se bude odvíjet financování projektů v rámci SF. Oblast kultury v komunitním záběru je většinou ve strategiích bohatě a široce zastoupena. Od studií a plánů rozvoje obcí přes investice do infrastruktury až po služby pro obyvatele

²⁵ NS MAS ČR: *Program rozvoje venkova*. Dostupné [on-line] na: http://nsmas.cz/content/uploads/2014/07/PRV_do_vlady.pdf [cit. 17. ledna 2015].

²⁶ NS MAS ČR: Dostupné [on-line] na: <http://nsmas.cz>. [cit. 17. ledna 2015].

včetně volnočasových aktivit. Mezi konkrétními tématy lze nalézt např. **zachování řemesel, prostory pro kulturní a umělecké aktivity, ochranu kulturního dědictví, především drobných památek, spolkovou činnost, návrat a obnovování tradic, regionální patriotismus, podporu činnosti knihoven atd.**

Operační programy přeshraniční spolupráce²⁷

Operační programy přeshraniční spolupráce byly již v předcházejících obdobích hojně využívány **k podpoře projektů s kulturním rozměrem**. Na období let 2014–2020 jsou připraveny programy mezi ČR a Polskou republikou, ČR a Slovenskou republikou, ČR a Rakouskou republikou, ČR a Svobodným státem Bavorsko, ČR a Svobodným státem Sasko. Každý z programů má sice své priority týkající se řešení problémů příhraniční spolupráce, ale mnohé z nich se objevují u všech programů. Oblasti KKP a obecněji kultury se týkají témata jako **ochrana, propagace a rozvoj přírodního a kulturního dědictví**, vzdělávání, funkční správa – spolupráce institucí, inovace, přeshraniční spolupráce komunit a institucí ve společném regionu.

Operační program meziregionální spolupráce INTERREG EUROPE²⁸

OP INTERREG EUROPE naváže na OP INTERREG IVC 2007–2013. Program pokryje celé území EU a dále Švýcarska a Norska. Program INTERREG EUROPE, financovaný z prostředků ERDF, je určen k podpoře vzájemného učení (policy learning) mezi veřejnými orgány s cílem zlepšit fungování politik a programů regionálního rozvoje. Umožňuje veřejným orgánům napříč Evropou výměnu praxí a nápadů týkajících se způsobu fungování veřejných politik a takto najít řešení pro zlepšení jejich rozvojových strategií. Do projektů se budou moci zapojit veřejné a veřejnoprávní instituce. **Program se zaměří na čtyři priority:** výzkum, technologický rozvoj a inovace; konkurenceschopnost malých a středních podniků; nízkouhlíkové hospodářství; životní prostředí a účinné nakládání se zdroji.

²⁷ Operační programy přeshraniční spolupráce. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz> [11. ledna 2015].

²⁸ MMR ČR: *Operační program Meziregionální spolupráce INTERREG EUROPE*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/OP-INTERREG-EUROPE> [cit. 17. ledna 2015].

Program nadnárodní spolupráce Central Europe 2020²⁹

Operační program Central Europe 2020 naváže na operační program nadnárodní spolupráce Střední Evropa, tj. Central Europe, 2007–2013.³⁰ Bude realizován na území devíti států: Rakousko, ČR, Německo (regiony Bádensko-Württembersko, Bavorsko, Berlín, Braniborsko, Meklenbursko-Přední Pomořansko, Sasko, Sasko-Anhaltsko), Maďarsko, Itálie (Emilia-Romagna, Furlandsko-Julské Benátsko, Ligurie, Lombardie, Piemont, autonomní provincie Bolzano, autonomní provincie Trento, Valle d'Aosta a Benátsko), Polsko, Slovenská republika, Slovinsko a Chorvatsko. Mezi diskutovaná relevantní témata pro oblast podpory KKP lze zařadit spolupráci v oblasti inovací, **spolupráci v oblasti přírodních a kulturních zdrojů** – rozvíjení kapacit pro udržitelné využívání **kulturního dědictví** a jiné.

Zájemcům o program je umožněno zapojit se a sdílet databázi projektových záměrů. Pomocí databáze lze prezentovat vlastní projektové záměry včetně uvedení očekávaného cíle, již získaných a také dalších vhodných projektových partnerů. Využít jí teda mohou nejen potenciální vedoucí partneři, ale i projektoví partneři, případně i tvůrci projektové myšlenky. V databázi jsou již nyní k dispozici i záměry z oblasti **kulturního dědictví, vzdělávání (rozvoj kreativity a podnikavosti)**.³¹

Operační program nadnárodní spolupráce – Dunaj³²

V prosinci 2012 Evropská komise navrhla vytvořit nový program nadnárodní spolupráce pro období let 2014–2020. Dunajský program zahrnuje Rakousko, Bosnu a Hercegovinu, Bulharsko, Chorvatsko, ČR, Německo, Maďarsko, Moldavsko, Černou Horu, Rumunsko, Srbsko, Slovensko, Slovinsko a Ukrajinu s tím, že geografické vymezení koresponduje s vymezením strategie Dunajský region přijaté v roce 2011. Makrostrategie a program nadnárodní spolupráce jsou dva různé nástroje vyvinuté pro podobné cíle, ale působí na různých úrovních a principech. Překrývající se území a cíle poskytují možnost spolupráce; kromě přispění k tematickým cílům strategie realizací příslušných projektů může program také podpořit institucionální spolupráci zúčastněných subjektů v rámci strategie pro Podunají.

²⁹ MMR ČR: *Operační program nadnárodní spolupráce*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/OP-nadnarodni-spoluprace>; <http://www.central2020.eu/> [cit. 29. ledna 2015].

³⁰ MMR vydalo příručku *Příklady dobré praxe – výběr 12 úspěšně realizovaných projektů z programu Central Europe 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: http://www.strukturalni-fondy.cz/getmedia/03905c13-6a2e-47a8-9b3d-b917be3c87be/booklet_final_interaktivni-PDF.pdf [cit. 11. ledna 2015].

³¹ Dostupné [on-line] na: <http://www.central2013.eu/nc/home-central-2020/project-idea-database/> [cit. 29. ledna 2015].

³² Operační program nadnárodní spolupráce – Dunaj. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/OP-nadnarodni-spoluprace-Danube> [cit. 11. ledna 2015].

Zaměření programu je definováno v souladu s relevantní evropskou legislativou, národními prioritami států a potřebami programového území. Témata řešená v rámci jednotlivých priorit by měla zahrnovat většinu tradičních témat řešených nadnárodní spoluprací, jako jsou inovace, doprava, životní prostředí atd.

V rámci strategie Dunajský region je již realizován pilotní projektový seed fond s názvem START (START – Danube Region Project Fund), který poskytne „rozjezdový“ kapitál pro pokrytí nákladů nezbytných pro zahájení projektů. START je koordinován v rámci prioritní oblasti 10: Podunajské strategie „Navýšení institucionální kapacity a spolupráce“ města Vídeň. Alokace fondu je 900 tisíc eur (95 % Evropská komise, 5 % město Vídeň). Fond bude činný do konce roku 2016. Fond je určen především malým neziskovým organizacím (s tím, že se mohou účastnit i další soukromé a veřejné subjekty) a bude poskytovat granty v rozmezí 10–40 tisíc eur. V září 2014 již byla uzávěrka první výzvy, do které se přihlásilo 871 žádostí s tím, že formální kontrolou prošlo do dalšího hodnocení 651 projektů.³³

Operační program ESPON 2020³⁴

Ze dvou operačních programů meziregionální spolupráce se oblasti KKP může týkat i program ESPON 2020, který rovněž navazuje na program předcházejícího programového období ESPON 2013. Zkratka ESPON (European Spatial Planning Observation Network) znamená česky *Evropská monitorovací síť pro územní rozvoj a soudržnost*. Jedná se o výzkumný program, který podporuje územní plánování a regionální rozvoj. Jeho cílem je poskytnout informace, analýzy, scénáře, mapy, databáze, indikátory aj., které přispívají k vyváženému rozvoji regionů či větších územních celků. Program ESPON 2020 financovaný z prostředků ERDF mohou využít organizace i soukromé subjekty jak z členských států EU, tak i z partnerských zemí EU (Island, Lichtenštejnsko, Norsko a Švýcarsko). Na projekty bude z ERDF využito 100 % uznatelných nákladů projektu s příspěvím členských a partnerských států EU.

³³ Dostupné [on-line] na: <http://www.danube-capacitycooperation.eu/pages/start> [cit. 29. ledna 2015].

³⁴ MMR ČR: *Operační program ESPON 2020*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/ESPON-2020>; http://www.espon.eu/main/Menu_Programme/Menu_ESPON2020Programme/index.html#_blank [cit. 27. února 2015].

4. ZÁVĚR

Z pohledu podpory KKP se asi nejvyšší mírou konzistentnosti a provázanosti vyznačuje OP Praha – pól růstu, který v rámci podpory podnikání spatřuje potenciál v kreativních oborech jako součásti znalostní ekonomiky, v rámci podpory vzdělávání se soustředí na podporu multikulturního a kreativního vzdělávání a v rámci podpory sociálního začleňování je připraven podporovat kulturně komunitní aktivity. Otázkou však zůstává, jak velká bude podpora KKP, protože rozpočet OP PPR (zhruba 201 mil. eur) je v porovnání s jinými programy poměrně nízký.

Nejvíce prostoru bylo věnováno operačnímu programu Podnikání pro konkurenceschopnost (OP PIK), který je zaměřen na podporu podnikání. Program v rámci podpory začínajících a rozvojových podniků (2.1) zmiňuje i rozvoj kreativních odvětví a KKP jsou uvedeny i v souvislosti s podporou pokročilých informačních a komunikačních technologií (4.2). V současné době je věnováno úsilí o prosazení podpory KKP i v rámci dalších priorit a cílů, které explicitně KKP nezmiňují. Proto byly k relevantním cílům včleněny tematické potřeby KKP vztahující se k podpoře podnikání a výzkumu (viz tematické cíle 1 a 3, s. 31), které byly identifikovány v průběhu výzkumného projektu.

Podpora vzdělávání (tematický celek 10) v oblasti KKP by měla být umožněna především prostřednictvím OP VVV a zaměstnanosti (tematický celek 8) prostřednictvím OP Z. Pro menší projekty budou mít jistě velký význam programy přeshraniční spolupráce a projekty spravované místními akčními skupinami.

Oblast kulturního dědictví a digitalizace je strategicky řešena v rámci IROP. Za přípravu této části programu je odpovědné Ministerstvo kultury ČR (MK) pod vedením Ministerstva pro místní rozvoj ČR. Ministerstvo navázalo na program tvrdých investic do rekonstrukce památek *Vracíme památky do života* z období let 2007–2013 a rozšířilo ho zejména o podporu paměťových institucí. Z pohledu rozvoje KKP a kreativity je zklamáním, že MK dostatečně nevyužilo příležitosti a aktivněji se nepokusilo o realizaci specifického programu na podporu KKP (především v souvislosti s podporou profesionalizace – budování kapacit, internacionalizace a exportu). Nicméně je nutné ocenit, že se poslední dobou snaží vyjednat s ostatními ministerstvy možnosti podpory KKP v rámci jiných programů. V této souvislosti bude muset být ještě vynaloženo značné úsilí na projednávání konkrétních podmínek pro možnou podporu určité masivy tematicky zaměřených projektů.

ZDROJE

Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Regional Policy contributing to smart growth in Europe 2020. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/communic/smart_growth/comm2010_553_en.pdf [cit. 27. února 2015].

EK: *Commission Staff Working Document, Elements for a Common Strategic Framework 2014 to 2020 the European Regional Development Fund, the European Social Fund, the Cohesion Fund, the European Agricultural Fund for Rural Development and the European Maritime and Fisheries Fund, ANNEXES.* Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/working/strategic_framework/csf_part2_en.pdf [cit. 27. února 2015].

EK: *Guide on Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS3 Guide).* Dostupné [on-line] na: <http://ipts.jrc.ec.europa.eu/activities/research-and-innovation/s3platform.cfm> [cit. 23. února 2015].

EU: *Strategická příručka: Jak strategicky využívat evropské podpůrné programy, včetně strukturálních fondů, jak pečovat o kulturní potenciál pro lokální, regionální a národní rozvoj a podporovat jeho vedlejší účinky v širší ekonomice?* Otevřená metoda koordinace pro KKP – expertní pracovní skupina členských států, duben 2012. Dostupné [on-line] na: http://www.idu.cz/media/document/strategicka-prirucka-kkp_final.pdf [cit. 20. listopadu 2014].

MHP: *Operační program Praha – pól růstu ČR.* Dostupné [on-line] na: <http://www.prahafondy.eu/cz/budoucnost-2014/op-praha---pol-rustu-cr.html> [cit. 27. února 2015].

MMR ČR: *Dohoda o partnerství pro programové období 2014–2020.* Česká republika, 26. srpna 2014, verze schválená Evropskou komisí. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/fondy-eu/2014–2020/dokumenty?refnodeid=642788> [cit. 17. ledna 2015].

MMR ČR: *Integrovaný regionální operační program.* Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Microsites/IROP/Novinky/Programovy-dokument-Integrovaneho-regionalniho-ope> [cit. 27. února 2015].

MMR ČR: *Nářízení o společných ustanoveních.* Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/getmedia/bab041b2-16e0-4733-b5d9-aa80aad4c31d/1303-Narizeni-o-spolecnych-ustanovenich.pdf> [cit. 11. ledna 2015].

MMR ČR: *Operační program ESPON 2020*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/ESPON-2020>; http://www.espon.eu/main/Menu_Programme/Menu_ESPON2020Programme/index.html#_blank [cit. 27. února 2015].

MMR ČR: *Operační program Mezuregionální spolupráce INTERREG EUROPE*. Dostupné [on-line] na: www.strukturalni-fondy.cz; <http://www.central2013.eu> [cit. 17. ledna 2015].

MMR ČR: *Operační program nadnárodní spolupráce – Dunaj*. Dostupné [on-line] na: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/OP-nadnarodni-spoluprace-Danube> [cit. 29. ledna 2015].

MMR ČR: *Operační programy*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/> [cit. 11. ledna 2015].

MMR ČR: *Prvky společného strategického rámce*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Navrhy-novych-narizeni-kohezni-politiky-pro-obdobi/Prvky-Spolecneho-strategickeho-ramce-pro-obdobi-20> [cit. 17. ledna 2015].

MMR ČR: *Příklady dobré praxe – výběr 12 úspěšně realizovaných projektů z programu Central Europe 2007–2013*. Dostupné [on-line] na: http://www.strukturalni-fondy.cz/getmedia/03905c13-6a2e-47a8-9b3d-b917be3c87be/booklet_final_interaktivni-PDF.pdf [11. ledna 2015].

MPO ČR: *Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost*. Dostupné [on-line] na: <http://www.mpo.cz/dokument151263.html> [cit. 27. února 2015].

MPSV ČR: *Operační program Zaměstnanost*. Dostupné [on-line] na: <http://www.esfcr.cz/op-zamestnanost-2014-2020> [cit. 27. února 2015].

MŠMT ČR: *Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání*. Dostupné [on-line] na: <http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/zakladni-dokumenty-op-ppv> [cit. 27. února 2015].

NS MAS ČR: *Program rozvoje venkova*. Dostupné [on-line] na: http://nsmascr.cz/content/uploads/2014/07/PRV_do_vlady.pdf [cit. 17. ledna 2015].

SMART Prague 2014–2020. Dostupné [on-line] na: http://www.prahafondy.eu/userfiles/File/budoucnost2014plus/Smart_Prague/SMART_Prague_2014-01-27.pdf [cit. 17. ledna 2015].

Shrnutí

Řešitelský tým výzkumného projektu *Mapování kulturních a kreativních průmyslů (KKP) v ČR*, jehož je tato publikace výstupem, jedním z důležitých, nahlíží na KKP v celé jejich šíři. Rozhodl se zkoumat a zjišťovat stav kulturních a kreativních činností bez ohledu na typ subjektů, které je vykonávají. Za základní typy lze v tomto kontextu považovat subjekty veřejné, neziskové, tržní, vzdělávací a výzkumné. Na existenci kvalitní a efektivní kulturní infrastruktury, která je předpokladem pro rozkvet kultury, jež přispívá ke kvalitě společnosti i k jejímu ekonomickému růstu, se podílejí soukromé firmy, osoby samostatně výdělečně činné, umělci, neziskové a veřejně dotované organizace, instituce formálního i neformálního školství či výzkumná pracoviště. Primární význam konceptu KKP spočívá v novém pohledu na kulturu – jako na kulturu v 360°.

Koncept KKP ve svém širokém záběru zahrnuje celou oblast kultury a de facto se jí snaží nově definovat a uchopit. Vzniká nové paradigma pro oblast kulturní politiky, jež postihuje všechny aspekty i funkce kultury a snaží se překonat dosavadní přístup založený pouze na podpoře veřejných a neziskových kulturních aktivit a organizací bez zohlednění širších souvislostí. Tento nový přístup rovněž umožňuje překlenout dosavadní striktní oddělování komerční a nekomerční sféry a historickou propast mezi tzv. vysokým a nízkým uměním, která je stále velmi citlivě vnímána. Takový vývoj lze považovat za přirozený i vzhledem k současnému prostředí a podmínkám, v nichž se kulturní činnosti odehrávají. I neziskové a veřejné organizace se nacházejí v konkurenčním prostředí: zpoplatňují své služby, díky svému množství jsou nuceny hledat i neveřejnou finanční podporu a musí bojovat o své publikum a zákazníky. Všechny funkce kultury mají svůj význam a je žádoucí, aby prvotní (imanentní) i vedlejší (instrumentální) hodnoty kultury vytvářely harmonický svazek. Při nastavování strategií a podpůrných politik je pak v tomto kontextu nutné velmi citlivě rozlišovat mezi tím, co znamená podpora tvorby coby základu a zdroje kreativity, díky níž mohou vzkvétat i průmysly, a podpora průmyslů a kreativní ekonomiky, která spadá do sféry podpory rozvoje podnikání.

Jelikož oblast kulturních a kreativních průmyslů (KKP) zahrnuje mnoho oborů a úhlů pohledu stejně jako statistik, dat a vývojových trendů, je tato publikace rozdělena do dvou svazků. Nyní vám představujeme první svazek publikace s podtitulem *Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty*, nahlížející celou problematiku komplexně, přičemž důraz je kladen na celkové postavení KKP v národní ekonomice, metodiku makroekonomického mapování a statistická data. První svazek obsahuje osm kapitol od různých autorů, odborníků na danou problematiku z celé ČR: *Význam, definice a vymezení kulturních a kreativních průmyslů, Kvantitativní mapování kulturních a kreativních průmyslů v České republice, Účet kultury, Postavení kultury v rámci makroekonomiky ČR, Kulturní cestovní ruch a možnosti jeho měření s využitím satelitních účtů, Výdaje na výzkum a vývoj v KKP,*

Strategické dokumenty související s podporou kulturních a kreativních průmyslů a Možnosti využití Evropských strukturálních a investičních fondů pro podporu kulturních a kreativních průmyslů 2014–2020.

Návrh definice KKP pro Českou republiku

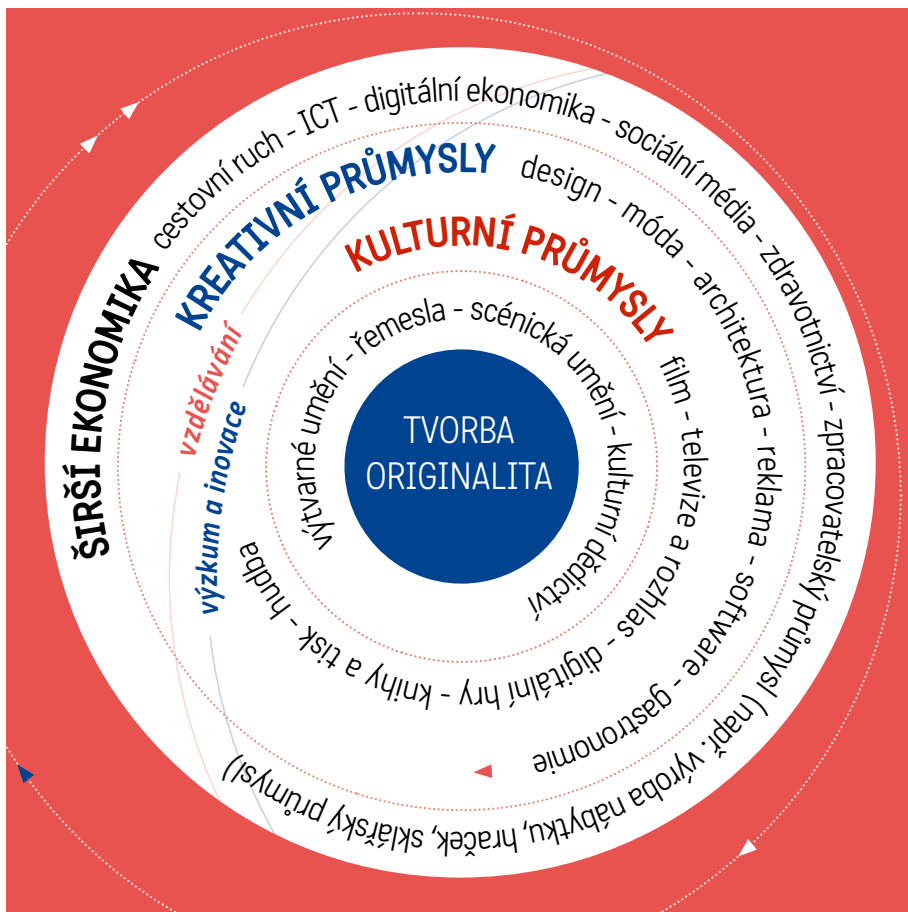
Na Ministerstvu kultury ČR vznikl na konci roku 2014 pracovní tým pro kulturní a kreativní odvětví (KKO), který se rozhodl stavět na dosavadních zjištěních a návrzích vzešlých v rámci projektu *Mapování*. Jedním z jeho počínů je návrh definice pro ČR, která vychází především z definice Velké Británie a materiálů Evropské komise.

Kulturní a kreativní odvětví (KKO) zahrnují činnosti, jejichž základem je lidská kreativita, dovednosti a talent. KKO jsou založena na kulturních hodnotách, uměleckých a kreativních projevech. Mají potenciál vytvářet bohatství a pracovní místa zejména využitím duševního vlastnictví. Zahrnují činnosti (služby, díla, výkony a produkty) veřejné, neziskové a tržní bez ohledu na druh a způsob financování subjektu, který je provádí.

Výstupy činností KKO přispívají svou přidanou hodnotou ostatním hospodářským odvětvím a mohou být zdrojem technologických i netechnologických inovací (kreativní a digitální ekonomika). KKO mají mnoho dalších pozitivních dopadů na společnost i na konkrétní jedince.

Ke KKO patří mimo jiné architektura, design, reklama, film a audiovizie, hudba, knihy a tisk, herní průmysl, software, nová média a navazující IT služby, rozhlasové a televizní vysílání, scénická umění, výtvarné umění, umělecká řemesla, gastronomie, kulturní dědictví.

Obrázek 1: Návrh vymezení KKP v ČR



Návrh na vymezení KKP pro Českou republiku podle ekonomických činností

ČR má k dispozici od roku 2011 (s prvními daty za rok 2009) satelitní účet kultury, který zpracovává Český statistický úřad (ČSÚ) ve spolupráci s Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu (NIPOS). Statistika pro kulturu byla vytvořena a je naplňována na základě vládního úkolu z roku 2008 vyplývajícího z přijetí usnesení o Státní kulturní politice na léta 2009–2014.¹ Účet kultury vymezuje oblast kultury v souladu s výstupy a doporučeními práce Evropské sítě statistického

¹ Státní kulturní politika 2009–2014 (2009). Ministerstvo kultury ČR. Praha. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-politika/kulturni-politika-fresh.pdf> [cit. 10. 12. 2014].

systému pro kulturu – ESSnet Culture.² Znamená to, že český účet kultury je téměř totožný ve svém vymezení ekonomických činností s návrhem vymezení ESSnet Culture.³

Na základě dosavadních zjištění a zvážení existujících a v zahraniční praxi používaných vymezení předkládá řešitelský tým projektu *Mapování* návrh na následující vymezení KKP v ČR podle klasifikace ekonomických činností, s kterou pracuje Český statistický úřad, ale i další úřady, jako např. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Jedná se o tzv. CZ-NACE kódy, detailně určující konkrétní ekonomické činnosti.⁴

Obecná východiska:

- navrhujeme vymežit KKP v ČR dle CZ-NACE modulovým principem, to znamená vytvořit otevřený systém, který by se mohl v návaznosti na aktuální a konkrétní potřeby měnit
- vzhledem k existenci českého satelitního účtu kultury navrhujeme zachovat dosavadní vymezení účtu kultury a chápat ho jako základní, první modul pro vymezení KKP v ČR, tento návrh se zakládá především na skutečnosti, že český účet kultury je vytvořen v souladu s projektem ESSnet Culture, a pokud se doporučeními tohoto projektu budou řídit i další evropské země, umožní účet kultury srovnání výkonu základních oblastí KKP s jinými evropskými zeměmi, další moduly budou představovat tzv. navazující a podpůrná odvětví, mezi která navrhujeme zařadit NACE uvedené níže
- za základní dva moduly pro sledování výkonu KKP navrhujeme považovat výše zmíněný první modul, který je totožný s účtem kultury, a druhý modul, který zahrnuje informační a komunikační činnosti (software, nová média a navazující IT služby)
- ostatní navržené moduly navrhujeme označit jako navazující a podpůrná odvětví
- pro co nejpřesnější vymezení činností jsme zvolili čtyřmístné kódy NACE, nicméně v praxi je možné podle potřeby pracovat i s nadřazenými dvou- či třímístnými kódy NACE
- základním podkladem pro návrh vymezení KKP pro ČR je analýza vymezení používaných v zahraničí⁵

2 Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm
[cit. 12. 11. 2014].

3 Bližší komentář k porovnání vymezení účtu kultury ČR a projektu ESSnet Culture je uveden na s. 59 publikace Kraus, M., Žáková, E.: Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora, Institut umění – Divadelní ústav 2014, Dostupné online na: <http://www.idu.cz/media/document/kulturi-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich-evropske-unie.pdf>.

4 Popis klasifikace CZ-NACE a popis ekonomických činností viz ČSÚ: http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_%28cz_nace%29.

5 V příloze č. 1 uvádíme přehlednou srovnávací tabulku, která byla vypracována pro publikaci: Kraus, M., Žáková, E.: Kulturní a Kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora, Institut umění – Divadelní ústav 2014.

- vzhledem k tomu, že návrh definice KKO Ministerstva kultury ČR byl vytvořen až na konci roku 2014, projekt *Mapování*, který byl zahájen již v roce 2011, nepočítal se zařazením odvětví gastronomie, které tudíž není zohledněno v následujícím návrhu vymezení; v případě gastronomie vyvstává nelehká otázka, které činnosti by měly být do tohoto odvětví řazeny, aby se gastronomie nekryla s oblastí zemědělství, potravinářským průmyslem a širokou oblastí stravování a pohostinství
- pokud jde o terminologii, doporučujeme termín kulturní a kreativní průmysly či jen zkráceně kreativní průmysly používat pouze pro podnikatelské/tržní činnosti – produkty a služby či v tomto případě používat opis: podpora podnikání v kulturních a kreativních odvětvích, termín kulturní a kreativní odvětví by pak mohl být používán jako synonymum termínu kultura
- modulový systém nabízí do budoucna otevřenost a možnost moduly dále rozšiřovat: například vytvořit kritéria pro specifický modul týkající se kulturního cestovního ruchu a do přínosu KKP začlenit i část výsledků existujícího satelitního účtu cestovního ruchu (dále viz kapitolu Kulturní cestovní ruch a možnosti jeho měření s využitím satelitních účtů)
- nabízí se i možnost pracovat modulově na oddělení tržních a netržních aktivit, tedy vytvořit metodiku a kritéria pro dva speciální moduly: Účet kultury ČR statisticky sleduje a dává do jedné roviny tržní i netržní subjekty – některé země (především Německo a Rakousko) důsledně oddělují tržní a netržní aktivity, a pokud jde o KKP sledují pouze tržní subjekty; oddělené sledování na jednu stranu umožňuje přesnější statistiku, na druhou stranu však může vytvořit umělou a nebezpečnou hranici mezi těmito typy aktivit, nicméně existence speciálních modulů by umožňovala jejich vzájemné porovnání i porovnání s účtem kultury

Návrh modulů vymezení podle ekonomických činností⁶

MODUL 1 – ZÁKLADNÍ KKP – ÚČET KULTURY

sektor	odvětví	kategorie ekon. činností CZ-NACE	popis kategorie CZ-NACE
Kulturní sektor	Kulturní dědictví	91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
		91.02	Činnosti muzeí
		91.01	Činnosti knihoven a archivů
		47.78	Ostatní maloobchod s novým zbožím ve specializovaných prodejnách (část)
		47.79	Maloobchod s použitým zbožím v prodejnách (část)
	Scénická umění	90.01	Scénická umění
		90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění
		90.04	Provozování kulturních zařízení
	Výtvarné umění	74.20	Fotografické činnosti
		90.03	Umělecká tvorba
	Kulturní a umělecké vzdělávání	85.52	Umělecké vzdělávání
	Umělecká řemesla	nemají samostatné NACE	jsou zahrnuty většinou pod následujícími NACE 14. Výroba oděvů 15. Výroba usní a souvisejících výrobků 16. Zpracování dřeva, výroba dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, kromě nábytku 23. Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků 25. Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení 31. Výroba nábytku 32. Ostatní zpracovatelský průmysl 43. Specializované stavební činnosti – je nutné sledovat na základě adresářů – výběrového statistického šetření

⁶ Vysvětlivky, tedy podrobný popis činností zahrnutých pod jednotlivé kódy, jsou dostupné na stránkách ČSÚ: [http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/vysvetlivky_cz_nace/\\$File/vysvetlivky_cz_nace.pdf](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/vysvetlivky_cz_nace/$File/vysvetlivky_cz_nace.pdf) uvedeny v příloze č. 2.

sektor	odvětví	kategorie ekon. činnosti CZ-NACE	popis kategorie CZ-NACE
Kulturní průmysly	Film a video	59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.14	Promítání filmů
		77.22	Pronájem videokazet a disků
		47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy (část)
	Hudba	59.20	Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
		47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy (část)
	Televize	60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
	Rozhlas	60.10	Rozhlasové vysílání
	Knihy a tisk	58.11	Vydávání knih
		58.13	Vydávání novin
		58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
		47.61	Maloobchod s knihami
		47.62	Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím
		63.91	Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
		74.30	Překladatelské a tlumočnické činnosti
Videohry	58.21	Vydávání počítačových her	
Kreativní průmysly	Architektura	71.11	Architektonické činnosti
	Reklama	73.11	Činnosti reklamních agentur
	Design	74.10	Specializované návrhářské činnosti
Neznámá oblast (správní činnosti)		84.11	Všeobecné činnosti veřejné správy (část)
		84.12	Regulace činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče, vzděláváním, kulturou a sociální péčí, kromě sociálního zabezpečení (část)
		94.99.2	Činnosti organizací na podporu kulturní činnosti

MODUL 2 – INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ ČINNOSTI

Vydavatelské činnosti	58.12	Vydávání adresářů a jiných seznamů
	58.19	Ostatní vydavatelské činnosti
	58.29	Ostatní vydávání softwaru
Činnosti v oblasti informačních technologií	62	Lze zahrnout celý NACE 62
	62.01	Programování
	62.02	Poradenství v oblasti informačních technologií
	62.03	Správa počítačového vybavení
Informační činnosti	62.09	Ostatní činnosti v oblasti informačních technologií
	63	Lze zahrnout celý NACE s tím, že NACE 63.91 je zařazen i v účtu kultury
	63.11	Činnosti související se zpracováním dat a hostingem
	63.12	Činnosti související s webovými portály
	63.99	Ostatní informační činnosti j. n.

MODUL 3 – ŘEMESLA A ODĚVNÍ PRŮMYSL

Zahrnuje vybraná NACE ze Sekce C a F (Zpracovatelský průmysl a Stavebnictví)

Výroba oděvů	14	Lze zahrnout celý NACE 14
	14.11	Výroba kožených oděvů
	14.12	Výroba pracovních oděvů
	14.13	Výroba ostatních svrchních oděvů
	14.14	Výroba osobního prádla
	14.19	Výroba ostatních oděvů a oděvních doplňků
	14.20	Výroba kožešinových výrobků
	14.31	Výroba pletených a háčkových punčochových výrobků
	14.39	Výroba ostatních pletených a háčkových oděvů
Výroba usní a souvisejících výrobků	15	Lze zahrnout celý NACE 15
	15.11	Činění a úprava usní (vyčiněných kůží); zpracování a barvení kožešin
	15.12	Výroba brašnářských, sedlářských a podobných výrobků
	15.20	Výroba obuvi
	15.20.1	Výroba obuvi s usňovým svrškem
	15.20.9	Výroba obuvi z ostatních materiálů
Zpracování dřeva, výroba dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, krom nábytku	16	
	16.29	Výroba ostatních dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, kromě nábytku

Výroba papíru a výrobků z papíru	17	
	17.24	Výroba tapet
Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků	23	
	23.13	Výroba dutého skla
	23.19	Výroba a zpracování ostatního skla včetně technického
	23.31	Výroba keramických obkládaček a dlaždic
	23.41	Výroba keramických a porcelánových výrobků převážně pro domácnost a ozdobných předmětů
Výroba nábytku	31	
	31.01	Výroba kancelářského nábytku a zařízení obchodů
	31.02	Výroba kuchyňského nábytku
	31.09	Výroba ostatního nábytku
Ostatní zpracovatelský průmysl	32	
	32.1	Výroba klenotů, bižuterie a příbuzných výrobků (zařadit celou 32.1)
	32.11	Ražení mincí
	32.12	Výroba klenotů a příbuzných výrobků
	32.13	Výroba bižuterie a příbuzných výrobků
	32.20	Výroba hudebních nástrojů
	32.40	Výroba her a hraček
	32.99	Ostatní zpracovatelský průmysl j. n.

MODUL 4 – REKREAČNÍ ČINNOSTI, TISK A ROZMNOŽOVÁNÍ NAHRANÝCH NOSIČŮ

Zahrnuje vybrané NACE ze SEKCE R – Kulturní, zábavní a rekreační činnosti

Činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení	91	
	91.04	Činnosti botanických a zoologických zahrad, přírodních rezervací a národních parků
	93.2	
	93.21	Činnosti lunaparků a zábavních parků
	93.29	Ostatní zábavní a rekreační činnosti j. n.
Tisk a rozmnožování nahraných nosičů	18	
	18.11	Tisk novin
	18.12	Tisk ostatní
	18.13	Příprava tisku a digitálních dat
	18.14	Vázání a související činnosti
	18.20	Rozmnožování nahraných nosičů
Reklama a průzkum trhu	73	
	73.12	Zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru

Kvantitativní mapování KKP v ČR a účet kultury

V rámci projektu *Mapování KKP* bylo uskutečněno speciální kvantitativní mapování KKP v ČR, realizované na základě dostupných statistik Registru ekonomických subjektů, s nímž pracuje i Účet kultury ČR. Statistiky však byly na rozdíl od účtu kultury podrobeny další analýze a tzv. čištění, kdy byly ze seznamu relevantních subjektů KKP vyřazeny neaktivní subjekty, a naopak přidány aktivní subjekty KKP, které byly původně zařazeny do jiných odvětví. Šetření proběhlo na základě návrhu vymezení KKP pro Českou republiku podle ekonomických činností (viz kapitolu Kvantitativní mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR), to znamená, že zahrnovalo všechny navržené moduly statistického sledování (první modul totožný s účtem kultury i moduly navazujících a podpůrných odvětví). Nicméně metodika kvantitativního mapování zahrnuje jemné odchylky (nuance) týkající se výčtu zahrnutých kódů NACE oproti návrhu modulů, které jsou způsobeny strukturou klasifikace NACE i dostupnými daty poskytovanými jak Českým statistickým úřadem, tak dalšími soukromými statistickými databázemi.

Základní přehled metodiky speciálně provedeného kvantitativního mapování KKP v ČR a porovnání jeho závěro se zjištěními účtu kultury

a) Základní výsledky kvantitativního mapování a jejich srovnání s daty z účtu kultury⁷

Tabulka 1: Počet subjektů KKP v ČR – srovnání projektu kvantitativního mapování KKP v ČR a účtu kultury

sektor	oblasti (mapování KKP)	počet subjektů (kvantitativní mapování KKP, 2014)	oblasti (účet kultury)	počet subjektů (účet kultury 2012)
KULTURNÍ SEKTOR	Kulturní dědictví	1889	Kulturní dědictví	6225
	Scénická umění	3166	Scénická umění	5717
	Výtvarné umění	5085	Výtvarné umění	6745
			Umělecká řemesla	1000
	Umělecké vzdělávání	1256	Kulturní a umělecké vzdělávání	1255
	sektor celkem	11 396	sektor celkem	20 942
KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film, televize a rozhlas	2011	Film a video	1179
	Hudba	2597	Rozhlas	60
	Překladatelské a tlumočnické činnosti	19 730	Televize	120
	Vydavatelské činnosti	8660	Hudba	2870
			Knihy a tisk	36 100
	sektor celkem	32 998	sektor celkem	40 357
KREATIVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	2062	Architektura	3508
	Reklama	4406	Reklama	5625
	Design	1067	Design	1315
	sektor celkem	7535	sektor celkem	10 448
		Správa a podpora kult. činnosti	770	
KULTURA CELKEM		51 929	KULTURA CELKEM	72 517

Jak je patrné, počet subjektů (fyzických a právnických osob) v kultuře a KKP se u obou metodik liší, účet kultury uvádí téměř o 40 % více subjektů než výsledky speciálně provedeného kvantitativního mapování. Nižší počet subjektů ve výsledcích mapování je způsoben jednak vyřazením velkého počtu neaktivních subjektů z původních statistik, dále jsou nesrovnalosti dány také skutečností, že účet kultury pracuje povětšinou se skupinami čtyřmístných NACE, do kterých jsou řazeny subjekty podle registru ekonomických subjektů (RES). Mnohé subjekty, které vykonávají činnost shodnou s popisem daného NACE, jsou však v RES zařazeny do

⁷ Je nutné upozornit na skutečnost, že poslední dostupná a zde uvedená data účtu kultury jsou za rok 2012, zatímco data kvantitativního mapování se vztahují k datům statistických databází z podzimu 2014. Jedná se tedy pouze o rámcové srovnání statistických dat, která se každým rokem mění.

nadřazené skupiny troj-, či dokonce dvoumístného NACE, a proto nejsou ve skupině čtyřmístné NACE vůbec zaznamenány. Naopak velmi často dochází ke skutečnosti, že se v RES vyskytují, jak již bylo řečeno, i neaktivní subjekty, které činnost nevykonávají či do dané skupiny nespádají.

Tabulka 2: Počet zaměstnanců v KKP v ČR – srovnání projektu kvantitativního mapování KKP v ČR a účtu kultury

sektor	oblasti (mapování KKP)	zaměstnanost (kvantitativní mapování KKP, 2014)	oblasti (účet kultury)	zaměstnanost (účet kultury 2012)
KULTURNÍ SEKTOR	Kulturní dědictví	28 428	Kulturní dědictví	17 664
	Scénická umění	13 062	Scénická umění	12 478
	Výtvarné umění	7043	Výtvarné umění	1347
			Umělecká řemesla	1230
	Umělecké vzdělávání	18 116	Kulturní a umělecké vzdělávání	467
	sektor celkem	66 649	sektor celkem	33 186
KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film, televize a rozhlas	12 969	Film a video	1528
	Hudba	4067	Rozhlas	1809
	Překladačské a tlumočnické činnosti	22 157	Televize	4358
	Vydavatelské činnosti	29 062	Hudba	307
			Knihy a tisk	13 794
	sektor celkem	68 255	sektor celkem	22 532
KREATIVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	13 383	Architektura	7117
	Reklama	12 457	Reklama	13 277
	Design	1598	Design	660
	sektor celkem	27 438	sektor celkem	21 054
		Správa a podpora kult. činnosti	3013	
KULTURA CELKEM	162 342	KULTURA CELKEM	79 785	

Ve srovnání zaměstnanosti v účtu kultury a ve výsledcích kvantitativního mapování nacházíme zcela opačný výsledek, to znamená, že mapování zjistilo více než 162 tis. pracovníků ve všech oblastech, zatímco účet kultury uvádí jen necelých 80 tis. přepočtených plných úvazků (tj. necelých 45 %). I zde je jedním z faktorů odlišnosti metodika, kdy např. v procesu mapování byly zahrnuty také osoby samostatně výdělečně činné na rozdíl od dat v účtu kultury (dle J. Nováka z ČSÚ lze odhadovat počet OSVČ na 45 tis. osob a osob pracujících na dohodu na dalších 15,5 tis. osob).

Výše uvedené nesrovnalosti a nepřesnosti lze považovat za celkovou nepřesnost a chaos ve všech dostupných statistikách, které mají problém podchytit a sledovat

odvětví KKP a zahrnují především data velkých podniků (která jsou snadno zjištělná), zatímco data za mikropodniky a živnostníky jsou velmi nepřesná. K tomu přispívá i skutečnost, že ve formuláři daňového přiznání nemusí živnostníci zařadit svoji hlavní činnost do patřičné kategorie ze seznamu ekonomických činností, který by odpovídal kategoriím CZ-NACE, a navíc vykonávají více druhů činností. V důsledku jsou často ve statistice zcela nedohledatelní. Dalším úskalím je vzájemná nepochopitelnost jednotlivých statistických šetření z různých úhlů pohledu, existence více paralelních zdrojů statistik (ČSÚ a data komerčních statistických firem) a do jisté míry pochopitelná, avšak demotivující netransparentnost statistických dat.

b) Základní výsledky kvantitativního mapování podpůrných a návazných odvětví KKP

V následujících tabulkách jsou uvedeny základní ukazatele zjištěné při mapování podpůrných a návazných odvětví KKP, vymezených dle výše navržených modulů 2, 3 a 4.

Tabulka 3: Počet subjektů a pracovníků v oblastech informačních a komunikační činnosti v ČR v roce 2014

Modul 2 – Informační a komunikační činnosti	počet subjektů	zaměstnanost
Software a další činnosti v IT	24 008	88 680
Webové portály a další informační činnosti	6536	25 045
celkem	30 544	113 725

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování (P. Bednář a L. Danko, projekt Mapování KKP)

Tabulka 4: Počet subjektů a pracovníků v oblastech řemesel a oděvního průmyslu v ČR v roce 2014

Modul 3 – Řemesla a oděvní průmysl	počet subjektů	zaměstnanost
Výroba oděvů	16 705	37 301
Ostatní zpracovatelský průmysl	3239	9508
Výroba ostatních užitných předmětů	2419	6794
Výroba klenotů a bižuterie	2405	5318
Výroba keramiky	1325	5791
Výroba nábytku	1319	17 216
Výroba obuvi a kožedělných výrobků	825	7366
Výroba her a hraček	623	6962
Výroba skla	578	12 912
Výroba hudebních nástrojů	239	1166
celkem	29 677	110 334

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování (P. Bednář a L. Danko, projekt Mapování KKP)

Tabulka 5: Počet subjektů a pracovníků v oblastech rekreačních činností, tisku a rozmnožování nahranych nosičů v ČR v roce 2014

Modul 4 – Rekreační činnosti, tisk a rozmnožování nahranych nosičů	počet subjektů	zaměstnanost
Ostatní zábavní a rekreační činnosti	8337	15 535
Tisk a související činnosti	6553	23 737
Rozmnožování nahranych nosičů	994	2564
Zábavní a poznávací parky	322	3217
Zastupování médií při prodeji reklamy	317	2565
celkem	16 523	47 618

Zdroj: Bisnode (2014) a vlastní zpracování (P. Bednář a L. Danko, projekt Mapování KKP)

Pokud shrneme výsledky kvantitativního mapování za všechny čtyři moduly, **dohromady ve všech zmíněných oblastech kulturních a kreativních průmyslů působí v ČR 128 673 subjektů a 434 019 pracovníků** (viz tabulka 6).

Někdy jsou prezentována a dále srovnávána dohromady odvětví KKP včetně ICT (tzn. moduly 1 a 2). Tyto dva moduly dohromady zahrnují 82 473 ekonomických subjektů a 276 067 pracovníků.

Tabulka 6: Počet subjektů a pracovníků ve všech oblastech KKP a v jejich podpůrných a navazujících odvětvích v ČR v roce 2014

	počet subjektů	v %	zaměstnanost	v %
Modul 1 (převažující KKP)	51 929	40,4	162 342	37,4
Modul 2 (informační a komunikační technologie)	30 544	23,7	113 725	26,2
Modul 3 (řemesla a oděvní průmysl)	29 677	23,1	110 334	25,4
Modul 4 (rekreační čin., tisk a rozmnož. nahranych nosičů)	16 523	12,8	47 618	11,0
celkem	128 673	100,0	434 019	100,0

Kdo jsou subjekty a lidé v odvětvích KKP

Další blok výsledků kvantitativního mapování kulturních a kreativních průmyslů se zaměřuje na vybrané charakteristiky orientované na právní formu, druh vlastnictví a především na hodnocení velikostní struktury subjektů jak podle jejich počtu, tak podle zaměstnanosti ve vztahu k vymezení velikosti podniků v EU.

Co se týká právní formy, soukromé subjekty tvoří dominantní podíl s hodnotou 96,7 %. Tato skutečnost poukazuje nejen na rozhodující roli soukromých subjektů v KKP, ale také především na to, že v případě kulturních a kreativních průmyslů tyto hrají dominantní roli, a tedy jejich existence je přispěvkem k hospodářství České republiky. Neziskové a veřejné subjekty se výrazněji uplatňují pouze v případě kulturního sektoru, a to především z důvodu jejich orientace na kulturní dědictví a umělecké vzdělávání, kde jsou tyto právní formy výrazněji zastoupeny vzhledem k povaze jejich činnosti a explicitně vyřčené odpovědnosti státu za jejich ochranu, resp. rozvoj.

Tabulka 7: Právní forma subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v ČR v roce 2014 (v %)

		sektor			celkem
		Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly	
právní forma	neziskové	6,8	0,1	0,0	1,6
	soukromé	85,4	99,8	99,9	96,7
	veřejné	7,8	0,1	0,0	1,8
celkem		100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: *Bisnode (2014) a vlastní zpracování (P. Bednář a L. Danko, projekt Mapování KKP)*

V další části jsou vyhodnoceny subjekty KKP podle velikostních kategorií. Na základě tabulky 8 docházíme k jednoznačnému závěru o převaze OSVČ ve všech sektorech, kdy tento výsledek je obecně platný i pro mapování v ostatních zemích OECD. Na druhém místě se nacházejí mikropodniky a pouze v kulturním sektoru nalézáme významnější podíl malých podniků. Pokud shrneme výše dosažené výsledky, pak lze v KKP ve vztahu k velikosti subjektů uplatnit pravidlo „*málo velkých a mnoho malých jednotek*“. Na tomto základě lze uplatnit závěr o splnění podmínky z hlediska velikosti téměř všech subjektů KKP k veřejné podpoře ze strany EU pro malé a střední podniky.

Tabulka 8: Kategorie velikosti subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v ČR v roce 2014 (v %)

		sektor			celkem
		Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly	
kategorie podniků	OSVČ	77,9	86,7	77,4	83,4
	mikro-podniky	10,1	12,2	17,3	12,5
	malé podniky	10,3	0,9	4,5	3,5
	střední podniky	1,6	0,1	0,8	0,5
	velké podniky	0,1	0,1	0,1	0,1
celkem		100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroje: Databáze firem a institucí, Bisnode 2014. Bednář, Pavel, Danko, Lukáš: Mapování KKP (projekt). Vlastní zpracování.

Základní zjištění účtu kultury

Satelitní účet kultury sestavovaný Českým statistickým úřadem a organizací NIPOS sleduje statistiky o oblastech kulturních a kreativních odvětví (vymezených v modulu 1) za léta 2009–2012. Následující tabulka uvádí podíl KKP na výkonu celé české ekonomiky.

Tabulka 9: Základní ukazatele účtu kultury ČR (2010–2012)

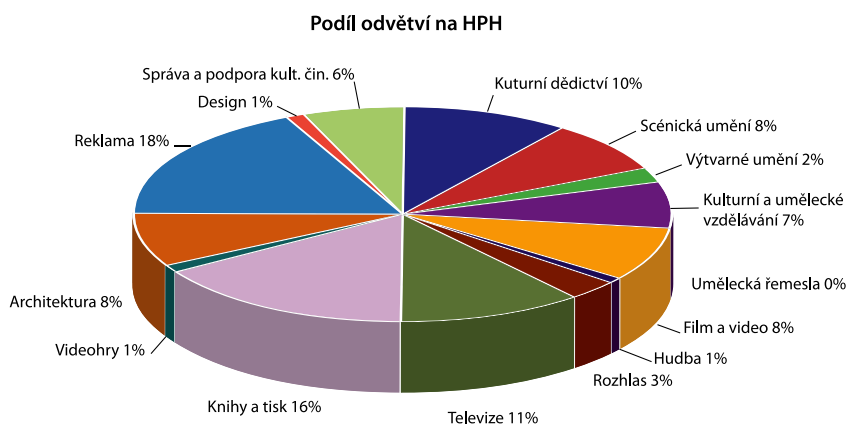
indikátor	2010	2011	2012
podíl KKP na celkové HPH české ekonomiky (v %)	2,53	2,33	2,32
podíl KKP na celkové zaměstnanosti ČR (v %)	1,8	1,7	1,6

Z uvedených výsledků vyplývá, že podíl kultury na HPH a zaměstnanosti celé ČR dle účtu kultury mírně klesá, nicméně je nutné zdůraznit, že účet kultury nezahrnuje oblast **digitální ekonomiky**, tedy činnosti související s informačními a komunikačními technologiemi, které jak vyplývá i ze zahraničních studií, se stále výrazněji podílejí na ekonomickém růstu kreativních průmyslů. Podle jediné dostupné studie na téma digitální ekonomiky v ČR, kterou zpracoval Institut pro digitální ekonomiku v roce 2014, zaznamenal vývoj počtu zaměstnanců v sektoru ICT výrazný nárůst: z 116 670 zaměstnanců (včetně podnikatelů) na 140 643 v roce 2012. Roku 2012 činil podíl IT odborníků na celkové zaměstnanosti 2,7 % a studie odhaduje, že do roku 2020 by se mohl počet zaměstnaných v sektoru IT zvýšit na

dvojnásobek. Studie rovněž odhaduje podíl kulturních a kreativních průmyslů včetně sektoru ICT na celkovém HDP na 3,7 %.⁸

Pokud jde o **díličí údaje výsledků účtů kultury**, které byly zpracovány na zakázku projektu mapování, vyplývá z dat uvedených v tabulkách a v obrázku 1, že v rámci KKP nejvíce přispívají k HPH oblasti knih a tisku, reklamy a televize a dále architektura, film, hudba, design a videohry. Oblasti kulturního sektoru není vhodné porovnávat z pohledu přínosu k HPH, protože se ve velké míře jedná o oblasti dotované z veřejných rozpočtů.

Obrázek 2: Podíl jednotlivých odvětví na hrubé přidané hodnotě všech KKP v roce 2012



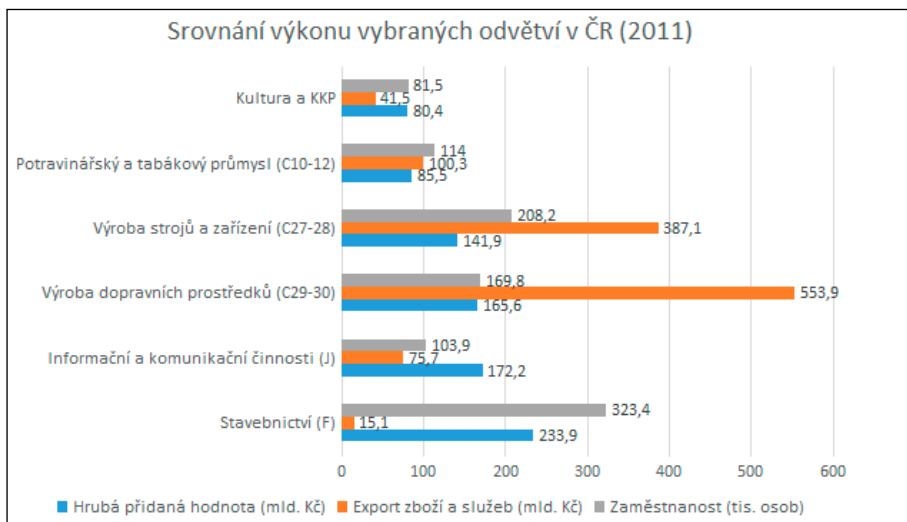
Zdroje: ČSÚ (trojsektorová tabulka vytvořená ČSÚ na základě výsledků účtu kultury pro projekt Mapování KKP v ČR). Kraus, Marcel, Žáková, Eva: Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie (projekt Mapování KKP v ČR). IDU, Praha, 2014.

Postavení kultury v rámci makroekonomiky ČR, problematika satelitních účtů

Satelitním účtům sestavovaným Českým statistickým úřadem a srovnání ekonomických ukazatelů významných odvětví se věnuje kapitola z pera Marka Rojíčka, vrchního ředitele sekce makroekonomických statistik Českého statistického úřadu. Následující obrázek uvádí základní srovnání vybraných odvětví české ekonomiky.

⁸ Informace o studii Potenciál digitální ekonomiky a kulturních a kreativních průmyslů pro další rozvoj a konkurenceschopnost České republiky jsou dostupné na: <http://www.digitalniekonomika.cz/>.

Obrázek 3: Srovnání výkonu vybraných odvětví ekonomiky ČR za rok 2011



Zdroj: ČSÚ. Dostupné [on-line] na: <http://www.czso.cz/csu> [cit. 12. listopadu 2014].

Kulturní sektor, jak je vymezen v satelitním účtu kultury, patří k relativně významným oblastem české ekonomiky s podílem 2,1 % na hrubém domácím produktu (zhruba 2,3 % na hrubé přidané hodnotě) a zaměstnává až 2 % všech pracovníků. Lze jej tak srovnat přibližně s odvětvím zemědělství a má zhruba poloviční váhu jako zdravotnictví nebo automobilový průmysl. V rámci kulturního sektoru je zařazeno široké spektrum oborů od tzv. tradičních (závislých na podpoře z veřejných prostředků) až po nové obory (např. audiovizuální), které jsou ekonomicky soběstačné a ziskové a jejich podíl roste. Relativně nevýznamný podíl má kulturní sektor na exportní výkonnosti české ekonomiky, z toho největší část tvoří audiovizuální technika a v oblasti služeb reklama.

Přibližně stejný podíl, jako má kultura na tvorbě HDP, má také na výdajích domácností – lze je srovnat přibližně s výdaji za zdraví. Domácnosti se podílejí na celkových výdajích na kulturu pouze 17 %, veřejné výdaje tvoří nezanedbatelný příspěvek k financování kultury, jejich podíl je však jen 15% a prostředky putují zejména z rozpočtů měst a obcí. Zhruba dvě třetiny soukromých prostředků plynoucích do sektoru kultury tvořily zdroje z finančních a nefinančních podniků. Převážná většina směřuje do oblasti reklamy, tisku a nákupu audiovizuální techniky.

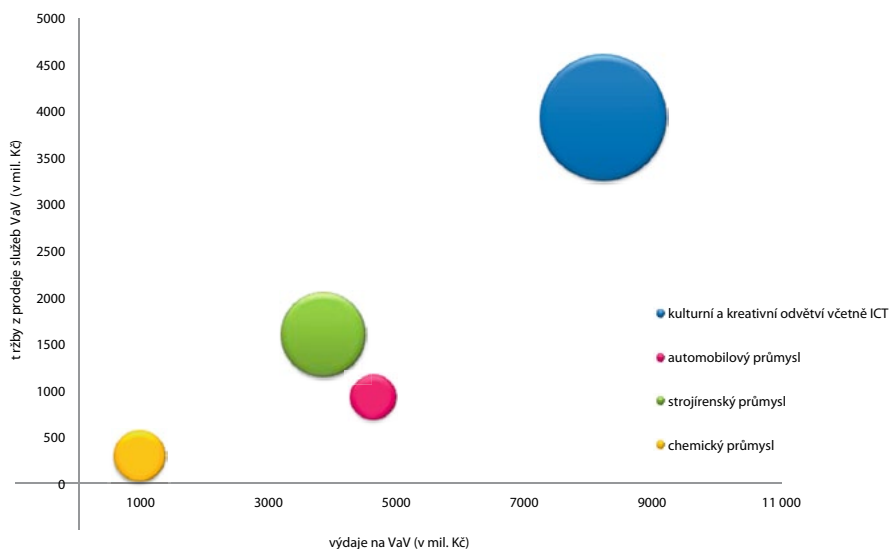
Z hlediska mezinárodního srovnání se podíl kulturního sektoru v České republice na tvorbě HDP dramaticky neliší od úrovně okolních zemí stejně jako při pohledu na veřejné výdaje na kulturu.⁹

⁹ Mezinárodnímu srovnání výkonu KKP se věnuje samostatná publikace: Kraus, M., Žáková, E., *op. cit.*

Výdaje na výzkum a vývoj KKP

Podle analýzy zaměřené na oblast výzkumu a vývoje v odvětví KKP včetně ICT rostou výdaje na vědu a výzkum velmi dynamicky, a to téměř ve všech ukazatelích (počet pracovišť, zaměstnanců, výdajů a tržeb z prodeje služeb ve vědě a výzkumu). Co do dynamiky růstu předčí i taková odvětví jako automobilový, strojírenský a chemický průmysl.

Obrázek 4: Umístění KKO a srovnávaných odvětví dle hlavních indikátorů vědy a výzkumu (2012)



Zdroj: Kraus, Marcel, Žáková, Eva: *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie (projekt Mapování KKP v ČR)*. IDU, Praha, 2014.

Tabulka 10: Hlavní ukazatele VaV ve vybraných odvětvích (2012)

hlavní ukazatele VaV v roce 2012	počet pracovišť VaV	výdaje na VaV (mil. Kč)	počet zam. ve VaV (FTE)	tržby za služby VaV celkem (mil. Kč)	z toho ze zahraničí (mil. Kč)
chemický průmysl	89	957,5	844,9	295,2	276,8
strojírenský průmysl	244	3844,5	3176,0	1603,4	967,5
automobilový průmysl	70	4610,5	3720,4	932,0	913,6
kulturní a kreativní odvětví (včetně ICT)	550	8220,4	8407,2	3937,6	2323,3

Zdroj: Kraus, Marcel, Žáková, Eva: *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie (projekt Mapování KKP v ČR)*. IDU, Praha, 2014.

V absolutních hodnotách vydávají KKP na vědu a výzkum téměř tolik co automobilový a strojírenský průmysl dohromady (8,2 mld. Kč v roce 2012). Za služby v oblasti vědy a výzkumu utrží KKP téměř 4 mld. Kč, což je téměř 1,5krát více než automobilový a strojírenský průmysl dohromady. Při bližším pohledu lze zjistit, že tahouny těchto odvětví jsou především architektonické a inženýrské činnosti a průmysl informačních a komunikačních technologií (ICT). Významnou pozici zauímají i oblasti vydávání softwaru (včetně počítačových her).

Strategické dokumenty a podpora KKP v ČR

Na základě provedení analýzy vertikálních i horizontálních strategií souvisejících s podporou kulturních a kreativních průmyslů v ČR včetně návrhů programů pro ČR v rámci Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF) pro období let 2014–2020 lze konstatovat, že zdánlivě nesourodé dokumenty vytvořené různými ministerstvy se dílčím způsobem věnují tematice KKP, přičemž parciálně zohledňují jejich potenciál pro rozvoj dalších odvětví. KKP mají potenciál přispět k ekonomickému a sociálnímu rozvoji především v důsledku současných integračních a globalizačních procesů vedoucích k závažným změnám v oblasti technologií, výroby i trhu, charakteru práce, podnikové organizace i požadavků na pracovní sílu. Nejen na flexibilitu a adaptabilitu pracovní síly, tedy na schopnost se přizpůsobit změnám, ale také – a dnes především – na její kreativitu a iniciativu, schopnost inovovat. Tato nová znalostní a digitální společnost znamená proměnu stejně zásadní, jako byla kdysi industrializace, navíc mnohem rychlejší a univerzálnější. Především malé státy s omezenou kapacitou surovin a výrobních prostředků musí využít nadání svých občanů co nejlépe. Výtvoř, nápady či výkony nadaných jedinců přispívají nejen k jejich osobnímu uspokojení (seberealizaci), ale obohacují i samu společnost a vytvářejí výrazné prvky její kultury. Kreativní lidé jsou nástrojem hospodářského úspěchu (Národní inovační strategie). Kulturní a kreativní průmysly/odvětví mohou být nástrojem k diverzifikaci ekonomické struktury a jsou (dle Strategie hospodářského rozvoje a Koncepce podpory malých a středních podniků) rozvíjející se oblastí sektoru služeb, který má vysokou přidanou hodnotu. Nicméně aktivizace kulturních hodnot a jejich zapojování do ekonomického života sídel a regionů patří k opomíjeným, avšak perspektivním oblastem hospodářského růstu (Strategie regionálního rozvoje, Národní rozvojový plán).

Většina formulací na úrovni národních strategických dokumentů ohledně KKP má do určité míry pouze „formální“ charakter, který není komplexně reflektován na úrovni konkrétních strategických cílů a opatření oborových strategických dokumentů. Pakliže má být plně rozvinut ekonomický, ale také sociální, vzdělávací, inovační a výzkumný potenciál kulturních a kreativních průmyslů, je velmi podstatné, aby konkrétní strategické dokumenty na národní úrovni tuto skutečnost zohledňovaly. Za odvětví KKP s nejvyšším prorůstovým potenciálem jsou strategickými dokumenty

označovány oblasti audiovizu (Strategie hospodářského růstu) a design (Národní rozvojový plán). Za zcela zásadní pro konkurenceschopnost ČR je vnímáno zvýšení tzv. digitální gramotnosti obyvatelstva a dostupnosti internetu i k jeho obsahu při zachování autorských práv (Strategie Evropa 2020 – Digitalizace kulturního obsahu, Koncepce rozvoje ICT ve vzdělávání pro období let 2009–2013, Digitální Česko, Digitální Česko v. 2.0).

Kreativita a KKP však nejsou ve strategiích vnímány jako klíčová témata ekonomického a sociálního rozvoje. Jsou také nedostatečně vnímány jako integrální součást inovačního procesu, přičemž podpora inovací se v analyzovaných dokumentech objevuje velmi často, protože inovace jsou vnímány jako jeden z hlavních faktorů ovlivňujících regionální rozvoj v ČR (Strategie regionálního rozvoje ČR). Nicméně v porovnání s analýzou strategických dokumentů, provedenou v roce 2009, je tematika KKP zmiňována ve většině sledovaných dokumentů a v několika dokumentech jsou uvedena opatření směřující k podpoře jejich růstu a propojování s dalšími odvětvími (Strategie hospodářského růstu, Národní rozvojový plán, Digitální Česko v. 2.0, Strategie konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu, Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie, Státní kulturní politika, Koncepce účinnější podpory umění a jiné).

Pokud jde o návrhy operačních programů ESIF, musíme konstatovat, že neobsahují příliš konkrétních odkazů na podporu KKP. Nicméně lze doufat, že programové dokumenty se vyznačují vysokou mírou obecnosti a že pro podporu KKP může být v budoucnu vymezen větší prostor na základě jednání ministerstva kultury a dalších relevantních orgánů s dalšími odpovědnými ministerstvy.

Na základě studií týkajících se možností využití SF pro podporu KKP a na základě průběžného dosavadního průzkumu potřeb jednotlivých KKP, které jsou součástí výzkumného projektu mapování, lze podrobněji rozepsat témata podpory podle Společného strategického rámce. Z jedenácti témat doporučených pro podporu v rámci ESIF podle dokumentu Evropské komise **Prvky společného strategického rámce na období let 2014–2020**¹⁰ byla pro KKP vytipována jako důležitá následující témata, k nimž byly vypracovány konkrétní okruhy podpory, jež by měly být prosazovány při vyjednávání podpory pro KKP z programů ESIF na úrovni ČR:¹¹

¹⁰ MMR ČR: *Prvky společného strategického rámce*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Navrhy-novych-narizeni-kohezni-politiky-pro-obdobi/Prvky-Spolecneho-strategickeho-ramce-pro-obdobi-20> [cit. 20. listopadu 2014].

¹¹ Témata jsou řazena dle důležitosti s uvedením čísla z původního dokumentu.

1. Posílení výzkumu, technologického rozvoje a inovací

- podpora infrastruktury a inkubačních služeb: coworkingová centra (huby), kreativní inkubátory (i při vysokých školách)
- podpora infrastruktury i rozvoje lidských zdrojů
- podpora spolupráce VŠ jako výzkumných organizací s ostatními sektory
- podpora výzkumu a inovací (výzkum trhu, konzumentů/publika, mapování potřeb, evaluace – benchmarking, využití ICT)
- podpora prolínání inovací oblastí KKP s dalšími odvětvími (např. zdravotnictví, strojírenství)
- obecná podpora mezinárodní spolupráce na poli vědy a výzkumu
- podpora výzkumu tvorby

3. Zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních podniků

- budování kapacit: poradenství a vzdělávání k získání kompetencí v oblastech strategického obchodního plánování, marketingu, managementu, projektového řízení, finančnictví, znalosti trhu, ICT, duševních práv, jazykového vybavení apod.
- podpora zprostředkovatelů (zastřešující, profesní a odborné organizace, agentury, manažeři, agenti, kurátoři ad.), kteří jsou schopni pro představitele KKP zajistit odpovídající prezentaci, financování, marketing, odbyt produktů a služeb, podporu inkubačních služeb v rámci kreativních inkubátorů
- podpora start-upů pro KKP
- podpora klastrů – propojení podnikatelského s dalšími sektory, propojení kreativního (design, architektura atd.) a širšího podnikatelského sektoru
- export a internacionalizace (podpora účasti na zahraničních veletrzích, festivalech apod.)
- podpora mezinárodní spolupráce a účasti na mezinárodních projektech
- přístup k financím: systém bankovních záruk, podpora vzniku nových metod financování (finanční inženýring)
- moderní technologie včetně softwaru – vybavení (studia zvuková, taneční a další, filmová postprodukce, muzea, herní průmysl, divadla), nové distribuční modely využívající ICT, výhodné půjčky, leasing
- podpora vzdělávání podnikatelů nekreativních podnikatelů v oblasti kreativních inovací
- podpora využití metod a postupů z oblasti kulturních a kreativních odvětví v dalších odvětvích (např. působení umělců a dalších kulturních aktérů v organizacích a firmách) s cílem zvýšit jejich konkurenceschopnost

10. Investice do vzdělávání, dovedností a celoživotního učení

- podpora alternativních výukových metod zaměřených na rozvoj individuální kreativity
- zvýšení účasti a zapojení žáků a studentů do uměleckých aktivit a zvyšování povědomí žáků a studentů o uměleckých oborech
- cílené propojování uměleckého vzdělávání s technologickým a ekonomickým (experimentální umělecké laboratoře, nové výukové obory, např. vzdělávání vývojářů videoher a speciálních vizuálních efektů pro film nebo strategický design a designový management)
- cílené propojování uměleckého vzdělávání s důkladným osvojováním si obchodních a podnikatelských dovedností
- povzbuzování kreativních partnerství (zapojení umělců a zprostředkovatelů do vzdělávacích projektů)
- podpora projektů propojujících umělecké školy a soukromý sektor/podniky (konzultační služby, stipendia, vouchery, stáže, mentoring, coaching)
- podpora partnerství mezi jednotlivými stupni uměleckých škol
- podpora partnerství mezi uměleckými školami a veřejnými a neziskovými institucemi
- podpora a zkvalitňování vzdělávání v oblasti arts managementu
- vzdělávání osob, jako jsou administrátoři, marketéři, manažeři, produkční
- podpora interkulturních kompetencí
- celoživotní učení – podpora a zkvalitňování vzdělávání osob pracujících v nekreativních profesích v oblasti kreativních průmyslů, např. administrátoři, marketéři, manažeři, produkční

8. Podpora zaměstnanosti a podpora mobility pracovních sil

- podpora dalšího vzdělávání v kulturních organizacích (jazykové kurzy, marketing, management, znalost informačních a komunikačních technologií a další)
- rekvalifikační kurzy (nové kurzy a rozšíření možností absolvování rekvalifikačních kurzů)
- podpora sítí a zastřešujících organizací včetně podpory jejich internacionalizace (ty sítě, které nelze podpořit v rámci podpory konkurenceschopnosti)
- podpora grantových programů mobility s cílem zajištění lepšího přístupu na zahraniční trhy
- podpora mezinárodních výměn a spolupráce, zahraničních stáží

2. Zlepšení přístupu k informačním a komunikačním technologiím, zvýšení jejich využití a kvality

- digitalizace a archivace kulturního obsahu
- rozvoj produktů a služeb ICT s kulturním obsahem pro využití ve vzdělávání a cestovním ruchu
- podpora vzdělávacích projektů zaměřených na počítačovou gramotnost
- podpora vzdělávacích projektů zaměřených na ochranu autorských práv v internetovém prostředí

4. Podpora přechodu na nízkouhlíkové hospodářství ve všech odvětvích

- podpora kulturních projektů zaměřených na propagaci důležitosti nízkouhlíkového hospodářství a podpora projektů šetrných k životnímu prostředí
- podpora inovací v architektuře (nové materiály, energetická úspornost) a designu
- podpora energeticky úsporné modernizace kulturní infrastruktury (např. rekonstrukce budov s ohledem na snižování emisí, rekonverze původně jinak sloužících budov pro kulturní účely)

5. Podpora přizpůsobení se změně klimatu, předcházení a řízení rizik

- podpora kulturních projektů zaměřených na propagaci přizpůsobení se změně klimatu
- výzkum a inovace týkající se péče o kulturní památky

9. Podpora sociálního začleňování a boj proti chudobě

- podpora kulturních projektů zaměřených na sociálně vyloučené skupiny a jedince
- podpora projektů zaměřených na rozvoj mezikulturního dialogu
- podpora projektů revitalizace deprivovaných oblastí a městské regenerace

11. Posilování institucionální kapacity a účinné veřejné správy

- zvyšování povědomí – propagace významu a potenciálu KKP pro růst, zaměstnanost a konkurenceschopnost
- podpora mapování, analýz, strategií
- podpora spolupráce napříč resorty a různými typy subjektů a představitelů veřejné, soukromé, akademické a neziskové sféry, zastřešujících a profesních organizací atd. (vznik platforem, pracovních skupin ad.)
- podpora projektů na budování kapacit pro státní a regionální organizace a neziskové subjekty
- podpora projektů zaměřených na řízení, efektivitu, management, optimalizaci právních forem a hodnocení kulturních organizací (benchmarking)
- podpora důkladného výzkumu a vyhodnocení využití strukturálních fondů pro kulturu a KKP v období let 2007–2014

ZDROJE

Bednář, Pavel, Danko, Lukáš: Kreativní klastry v zemích střední Evropy. In: Eva Šviráková (ed.), *Kreativní třída: talent vs. bohatství*. VeRBuM, Zlín, 2014, s. 56–76. ČSÚ. Dostupné [on-line] na: <http://www.czso.cz/csu/> [cit. 12. listopadu 2014].

Databáze firem a institucí ALBERTINA CZ [DVD]. Bisnode ČR, Praha, 2014.

ESSnet Culture. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm [cit. 12. listopadu 2014].

Institut pro digitální ekonomiku: *Potenciál digitální ekonomiky a kulturních a kreativních průmyslů pro další rozvoj a konkurenceschopnost České republiky*. Dostupné [on-line] na: <http://www.digitalniekonomika.cz/> [cit. 12. prosince 2014].

Kraus, Marcel, Žáková, Eva: *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora*. [Projekt *Mapování KKP v ČR*], Institut umění – Divadelní ústav, Praha, 2014. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/kultuni-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich-evropske-unie.pdf> [cit. 20. listopadu 2014].

MK ČR: *Státní kulturní politika 2009–2014*. Praha, 2009. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-politika/kulturni-politika-fresh.pdf> [cit. 10. prosince 2014].

MMR ČR: *Prvky společného strategického rámce*. Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Navrhy-novych-narizeni-kohezni-politiky-pro-obdobi/Prvky-Spolecneho-strategickeho-ramce-pro-obdobi-20> [cit. 20. listopadu 2014].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Návrh vymezení KKP v ČR	243
Obrázek 2: Podíl jednotlivých odvětví na hrubé přidané hodnotě všech KKP v roce 2012	258
Obrázek 3: Srovnání výkonu vybraných odvětví ekonomiky ČR za rok 2011	259
Obrázek 4: Umístění KKO a srovnávaných odvětví dle hlavních indikátorů vědy a výzkumu (2012)	260

SEZNAM MODULŮ

MODUL 1 – ZÁKLADNÍ KKP – ÚČET KULTURY	246
MODUL 2 – INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ ČINNOSTI	248
MODUL 3 – ŘEMESLA A ODĚVNÍ PRŮMYSL	248
MODUL 4 – REKREAČNÍ ČINNOSTI, TISK A ROZMNOŽOVÁNÍ NAHRANÝCH NOSIČŮ	249

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Počet subjektů KKP v ČR – srovnání projektu kvantitativního mapování KKP v ČR a účtu kultury	251
Tabulka 2: Počet zaměstnanců v KKP v ČR – srovnání projektu kvantitativního mapování KKP v ČR a účtu kultury	252
Tabulka 3: Počet subjektů a pracovníků v oblastech informačních a komunikační činností v ČR v roce 2014	254
Tabulka 4: Počet subjektů a pracovníků v oblastech řemesel a oděvního průmyslu v ČR v roce 2014	254
Tabulka 5: Počet subjektů a pracovníků v oblastech rekreačních činností, tisku a rozmnožování nahraných nosičů v ČR v roce 2014	254
Tabulka 6: Počet subjektů a pracovníků ve všech oblastech KKP a v jejich podpůrných a navazujících odvětvích v ČR v roce 2014	255
Tabulka 7: Právní forma subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v ČR v roce 2014 (v %)	256
Tabulka 8: Kategorie velikosti subjektů v sektorech kulturních a kreativních průmyslů v ČR v roce 2014 (v %)	257
Tabulka 9: Základní ukazatele účtu kultury ČR (2010–2012)	257
Tabulka 10: Hlavní ukazatele VaV ve vybraných odvětvích (2012)	260

Executive summary

The research team of the Mapping Cultural and Creative Industries (CCIs) in the Czech Republic research project, of which this publication is one of the important outcomes, looks at CCIs in their entirety. The team decided to investigate and check the status of cultural and creative activities, regardless of the type of entities that perform them. In this context, the public, non-profit, market, education and research entities can be considered the basic types of entities. Private businesses, self-employed persons, as well as artists, non-profit and publicly subsidised organisations, institutions of formal and informal education and research institutes participate in the reliable and effective cultural infrastructure, which is a prerequisite for the flourishing of culture that contributes to the quality of society, as well as its economic growth. The primary importance of the CCIs concept consists of a new view of culture — a 360° culture.

The CCIs concept in its broad scope includes the entire area of culture and de facto tries to redefine it. There is a new paradigm in the field of cultural policy that affects all aspects and functions of culture and that attempts to overcome the current approach based solely on the support of public and non-profit cultural activities and organisations, without taking into account the broader context. This new approach also allows the current strict separation of commercial and non-commercial sectors to be overcome, as well as the historical gap between what is known as “high art” and “low art”, which is still very sensitively perceived. Such development can be considered as natural, also given the current environment and conditions in which cultural activities take place. Also non-profit and public organisations are in a competitive environment: they charge for their services and, due to their number, are also forced to seek non-public financial support and must fight for their audiences and customers. All cultural functions are of importance. It is desirable for the primary (immanent) and secondary (instrumental) values of culture to create a harmonious relationship. When setting strategies and support policies, it is therefore necessary in this context to distinguish very carefully between the meaning of the support of creation, as the foundation and source of creativity, thanks to which also industries can flourish, and the support of industries and the creative economy, which falls within the realm of business development support.

Since the area of cultural and creative industries (CCIs) involves many disciplines and perspectives, as well as statistics, data and trends, this publication is divided into two volumes. We now introduce the first volume of the publication to you, subtitled “Definition, Quantitative Mapping and Strategic Documents”, which looks at the whole issue comprehensively, with an emphasis on the overall status of CCIs in the national economy, macroeconomic mapping methodology and statistical data. The first volume consists of eight chapters by different authors, experts from the entire country in the relevant fields: Meaning, Definition and Specification of

Cultural and Creative Industries; Quantitative Mapping of Cultural and Creative Industries in the Czech Republic; Culture Account; Position of Culture in the Context of Macroeconomics of the Czech Republic; Cultural Tourism and the Possibilities of its Measurement Using Satellite Accounts; Expenditures on Research and Development in CCI; Strategic Documents Related to the Promotion of Cultural and Creative Industries; Possibilities of Use of the European Structural and Investment Funds to Support Cultural and Creative Industries 2014–2020.

Draft definition of CCI for the Czech Republic

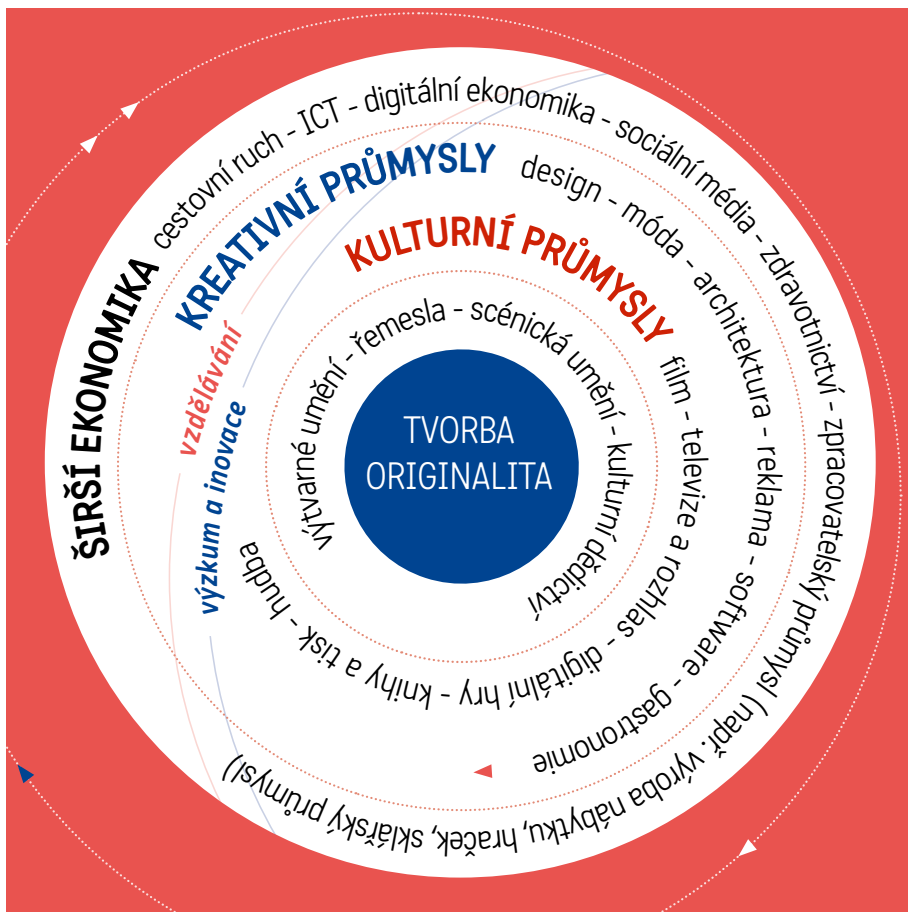
At the end of 2014, the working team for the cultural and creative sectors (CCS) was established at the Ministry of Culture. The team decided to build upon the previous findings and proposals arising within the Mapping Project. One of its achievements is the draft definition for the Czech Republic, which is mainly based on the definition of the materials from Great Britain and the European Commission.

Cultural and creative sectors (CCS) include activities which are based on human creativity, skill and talent. CCSs are based on cultural values, artistic and creative expressions. They have the potential to create wealth and jobs, in particular by using intellectual property. They include activities (services, works, performances and products) that are public, non-profit and market, regardless of the type and method of financing of the entity that carries them out.

The outputs of the CCSs activities contribute with their added value to other economic sectors and can be a source of technological and non-technological innovation (creative and digital economy). CCSs have many other positive impacts on society and the specific individual.

CCSs include architecture, design, advertising, film and audio-vision, music, books and publishing, digital games, software, new media and related IT services, radio and television broadcasting, performing arts, visual arts, crafts, gastronomy, cultural heritage.

Figure 1: Draft definition of CCIs in the Czech Republic



Draft definition of CCIs for the Czech Republic according to economic activities

Since 2011 (with the first data for 2009) the Czech Republic has had the use of the culture satellite account prepared by the Czech Statistical Office (CZSO) in cooperation with the National Information and Consulting Centre for Culture (NIPOS). Statistics for culture were created and are implemented based on the 2008 government mission resulting from the adoption of the resolution on the National

Cultural Policy for 2009–2014.¹ The culture account defines the area of culture in line with the outcomes and recommendations of the work of the European Statistical System Network for Culture — ESSnet Culture.² This means that the Czech culture account is almost identical in its definition of economic activities with the draft definition of ESSnet Culture.³

Based on the previous findings, and considering the existing definitions and those used in foreign practice, the Mapping Project research team submits a proposal for the following definition of CCIs in the Czech Republic according to the classification of economic activities that the Czech Statistical Office works with, as well as other authorities, such as the Ministry of Industry and Trade. The classification is called CZ-NACE and its codes specify in detail the specific economic activity.⁴

General background:

- we propose to define CCIs in the CR according to the CZ-NACE modular principle, which means creating an open system that could change in relation to current and specific needs;
- due to the existence of the Czech satellite culture account, we propose to keep the existing definition of the culture account and understand it as the basic, first module for defining CCIs in the Czech Republic. This proposal is specifically based on the fact that the Czech culture account is created in accordance with the ESSnet Culture project, and if the recommendations of this project are also followed by other European countries, the culture account will allow comparison of the performance of the basic CCIs areas with other European countries. Other modules will constitute the “related and supporting sectors”, among which we propose to include the NACE stated below;
- as the two basic modules for CCIs performance monitoring, we propose a consideration of the above-mentioned first module, which is identical with the culture account, and the second module, which includes information and communication activities (software, new media and related IT services);
- we propose to mark the other proposed modules as related and supporting sectors;

¹ National Cultural Policy 2009–2014 (2009). Ministry of Culture of the CR. Prague. Available [online] at: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-politika/kulturni-politika-fresh.pdf> [cit. 10.12.2014].

² Available [online] at: http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm [cit.12.11.2014].

³ Further comment on the comparison of defining culture account of the CR and the ESSnet Culture project is shown on page 59 of the publication by Kraus, M., Žáková, E.: *Cultural and Creative Industries in Selected Countries of the European Union: Definition, Economic Benefits, Strategic Support, Arts and Theatre Institute 2014*. Available online at: <http://www.idu.cz/media/document/kultuni-a-kreativni-prumyslyve-vybranych-zemich-evropske-unie.pdf>.

⁴ For the description of the CZ-NACE classification and description of economic activities, see CZSO: http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_%28cz_nace%29

- for the most accurate definition of the activities, we chose the four-digit NACE codes, but in practice it is possible, as necessary, also to work with the superior two- or three-digit NACE codes;
- the primary base for the CCIs draft definition for the Czech Republic is the analysis of the definition used abroad;⁵
- due to the fact that the CCIs draft definition by the Ministry of Culture was created at the end of 2014, the Mapping Project, which was already launched in 2011, did not allow for the inclusion of the gastronomy sector, which is therefore not reflected in the following draft definition. In the case of gastronomy, a difficult question arises as to which activities should be classified in this sector, so that gastronomy does not coincide with the areas of agriculture, food industry and the wide field of catering and hospitality;
- in regard to terminology, we recommend that the term cultural and creative industries or just creative industries be used only for business/market activities — products and services, or in this case a description can be used: entrepreneurship promotion in cultural and creative sectors, the term cultural and creative sectors could then be used as a synonym of the term culture;
- in the future, the modular system offers openness and the possibility of further expanding the modules: for example, to establish criteria for a specific module concerning cultural tourism and also to incorporate part of the results of the existing tourism satellite account into the CCIs contribution (see further the chapter: Cultural Tourism and the Possibilities of its Measurement Using Satellite Accounts);
- there is also the opportunity of working in a modular way on the separation of market and non-market activities, i.e. to develop a methodology and criteria for two special modules. The culture account of the Czech Republic statistically monitors and puts on the same level the market and non-market entities. Some countries (especially Germany and Austria) consistently separate market and non-market activities, and in terms of CCIs, they only pursue market entities. On the one hand, separate monitoring allows for more accurate statistics. On the other hand, it can create an artificial and dangerous boundary between these types of activities. However, the existence of special modules would allow their mutual comparison, as well as the comparison with the culture account.

⁵ In Annex 1 we show a clear correlation table, which was prepared for the publication: Kraus, M., Žáková, E.: *Cultural and Creative industries in Selected Countries of the European Union: Definition, Economic Benefits, Strategic Support*, the Arts and Theatre Institute 2014

Proposal of definition modules according to economic activities⁶

MODULE 1 – BASIC CCI_s – CULTURE ACCOUNT

Sector	Branch	Category of economic activities CZ-NACE	CZ-NACE category description
Cultural sector	Cultural heritage	91.03	Operation of historical sites and buildings and similar visitor attractions
		91.02	Museums activities
		91.01	Library and archives activities
		47.78	Other retail sale of new goods in specialised stores (part)
		47.79	Retail sale of second-hand goods in stores (part)
	Performing arts	90.01	Performing arts
		90.02	Support activities to performing arts
		90.04	Operation of arts facilities
	Fine arts	74.20	Photographic activities
		90.03	Artistic creation
	Cultural and art education	85.52	Cultural education
	Handicraft	they do not have separate NACE	They are usually included under the following NACE 14. Manufacture of wearing apparel 15. Manufacture of leather and related products 16. Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials 23. Manufacture of other non-metallic mineral products 25. Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment 31. Manufacture of furniture 32. Other manufacturing 43. Specialised construction activities - it is necessary to monitor based on the directories - selective statistical survey

⁶ Explanations, i.e. a detailed description of the activities covered under individual codes, are available on the CZSO website: [http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/vysvetlivky_cz_nace/\\$File/vysvetlivky_cz_nace.pdf](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/vysvetlivky_cz_nace/$File/vysvetlivky_cz_nace.pdf) uvedeny in Annex no. 2

Sector	Branch	Category of economic activities CZ-NACE	CZ-NACE category description	
Cultural industries	Film and video	59.11	Motion picture, video and television programme production activities	
		59.12	Motion picture, video and television programme post-production activities	
		59.13	Motion picture, video and television programme distribution activities	
		59.14	Motion picture projection activities	
		77.22	Renting of video tapes and disks	
		47.63	Retail sale of music and video recordings (part)	
	Music	59.20	Sound recording and music publishing activities	
		47.63	Retail sale of music and video recordings (part)	
	Television	60.20	Television programming and broadcasting activities	
	Radio	60.10	Radio broadcasting	
	Books and publishing	58.11	Book publishing	
		58.13	Publishing of newspapers	
		58.14	Publishing of journals and periodicals	
		47.61	Retail sale of books	
		47.62	Retail sale of newspapers, magazines and stationery	
		63.91	News agency activities	
		74.30	Translation and interpretation activities	
	Video games	58.21	Publishing of computer games	
	Creative industries	Architecture	71.11	Architectural activities
		Advertising	73.11	Advertising agencies
Design		74.10	Specialised design activities	
Unknown area (administrative activities)		84.11	General public administration activities (part)	
		84.12	Regulation of the activities of providing health care, education, cultural services and other social services, excluding social security (part)	
		94.99.2	Activities of cultural organisations	

MODULE 2 – INFORMATION AND COMMUNICATION ACTIVITIES

Publishing activities	58.12	Publishing of directories and mailing lists
	58.19	Other publishing activities
	58.29	Other software publishing
Computer programming, consultancy and related activities	62	The entire NACE 62 can be included
	62.01	Computer programming activities
	62.02	Computer consultancy activities
	62.03	Computer facilities management activities
	62.09	Other information technology and computer service activities
Information service activities	63	The entire NACE can be included, with NACE 63.91 included in the culture account
	63.11	Data processing, hosting and related activities
	63.12	Web portals activities
	63.99	Other information service activities n.e.c.

MODULE 3 – CRAFTS AND CLOTHING INDUSTRY

Includes selected NACE from Sections C and F (Manufacturing and Building Industries)

Manufacture of wearing apparel	14	The entire NACE 14 can be included
	14.11	Manufacture of leather clothes
	14.12	Manufacture of workwear
	14.13	Manufacture of other outerwear
	14.14	Manufacture of underwear
	14.19	Manufacture of other wearing apparel and accessories
	14.20	Manufacture of articles of fur
	14.31	Manufacture of knitted and crocheted hosiery
	14.39	Manufacture of other knitted and crocheted apparel
Manufacture of leather and related products	15	The entire NACE 15 can be included
	15.11	Tanning and dressing of leather; dressing and dyeing of fur
	15.12	Manufacture of luggage, handbags and the like, saddlery and harness
	15.20	Manufacture of footwear
	15.20.1	Manufacture of footwear with leather upper
15.20.9	Manufacture of footwear from other materials	

Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials	16	
	16.29	Manufacture of other products of wood, except furniture; manufacture of articles of cork, straw and plaiting materials
Manufacture of paper and paper products	17	
	17.24	Manufacture of wallpaper
Manufacture of other non-metallic mineral products	23	
	23.13	Manufacture of hollow glass
	23.19	Manufacture and processing of other glass, including technical glassware
	23.31	Manufacture of ceramic tiles and flags
	23.41	Manufacture of ceramic and porcelain household and ornamental articles
Manufacture of furniture	31	
	31.01	Manufacture of office and shop furniture
	31.02	Manufacture of kitchen furniture
	31.09	Manufacture of other furniture
Other manufacturing	32	
	32.1	Manufacture of jewellery, bijouterie and related articles (to include the entire 32.1)
	32.11	Striking of coins
	32.12	Manufacture of jewellery and related articles
	32.13	Manufacture of imitation jewellery and related articles
	32.20	Manufacture of musical instruments
	32.40	Manufacture of games and toys
	32.99	Other manufacturing n.e.c.

MODULE 4 – RECREATIONAL ACTIVITIES, PRINTING AND REPRODUCTION OF RECORDED MEDIA

Includes selected NACE from SECTION R – Cultural, entertainment and recreational activities

Libraries, archives, museums and other cultural activities	91	
	91.04	Botanical and zoological gardens, nature reserves and national parks activities
	93.2	Amusement and recreation activities
	93.21	Activities of amusement parks and theme parks
	93.29	Other amusement and recreation activities n.e.c.
Printing and reproduction of recorded media	18	
	18.11	Printing of newspapers
	18.12	Other printing
	18.13	Pre-press and pre-media services
	18.14	Binding and related services
	18.20	Reproduction of recorded media
Advertising and market research	73	
	73.12	Media representation; sale of advertising time and space

Quantitative CCIs mapping in the Czech Republic and the Culture Account

Within the CCIs Mapping Project, a special quantitative mapping of CCIs in the Czech Republic was carried out based on the available Register of Economic Entities' statistics, with which also the culture account operates. However, the statistics, unlike the culture account, were subjected to further analysis and "cleaning" during which inactive entities were excluded from the list of relevant CCIs entities. On the contrary, relevant active CCIs entities that were originally included in other sectors were added. The survey was conducted on the basis of the CCIs draft definition for the Czech Republic according to economic activities (see Chapter 2); this means that it included all of the proposed statistical monitoring modules (Module 1, identical to the culture account, and also modules of related and supporting industries). However, the quantitative mapping methodology involves subtle deviations (nuances) concerning the list of NACE codes versus the proposal of modules, which are caused by the NACE classification structure and the available data provided both by the Czech Statistical Office and other private statistical databases.

Basic overview of the methodology of the specially performed quantitative CCIs mapping in the Czech Republic and the comparison of its findings with the culture account's findings.

a) Basic results of quantitative mapping and their comparison with the culture account data⁷

Table 1: Number of CCI entities in the Czech Republic – comparison of the project of quantitative mapping of CCIs in the Czech Republic and the culture account

SECTOR	Areas (CCIs mapping)	Number of entities (Quantitative CCIs mapping, 2014)	Areas (culture account)	Number of entities (culture account 2012)
CULTURAL SECTOR	Cultural heritage	1 889	Cultural heritage	6 225
	Performing arts	3 166	Performing arts	5 717
	Fine arts	5 085	Fine arts	6 745
			Handicraft	1 000
	Cultural education	1 256	Cultural and art education	1 255
	Sector total	11 396	Sector total	20 942
CULTURAL INDUSTRIES	Film, television and radio	2 011	Film and video	1 179
			Radio	60
			Television	120
	Music	2 597	Music	2 870
	Translation and interpreting activities	19 730	Books and publishing	36 100
	Publishing activities	8 660	Video games	28
Sector total	32 998	Sector total	40 357	
CREATIVE INDUSTRIES	Architecture	2 062	Architecture	3 508
	Advertising	4 406	Advertising	5 625
	Design	1 067	Design	1 315
	Sector total	7 535	Sector total	10 448
		Administration and support of cultural activities	770	
CULTURE TOTAL	51 929	CULTURE TOTAL	72 517	

As can be seen, the number of entities (individuals and legal entities) in culture and CCIs differs in both methodologies: the culture account states almost 40 % more entities than the results of the specially performed quantitative mapping. The lower number of entities in the mapping results was caused by the exclusion of a large number of inactive entities from the original statistics, as well as inconsistencies due to the fact that the culture account works mostly with groups of four-digit NACE, in which entities are ranked according to the Business Register (BR). Many of the

⁷ It should be noted that the latest available culture account data listed here are for the year 2012, while the quantitative mapping data apply to the statistical database's data from autumn 2014. It is, therefore, only a framework comparison of the statistical data that change every year.

entities that carry out activities which fit the description of the given NACE are, however, included in the BR superior group of three-digit or even two-digit NACE, and therefore are not recorded in the group of four-digit NACE at all. On the other hand, very often there are inactive entities in the BR, as already mentioned, that do not perform the activity or do not belong to the given group.

Table 2: Number of employees in CCIs in the Czech Republic — comparison of the project of quantitative mapping of CCIs in the Czech Republic and the culture account

SECTOR	Areas (CCIs Mapping)	Employment (Quantitative CCIs mapping, 2014)	Areas (culture account)	Employment (culture account 2012)
CULTURAL SECTOR	Cultural heritage	28 428	Cultural heritage	17 664
	Performing arts	13 062	Performing arts	12 478
	Fine arts	7 043	Fine arts	1 347
			Handicraft	1 230
	Cultural education	18 116	Cultural and art education	467
	Sector total	66 649	Sector total	33 186
CULTURAL INDUSTRIES	Film, television and radio	12 969	Film and video	1 528
			Radio	1 809
			Television	4 358
	Music	4 067	Music	307
	Translation and interpreting activities	22 157	Books and publishing	13 794
	Publishing activities	29 062	Video games	736
	Sector total	68 255	Sector total	22 532
CREATIVE INDUSTRIES	Architecture	13 383	Architecture	7 117
	Advertising	12 457	Advertising	13 277
	Design	1 598	Design	660
	Sector total	27 438	Sector total	21 054
			Administration and support of cultural activities	3 013
CULTURE TOTAL		162 342	CULTURE TOTAL	79 785

Comparing employment in the culture account and in the quantitative mapping results, we find quite the opposite result, i.e. the mapping revealed more than 162 000 employees in all areas, while the culture account states just less than 80 000 recalculated full-time employments (i.e. less than 45%). Again, one of the difference factors is the methodology when, for example, the mapping process also included self-employed persons, in contrast to the data in the Culture Account (according to J. Novak from CZSO, the number of self-employed persons can be estimated at 45 000 persons and the number of persons working on contract at an additional 15 500 persons).

The above discrepancies and inaccuracies can be considered as total inaccuracy and chaos in all the available statistics that have a problem of capturing and observing the CCI sector and mainly include data of large companies (which are readily detectable), while the data for microenterprises and business owners are very inaccurate. This is also supported by the fact that, in the Tax Return form, business owners do not have to list their main activity in the appropriate category from the list of economic activities which would correspond to the CZ-NACE categories, and moreover they perform several types of activities. As a result, they are often totally untraceable in the statistics. Other pitfalls are the mutual lack of interconnection of the individual statistical surveys from different points of view, the existence of multiple parallel sources of statistics (CZSO and commercial statistical companies' data) and, to some extent, the understandable, but discouraging lack of transparency of statistical data.

b) Basic results of a quantitative mapping of supporting and related CCI sectors

The following tables list the basic indicators identified during the mapping of supporting and related CCI sectors, defined according to the above proposed Modules 2, 3 and 4.

Table 3: Number of entities and employees in the areas of information and communication activities in the Czech Republic in 2014

Module 2 – Information and communication activities	Number of entities	Employment
Software and other IT activities	24 008	88 680
Web portals and other information activities	6 536	25 045
Total	30 544	113 725

Source: *Bisnode (2014) and own processing (P. Bednář and L. Danko, CCIs Mapping Project)*

Table 4: Number of entities and employees in the areas of crafts and clothing industry in the Czech Republic in 2014

Module 3 – Crafts and clothing industry	Number of entities	Employment
Manufacture of wearing apparel	16 705	37 301
Other processing industry	3 239	9 508
Manufacture of other utility articles	2 419	6 794
Manufacture of jewellery and bijouterie	2 405	5 318
Manufacture of ceramic products	1 325	5 791
Manufacture of furniture	1 319	17 216
Manufacture of footwear and leather goods	825	7 366
Manufacture of games and toys	623	6 962
Manufacture of glass	578	12 912
Manufacture of musical instruments	239	1 166
Total	29 677	110 334

Source: *Bisnode (2014) and own processing (P. Bednář and L. Danko, CCIs Mapping Project)*

Table 5: Number of entities and employees in the area of recreational activities, printing and reproduction of recorded media in the Czech Republic in 2014

Module 4 – Recreational activities, printing and reproduction of recorded media	Number of entities	Employment
Other amusement and recreational activities	8 337	15 535
Printing and service activities related to printing	6 553	23 737
Reproduction of recorded media	994	2 564
Activities of amusement parks and theme parks	322	3 217
Media representation; sale of advertising time and space	317	2 565
Total	16 523	47 618

Source: *Bisnode (2014) and own processing (P. Bednář and L. Danko, CCIs Mapping Project)*

If we summarise the results of the quantitative mapping for all four modules, **in all the aforementioned areas of cultural and creative industries there is a total of 128 673 entities and 434 019 employees operating in the Czech Republic** (see Table 6).

Sometimes the sectors of CCIs and ICT are presented and compared to each other (i.e. Modules 1 and 2). These two modules together comprise 82 473 economic entities and 276 067 employees.

Table 6: Number of entities and employees in all CCIs areas and their supporting and related sectors in the Czech Republic in 2014

	Number of entities		Employment	
Module 1 (prevailing CCIs)	51 929	40.4%	162 342	37.4%
Module 2 (information and communication technologies)	30 544	23.7%	113 725	26.2%
Module 3 (crafts and clothing industry)	29 677	23.1%	110 334	25.4%
Module 4 (recreational activities, printing and reproduction of recorded media)	16 523	12.8%	47 618	11.0%
Total	128 673	100.0%	434 019	100.0%

Who are the Entities and People in the CCIs Sectors?

Another block of results of the quantitative mapping of cultural and creative industries focuses on selected characteristics regarding the legal form, type of ownership, and especially the evaluation of the size structure of entities, both according to their number, and employment in relation to the definition of the size of enterprises in the EU.

Regarding the legal status of entities, private entities constitute the dominant share of 96.7%. This fact not only points to the crucial role of private entities in CCIs, but also mainly to the fact that, in the case of cultural and creative industries, they play a dominant role, and therefore their existence is a contribution to the economy of the Czech Republic. Non-profit and public entities markedly assert themselves only in the case of the cultural sector, mainly because of their focus on cultural heritage and cultural education, where these legal forms are strongly represented due to the nature of their activities and the explicitly uttered responsibility of the state for their protection and development.

Table 7: Legal form of entities in the sectors of cultural and creative industries in the Czech Republic in 2014

Cultural sector		Sector			Total
		Cultural industries	Creative industries		
Legal form	Non-profit	6.8%	0.1%	0.0%	1.6%
	Private	85.4%	99.8%	99.9%	96.7%
	Public	7.8%	0.1%	0.0%	1.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Source: Bisnode (2014) and own processing (P. Bednář and L. Danko, CCIs Mapping Project)

The next part contains the evaluation of CCIs entities according to their size category. On the basis of Table 8, we come to a definite conclusion about the superiority of self-employed persons in all sectors, where this result is generally also valid for mapping in other OECD countries. In the second place, there are microenterprises, and only in the cultural sector do we find a significant proportion of small enterprises. If we summarise the above results, then the rule of “*a few large units and many small units*” can be applied to CCIs in relation to the size of entities. On this basis, the conclusion can be drawn about meeting the condition, from the perspective of size of almost all CCIs entities, for public support from the EU for small and medium-sized enterprises.

Table 8: Categories of the entities' size in the sectors of cultural and creative industries in the Czech Republic in 2014 (source: Bisnode, 2014)

Cultural sector		Sector			Total
		Cultural industries	Creative industries		
Enterprise category	Self-employed	77.9%	86.7%	77.4%	83.4%
	Micro-enterprises	10.1%	12.2%	17.3%	12.5%
	Small enterprises	10.3%	0.9%	4.5%	3.5%
	Medium-sized enterprises	1.6%	0.1%	0.8%	0.5%
	Large enterprises	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Source: Bisnode (2014) and own processing (P. Bednář and L. Danko, CCIs Mapping Project)

4. Basic findings of the culture account

The satellite culture account compiled by the Czech Statistical Office and the NIPOS organisation tracks the statistics in areas of cultural and creative industries (defined in Module 1) for the years 2009 to 2012. The following table shows the share of CCIs in the performance of the whole Czech economy.

Table 9: Key indicators of the culture account of the Czech Republic (2010–2012)

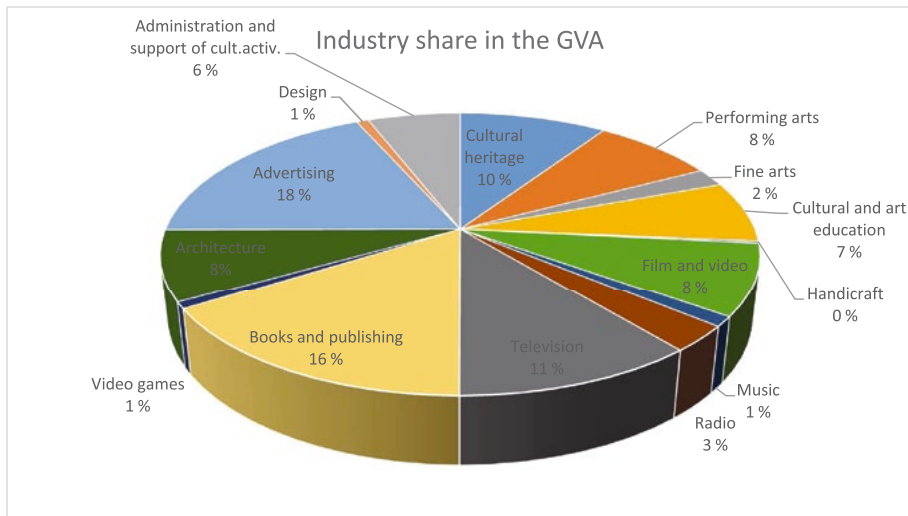
Indicator	2010	2011	2012
CCIs share in the total GVA of Czech economy (in %)	2.53	2.33	2.32
CCIs share in total employment of the CR (in %)	1.8	1.7	1.6

The presented results indicate that, according to the culture account, the share of culture in the GVA and employment throughout the Czech Republic is slightly decreasing. However, it must be stressed that the culture account does not include the area of **digital economy**, i.e. activities related to information and communication technologies, which, as is also apparent from foreign studies, increasingly contribute to the economic growth of creative industries. According to the only available study on the digital economy in the Czech Republic, compiled by the Institute for Digital Economy in 2014, the number of employees in the ICT sector has significantly increased: from 116 670 employees (including businessmen) to 140 643 in 2012. In 2012, IT professionals' share in total employment amounted to 2.7% and the study argues that by 2020 the number of people employed in the IT sector could double. The study also estimates the share in the total GDP of cultural and creative industries, including the ICT sector, at 3.7%.⁸

Regarding **the partial data of the culture account results** that were processed to order for the Mapping Project, the data stated in the tables and in Figure 1 show that, within CCIs, the areas of books and publishing, advertising, and television contribute most to the GVA. Also architecture, film, music, design and video games participate in the contribution to the GVA. It is not appropriate to compare the areas of the cultural sector in terms of contribution to the GVA, because, to a large extent, they are areas subsidised by public budgets.

⁸ Information about the Potential of Digital Economy and Cultural and Creative Industries for Further Development and Competitiveness of the Czech Republic study is available at: <http://www.digitalniekonomika.cz/>

Figure 2: Share of individual sectors in the gross value added of all CCIs in 2012

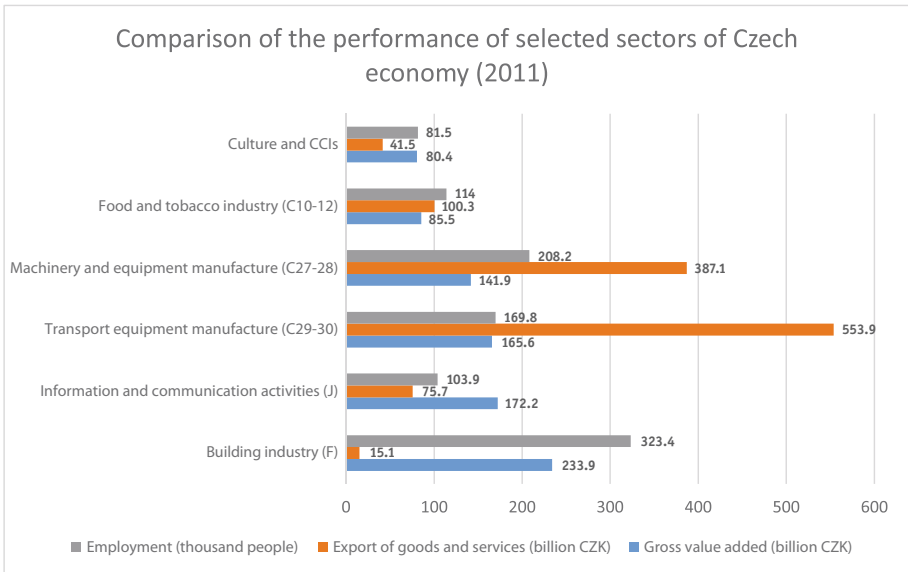


Source: Czech Statistical Office (a three-sector table created by the CZSO based on the culture account results for the CCIs Mapping Project in the Czech Republic)

Position of culture within the macroeconomics of the CR, satellite accounts

Satellite accounts compiled by the Czech Statistical Office, as well as the comparison of economic indicators of major sectors are the content of the chapter by Marek Rojíček, Senior Director of the Macroeconomic Statistics Section of the Czech Statistical Office. The following figure shows a basic comparison of selected sectors of the Czech economy.

Figure 3: Comparison of the performance of selected sectors of Czech economy in 2011



Source: CZSO

The cultural sector, as defined in the satellite culture account, is a relatively important area of the Czech economy with a share of 2.1% in gross domestic product (about 2.3% in gross value added) and employs up to 2% of all employees. It can be approximately compared with the agricultural sector and its weight is about half of the health care or automotive industries. The cultural sector includes a wide range of disciplines, from the traditional (dependent on support from public funds) to the new disciplines (e.g. audio-visual) that are economically self-sufficient and profitable, and their share is growing. The cultural sector's share in the export performance of the Czech economy is relatively insignificant, audio-visual technology and services in the field of advertising playing the largest part.

Culture has approximately the same share in the GDP as it has in household expenditure – this can be approximately compared with expenditure on health.

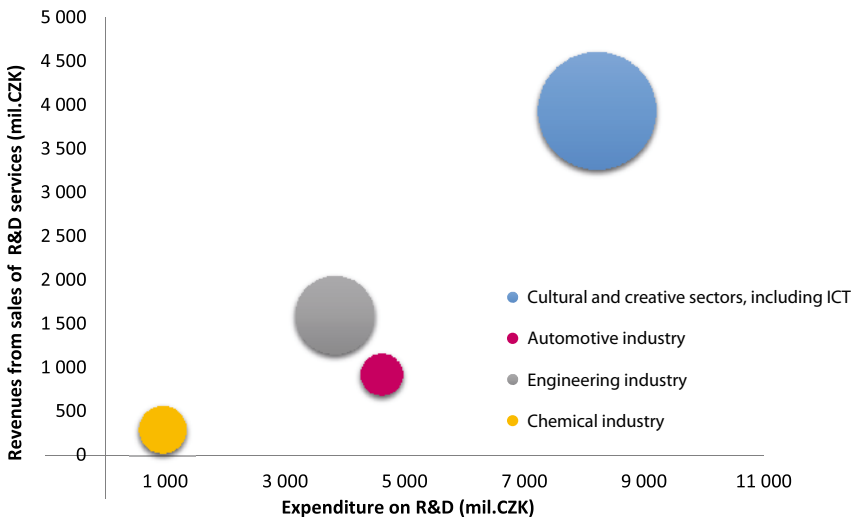
Households contribute to only 17% of the total expenditure on culture; public expenditure constitutes a considerable contribution to the financing of culture. However, its share is only 15% and the means arise mainly from municipal budgets. Roughly two-thirds of private funding for the cultural sector consists of sources from financial and non-financial corporations. The vast majority goes to advertising, printing and the purchase of audio-visual technology.

In regard to international comparison, the share of the cultural sector in the Czech Republic in the GDP does not dramatically differ from the levels of the surrounding countries, just as in the case of looking at public expenditure on culture. (International comparison of CCI's performance is discussed in a separate publication: Cultural and Creative Industries in Selected European Countries (Kraus, Žáková, 2014).

6. Expenditure by CCI's on research and development

According to the analysis focused on research and development in the CCI's sector, including ICT, CCI's expenditure on science and research has been growing very dynamically in almost all indicators (number of workplaces, employees, expenditure and revenues from sales of services in science and research). With regard to the dynamics of growth, it even surpasses sectors such as the automotive, machinery and chemical industries.

Figure 4: Position of CCI's and compared sectors according to the main indicators of science and research (2012)



Source: Kraus et al. 2014 (CCI's Mapping Project in the CR)

Table 10: Main indicators of R & D in selected sectors [2012]

Main indicators of R&D in 2012	Number of R&D offices	Expenditure on R&D (mil. CZK)	Number of employees in R&D (FTE)	Revenues from R&D services total (mil. CZK)	From abroad (mil. CZK)
Chemical industry	89	957.5	844.9	295.2	276.8
Machinery industry	244	3 844.5	3 176.0	1 603. 4	967.5
Automotive industry	70	4 610.5	3 720.4	932.0	913.6
Cultural and creative industries (incl. ICT)	550	8 220.4	8 407.2	3 937.6	2 323.3

Source: *KRAUS et al., 2014 (CCIs Mapping Project in the CR)*

In absolute terms, CCIs spend almost as much on science and research as the automotive and machinery industries together (8.2 billion CZK in 2012). For services in the field of science and research, CCIs receive nearly 4 billion CZK, which is almost 1.5 times more than the automotive and machinery industries together. A closer look reveals that the drivers of these industries are mainly architectural and engineering activities and the industry of information and communication technologies (ICT). A significant position is also occupied by software publishing (including computer games).

7. Strategic documents and support of CCIs in the Czech Republic

Based on the analysis of vertical and horizontal strategies related to the support of cultural and creative industries in the Czech Republic, including proposals of programmes for the Czech Republic within the European Structural and Investment Funds (ESIF) for the period 2014–2020, we can say that the seemingly disparate documents created by different ministries are partially dedicated to the topic of CCIs, while they partially take into account their potential for the development of other sectors. CCIs have the potential to contribute to economic and social development mainly due to the current integration and globalisation processes leading to significant changes in technology, production and the market, the nature of work, business organisation and labour requirements. These requirements do not only include flexibility and adaptability of the workforce, i.e. the ability to adapt to changes, but also – and especially today – its creativity and initiative, ability to innovate. This new knowledge-based and digital society represents a change as fundamental as industrialisation once was, but also much faster and more versatile. Above all, small countries with limited capacity of resources and means of production must best utilise the talents of their citizens. Creations, ideas and achievements of gifted individuals contribute not only to their personal fulfilment, but also enrich society itself and generate significant elements of its culture. Creative people are the tool of economic success (National Innovation Strategy).

Cultural and creative industries/sectors can be the tools to diversify the economic structure and are (according to the Strategy of Economic Development and Concept of Support of SMEs) the developing areas of the service sector, which has high added value. However, activation of cultural values and their involvement in the economic lives of settlements and regions belong among the neglected but promising areas of economic growth (Regional Development Strategy, National Development Plan).

Most formulations at the level of national strategic documents regarding CCIs have, to a certain extent, only a “formal” character, which is not completely reflected at the level of specific strategic objectives and measures of sectoral strategic documents. If the economic, but also social, educational, research and innovation potentials of cultural and creative industries are to be fully developed, it is very essential that specific strategic documents at the national level take account of this fact. The areas of audio-vision (Economic Growth Strategy) and design (National Development Plan) are referred to in strategic documents as the CCIs sectors with the highest pro-growth potential. The crucial element for the competitiveness of the country is increasing the “digital literacy” of the population and increasing the availability of both access to the Internet and its content, while maintaining copyright (Europe 2020 Strategy — Digitization of Cultural Content, the Concept of ICT Development in Education for 2009–2013, Digital Czechia, Digital Czechia v. 2.0).

However, creativity and CCIs are not strategically perceived as key issues of economic and social development. They are also insufficiently perceived in the analysed documents as an integral part of the innovation process, whereby the promotion of innovations occurs very frequently due to the fact that innovations are perceived as one of the major factors affecting regional development in the Czech Republic (Regional Development Strategy of the Czech Republic). However, compared to the analysis of strategic documents executed in 2009, the CCIs theme is mentioned in most of the documents. Several documents list measures to enhance their growth and to link to other sectors (Economic Growth Strategy, the National Development Plan, Digital Czechia v. 2.0, Competitiveness Strategy of the Czech Film Industry, Concept of Support and Development of Czech Cinematography, the National Cultural Policy, Concept of More Effective Support of Art, etc.).

Regarding the ESIF draft operational programmes, we must conclude that they do not contain too many specific references to CCIs support. However, we can hope that the programme documents are characterised by a high degree of generality and that, in future, more space can be defined to support CCIs, based on the discussions of the Ministry of Culture and other relevant authorities with other relevant ministries.

Based on studies concerning the possibility of using SF to support CCIs and on the basis of the current ongoing research of the needs of individual CCIs, which are part of the Mapping research project, we can provide a more detailed breakdown

of support topics according to the Common Strategic Framework. Of the 11 topics recommended for support under the ESIF, according to the European Commission document, **Elements for a Common Strategic Framework for 2014–2020**⁹, the following topics were identified as important for CCIs, for which specific areas of support were developed that should be promoted in negotiating support for CCIs from ESIF programmes at the level of the Czech Republic:¹⁰

1. Strengthening research, technological development and innovations

- Support of infrastructure and incubation services: co-working centres (hubs), creative incubators (also at high schools), support of human resource infrastructure and development
- Support of cooperation between universities as research organisations with other sectors
- Support of research and innovation (market research, consumer/audience research, mapping needs, evaluation – benchmarking, utilisation of ICT)
- Support of interpenetration of innovations of CCIs areas with other sectors (e.g. health care, engineering, etc.)
- General promotion of international collaboration in science and research
- Support of creative research

3. Increasing the competitiveness of SMEs:

- Capacity building: counselling and education to acquire competencies in the areas of strategic business planning, marketing, management, project management, finance, market knowledge, ICT, intellectual property rights, language skills, etc., support of providers (umbrella, professional and technical organisations, agencies, managers, agents, curators etc.) that are able to provide the CCIs representatives with adequate presentation, financing, marketing, sales of products and services, support of incubation services within creative incubators
- Support of start-ups for CCIs
- Support of clusters — linking the business sector with other sectors, linking the creative sector (design, architecture etc.) and the broader business sector
- Export and internationalisation (support of participation in international fairs, festivals, etc., support of international cooperation and participation in international projects)

⁹ Elements for a Common Strategic Framework. Available at: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Navrhy-novych-narizeni-kohezni-politiky-pro-obdobi/Prvky-Spolecneho-strategickeho-ramce-pro-obdobi-20>

¹⁰ Topics are ranked according to relevance with the number of the topic according to the original document

- Access to finances: the system of bank guarantees, support of new methods of financing (financial engineering)
- Modern technologies, including software — equipment (sound studios, dance studios, etc., film post-production, museums, gaming industry, theatres), new distribution models using ICT, favourable loans, leasing
- Support of training of non-creative entrepreneurs in the field of creative innovation
- Support of the use of methods and techniques from the field of cultural and creative industries in other sectors (e.g. artists and other cultural actors in organisations and companies) in order to increase their competitiveness

10. Investing in education, skills and lifelong learning:

- Support of alternative teaching methods aimed at the development of individual creativity
- Increasing the participation and involvement of students in artistic activities and increasing awareness of pupils and students of the artistic disciplines
- Targeted linking of cultural education with technological and economic education — (experimental art laboratories, new teaching fields, such as education of video game and special visual effect developers for film or strategic design and design management)
- Targeted linking of cultural education with a thorough mastery of business and entrepreneurial skills
- Encouraging creative partnership (the involvement of artists and intermediaries of educational projects)
- Support of projects bringing together art schools and private sector businesses (consulting services, scholarships, vouchers, internships, mentoring, coaching)
- Support of partnerships between various levels of art schools
- Support of partnerships between art schools and public and non-profit institutions
- Promotion and improvement of education in the field of arts management
- Education of persons, such as administrators, marketers, managers, production managers
- Fostering intercultural competences
- Lifelong learning promotion and improvement of education of people working in non-creative professions in the area of creative industries, e.g. administrators, marketers, managers, production managers, etc.

8. Promoting employment and supporting labour mobility

- Support of further education in cultural organisations (language courses, marketing, management, knowledge of information and communication technologies, etc.)

- Retraining courses (new courses and extending the possibility of completion of the retraining courses)
- Support of networks and umbrella organisations, including support of their internationalisation (those networks that cannot be supported within the support of competitiveness)
- Support of mobility grant programmes in order to ensure better access to foreign markets
- Promotion of international exchanges and collaboration, international internships

2. Improving access to information and communication technologies, their utilisation and quality

- Digitization and archiving of cultural content
- Development of ICT products and services with cultural content to be used in education and tourism
- Support of educational projects focused on computer literacy
- Support of educational projects aimed at protecting copyright in the Internet environment

4. Supporting the transition to a low-carbon economy in all sectors

- Support of cultural projects aimed at promoting the importance of a low-carbon economy and the support of environmentally friendly projects
- Support of innovation in architecture (new materials, energy efficiency) and design
- Support of energy-efficient modernisation of cultural infrastructure (e.g. reconstruction of buildings with regard to reducing emissions, reconversion for cultural purposes of buildings originally serving other purposes)

5. Support of adaptation to climate change, prevention and management of risks

- Support of cultural projects aimed at promoting adaptation to climate change.
- Research and innovation regarding the care of cultural monuments

9. Promoting social inclusion and combating poverty

- Support of cultural projects aimed at socially excluded groups and individuals
- Support of projects aimed at developing intercultural dialogue
- Support of projects of revitalisation of deprived areas and urban regeneration

11. Strengthening institutional capacity and efficient public administration

- Increasing awareness — promotion of the importance and potential of CCIs for growth, employment and competitiveness
- Support of mapping, analysis, strategies
- Support of cooperation across departments and different types of entities and representatives of the public, private, academic and non-profit sectors, umbrella and professional organisations, etc. (development of platforms, working groups, etc.)
- Support of projects focused on capacity building for national and regional organisations and non-profit entities
- Support of projects focused on management, efficiency, optimisation of legal forms and evaluation of cultural organisations (benchmarking)
- Support of thorough research and evaluation of the utilisation of structural funds for culture and CCIs in the period 2007–2014.

Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR

Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty

I. svazek

Autoři: Eva Žáková, Pavel Bednář a kolektiv

Odpovědný redaktor: Eva Žáková, Tereza Raabová

Jazykový redaktor: Jana Křížová, Petr Lehečka

Citace: Lucie Bartoňová, Jana Křížová, Petr Lehečka

Vydal Institut umění – Divadelní ústav v Praze v roce 2015

1. vydání

Neprodejné

ISBN 978-80-7008-332-1 (pdf)

ISBN 978-80-7008-333-8 (epub)

Číslo publikace IDU 673