

# **Sociálno-ekonomická revue**

Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov,  
Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne

Vedecký časopis – Scientific Journal

# **Social and Economic Revue**

Faculty of Social and Economic Relations,  
Alexander Dubček University of Trenčín

**ISSN – 1336-3727**

# Sociálno-ekonomická revue

Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov,  
Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne

Vedecký časopis – Scientific Journal

# Social and Economic Revue

Faculty of Social and Economic Relations,  
Alexander Dubček University of Trenčín

**Redakcia/Editorial office:**

Študentská 2,  
911 50 Trenčín  
Tel.: 032/7 400 217, Fax: 032/7 400 403  
URL: <http://fsev.tnuni.sk/revue>  
E-mail: [revue@tnuni.sk](mailto:revue@tnuni.sk)

**Predseda redakčnej rady / Editor-in-chief:**

Vojtovič Sergej, doc., DrSc. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne

**Výkonný redaktor / Executive editor:**

Kordoš Marcel, Ing., PhD. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne

**Redakčná rada / Editorial board:**

Barták Peter, prof., DrSc. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Bláha Jiří, prof., PhD., CSc. – Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava  
Cisko Štefan, prof., Ing., CSc. – Žilinská univerzita v Žiline  
Hittmar Štefan, prof. Ing. PhD. – Žilinská univerzita v Žiline  
Holomek Jaroslav, doc., RnDr., CSc. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Gambetta Quido, prof. – Università di Bologna, Italia  
Gregar Aleš, doc., PhD., Ing., CSc. – Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Janas Karol, doc., PhD., PhD. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Jurová Marie, prof., Ing., CSc. – Vysoké učení technické v Brně  
Karbach Rolf, prof. Dr. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Koubek Jozef, prof., Ing., PhD. – Vysoká škola ekonomická v Prahe  
Králík Jozef, prof., JUDr., CSc. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Kútik Ján, doc., Ing., CSc. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Lipková Ľudmila, prof., Ing., CSc. – Ekonomická univerzita v Bratislave  
Mládková Ľudmila, doc. Ing. Ph.D. – Vysoká škola ekonomická v Prahe  
Navickas Valentinas, prof. DrSc. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Nerudová Danuše, doc., Ing., Ph.D. – Mendelová univerzita v Brne  
Pavelková Drahomira, prof., Ing., Dr. – Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Skibniewski Mirosław J., Chair prof., Ph.D. – University of Maryland, USA  
Slávik Štefan, prof., Ing., PhD. – Ekonomická univerzita v Bratislave  
Strunz Herbert, prof., Dr. – Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Tolksdorf Guido, prof., Dr. – Bielefeld University, Germany.

**Časopis Sociálno-ekonomická revue vychádza štvrt'ročne.**

**The journal Social and Economic revue is published quaterly.**

**Vydavateľ/Publishing house:**

Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov, Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne.

The „Social and Economic Revue“ journal is indexed in international scientific databases: *Index Copernicus*, *Central and Eastern European online Library (CEEOL)*, *EBSCO Publishing, Inc. - Business Source Complete*.

**Registračné číslo/Registration No.:**

MK SR 3775/2009

**ISSN - 1336-3727**

# Sociálno-ekonomická revue

Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov,  
Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne

Vedecký časopis – Scientific Journal

# Social and Economic Revue

Faculty of Social and Economic Relations,  
Alexander Dubček University of Trenčín

Číslo 2 / jún 2012, Ročník 10.  
No. 2 / June 2012, Volume 10.

**Obsahové zameranie**

**Variability of Contents**

**Základný výskum**

**Basic research**

**Aplikovaný výskum**

**Applied research**

**Názory**

**Opinions**

**Recenzie**

**Reviews**

**Informácie**

**Information**

**Obsah**

**Contents**

<b>KREATÍVNA TRIEDA A KREATÍVNA EKONOMIKA NA SLOVENSKU .....</b>	<b>7</b>
<i>Radoslav BLAHOVEC</i>	
THE CREATIVE CLASS AND CREATIVE ECONOMY IN SLOVAKIA	
<b>KLASTRE A INOVÁCIE V PROSTREDÍ REGIONÁLNEJ EKONOMIKY .....</b>	<b>15</b>
<i>Jozef HABÁNIK</i>	
CLUSTERS AND INNOVATIONS IN THE REGIONAL ECONOMY	
<b>KREATÍVNA PRACOVNÁ SILA .....</b>	<b>24</b>
<i>Mária IGAZOVÁ</i>	
THE CREATIVE WORKFORCE	
<b>TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ KLASTROV .....</b>	<b>33</b>
<i>Boris JANSKÝ, Katarína HAVIERNIKOVÁ</i>	
THEORETICAL BASIS OF CLUSTERS	
<b>KREATÍVNE ODVETVIE V RÁMCI PRIEMYSELNEJ POLITIKY EURÓPSKEJ ÚNIE.....</b>	<b>44</b>
<i>Marcel KORDOŠ</i>	
CREATIVE INDUSTRY WITHIN THE EUROPEAN UNION INDUSTRY POLICY	
<b>PODPORNÉ MECHANIZMY KREATÍVNEJ TRIEDY Z POHLADU ÚZEMIA.....</b>	<b>56</b>
<i>Viera KOZÁKOVÁ, Anna VAŇOVÁ</i>	
SUPPORTING MECHANISMS OF CREATIVE CLASS FROM TERRITORIAL VIEW	
<b>ĽUDSKÉ ZDROJE V KREATÍVNO M PRIEMYSLE .....</b>	<b>66</b>
<i>Emília KRAJŇÁKOVÁ</i>	
HUMAN RESOURS IN CREATIVE INDUSTRY	
<b>KREATÍVNY PRIEMYSEL - POTENCIÁL PRE ROZVOJ REGIÓNOV .....</b>	<b>76</b>
<i>Katarína KRÁĽOVÁ</i>	
CREATIVE INDUSTRY – POTENTIAL FOR REGIONAL DEVELOPMENT	
<b>CREATIVE INTERVENTIONS IN URBAN SPACE.....</b>	<b>82</b>
<i>Zuzana LADZIANSKA</i>	
KREATÍVNE INTERVENCIE V MESTSKÝCH PRIESTOROCH	
<b>PRACOVNÝ TRH EÚ - JEHO VPLYV NA PRACOVNÝ TRH SLOVENSKA .....</b>	<b>90</b>
<i>Ján LUKÁČIK</i>	
EU LABOR MARKET – ITS IMPACT ON LABOR MARKET OF SLOVAKIA	
<b>KREATÍVNE ODVETVIA AKO SÚČASŤ KONCEPTU KREATÍVNEJ EKONOMIKY A REGIONÁLNY KAPITÁL .....</b>	<b>97</b>
<i>František MURGAŠ</i>	
CREATIVE INDUSTRIES AS A CATEGORY OF THE CONCEPT OF CREATIVE ECONOMY AND THE REGIONAL CAPITAL	
<b>KREATÍVNE M(I)ESTO .....</b>	<b>105</b>
<i>Vladimír ONDREJIČKA, Janka BETÁKOVÁ</i>	
CREATIVE SPACE	
<b>GEOGRAFICKÁ DIFERENCIÁCIA KREATIVITY NA SLOVENSKU.....</b>	<b>112</b>
<i>Marta ŠEVČÍKOVÁ</i>	
GEOGRAPHICAL DIFFERENTIATION OF CREATIVITY IN SLOVAKIA	

<b>OSUDOVOST KONKURENCESCHOPNOSTI A TAJEMSTVÍ KOMPLEMENTÁRNOSTI REGIONÁLNÍ SPOLUPRÁCE V KREATIVNÍM PRŮMYSLU .....</b>	<b>126</b>
<i>Jaroslav VENCÁLEK</i> FATALITY OF THE COMPETITIVENESS AND SECRETS OF REGIONAL COOPERATION COMPLEMENTARY IN CREATIVE INDUSTRY	
<b>POTENCIÁL KREATÍVNEHO PRIEMYSLU V REGIÓNE .....</b>	<b>134</b>
<i>Sergej VOJTOVIČ</i> POTENTIAL OF CREATIVE INDUSTRY IN THE REGION	
<b>INFORMÁCIA PREAUTOROV .....</b>	<b>142</b>
INFORMATIONS FOR AUTHORS	
<b>FORMULÁR PRE ZADÁVANIE PRÍSPEVKOV .....</b>	<b>143</b>
TEMPLATE FOR ARTICLE	

**KREATÍVNA TRIEDA A KREATÍVNA EKONOMIKA NA SLOVENSKU***The creative class and creative economy in Slovakia*

Radoslav BLAHOVEC

**Abstrakt**

Článok sa venuje problematike definovania kreatívnej ekonomiky v podmienkach SR. Kreatívna ekonomika je v rámci článku vymedzená na základe podielu zamestnancov kreatívnej triedy voči všetkým zamestnancom v hospodárstve. Okrem kreatívnej triedy sú vymedzené aj dve podtriedy a to podtrieda super-kreatívneho jadra a podtrieda kreatívnych profesionálov. Analýza je realizovaná na štatistickej vzorke podnikov s 20 a viac zamestnancami. Výstupom článku je okrem spomínanej metodológie aj porovnanie zamestnanosti kreatívnej triedy a jej podtried v krajoch SR.

**Kľúčové slová**

*Kreatívna trieda, kultúrny priemysel, kreatívny priemysel, super-kreatívne jadro, kreatívni profesionáli*

**Abstract**

The article deals with problems of defining the creative economy in Slovakia. The definition of the creative economy in the article is based on the proportion of creative class workers to all employees in the economy. Except the creative class, they are also defined two subclasses: super-creative core and creative professionals. The analysis is performed on a statistical sample of enterprises with 20 or more employees. The output of the article is in addition to the above methodology, a comparison of the employment of creative class and its subclasses in regions of Slovakia.

**Key words**

*Creative class, creative industry, cultural industry, super-creative core, creative professionals*

**JEL Classification:** O 15**1. Úvod**

Problematike kreatívnej ekonomiky je predmetom skúmania viacerých autorov. Rozvoj kreatívnej ekonomiky závisí od koncentrácie troch faktorov, ktoré sú definované v 3T modeli – talent, tolerancia a technológia [FLORIDA, 2002]. Kreatívnu ekonomiku je možné definovať ako vzájomné pôsobenie firiem, organizácií a ľudí v konkrétnom prostredí [KLOUDOVÁ, 2010]. Zamestnanci v kreatívnej ekonomike vytvárajú kreatívnu triedu, ktorá sa delí na dve podtriedy. Podtriedu super-kreatívneho jadra a podtriedu kreatívnych profesionálov. Kreatívna trieda pozostáva prevažne z kreatívnych pracovníkov zo sektora služieb, priemyselného sektora a poľnohospodárskeho sektora. Kreatívna trieda vykazuje rastúci trend pracovných miest práve na úkor priemyselného sektora a sektora služieb. Podiel kreatívnych pracovníkov na celkovej počte pracovníkov v USA vzrástol z 10% v roku 1990 na 30% v roku 2000, pričom táto menšina inkasuje 70 % všetkých mzdových príjmov v ekonomike USA [FLORIDA, 2002, S. 67. – 82.]. Super-kreatívne jadro

reprezentujú nasledujúci zástupcovia: vedci, inžinieri, učitelia, programátori, výskumníci, umelci, dizajnéri, básnici a pracovníci v médiách. Ich spoločnou črtou je, že sú plne zainteresovaní do kreatívneho procesu v rámci svojej pracovnej náplne. Primárnou funkciou týchto pracovníkov je byť kreatívny a inovatívny, pričom výroba produktov a služieb určených na komerčné použitie je až druhoradá. Kreatívni profesionáli sú klasickí znalostne orientovaní pracovníci, pričom do tejto kategórie zaraďujeme pracovníkov v zdravotníctve, obchode a financiách, právnom sektore a vzdelávaní. Primárnou úlohou týchto zamestnancov, je riešenie špecifických problémov prostredníctvom svojich znalostí a kreativity [FLORIDA, 2002, S. 69. – 82.] Pracovné pozície pracujúcich podľa stupňa kreativity je možné rozdeliť na kreatívne pracovné pozície, pozície vysokovzdelaných pracovníkov, pracovné pozície v službách a pracovné pozície vo výrobe [MELLANDER, 2009, S. 294. – 305.]. Na základe štúdie Európskej komisie je v roku 2006 práve kreatívny sektor najviac rastúcim sektorom v EU

(okolo 13%) a v roku 2006 mal kreatívny sektor hodnotu 2,6% HDP, čo je viac ako napr. automobilový priemysel [KERN, SMITS, WANG, 2011, S. 4.] Ku koncentrácii kreatívneho priemyslu dochádza práve vo veľkých mestách a v okolí veľkých miest v krajine, prípadne v okolí stredne veľkých miest so špecializáciou v určitom druhu kreativity alebo v menej rozmanitom spektre kreativity [BOIX, LAZZARETTI, CAPONE, PROPRIS, SANCHEZ, 2010, S. 11. – 15.].

## 2. Ciele

Hlavným cieľom príspevku je nastolenie problematiky kreatívnej triedy a definovanie kritérií vhodných na identifikáciu kreatívnej triedy, ktoré umožnia definovať kreatívnu triedu a jej dve podtriedy v rámci klasifikácie OKEČ, ktorá pozostáva zo 17 kategórií a 60 oddielov. V rámci porovnania klasifikácie OKEČ a štruktúry kreatívnej triedy a jej podtried v USA, ktorá vychádza z klasifikácie: Standard Occupational Classification Policy Committee (SOCPC) budú identifikované príslušné kategórie a oddiely klasifikácie OKEČ pre podtriedy super-kreatívneho jadra a kreatívnych profesionálov. Ďalším cieľom príspevku je aplikovanie vypracovaného triedenia na dáta o zamestnanosti v SR za roky 2001 – 2008, s cieľom definovať podiel kreatívnej triedy a jej dvoch podtried na celkovej zamestnanosti v jednotlivých krajoch SR [SOCPC, 2009]

## 3. Dáta

Pre definovanie veľkosti kreatívnej triedy v ekonomike v jednotlivých krajoch SR, boli použité dáta o zamestnanosti v krajoch podľa triedenia OKEČ. Pri analýze dát sme vychádzali z Floridovej definície kreatívnej triedy, na základe ktorej sme odvodili zamestnanosť jednotlivých podtried: super-kreatívneho jadra a kreatívnych profesionálov a zamestnanosť celej kreatívnej triedy. Zamestnanosť super-kreatívneho jadra sme definovali ako podiel zamestnancov pracujúcich v odvetviach zo super-kreatívneho jadra a celkového počtu zamestnancov na Slovensku alebo v regióne. Zamestnanosť podtriedy kreatívnych profesionálov sme definovali ako podiel zamestnancov pracujúcich v odvetviach kreatívnych profesionálov a celkového počtu zamestnancov na Slovensku alebo v regióne. Zamestnanosť kreatívnej triedy sme definovali ako podiel zamestnancov pracujúcich vo všetkých odvetviach kreatívnej ekonomiky a celkového počtu zamestnancov na Slovensku a v regióne.

OKEČ – odvetvová klasifikácia ekonomických činností bola na Slovensku platná do 31.12.2007, pričom od 1.1.2008 sa používa metodológia NACE. Na

základe dostupných dát bolo možné zamestnaných v regiónoch rozdeliť do 17 hlavných kategórií a 60 oddielov podľa OKEČ [INFOSTAT, 2011].

Pre lepšie identifikovanie zamestnanosti kreatívnej triedy v regiónoch a na Slovensku bolo nutné vybrať kategórie a oddiely, ktoré v najvyššej miere obsahujú informácie o zamestnancoch z kreatívnej triedy. Následne boli vybrané kategórie a oddiely zaradené do skupiny super-kreatívne jadro alebo do skupiny kreatívni profesionáli. Spočítaním oboch skupín dostaneme informáciu o veľkosti celej kreatívnej triedy.

Na základe odvetvovej klasifikácie OKEČ boli do skupiny super-kreatívne jadro zaradení zamestnanci pracujúci v nasledujúcich kategóriách a oddieloch: [INFOSTAT, 2011]

### 3.1 Super-kreatívne jadro

#### *Kategória: D Priemyselná výroba*

Oddiel: 22 - Vydavateľstvo, tlač a reprodukcia nahraných nosičov záznamu

- 22000 – Vydavateľstvo, tlač a reprodukcia nahratých nosičov záznamu
- 22100 – Vydavateľská činnosť
- 22110 – Vydávanie kníh
- 22120 – Vydávanie novín
- 22130 – Vydávanie časopisov a ostatných periodických publikácií
- 22140 – Vydávanie nosičov záznamu zvuku
- 22150 – Ostatné vydavateľské činnosti

#### *Kategória: K Nehnutelnosti, prenájom a obchodné činnosti*

Oddiel: 72 – Počítačové a súvisiace činnosti

- 72000 – Počítačové a súvisiace činnosti
- 72100 – Hardvérové poradenstvo
- 72200 – Softvérové poradenstvo a dodávka softvéru
- 72210 – Nakladateľstvo v oblasti softvéru
- 72220 – Ostatné softvérové poradenstvo a dodávka softvéru
- 72300 – Spracúvanie údajov
- 72400 – Činnosti súvisiace s databázami
- 72500 – Oprava s údržba kancelárskych strojov a počítačov
- 72600 – Ostatné činnosti súvisiace s počítačom

Oddiel: 73 – Výskum a vývoj

- 73000 – Výskum a vývoj
- 73100 – Výskum a experimentálny vývoj v oblasti prírod. a tech. vied



- 73200 – Výskum a experimentálny vývoj v oblasti hum. a spoľ. vied

Oddiel: 74 – Iné obchodné služby

- 74000 – Iné obchodné činnosti
- 74100 – Právne činnosti, účtovníctvo
- 74130 – Prieskum trhu a verejnej mienky
- 74140 – Podnikateľské poradenstvo
- 74150 – Činnosti týkajúce sa riadenia holdingových spoločností
- 74200 – Architektonické a inžinierske činnosti a súvisiace tech. Poradenstvo
- 74201 – Architektonické a inžinierske služby vrátane projektovania
- 74202 – Geologický prieskum
- 74203 – Geodetická a kartografická činnosť
- 74204 – Hydrometeorologické a meteorologické činnosti
- 74300 – Technické testovanie a analýzy
- 74400 – Reklamné činnosti

**Kategória: O Ostatné spoločenské, sociálne a osobné služby**

Oddiel: 92 - Rekreačné, kultúrne a športové činnosti

- 92000 – Rekreačné, kultúrne a športové činnosti
- 92100 – Tvorba a distribúcia filmov a videozáznamov
- 92110 – Tvorba filmov a videozáznamov
- 92120 – Distribúcia filmov a videozáznamov
- 92130 – Premietanie filmov
- 92200 – Činnosti rozhlasu a televízie
- 92300 – Iné činnosti v kultúre a zábave
- 92310 – Umelecká a literárna tvorba a jej interpretácia
- 92320 – Činnosti kultúrnych a umeleckých zariadení
- 92330 – Činnosti zábavných parkov a lunaparkov
- 92340 – Ostatné zábavné činnosti i.n.
- 92400 – Činnosť tlačových kancelárií
- 92500 – Činnosť knižníc, archívov, múzeí a ostatných kultúrnych zariadení
- 92510 – Činnosti knižníc a archívov
- 92520 – Činnosť múzeí a pamiatková starostlivosť
- 92530 – Činnosti botanických a zoológických záhrad a prírodných rezervácií
- 92600 – Športové činnosti
- 92610 – Prevádzka športových zariadení
- 92620 – Ostatné športové činnosti
- 92700 – Ostatné rekreačné činnosti

Je nutné uviesť doplňujúcu informáciu o dvoch oddieloch zaradených do skupiny super-kreatívneho jadra. Jedná sa konkrétne o oddiel 74 – Iné obchodné

služby, svojim členením skôr spadá do skupiny kreatívnych profesionálov. V prípade jeho zaradenia medzi kreatívnych profesionálov by ale určite došlo k preradeniu architektonických a inžinierskych činností do nesprávnej skupiny. V prípade ostatných pododdielov je možné uvažovať o ich zaradení do obidvoch skupín a preto padlo rozhodnutie zaradiť celú kategóriu do skupiny super-kreatívne jadro. V druhom prípade sa jedná o skupinu 92 – Rekreačné, kultúrne a športové činnosti, ktorá až na športové činnosti spadá do skupiny super-kreatívne jadro. Rovnako ako v predchádzajúcom prípade nie je možné vyčíslit' veľkosť jednotlivých pododdielov a tak oddeliť športové činnosti od ostatných. Na druhej strane v tejto kategórii sa nachádzajú kreatívne činnosti ako tvorba filmov a videozáznamov, umelecká, literárna činnosť, činnosť rozhlasu a televízie, ktoré podľa Floridovej metódy spadajú do skupiny super-kreatívneho jadra. [INFOSTAT, 2011], [FLORIDA, 2002, S. 67. – 82.]

### 3.2 Kreatívni profesionáli

**Kategória: I Doprava, skladovanie, pošta a telekomunikácie**

Oddiel: 63 – Vedľajšie a pomocné činnosti v doprave

- 63301 – Služby cestovných kancelárií
- 63302 – Služby cestovných agentúr
- 63303 – Informačné služby pre turistov
- 63304 – Sprievodcovské služby

Oddiel: 64 – Pošty a telekomunikácie

- 64200 – Telekomunikácie
- 64209 – Ostatné telekomunikácie

**Kategória: J Finančné sprostredkovanie**

Oddiel: 65 – Finančné sprostredkovanie okrem poistenia a dôchodkového zabezpečenia (celý)

Oddiel: 66 – Poistenie a dôchodkové zabezpečenie okrem povinného sociálneho zabezpečenia (celý)

Oddiel: 67 – Pomocné činnosti súvisiace s finančným sprostredkovaním (celý)

**Kategória: K Nehnutelnosti, prenájom a obchodné činnosti**

Oddiel: 70 – Činnosti v oblasti nehnuteľností

- 70000 – Činnosti v oblasti nehnuteľností
- 70100 – Činnosti v oblasti nehnuteľností týkajúce sa vlastných nehnuteľností
- 70110 – Rozvoj a predaj nehnuteľností
- 70120 – Kúpa a predaj vlastných nehnuteľností

- 70200 – Prenájom vlastných nehnuteľností
- 70300 – Činnosti v oblasti nehnuteľností na základe zmluvy
- 70310 – Realitné kancelárie
- 70320 – Správa nehnuteľností na základe zmluvy

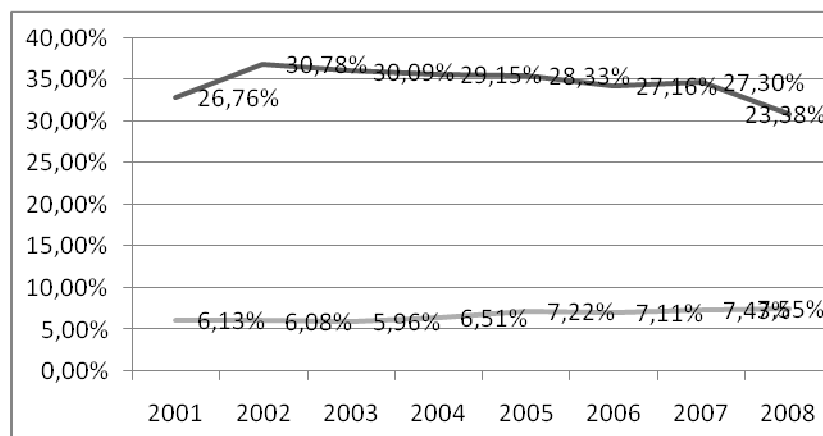
Oddiel: 71 – Prenájom strojov a zariadení bez obsluhy; prenájom tovaru osobnej spotreby a potrieb pre domácnosť

- 71000 – Prenájom strojov a zariadení bez obsluhy a prenájom tovaru osobnej spotreby a potrieb pre domácnosť
- 71100 – Prenájom automobilov
- 71200 – Prenájom iných dopravných prostriedkov
- 71210 – Prenájom iných pozemných dopravných prostriedkov
- 71220 – Prenájom vodných dopravných prostriedkov
- 71230 – Prenájom vzdušných dopravných prostriedkov
- 71300 – Prenájom strojov a zariadení
- 71310 – Prenájom poľnohospodárskych strojov a zariadení
- 71320 – Prenájom stavebných strojov a zariadení
- 71330 – Prenájom kancelárskych strojov a zariadení vrátane počítačov
- 71340 – Prenájom ostatných strojov a zariadení i. n.
- 71400 – Prenájom tovaru osobnej potreby a potrieb pre domácnosť i.n.

**Kategória: M Školstvo**

Oddiel: 80 – Školstvo (celý)

**Obr. 1 Zamestnanosť super-kreatívnej triedy a triedy kreatívnych profesionálov**



Zdroj: vlastné spracovanie autora (dáta: ŠÚ SR)

Na obrázku č. 2 je zobrazená zamestnanosť kreatívnej triedy na Slovensku v rokoch 2001-2008. Počas uvedených rokov dochádza k poklesu zamestnanosti kreatívnej triedy (kreatívni profesionáli

**Kategória: N Zdravotníctvo a sociálna starostlivosť**

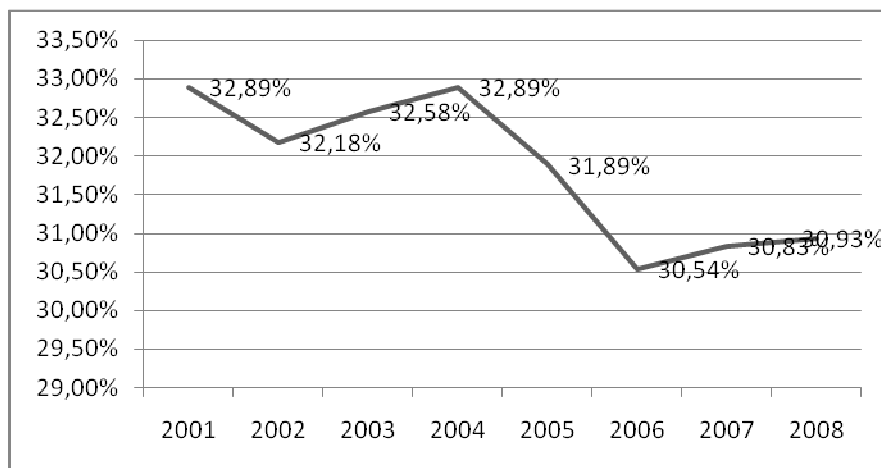
Oddiel: 85 – Zdravotníctvo a sociálna starostlivosť (celý)

#### 4. Kvantitatívne vymedzenie kreatívnej triedy a jej podtried na Slovensku

Nasledujúca kapitola obsahuje vymedzenie zamestnanosti jednotlivých podtried kreatívnej triedy a aj samotnej kreatívnej triedy. Vývoj zamestnanosti je analyzovaný za sledované obdobie 8 rokov (2001-2008). Na základe dostupných dát, je možné sformulovať dve základné tvrdenia o veľkosti super-kreatívnej triedy v slovenskom hospodárstve. A to, že zamestnanosť v super-kreatívnej triede na Slovensku v posledných rokoch rastie z podielu 6,13% až na 7,55%. Ale napriek tomuto pozitívnemu trendu je zamestnanosť v super-kreatívnej triede na Slovensku približne polovičná so zamestnanosťou super-kreatívnej triedy v USA (podľa Floridu 12%) [FLORIDA, 2002, 67. – 82.]. Rozvoj kreatívneho priemyslu je úzko závislý práve na kvalite a veľkosti super-kreatívnej triedy, ktorá predstavuje zdroj kreatívnych pracovníkov pre už spomínaný kreatívny priemysel. Obrázok č. 1 popisuje vývoj zamestnanosti podtriedy super-kreatívneho jadra (svetlá línia) a vývoj zamestnanosti podtriedy kreatívnych profesionálov (tmavá línia). Uvedený graf bol zostavený na základe analýzy štatistických dát, publikovaných Štatistickým úradom SR, ktoré boli analyzované na základe stanovenej metodológie.

+ super-kreatívne jadro), a to z hodnoty 32,89% až na 30,54% v roku 2006, kedy sa prepad zastavil. Pokles je spôsobený prevažne poklesom počtu zamestnancov v sektore zdravotníctva a školstva.

**Obr. 2 Zamestnanosť kreatívnej triedy**



Zdroj: vlastné spracovanie autora (dáta: ŠÚ SR)

Vývoj v zamestnanosti kreatívnej triedy a jej podtried možno zhrnúť nasledovne. V rokoch 2001 – 2008 sme svedkami nárastu zamestnanosti podtriedy super-kreatívneho jadra o 1,42%, pričom je to priaznivá správa pre kreatívny priemysel na Slovensku. Na druhej strane od roku 2001 do roku 2006 dochádza k neustálemu poklesu zamestnanosti v kreatívnej triede. Pokles sa zastavil až v roku 2006 odkedy môžeme sledovať mierny rast zamestnanosti kreatívnej triedy v hospodárstve. Pokles zamestnanosti kreatívnej triedy je spojený s poklesom zamestnanosti podtriedy kreatívnych profesionálov (pokles o 7,4% v rokoch 2002 -2008)

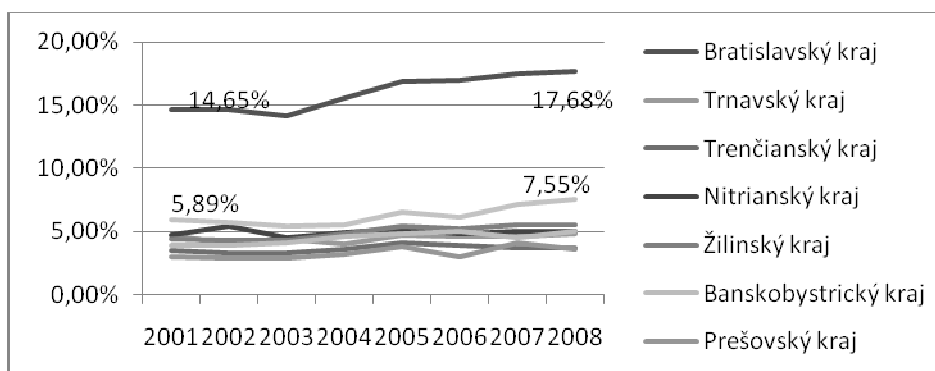
### 5. Porovnanie zamestnanosti kreatívnej triedy a jej podtried v krajoch SR

Porovnanie hodnôt na úrovni regiónov (NUTS 3) umožní ľahšiu identifikáciu tých regiónov, ktoré v

posledných rokoch zaznamenali nárast zamestnanosti kreatívnej triedy. Podobne ako v predchádzajúcej kapitole, aj v tejto časti budeme samostatne analyzovať veľkosť podtriedy: super-kreatívneho jadra v regiónoch SR a veľkosť celkovej kreatívnej triedy v regiónoch SR.

Porovnanie zamestnanosti podtriedy super-kreatívneho jadra z kreatívnej ekonomiky v regiónoch Slovenska je zachytené na obrázku č. 3. Najvyššou zamestnanosťou super-kreatívnej triedy disponuje Bratislavský kraj, kde v rokoch 2001 až 2008 došlo k rastu zamestnanosti super-kreatívnej triedy v regióne o 3,03%. Ostatné regióny dosahujú v rovnakom ukazovateli hodnoty v pásme od 3% do 5%, pričom výnimkou je práve Košický kraj, ktorý v posledných rokoch zvýšil hodnotu tohto ukazovateľa z 5,8% na 7,55%.

**Obr. 3 Zamestnanosť super-kreatívnej triedy v regiónoch**



Zdroj: vlastné spracovanie autora (dáta: ŠÚ SR)

V posledných troch sledovaných rokoch KSK dokonca zvýšil svoj náskok od ostatných krajov (mimo Bratislavského). V prípade, ak by sme brali ako referenčnú hodnotu práve zamestnanosť stanovenú

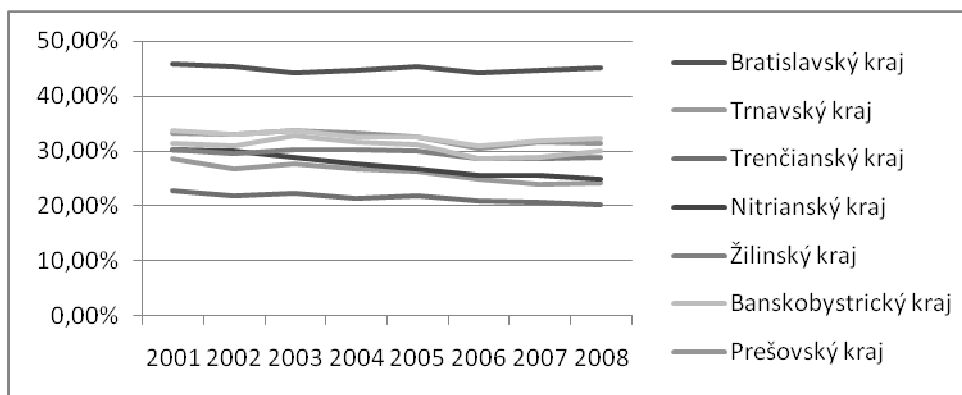
Richardom Floridom na úrovni 12%, potom by túto hranicu prekonal len Bratislavský kraj.

Pri analýze zamestnanosti kreatívnej triedy v krajoch (Obr. č. 4) sme dospeli k podobným zisteniam ako v prípade analýzy obrázku č. 3.

Rovnako ako v predchádzajúcom prípade, aj v tomto ukazovateli dominuje Bratislavský kraj nad ostatnými krajinami. Svoju druhú pozíciu obhájil aj Košický kraj, tesne pred Prešovským krajom. Vo všetkých krajinách

okrem Bratislavského, môžeme sledovať totožný jav ako v prípade celej Slovenskej republiky. Na analyzovanom období dochádza k poklesu zamestnanosti kreatívnej triedy v regiónoch.

**Obr. 4 Zamestnanosť kreatívnej triedy v regiónoch**

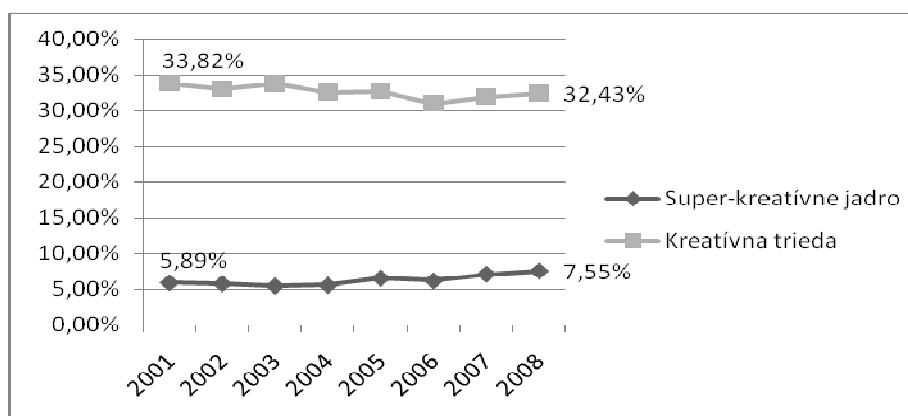


Zdroj: vlastné spracovanie autora (dáta: ŠÚ SR)

Obrázok č. 5 zachytávajú vývoj zamestnanosti v kreatívnej triede a super-kreatívnom jadre v Košickom samosprávnom kraji v rokoch 2001 až 2008. Zamestnanosť v super-kreatívnom jadre v KSK je na vzostupe, od roku 2001 došlo k rastu zamestnanosti z 5,89% na 7,55%. Pričom v posledných troch

analyzovaných rokoch došlo k najprudšiemu rastu zamestnanosti v super-kreatívnom jadre. Pri bližšom pohľade na dáta zistíme, že medzi najperspektívnejšie odvetvia v KSK radíme počítačové služby (nárast o 400% od roku 2001) a iné služby.

**Obr. 5 Zamestnanosť kreatívnej triedy a podtriedy super-kreatívneho jadra v KSK**



Zdroj: vlastné spracovanie autora (dáta: ŠÚ SR)

Vývoj zamestnanosti v celkovej kreatívnej triede má klesajúci charakter. Za sledované obdobie došlo v poklesu zamestnanosti kreatívnej triedy z 33,82% na 32,43%. Tento pokles je v zhode s celkovým vývojom na Slovensku. Zamestnanci v odboroch zdravotníctvo a školstvo tvoria až 2/3 zamestnancov v kreatívnej triede. Preto zmeny v zamestnanosti tejto skupiny výrazne ovplyvnia aj zmenu v zamestnanosti kreatívnej triedy.

## 6. Zhrnutie výsledkov

Cieľom príspevku je porovnanie vývoja a veľkosti kreatívnej triedy a jej podtried na Slovensku a v jeho regiónoch. Prvým krokom analýzy je samotné definovanie kreatívnej triedy a jej dvoch podtried v rámci klasifikácie OKEČ, ktorá pozostáva zo 17 kategórií a 60 oddielov.

Na základe porovnania sme dospeli k nasledujúcim záverom. Počas rokov 2001 - 2008

došlo k nárastu zamestnanosti triedy super-kreatívneho jadra o 1,42% z pôvodných 6,13% na konečných 7,55%. Vývoj zamestnanosti triedy kreatívnych profesionálov ale nabral opačný trend, keďže za sledované obdobie došlo k poklesu počtu pracovných miest o 3,38% (pokles z 26,76% na 23,38%). Celkovo došlo k negatívnemu vývoju zamestnanosti celej kreatívnej triedy (pokles o 1,96%).

Na úrovni krajov dopadol najlepšie Bratislavský kraj, kde počas sledovaného obdobia došlo k nárastu počtu pracovných miest, nie len v triede super-kreatívneho jadra, ale aj v triede kreatívnych profesionálov. Košický kraj dosiahol nárast počtu pracovných miest len v triede super-kreatívneho jadra.

O kreatívny priemysel prejavuje záujem stále viac mladých ľudí, ktorí uprednostňujú tvorivú prácu pred prácou v prostredí s veľkým množstvom automatizovaných procesov. Na základe skúseností z iných krajín môžeme predpokladať, že zamestnanosť kreatívnej triedy bude aj naďalej rásť. Keďže sa jedná o odvetvia s vysokou pridanou hodnotou, ktoré sú úzko naviazané na najmodernejšie technológie a procesy, pričom je dôležité pre regióny a mestá, aby si túto pracovnú silu udržali.

Práve kvalitná základňa kreatívnych pracovníkov je dôležitá pre úspešnú alokáciu kreatívneho priemyslu v regióne. Napriek preukázateľnému poklesu zamestnanosti kreatívnej triedy v sledovanom období, je vysoký predpoklad, že v dôsledku zväčšovania sa super-kreatívneho jadra, dôjde aj k rastu zamestnanosti v celkovej kreatívnej triede v budúcich rokoch.

## Literatúra

- Boix, R., Lazaretti, L., Capone, F., De Propriis, L., Sánchez, D. (2010): *The geography of creative industries in Europe: Comparing France, Great Britain, Italy and Spain*. Jonkoping: European Regional Science Association.
- Bureau Of Labor Statistics. (2009): *Standard Occupational Classification Policy Committee (SOCPC)*. [cit.: 2012-15-03]. Dostupné na internete: <[http://www.bls.gov/soc/soc\\_structure\\_2010.pdf](http://www.bls.gov/soc/soc_structure_2010.pdf)>.
- Florida, Richard. (2004): *The Rise of The Creative Class*. New York: Basic Books, 434 s.
- Howkins, John. (2002): *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin Global, 288 s.
- INFOSTAT. (2011): *OKEČ*. [cit.2011-25-09]. Dostupné na internete: <<http://www.infostat.sk/ELIS/RES/okec.html>>.
- KEA European Affairs. (2011): *The Economy of Culture in Europe*. [cit. 2011-25-09]. Dostupné na internete:

Všetky prezentované výsledky pochádzajú z analýzy štatistických dát, teda z kvantitatívnych dát. Nedošlo ku kvalitatívnemu výskumu, ktorý by dokázal presnejšie určiť rozsah kreativity jednotlivých pracovníkov. Čo má za dôsledok, že analyzované dáta obsahovali údaje o kreatívnej triede na základe zamerania podnikov a nie na základe pracovnej náplne zamestnancov.

## 7. Záver

Získanie a udržanie odvetví s vysokou pridanou hodnotou bude v nasledujúcich rokoch pre Slovensko a jeho regióny kľúčové. Jednou z alternatív ako si zabezpečiť dlhodobý hospodársky rast krajiny a regiónu je orientácia na podporu kreatívneho priemyslu. Kreatívny priemysel stojí na ľudskej tvorivosti a schopnosti prinášať nové produkty, ktorá je nevyčerpatel'ná. Porovnanie údajov o zamestnanosti v jednotlivých odvetviach umožňuje identifikáciu dvoch regiónov Slovenska, ktoré sú schopné prilákať a udržať kreatívny priemysel a to Bratislavský a Košický kraj. Pre Košický samosprávny kraj je kľúčové zistenie, že napriek negatívnemu vývoju v zamestnanosti kreatívnej triedy došlo v posledných rokoch k rastu zamestnanosti super-kreatívnej triedy, ktorá tvorí základný pilier kreatívneho priemyslu.

<[http://www.keanet.eu/ecoculture/executive\\_summary\\_en.pdf](http://www.keanet.eu/ecoculture/executive_summary_en.pdf)>.

- Kern, P., Smits, Y., Wang, D., (2011): *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China*. Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform, 63.p.
- Kludová, J. a kol. (2010): *Kreatívni ekonomika*. Bratislava: Grada Publishing, 136 s.
- Mellander, CH., (2009): *Creative and Knowledge Industries: An Occupational Distribution Approach*, *Economic Development Quarterly* 23: 294-305.

## Kontakt:

Ing. Radoslav Blahovec  
Katedra regionálnych vied a manažmentu  
Ekonomická fakulta  
Technická univerzita v Košiciach  
Němcovej 32  
Tel.: +421 55 602 3297  
E-mail: radoslav.blahovec@tuke.sk

## SUMMARY

### **The creative class and creative economy in Slovakia**

The objective of this article is to quantify the development and size of the creative class in Slovakia and its regions. Based on the comparison, we arrived to the following conclusions. Between the years 2001-2008, there was an increase in employment of the super-creative core class by 1.42% (from the initial 6.13 % to the final 7.55 %). The employment development of creative professionals, however, has taken an opposite trend since during the observation period there was a decrease in the number of job positions by 3.38% (decrease from 26.76% to 23.38%). Overall, there has been a negative employment development of the entire creative class (decrease by 1.96%).

At the regional level, the Bratislava region turned out the best with its increase in the number of job positions not only in the super-creative core class, but also in the creative professionals class during the observation period.

More young people are expressing interest in creative industry, preferring creative work to work in the automated environment. Based on the experience in other countries, we can assume that the creative class employment will continue to grow. Since we deal with high value-added sectors, it is important for regions to keep this workforce.

It is exactly creative workers quality baseline which is important for a successful allocation of the creative industry of the region. Despite the demonstrable decrease in unemployment of the creative class in the given observation period, there is a high presumption that in the future years there will be an increase in employment of the entire creative class as a result of an increase in the super-creative core.

All results presented come for the statistical data analysis, which is from the quantitative data. There has not been conducted any qualitative research which would be able to more accurately determine the scope of creativity for individual workers. As a consequence, the analyzed data contained information about the creative class based on enterprise activities and not based on employees' job descriptions.

Acquiring and keeping high value-added sectors will be a pivotal task for Slovakia and its regions. One way to ensure a long-term economic growth of a country and a region is to focus on supporting the creative industry. This industry is grounded on human creativity and ability to launch new products, which is inexhaustible. The information analysis in this article provides a clear proof that lately in Slovakia one can identify two regions capable of attracting and keeping the creative industry, namely the Bratislava and the Kosice region. A key finding for the Kosice region is that despite the negative employment development of the creative class, there has been a growth of employment for a super-creative class which forms the foundation pillar for the creative industry.

# KLASTRE A INOVÁCIE V PROSTREDÍ REGIONÁLNEJ EKONOMIKY

## *Clusters and Innovations in the Regional Economy*

Jozef HABÁNIK

### **Abstrakt**

*Ekonomika regiónov, postavenie a perspektívy regiónov sú kľúčovým atribútom hospodárskeho rastu a zamestnanosti. Inovácie, inovačná výkonnosť, vzdelanostná štruktúra, kvalifikácia, zručnosti a schopnosti podmieňujú udržateľnosť a konkurencieschopnosť. Nielen vláda, ale dnes už najmä regionálna samospráva a ďalšie inštitúcie v regiónoch sú rozhodujúcim článkom a ťahúňom príležitosti a rozvoja. Cieľom príspevku je analyzovať podmienky pre zmenu štruktúry regionálnej ekonomiky s dôrazom na podporu klastrov a inovácií a ich celkovému významu v rozvoji regiónov.*

### **Kľúčové slová**

*Región, Regionálna ekonomika, Klaster, Inovácie, Inovačná výkonnosť, Konkurencieschopnosť, Regionálna politika, Regionálny rozvoj.*

### **Abstract**

*Economy of regions, character and perspective of regions are the key attributes of economic growth and employment. Innovations, innovative efficiency, cultural structure, competence, skills and abilities qualify tenability and competitiveness. Not only the government, but especially local authorities and another regional institutions are the main part of regional development. The aim of this article is to analyze conditions for the change of a regional economy structure and to lay stress on importance of clusters and innovations in regional development.*

### **Key words**

*Region, Regional economy, Cluster, Innovations, Innovative efficiency, Competitiveness, Regional policy, Regional development.*

**JEL Classification:** O 18

### **Úvod**

Adaptácia regiónov na nové prostredie, turbulencie, udržateľnosť a tvorivosť znamená neustálu potrebu pružných reakcií na vnútorné a vonkajšie podnety. Konkurencieschopnosť, znižovanie regionálnych disparít, partnerské siete, spolupráca regionálnej samosprávy s podnikateľskou sférou, rozvoj služieb a vidieka sú nevyhnutným predpokladom regionálnej ekonomiky. Ekonomiky, ktorá integruje systémy regionálneho rozvoja s cieľom zabezpečiť rast životnej úrovne vo vymedzenom priestore, území a trhoch. Rozvoj regiónov determinuje nielen samotná výkonnosť firiem a podnikateľského prostredia, ale v čoraz väčšej miere difúzia tohto prostredia s verejným sektorom vo forme klastrov a regionálnych inovačných centier. Takéto partnerstvo môže byť základom pre siete inovácií, poznatkov a infraštruktúry.

### **1. Inovácie, konkurencieschopnosť a regionálna ekonomika**

Inovácie umožňujú firmám zabezpečiť rast výkonnosti a produktivity a v prípade MSP umiestnených v regióne zvyšovať ich konkurencieschopnosť na danom trhu. Procesy, ktoré neustále prebiehajú v reálnej ekonomike a v čase dynamizujúcej sa globalizácie, ale zároveň interdependencie menia rozsah, štruktúru a význam regionálnej ekonomiky. Je to dôsledok zmeny kompetencií u jednotlivých subjektov a tlak na zvyšovanie efektívnosti vo fungovaní regionálnej samosprávy. Kvalita sociálnych procesov je podmienená objektívnymi faktormi ekonomického rozvoja, prerozdelením zdrojov a spoločenskými zákonitostami. Tieto sú riadené regionálnou politikou, ktorej previazanosť s hospodárskou politikou je taká silná, že ju v teórii, ale rovnako v praxi v podstate nemôžeme uplatňovať izolovane. Podceňovanie

významu jej funkčnosti v regionálnej ekonomike v podmienkach rozvoja znamená vytlačanie sociálnych a ekonomických motorov, bez ktorých definované ciele regionálnej politiky sú ťažko dosiahnuteľné. Regionálna politika musí byť v záujme rastu inováčnej výkonnosti regiónu orientovaná na podporu kľúčových oblastí:

- výskum, vývoj, inovácie,
- podnikateľské prostredie,
- využívanie vzácných zdrojov a bohatstva.

Globalizácia a technologická vybavenosť aj v podmienkach regionálnej ekonomiky vytvárajú tlak na zvyšovanie konkurencie a pripravenosti na nové výzvy a trendy do budúcnosti. Regionálna ekonomika nemôže byť chápaná len ako podporná činnosť, resp. aktivita na budovanie priemyselných parkov a podnikateľských inkubátorov, ale najmä ako synergický efekt pozitívneho pôsobenia akademického, výskumného a podnikateľského partnerstva na báze verejno-súkromných princípov, čo je rovnako obsahom vymedzenia verejnej ekonomiky. Podstatná pre formovanie regionálnej ekonomiky z národnej úrovne je vyváženosť medzi inovačnými a kohéznymi pólmi rastu na báze intelektuálnych zdrojov a vyššej technologickej platforme na jednej strane a rozvoj oblastí mimo pólův rastu a vidieka na strane druhej. Proporčnosť týchto vzťahov a zároveň hodnotových väzieb môžeme vnímať v nasledovných koreláciách:

- ľudské zdroje, zamestnanosť, vzdelávací systém, produktivita práce,
- konkurencia, vedecký pokrok, inovácie, transfer poznatkov, nové technológie, infraštruktúra,
- územné plánovanie, kohézia, integrácia, súdržnosť,
- politika, kompetencie, finančné zdroje, právne a legislatívne prostredie.

V zmysle Ježkovej (2010) komunikácia medzi verejným a súkromným sektorom je veľmi dôležitá, aby sa disponibilné zdroje použili po porade s podnikateľskou obcou na tie oblasti, do ktorých má význam investovať, a nie tam, kde nemajú opodstatnenie. Tým sa kladie dôraz na znalosti a inovačné schopnosti.

Aktívne uplatnenie regionálnej ekonomiky v konečnom dôsledku prispieva k rastu konkurencieschopnosti regiónu, ktorý výrazne profituje z partnerstva verejného a súkromného sektora vo väzbe na prílev investícií s vyššou pridanou hodnotou, transfer technológií a poznatkov, rastu zamestnanosti a príjmu.

Konkurencieschopnosť regiónu je schopnosť narábať s inovačnými aktivitami a investíciami

s cieľom ekonomickej výkonnosti a rastu zamestnanosti prostredníctvom tvorby nových pracovných miest, ktoré kopírujú rozvojové trendy a impulzy a významnou mierou pomáhajú ekonomike regiónu. Regionálna ekonomika je závislá na príslušnej štruktúre a organizácii subjektov verejnej správy, miery nasýtenia lokálnych a regionálnych trhov, poznania potrieb, zdrojov, ich prínosu v súčinnosti so zabezpečením sociálnej a ekonomickej rovnováhy.

Vzájomný vzťah regionálnej ekonomiky, podnikateľského a inovačného prostredia v regióne nadobúda vo formáte vedomostnej spoločnosti nový rozmer s početnými kvalitatívnymi zmenami. Konkurencia zostruje štruktúrne vzťahy a preto úlohou vlády a regionálnej samosprávy je vytvárať, podporovať a rozvíjať podnikateľské a inovačné prostredie a kapacity v regionálnej ekonomike s cieľom diverzifikovať zdroje z hľadiska ich dostupnosti, efektívneho využívania, tvorby a prerozdeľovania.

Regionálnu ekonomiku charakterizujú nasledovné axiómy:

- izolovanosť alebo otvorenosť,
- rozvíjajúce sa trhy alebo upadajúci trh, prípadne stagnujúci,
- montáž a výroba, alebo výroba a vývoj,
- využitie ľudských zdrojov alebo strata vnútorného potenciálu,
- konkurencieschopnosť alebo nízka efektívnosť.

V dnešných hospodárskych podmienkach a v prostredí medzinárodnej výmeny tovarov, služieb, prílivu investícií a prevodu kapitálu izolovanosť región od týchto parametrov znamená v podstate výrazné obmedzenie rastu životnej úrovne, na druhej strane vysoká otvorenosť môže spôsobovať výkyvy založené na cyklickej alebo krízovej vlne. Rozvoj vnútorného potenciálu determinujú prírodné zdroje, ľudské zdroje, sociálna a technická vybavenosť a fungovanie inštitúcií územnej samosprávy. Tieto sú podmienkou pre inovačnú a technologickú aktivitu a podporu malého a stredného podnikania a zamestnanosti. V regionálnej ekonomike rôzne formy inštitúcií utvárajú podmienky napomáhajúce regionálnemu rozvoju, najmä tie, ktoré podporujú a aktivizujú výskum, vývoj, inovácie, vzdelanosť, transfer technológií a kapitál.

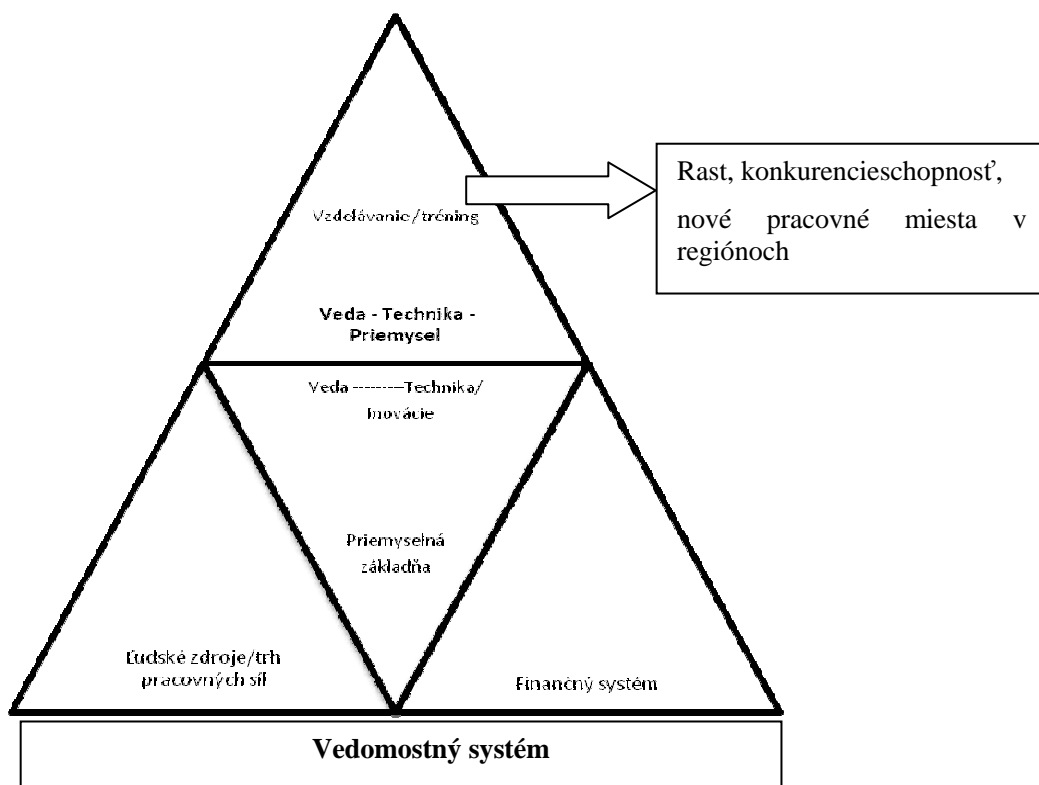
Inovácie a inovačná výkonnosť podmieňujú stupeň technickej a technologickej vybavenosti ekonomiky regiónu a dotvárajú komplex vzájomných vzťahov, ktoré sa kumulatívne formujú a stávajú tak organickou štruktúrou a parametrom rozvoja regiónov. Na príkladoch vyspelých ekonomík ako



Švédsko alebo Fínsko, v ktorých existuje kvalitný a prepracovaný inovačný systém s regionálnymi prvkami môžeme sledovať geografickú, sektorovú a vedecko – výskumnú previazanosť s vysokým stupňom prepojenia inštitúcií, firiem a organizácií. Táto forma kooperácie zvyšuje efektívnosť celého systému a v podmienkach regionálnej samosprávy rovnako tlak na dynamiku rozvoja regiónov.

Rozhodujúca podpora vedy a techniky z verejných zdrojov je v súčasnosti sústredená na podporu technologických inkubátorov, vedecko-technologických parkov, centier transferu technológií a výskumno-vývojových centier zameraných na transfer výsledkov výskumu do praxe. Výskum

Graf. č. 1: Vzťah medzi konkurenciou regiónu, podporou vedy, inovácií a podnikania



Systematická a dlhodobá priama a nepriama finančná štátna pomoc, ale aj nefinančná podpora domácich a zahraničných investícií do výskumu, vývoja a inovácií, rovnako priemyselných ako aj netechnologických sa musí stať stredobodom záujmu tvorcov hospodárskej a regionálnej politiky z hľadiska zmien v štruktúre ekonomického rastu, jeho udržateľnosti a širšej orientácii našej odvetvovej skladby a podpory zamestnanosti. Realizovaný systém štátnej podpory do budovania výrobnéj a montážnej základne nášho priemyslu a služieb sústredených na dve, resp. tri odvetvia je v čase hospodárskej, finančnej a dopytovej turbulencie prekonaný. To si vyžaduje mať pripravené investície do vzdelania, stimuly pre výskum, vývoj a inovácie v prostredí regionálnej ekonomiky.

a vývoj nemôže efektívne fungovať bez komplementárnych väzieb so vzdelávaním a inovačnou aktivitou podnikateľského sektora. Preto je dôležité minimalizovať prekážky vo vzťahoch medzi jednotlivými kategóriami tvoriacich obsah vedomostnej pyramídy (graf 1) (Boyer R., Amable B. and Barré R.: Les systèmes d'innovation à l'ère de la globalisation, Economica, 1999). Bez odstránenia týchto prekážok nemožno očakávať zvýšenie podielu finančných zdrojov podnikateľskou sférou. Z uvedeného je zrejmé, že ide o iný prístup, funkčne náročnejší ako klasické poznanie znalostného trojuholníka.

Dôraz na spoluprácu medzi akademickým výskumom a hospodárskou praxou formou podpory budovania prispieva tiež k rozvoju regionálnej ekonomiky. Vytváraniu regionálnych sietí výskumu však musí predchádzať analýza podnikateľského a vývojového prostredia a kapacít, aby mohlo dôjsť k reálnemu využitiu inovačného potenciálu v regióne.

Inovačná výkonnosť regiónov je závislá od štruktúry regionálnej ekonomiky vo väzbe na synergiu medzi národnou a regionálnou podporou z verejných zdrojov a vtiahnutia podnikateľského prostredia do týchto aktivít. Výskumné a vzdelávacie subjekty budú musieť vo väčšej miere byť zásobníkom impulzov pre zvýšenie motivácie súkromného sektora investovať do výskumu, vývoja a inovácií.

## 2. Štruktúra regionálnej ekonomiky

Regionálna ekonomika je charakteristická prelínaním a umiestnením hospodárskych, sociálnych, politických, ekologických, technologických, inovačných a vzdelávacích nástrojov nie zanedbateľného vplyvu. Regionálna ekonomika v rámci svojej pôsobnosti využíva parciálne komparatívne výhody, nakoľko na jej úrovni vieme konkrétne podmienky efektívnejšie a citlivejšie formovať a riadiť v záujme strategických globálnych cieľov. Pre zabezpečenie zvyšovania kvality života a životnej úrovne je dôležité si uvedomiť, že komparatívne výhody založené na nízkych nákladoch a nízkej cene práce prinášajú len krátkodobé efekty, v regióne drancujú vzácne zdroje a efekty sa veľmi rýchlo stratia. Preto komparatívne výhody odvodzované na báze aplikácie výsledkov výskumu, transferu poznatkov do praxe a inovačného potenciálu a kapacít zabezpečujú konkurencieschopnosť a udržateľnosť hospodárskeho rastu, zamestnanosti a príjmovej základne ekonomických subjektov v regiónoch. V štruktúre regionálnej ekonomiky majú svoj význam inštitucionálne a organizované zložky ako *vedecko – technologické parky, klastre, výskumné a vývojové centrá, centrá excelentnosti, centrá transferu technológií, technologické inkubátory a regionálne inovačné centrá*. V súlade s Haviernikovou (2011) technologický inkubátor je zameraný na podporu zamestnanosti, komercializáciu nových technológií a rozvoj lokálnej ekonomiky. V súvislosti so zmenami vo vonkajšom a vnútornom sociálnom a ekonomickom prostredí, na ktoré reaguje aj „Národný program reforiem 2008-2010“ sú tieto zložky jednou z priorít a zároveň nástrojom využitia vnútorného potenciálu v regióne, územia, pracovnej sily, zdrojov a technológií. Význam podpory malých a stredných podnikov pôsobiacich v regióne a ich spolupráca s výskumnými inštitúciami, podpora zamestnanosti a tvorba nových efektívnych pracovných miest, inovácií a nových technológií vo väzbe na rozvoj služieb v regióne rozvíjajú a naplňujú ciele regionálnej ekonomiky.

Klastre sú regionálne zoskupenia a siete vzájomne prepojených firiem a inštitúcií v konkrétnych odvetviach. Zahŕňajú skupinu previazaných priemyslových odvetví a ďalších subjektov dôležitých pre hospodársku súťaž. Dôvodom pre existenciu klastrov sú lokalizačné úspory, ale aj atmosféra daného odvetvia odvodená od formálnych a neformálnych kontaktov, pracovných postupov a tradícií v danom regióne a schopnosti vysokej školy, alebo univerzity svojim potenciálom konkurenčne podporiť samotný jeho zmysel. Cieľom je:

- podporovať rozvoj regiónu v tých oblastiach, v ktorých má najväčší potenciál,
- podporovať rozvoj výskumno–vývojových aktivít a vytváranie pracovných miest pre kvalifikovanú pracovnú silu v regióne,
- zvyšovanie konkurenčných výhod regiónu,
- prispievať k vytváraniu sietí a spolupráce,
- udržiavať hybnú silu firiem v rámci odvetvia.

V zásade sa klastre podľa schopnosti tvorby inovačných programov alebo transferu poznatkov delia na znalostné a tradičné. Toto delenie podporuje aj Európska komisia. Znalostné klastre majú neformálne spoločenské mechanizmy, ktoré podnecujú súťaž skôr pomocou inovácie, než pomocou deštruktívnej cenovej konkurencie. Sústreďujú sa na konkrétnu oblasť technickej expertízy alebo kompetencie v regióne, ako sú napríklad výskumné alebo vzdelávacie schopnosti. V tomto type klastrov nejde o kľúčové dodávateľské väzby v rámci daného sektora ale o aplikáciu samotných znalostí a expertízy často naprieč veľmi odlišnými hospodárskymi aktivitami. Úlohou vysokých škôl pri tomto type klastrov je prispôbiť svoje študijné programy potrebám ľudských zdrojov v danej lokalite a orientovať svoje výskumno–vývojové a programy potrebám regionálnych zoskupení (klastrov).

Globalizácia trhov presúva možnosti podnikania do rôznych regiónov, čo zvyrazňuje úlohu klastrov a regionálnu špecializáciu odvetví, zamestnanosti, miezd a konkurencie. Klaster sa v ekonomickej teórii používa v súvislosti so skúmaním zdrojov konkurencieschopnosti, predovšetkým v spojitosti so zvyšovaním konkurencieschopnosti regiónov, s koncepciami lokálneho a regionálneho vývoja a aktivitami zameranými na odstraňovanie regionálnej diferenciácie. Podľa Portera (1990) sa konkurencieschopnosť viaže k istým štruktúram priemyselných odvetví, ktz. klastrom, ktoré sa zvyčajne koncentrujú v regiónoch. Ide teda o regionálnu koncentráciu a previazanie podnikateľských sietí, ktorých rozvoj umožňuje tesné dodávateľsko-odberateľské prepojenie jednotlivých podnikov, dynamický a diferencovaný dopyt po produktoch klastra, zameranie vzdelávania na požiadavky podnikov a im zodpovedajúcu ponuku pracovných síl, previazanosť podnikového a univerzitného výskumu, rozšírenie ponuky špecializovaných služieb a v konečnom dôsledku schopnosť podnikov cielene využívať tieto výhodné podmienky na inovačnú činnosť.

Podľa Meyet – Stamera (1999) sa klaster definuje ako skupina priestorovo susediacich podnikov určitého odvetvia hospodárskej činnosti, ktoré sa späté vzájomnými vzťahmi (napríklad prostredníctvom

dodávateľských, odberateľských, informačných, technologických či obslužných sietí) a ktoré využívajú špecializovanú infraštruktúru (napríklad v oblasti výskumu a vzdelávania).

V zmysle Bergmana (1999) definujú vytváranie regionálnych odvetvových klastrov spojením určitých slupín odvetví, ktoré sú relatívne nezávislé, ale pritom na seba navzájom nadväzujú a majú rozhodujúcu úlohu pri ozdravovaní ekonomiky daného regiónu. Vznik a rozvoj klastrov odráža charakter podnikovej kultúry a kvalitu podnikateľského prostredia, predovšetkým s chopnosť podnikovej kooperácie pri získavaní a rozvoji vstupov a súčasne zachovanie konkurencie pri uplatnení výstupov. Fungovanie klastrov si rovnako vyžaduje schopnosť komunikácie medzi rôznymi skupinami subjektov v danom regióne, ich otvorenosť voči alternatívnym hodnotovým kritériám a preferenciám.

Podľa Európskej komisie predstavujú klastre skupinu nezávislých spoločností a pridružených inštitúcií, ktoré spolupracujú a zároveň si konkurujú, sú geograficky koncentrované v jednom alebo niekoľkých regiónoch (tzv. globálne rozšírenie klastrov), špecializujú sa na určitú oblasť, sú sprevádzané spoločnými technológiami a vedomosťami, sú technologicky vyspelé alebo tradičné a môžu byť buď inštitucionalizované alebo neinštitucionalizované.<sup>1</sup> Ako sa uvádza v publikácii Európskej komisie, existuje hierarchická štruktúra troch konceptov inovačného systému podnikov, pričom regionálny klastor ako koncentrácia vzájomne spolupracujúcich podnikov v rámci rovnakých alebo príbuzných sektorov v malej geografickej oblasti zastáva prvú hierarchickú úroveň. Do väčšej miery organizovaná spolupráca medzi podnikmi (aj na základe dôvery, štandardizácie a konvencií), ktorá aktívne stimuluje inovačné aktivity podnikov, predstavuje regionálnu inovačnú sieť ako druhú hierarchickú úroveň. Hierarchiu konštitúcie inovačného systému podnikov dotvára regionálny inovačný systém, definovaný ako spolupráca medzi podnikmi a rôznymi organizáciami za účelom rozvoja znalostí, inovácií a ich následného rozširovania.

Inovačná politika a klastre su vo vyspelých regiónoch EÚ považované za rozhodujúci nástroj zvyšovania a celkovej dynamizácie konkurenčnej schopnosti regiónov, ich sociálneho a ekonomického rozvoja. Klastre sú v podstate v tomto poňatí výsledkom endogénneho vývoja a intenzívnej spolupráce lokálnych a regionálnych partnerov.

Inovačná výkonnosť v regiónoch významnou mierou prispieva k hospodárskemu rastu a konkurencieschopnosti. Regióny dnes nemajú

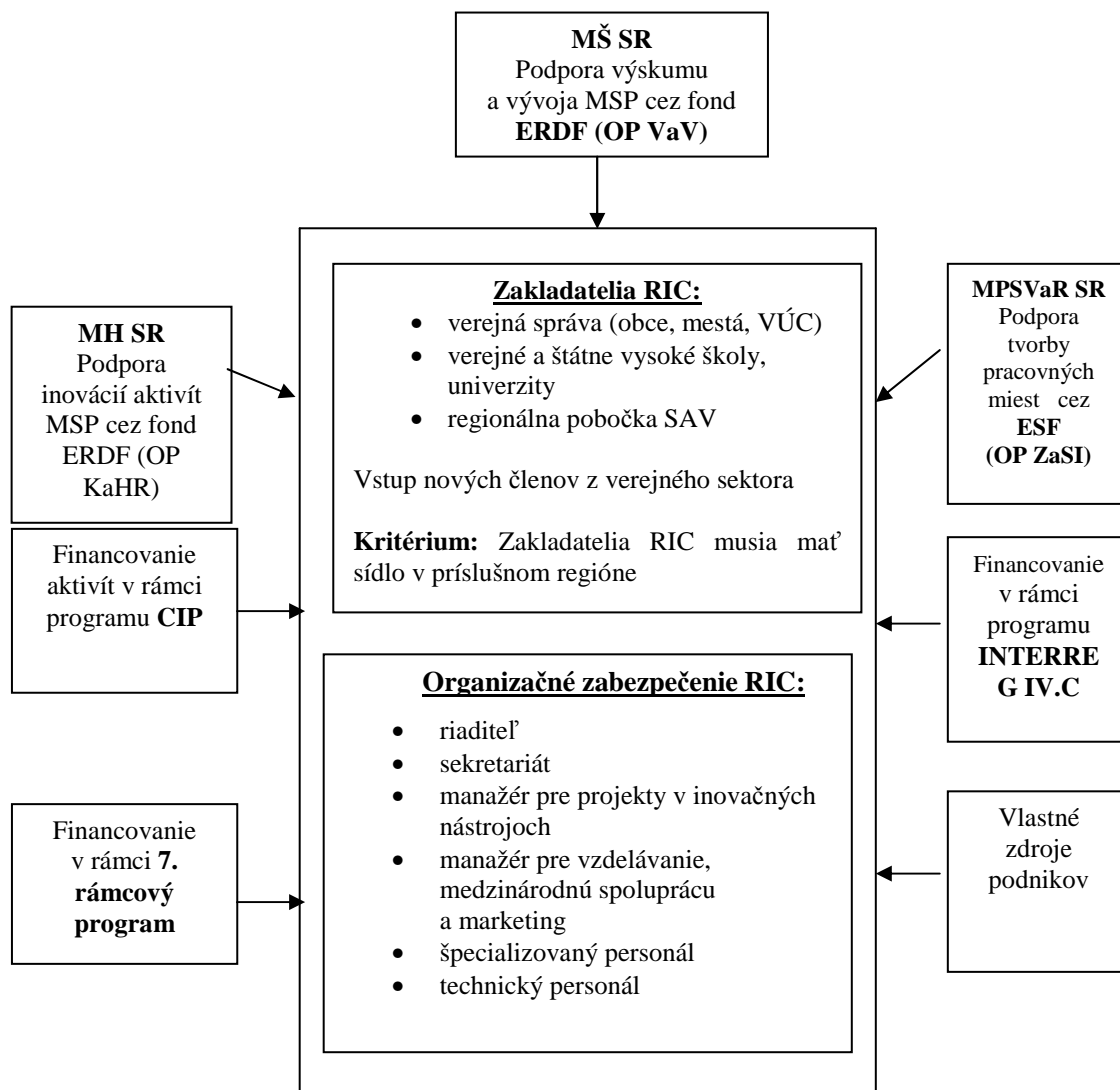
vybudované inštitucionálne kapacity pre pokračovanie spracovaných regionálnych inovačných stratégií, pre transfer nových technológií a prepojenie priemyslu a služieb s inováciami. Jedným z východísk riešenia súčasného stavu je vytvorenie siete regionálnych inovačných centier (bližšie obr. č. 1) pre zvýšenie využitia inovačných nástrojov s cieľom:

- zvýšenie konkurencieschopnosti regiónov, znižovanie regionálnych disparít, zvyšovanie regionálnej miery zamestnanosti prostredníctvom rozvoja inovačných nástrojov na regionálnej úrovni,
- inštitucionálne zabezpečenie infraštruktúry prostredníctvom inovačných nástrojov pre implementáciu regionálnej a štátnej inovačnej politiky v regiónoch v súlade s regionálnymi inovačnými stratégiami a inovačnou stratégiou Slovenskej republiky,
- znovu obnovenie a rozšírenie potenciálu inovácií v rámci aplikovaného výskumu a vývoja pre inovatívne podnikanie, pre rozvoj spolupráce podnikov s výskumnými, vývojovými a vzdelávacími inštitúciami v regiónoch,
- transformácia poznatkov univerzít, výskumno-vývojových a vzdelávacích inštitúcií do priemyselnej praxe s orientáciou na malé a stredné podnikanie v regiónoch,
- vytvorenie podmienok pre vznik a rozvoj najmä malých a stredných inovatívnych podnikov zameraných na využívanie nových výrobných postupov a technológií, produkujúcich konkurencieschopné výrobky a poskytujúcich kvalitatívne lepšie služby.

Ako uvádza Hladlovský (2002) výsledky dosiahnuté v jednotlivých podnikových aktivitách (v technickom rozvoji, výrobových inováciách) sa bezprostredne premietajú tiež do finančnej situácie podniku.

<sup>1</sup> EUROPEAN COMMISSION: Final Report of the Expert Group on Enterprise Clusters and Networks.

Obr. č. 1: Siet'ovanie a financovanie regionálnych inovačných centier



Zdroj: Inovačná stratégia SR 2007-2013, MH SR

Hlavným poslaním centier pre podporu inovácií má byť efektívne prepojenie potrieb podnikateľskej sféry a výskumného potenciálu. V jednotlivých regiónoch budú tieto centrá prispievať k sociálnemu a ekonomickému rozvoju prostredníctvom podpory inovácií a vytvárania nových inovatívnych podnikov. Inovačný potenciál regiónov vyžaduje definovať oblasti rozvoja sektorov v zmysle pôlov rastu v jednotlivých samosprávnych krajoch, aby bola zabezpečená udržateľnosť a infraštruktúra. Preto pochopenie úloh, zamerania a štruktúry regionálnej ekonomiky z hľadiska princípov verejnej ekonomiky, segmentov sektorových politík a previazanosti celého mechanizmu zložitých väzieb a vzťahov je nesmierne dôležité a je v záujme sociálneho a ekonomického rozvoja.

Regionálny inovačný systém je založený na troch pilieroch:

- tvorba a transfer poznatkov (univerzity, vysoké školy, výskumné a vývojové organizácie, technologické a inovačné firmy),
- financovanie, zdrojové krytie, rizikový kapitál,
- verejno – súkromné partnerstvo.

Transfer poznatkov získaných výskumom a vývojom z univerzít a vysokých škôl do prostredie a štruktúry regionálnej ekonomiky je zatiaľ obmedzený. Pre budúcnosť bude dôležité ako univerzity a vysoké školy pôsobiace v regiónoch zvládnu viac zdrojové financovanie a posilnenie príjmov z podnikania, grantov, licencií a podobne. Vysoké školy ako zdroj pre inovačnú výkonnosť označuje podľa prieskumu ŠÚ SR veľmi nízky podiel firiem v pôsobiacich na regionálnej úrovni ( v roku 2008 len 2.2%). Inovačný impulz vysokých škôl v prospech rozvoja regiónov je daný spolupracou verejného a súkromného sektora, najmä prelínaním

technických a ekonomických disciplín. Za najväčšie bariéry sú považované nemotivačné systémy podpory na inovačné aktivity zo strany vlády a regionálnej samosprávy (bližšie v tabuľke č.1). Na druhej strane však treba pozitívne hodnotiť iniciatívu regiónov,

ktorá smeruje do stimulácie technologického rozvoja a inovácií v podobe vzniku inkubátorov, klastrov a vedecko – technologických parkov, kde reálne dochádza k prepojeniu verejného a súkromného sektora.

Tabuľka č. 1: Typológia bariér regionálnych inovačných systémov

	Vídiecke a periférne	Ekonomické jadro	Metropolitné
<b>Sieťovanie</b>	slabé	problémy s lock-in	rozvinuté
<b>Konkurencia</b>	lokálna	lokálna a národná	globálna
<b>Výskum a technológia</b>	slabé	špecializované kapacity	základný výskum
<b>Organizácie</b>	málopočetné	slabá koordinácia	veľký počet
<b>Vzdelávanie a kvalifikácia</b>	nízka	dôraz na technickú kvalifikáciu	dostupné

Zdroj: Rehák, Sokol, 2007

Podľa Ivanovej (2011) inovačná výkonnosť má kľúčový význam pre dlhodobu udržateľný ekonomický rast, čo je hlavným znakom kvalitatívne založenej ekonomiky. Regionalizácia ekonomík musí byť nevyhnutne podmienená v záujme napredovania a rozvoja technologickou a inovačnou integráciou. Preto verejný sektor by mal podporovať utváranie regionálnych inovačných centier a definovať nástroje tejto podpory a to najmä v regiónoch s dostatočnou vzdelávacou a výskumnou základňou.

### Záver

V dôsledku hospodárskej a finančnej krízy, ale aj rastúcemu tlaku konkurenčných štátov s lacnou pracovnou silou, budeme musieť v nasledujúcich rokoch prejsť na nový stupeň rozvoja a štruktúry

regionálnej ekonomiky založenej na využití výstupov a efektov zložiek ako VTP, klastre, inovčné centrá, technologické inkubátory a podobne, ich sieťovanie v rámci regiónu, hospodárstva a integračných celkov. Hybnou silou takéhoto vývoja môže byť rastúca úroveň vzdelania obyvateľstva, výkonná výskumno-vývojová základňa, inovačný potenciál podnikového sektora stimulovaný priaznivým proinovačným podnikateľským prostredím a partnerská účasť regionálnej samosprávy. Bez výraznej zmeny legislatívy, kompetencií, zdrojového krytia a najmä myslenia v prospech domácich a zahraničných investícií do výskumu, vývoja a inovácií v priemysle, technológiách a službách je však nepravdepodobné, že sa podarí do regiónov prilákať súkromný kapitál na podporu výskumno-vývojového a inovačného potenciálu.

### Literatúra

- Buček, M. a kol. (2006): *Regionálny rozvoj novšie teoretické koncepcie*. Bratislava: Ekonóm, 158 s.
- Maier, G., Tödtling, F. (1998): *Regionálna a urbanistická ekonomika*. Bratislava: Elita.
- Skokan, K. (2004): *Konkurencieschopnosť, inovace a klastry v regionálnom rozvoji*. Ostrava: Repronis, 138 s.
- Habánik, J., Koišová, E. (2011): *Regionálna ekonomika a politika*. Bratislava: Sprint, 175 s.
- Bergmann, E., Feser, E. J. (2010): *Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications. The Web Book of Regional Science*. West Virginia: Morgantown, West Virginia University, Regional Research Institute.
- Ježková, R., Makó, M. (2010): *Regionálna podpora ekonomiky vo vyšších územných celkoch v SR, Višegrád 1/2010*, s. 101
- Ivanová, E. (2011): *Význam výskumu a vývoja pre inovačný rast ekonomiky a zvyšovanie jej konkurencieschopnosti. Sociálno- ekonomická revue, 4/2011*.
- Havierníková, K. (2011): *Úloha univerzity pri vytváraní podmienok pre rozvoj regiónu. Sociálno- ekonomická revue, 4/2011*.
- Porte, M. E. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press

Hladlovský, V. (2002): Využitie finančných metód finančnej analýzy ex ante na prognózovanie finančného vývoja podniku. *Ekonomika s spoločnosťou*.

EUROPEAN COMMISSION. (2000): *Innovation policy in knowledge based economy*. Luxembourg: EurOp, 99 s.

Rehák, Š., Sokol, M. (2007): Regional pathways towards the knowledge economy – experiences from Slovakia, in Piech, K., *Knowledge and innovation processes in Central and Eastern Europe*, Warsaw: The Knowledge and Innovation Institute.

Návrh „Projekt inovačnej stratégie SR na roky 2007 až 2013“. (2007): [cit.: 2012-15-03]. Dostupné na internete: <<http://www.economy.gov.sk/pk/1789-2007-1000/ma.htm>>.

MŠ SR (2008): *Stratégia plnenia Dlhodobého zámeru štátnej vednej a technickej politiky do roku 2015 na obdobie do roku 2010*.

MŠ SR (2009): *Správa o stave výskumu a vývoja v Slovenskej republike za roky 2003 – 2007 s vyhodnotením úspešnosti a efektívnosti grantových schém na podporu výskumu a vývoja financovaných z verejných zdrojov v roku 2008*.

MŠ SR (2009): *Projekt Technickej podpory rozvoja ľudského kapitálu – HUMAN CAPITAL TECHNICAL ASSISTANCE 2009*.

### **Kontakt**

doc. Ing. Jozef Habánik, PhD.

Katedra ekonómie a ekonomiky

Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov

Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne

Študentská 2, 911 50 Trenčín

mail: [jozef.habanik@tnuni.sk](mailto:jozef.habanik@tnuni.sk)

## SUMMARY

### **Clusters and innovations in the regional economy**

Adaptation of regions to new environment, turbulence, sustainability and creativity means continual necessity of flexible responses to internal and external impulses. Competitiveness, decreasing of regional disparities, partnership networks, cooperation of regional self-government and entrepreneurs, development of services are important parts of regional economy.

Regional politics are typical for penetration of business, social, political, ecological, technological, innovative and educational tools, which have great impact. In the structure of regional economy, there are very important parts such as institutional and organizational parts, including technological parks, clusters, scientific and development centres, technology transfer centres and regional innovation centres.

Nowadays, regions do not have institutional capacities to continue in processing of regional innovation strategies, to transfer new technologies and to link different kinds of industry and services, which provide innovations.

One of the possible solutions of present situation is to build a network of regional innovation centres which help to increase using of innovation tools. These activities will increase competitiveness of regions, decrease regional disparities and increase regional rate of employment using development of innovation tools on the regional level. Driving forces of this development are increasing level of education, effective scientific and development base, innovative potential of business sector stimulated by good pro-innovative business environment and partnership of regional self-government.

However, this is possible only when there are changes in legislation, competencies and sources that will cover investments, and there must also be changes in thinking on domestic and foreign investments that are needed for development and innovations in different kinds of industry. Otherwise, it will not be possible to use private capital, which can support scientific and innovative potential.

## KREATÍVNA PRACOVNÁ SILA

### *The creative workforce*

Mária IGAZOVÁ

---

#### **Abstrakt**

*Príspevok je spracovaný na základe podkladov ESPON EU. Prezentácia trendov a dynamiky európskych regiónov z pohľadu kreatívnej pracovnej sily. Príspevok obsahuje odporúčania pre tých, ktorí robia rozhodovacie procesy, územné trendy kreatívnej pracovnej sily. Prispieva kreatívna pracovná sila inkluzívnemu rastu v mestských aglomeráciách a špecifických územiach? Čo je hnacou silou kreatívnych pracovníkov lokálnom kontexte. Klasifikácia povolání, ktoré sa zaraďujú do kreatívneho priemyslu.*

#### **Kľúčové slová**

*kreatívny priemysel, územné trendy, ekonomický rast*

---

#### **Abstract**

*Trends and dynamics of European regions are presented from the point of view of creative work force. Are regions with high contingents of creative workers the most economic successful regions in Europe? Does the creative workforce have an effect on regional growth? What is the contribution of the creative workforce in the European labour market? Evolution of the number of creative professionals.*

#### **Key Words**

*creative professionals, regional trends, economic growth*

---

#### **JEL Classification: O 18**

---

#### **Úvod**

Rok 2009 bol vyhlásený za Európsky rok inovácií a kreativity. Slovo „inovácie“ sa skloňuje neustále a vo všetkých pádoch, vrátane väzieb inovácií na hospodárstvo, konkurencieschopnosť, ekonomiku a pod., kreativite nie je venovaná taká veľká pozornosť, hoci je jednou z hybných síl rozvoja inovácií. Kreativita je však tiež základom mnohých nepriemyselných odvetví, ktoré sa zakladajú na jednotlivcoch s tvorivými a umeleckými schopnosťami, ktorí sú spojení s manažérmi a technikmi a vytvárajú produkty pre trh. Ich ekonomická hodnota spočíva v kultúrnych a intelektuálnych vlastnostiach. Podľa britského Ministerstva kultúry, médií a športu zahŕňa kreatívny priemysel tie aktivity, ktoré majú svoje korene v individuálnej tvorivosti a talente a ktoré majú potenciál vytvárať bohatstvo a pracovné miesta prostredníctvom vytvárania a využívania intelektuálneho vlastníctva. Podľa údajov, ktoré zverejnilo ministerstvo na svojej stránke ([www.culture.gov.uk](http://www.culture.gov.uk)) v roku 2011 kreatívny priemysel

predstavoval 2,9% z celkovej pridanej hodnoty, čo predstavuje nárast z celkovej pridanej hodnoty, ak porovnáme tento s rokom 2008, kedy celková pridaná hodnota tvorila 2,8%. Zamestnanosť v tomto sektore vzrástla dvojnásobne, ak ju prirovnáme ku celkovej zamestnanosti v britskom hospodárstve. Ďalšie štatistické údaje Britského ministerstva kultúry zverejnené v decembri 2011 uvádzajú, že 1,5 milióna ľudí pracuje v kreatívnych priemysloch a export služieb vytvorených v kreatívnom priemysle tvoril 10,6% z celkového exportu služieb v Spojenom kráľovstve. Odhaduje sa, že v roku 2011 v kreatívnom priemysle pôsobilo 106 700 firiem (údaj z Registra medziodborových firiem Inter-Departmental Business Register dostupný na [www.ons.gov.uk](http://www.ons.gov.uk)), čo je 5,1% všetkých firiem registrovaných v IDBR.

Kreatívny priemysel zahŕňa, napríklad dizajn, architektúru, film a všeobecnú audio víziu, ďalšie umelecké odbory, aj folklórne tradície, reklamu, publikačnú činnosť, vzdelávací softvér, softvér pre voľný čas a pod.



Nakoľko téma kreatívneho priemyslu je pomerne v našich krajinách neprebádaná a nie je celkom rozšírená, Európska komisia spracovala danú problematiku a všetky získané údaje opublikovala na stránkach ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu) a [www.espon.eu](http://www.espon.eu)).

Cieľom daného príspevku je prezentovať trendy a dynamiku Európskych regiónov z pohľadu kreatívnej pracovnej sily tak, ako tieto spracovala Európska komisia.

Stratégia Európa 2020 zdôrazňuje dôležitú úlohu inovácií a vedomostí ako nositeľov ekonomického rastu a tvorby pracovných miest v Európe. Zvolenie si udržateľného a inkluzívneho rastu má však jasné teritoriálne dimenzie. Regióny a mestá musia byť tiež začlenené do tohto procesu, ale rôznorodosť a odlišnosti jednotlivých území Európy znamenajú rôzne východiská a rôzne predpoklady úspešnosti. Európska politika kohézie pre roky 2014 – 2020 podporí regióny a mestá, aby splnili tieto ambície a uvoľnili svoj potenciál.

Keď hovoríme o jestvovaní kreatívnej pracovnej sily, potom teda porozumieť odlišnostiam regiónov a miest je kľúčovou úlohou pre tých, ktorí robia rozhodnutia nielen na regionálnej úrovni.

Ľudia kreatívni sú dôležití. Regióny s vysokou koncentráciou kreatívneho a kultúrneho priemyslu dosahujú najvyššiu úroveň prosperity v Európe. Kreatívni ľudia sú dôležitým kapitálom pre ekonomický a územný rozvoj, dokážu podporiť inovácie a ich prítomnosť vyvažuje migráciu aktívneho obyvateľstva do ekonomicky vyspelejších regiónov Európy. Význam silnej kreatívnej pracovnej sily neustále narastá a to vo svetovom meradle, pritom Európa a Spojené štáty zastávajú prvé miesto, kým krajiny ako Austrália, Kanada, Brazília, India a Čína sa aktívne snažia o víziu silného kreatívneho sektora. Preto v Európe mestá a regióny čelia narastajúcej globálnej konkurencieschopnosti a sa snažia prilákať tých, ktorí sa radia do kreatívnej pracovnej sily.

V Európe kreatívna pracovná sila predstavuje okolo 19 miliónov ľudí – stav v roku 2008, čo vtedy tvorilo 7% celkovej pracovnej sily EÚ ([www.espon.eu](http://www.espon.eu)). V rokoch 2001 – 2008 došlo k význačnému nárastu kreatívnej pracovnej sily, ktorý predstavoval nárast o 2,2 milióna ľudí, 13%-ný nárast. Ak porovnáme tento nárast k celkovému rastu aktívneho obyvateľstva, môžeme konštatovať, že kreatívna pracovná sila rástla trikrát rýchlejšie. Dôležitým faktorom pre kreatívnych pracovníkov v tejto globálnej konkurencii je schopnosť miest a regiónov poskytovať atraktívne miesta pre život a životný štýl, čo sa obyčajne spája s hodnotami, ako sú možnosti kultúrneho a rekreačného vyžitia, rôznorodosť susedských vzťahov, odlišná architektúra, prístup do prírody, atď. Schopnosť priťahovať kreatívnu pracovnú silu závisí teda od

miesta a nie je to príležitosť iba pre mestá, ale aj pre vidiek, ostrovy, atď. Identifikácia a mobilizácia územného kapitálu jednotlivých európskych regiónov je preto dôležitá nielen pre súčasné ekonomické výzvy Európy, ale je dôležitá aj kvôli mestám, ktoré sa javia ako efektívne pre stratégiu Európy 2020. Preto je potrebné, aby mestá a regióny si uvedomili svoj Európsky kontext, ak chcú podporiť inováciu, ekonomický rast a prosperitu založenú na kreatívnej pracovnej sile.

## 1 Odporúčania pre tých, ktorí robia rozhodovacie procesy

Tí, ktorí sú zapojení do rozhodovacích procesov a do konkurencieschopnosti a sú účastní územnej kohézie na regionálnej, miestnej, národnej alebo/a Európskej úrovni, by mali pri ďalšom politickom rozhodovaní brať do úvahy:

- Európa a Spojené štáty zaznamenali rovnakú a to najvyššiu úroveň kreatívnej pracovnej sily. Ďalšie krajiny na svete sa snažia vyrovnáť a zosilňujú globálnu konkurenciu hľadaním a získavaním kreatívnej pracovnej sily.
- Ekonomicky silné regióny majú tendenciu vysokej úrovne kreatívnych pracovníkov medzi aktívnym obyvateľstvom.. Je silná súvislosť medzi HDP per kapita a kreatívnymi povolaniami.
- Krajiny s najvyšším podielom kreatívnych pracovníkov v celkovom počte aktívneho obyvateľstva sú Fínsko, Švajčiarsko, Švédsko a Holandsko, kde viac ako 10% aktívnej populácie sú kreatívni pracovníci.
- Krajiny, kde podiel silne narastajúcej kreatívnej pracovnej sily v pomere ku celkovému počtu pracovnej sily patria väčšinou do východnej Európy. Najvyšší nárast kreatívnych pracovníkov – viac ako 30% bol zaznamenaný v Poľsku, Litve, v Čechách. Taliansko s vysokým nárastom kreatívnej pracovnej sily je výnimkou v západnej Európe, kde nárast kreatívnej sily predstavoval iba nízke čísla alebo bol dokonca negatívny.
- Tieto zmeny sa pričínili o to, že kreatívna pracovná sila bola v roku 2008 v Európe rovnomernejšie rozložená ako v roku 2001.
- Regionálne koncentrácie kreatívnej pracovnej sily sú vo väčšine prípadov v mestách a metropolitných regiónoch strednej a severnej Európy. Oblasti hlavných miest majú vždy vyšší podiel kreatívnych pracovníkov než iné regióny v tej istej krajine.
- Urbanizované regióny vo všeobecnosti v rokoch 2001 – 2008 nepatrili k tým, kde bol nárast

kreatívnej pracovnej sily najväčší. Tento predstavoval 9,2% z celkového počtu pracovnej sily, aktívneho obyvateľstva, avšak vidiecke regióny zaznamenali oveľa vyšší nárast - až 12,6%.

- Kreatívna pracovná sila ako súčasť celkovej pracovnej sily v priemyselných oblastiach klesá. Takýto trend možno pozorovať v Nemecku, Holandsku ale aj v oblastiach severného Francúzska, Španielska a Bulharska.
- Regióny nachádzajúce sa na periférii zlepšujú svoju konkurencieschopnosť so značným nárastom svojej kreatívnej pracovnej sily. Hlavne vidiecke alebo horské oblasti a ostrovy ako napríklad Korzika, Madeira, Baleárske ostrovy a Sardínia priťahujú veľa turistov.
- Kreatívna pracovná sila v niektorých veľkomestách Európy poháňa inkluzívny a udržateľný rozvoj a okrem toho verejné rozhodovacie politiky sú tiež dôležitým prvkom v tomto procese. Kreatívna pracovná sila sa v mestských aglomeráciách koncentruje v miestach, ktoré sú atraktívne z pohľadu prístupnosti a mestskej vybavenosti.
- Skutočnosť, že ekonomicky menej vyspelé oblasti zaznamenávajú neustály rast HDP a zamestnanosť kreatívnej pracovnej sily naznačuje, že kreatívne povolania môžu prispieť k lepšej vyrovnanosti území a ku kohézii. Na mieru prispôsobené stratégie na regionálnej a miestnej úrovni by sa mali preto správať ku kreatívne pracovnej sile ako ku predstaviteľovi majetku a rozvoja.

## 2 Kreatívna pracovná sila a ekonomický rast

Sú regióny s vysokým pomerom kreatívnych pracovníkov ekonomicky najvyspelejšie v Európe? Má kreatívna pracovná sila vplyv na rast regiónu?

Je dokázané, že rast regionálnej ekonomiky je poháňaný kreatívnou pracovnou silou a priťahuje a udržiava ľudský kapitál, o ktorý sa regióny usilujú. Regióny ekonomicky úspešné majú najvyšší podiel kreatívnych pracovníkov. Viac ako jedna tretina (36%) európskych regiónov má podobnú situáciu v oblasti kreatívnych pracovníkov a HDP per kapita.

Regióny s vysokým HDP a vysokým podielom kreatívnej pracovnej sily sú koncentrované hlavne vo Švédsku, Fínsku, Islande a v strednej Európe. Niektoré regióny v Írsku a Spojenom Kráľovstve majú dobrú situáciu v ekonomických aktívach, a v kreatívnom ľudskom kapitáli. Do tejto skupiny patrí väčšina mestských regiónov a oblastí okolo

hlavných miest v Európe, čo naznačuje výhodu konkurencieschopnosti týchto oblastí.

Na druhej strane, periférne oblasti východnej a západnej Európy majú nevýhodnú situáciu. Iba niekoľko regiónov vrátane oblastí okolo veľkých miest ako napr. Valencia, Lodž a Zagreb ako oblasti hlavného mesta, patria do tejto kategórie. Niekoľko regiónov, ktoré sú hlavne v Baltickej oblasti vykazujú inú situáciu – veľké skupiny kreatívnej pracovnej sily a nízky HDP per kapita. K tomu, hlavne mestské oblasti, akou je Liege – mestská časť Lisabonu, Bratislava ako región hlavného mesta a niektoré juhotalianske regióny (Campania, Sicília a Apulia) odhalili dôležitý potenciál v kreatívnej pracovnej sile aj napriek nepriaznivej ekonomickej situácii. Na rozdiel od tých oblastí, regióny v západnej a strednej Európe vo Francúzsku, severnom Anglicku, Škótsku a Nórsku, ktoré sú ekonomicky úspešné, ale majú nízkočetnú skupinu kreatívnej pracovnej sily.

Najlepšie trendy rozvoja - pozitívne zmeny v kreatívnej pracovnej sile a v HDP per kapita vo vzťahu ku priemeru ESPON sa vyskytujú hlavne v oblastiach východnej Európy, hlavne v Poľsku, v Českej Republike a Baltských krajinách. Je zaujímavé, že niektoré ekonomicky sa doťahujúce regióny majú značný nárast kreatívnej pracovnej sily, čím dané regióny získavajú dôležitý územný potenciál rozvoja ([www.espon.eu](http://www.espon.eu)).

Pokles alebo stagnácia kreatívnej pracovnej sily sú podmienené stagnujúcou ekonomikou a klesajúcou kapacitou stále priťahovať kreatívne talenty a kultúrnych pracovníkov.

Trend ukazujúci relatívny nárast HDP per kapita ale súčasne naznačujúci pokles kreatívnej pracovnej sily sa vzťahuje na regióny, kde ekonomický rast za posledných desať rokov je poháňaný tradičnými sektormi. Tento trend možno pozorovať v niekoľkých regiónoch východnej Európy – hlavne vo vidieckych a priemyselných regiónoch a v Španielsku, ktorý je spojený s rozkvetom stavebníctva. Tieto regióny majú problémy v oblasti inovatívnej kapacity a sú viac vystavené ekonomickému útlmu a poklesu konkurencieschopnosti.

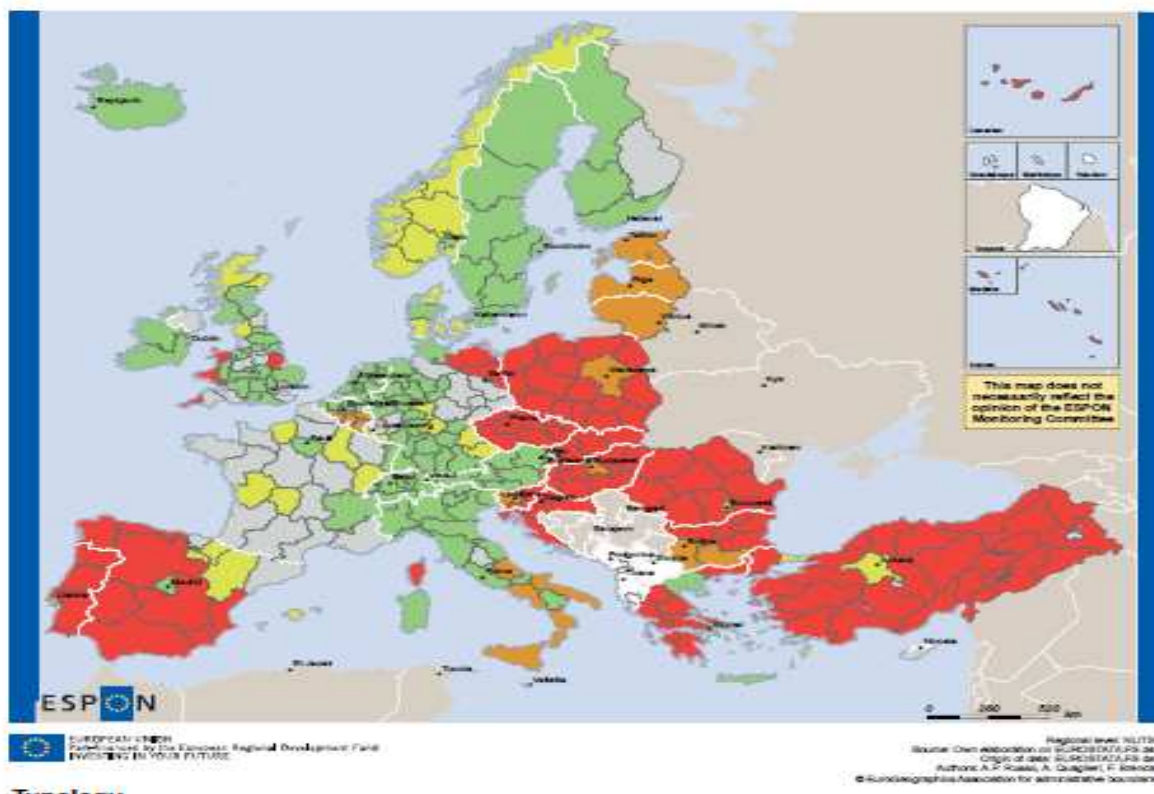
Napokon mnohé regióny v Taliansku a niektoré regióny v Rakúsku a vo Francúzsku vykazujú pozitívny vývoj kreatívnej pracovnej sily ale nízky nárast HDP per kapita. Daná situácia sa vyskytuje v oblastiach, ktoré doteraz úplne nevyužili kreatívnu pracovnú silu a možno aj pre slabšiu kapacitu inštitúcií alebo riadiacich štruktúr.

Evolúcia kreatívnej pracovnej sily súvisí s ekonomickým rastom. Vysoký pomer kreatívnych pracovníkov sa zdá byť spätý so silnou ekonomikou v regiónoch. Vývin ukazuje, že kreatívni pracovníci môžu byť nositelia väčšej teritoriálnej kohézie

v Európe. Hlavne v dnešnej globálnej ekonomickej situácii je pozitívnym, že ekonomicky menej vyspelé oblasti zaznamenávajú dôležitý nárast kreatívnej pracovnej sily a vykazujú znaky „vyrovnávania“. Stratégie, ktoré sú vypracované podľa území na regionálnej a lokálnej úrovni by mali brať do úvahy

kreatívnu pracovnú silu ako územný kapitál a lepšie túto využívať ako príležitosť rozvoja niektorých oblastí Európy (www.espon.eu).

Na mape je znázornený pomer kreatívnej pracovnej sily a HDP na obyvateľa v Európskych regiónoch v rokoch 2005 - 2008



Zdroj: www.espon.eu

### 3 Územné trendy kreatívnej pracovnej sily

Čo predstavuje kreatívna pracovná sila na Európskom pracovnom trhu?

Ako zvyšuje konkurencieschopnosť Európy, jej regiónov a miest?

Význam silnej kreatívnej pracovnej sily vo svete neustále narastá. Získaním a udržaním si kreatívnych ľudí, regióny a mestá si získavajú dôležité ekonomické výhody, ktoré dokážu posunúť a riadiť inovácie a podporiť rast produktivity. Inovácie a rast v mestách a regiónoch sú do veľkej miery výsledkom toho, že v danej oblasti existujú kreatívni ľudia.

Počet kreatívnych ľudí v Európe dosiahol 19,2 mil. Najväčšie krajiny majú najvyšší podiel kreatívnych pracovníkov: Nemecko, UK, Francúzsko, Taliansko a spolu majú 51,6% celkovej Európskej kreatívnej pracovnej sily.

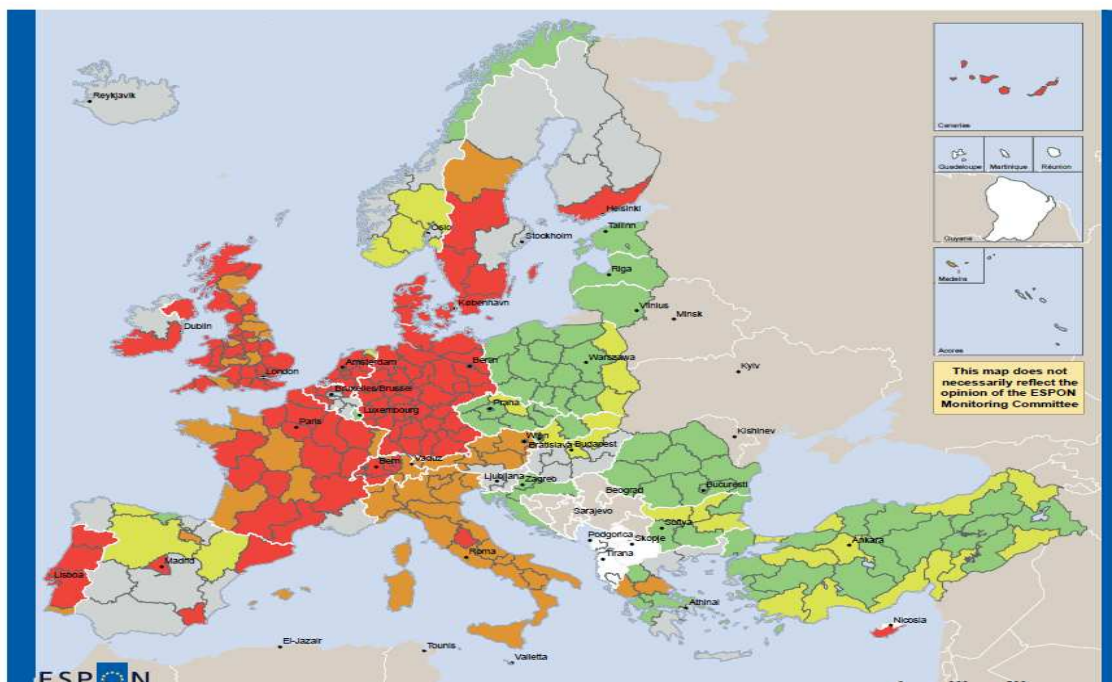
Nie všetky krajiny v Európe majú ten istý potenciál priťahovať a mobilizovať kreatívnu pracovnú silu, „kreatívny majetok“.

Ak zväžeme vzťah kreatívnej pracovnej sily ku aktívnemu obyvateľstvu, predstavuje toto v rokoch 2005 – 2008 7,2% celkového Európskeho pracovného trhu (www.espon.eu). Krajiny s najvyšším podielom kreatívnych pracovníkov ku aktívnemu obyvateľstvu sú Fínsko, Švajčiarsko, Švédsko a Holandsko, všetky s viac ako 10% aktívneho obyvateľstva sú kreatívni profesionáli.

Najvyššie percento kreatívnych pracovníkov na pracovnom trhu sa rozprestiera na území od Škandinávie a Pobaltských krajín smerom dolu do Stredozemia a nie je prekvapujúcim faktom, že, oblasti hlavných miest priťahujú kreatívnych ľudí. UK, Belgicko, Holandsko a Švajčiarsko majú tri regióny s viac ako 10% podielom pracovnej sily zamestnanej v kreatívnom sektore.

Pozitívne zmeny medzi rokom 2001 a 2008 sa vyskytli hlavne v regiónoch východnej Európy. Bulharský región Južen Centralen zdvojnásobil svoju kreatívnu pracovnú silu (+5,7%) a Praha tiež značne znásobila svoju kreatívnu silu (+2,4%). K tomu tiež Stockholm a Oslo zaznamenali rastúci trend v tomto istom období.

Územia so špecifickými vlastnosťami, mestské oblasti a hlavne hlavné mesta vykazujú silnú koncentráciu kreatívnej pracovnej sily. Kreatívni pracovníci reprezentujú 7,3% pracovnej sily hlavne v mestských regiónoch v Európe a 6,1% v prevažne vidieckych regiónoch (www.espon.eu).



Zdroj: www.espon.eu

Dynamike mestských regiónov možno porozumieť, ak si uvedomíme vzdialenosť a prepojenie mestských oblastí. Napríklad, silu trhu kreatívnej práce v Holandsku možno vysvetliť polycentrickým mestským charakterom územia a krátkymi vzdialenosťami medzi okrajovými časťami regiónu v rámci danej krajiny a v rámci Európy – vo vzťahu ku severozápadnej Európe. V tomto zmysle holandské mestské regióny tvoria kreatívnu sieť miest zapojenú do cezhraničného polycentrického kreatívneho regiónu spolu s Belgickým regiónom miest Brusel, Antverpy, Gent a Rýnsky a Porúrsky región.

V európskom kontexte regióny ostrovné a horské relatívne zaostávajú svojím potenciálom kreatívnej pracovnej sily, ale predsa niektoré z nich sa „doťahujú“. V Európe jestvuje jeden jasný príklad: podiel kreatívnych pracovníkov je dôležitejší na trhu práce v západnej a severnej Európe, predstavujú 7,9% a 7,8% pracovnej sily týchto regiónov, kým v južných regiónoch je to menej ako 5%.

### Podporujú vývojové trendy kreatívnej pracovnej sily európsky polycentrický územný rozvoj?

Dynamika kreatívnej pracovnej sily v Európe je v rôznych krajinách rôzna a kreatívna pracovná sila v Európe narástla o 12,7% v rokoch 2001-2008, čo predstavuje pre Taliansko nárast o 427 623 ľudí, Spojené Kráľovstvo nárast + 266 888 a Poľsko +245 499. Luxembursko, Poľsko, Litva a Česko vykazujú viac ako 30% nárast. Na druhej strane Malta (-9 408), Nemecko (-28 310) a Holandsko (-38 467) zaznamenali pokles kreatívnej pracovnej sily.

Ak zväžeme podiel kreatívnej pracovnej sily a aktívnej populácie, potom Poľsko, Luxembursko, Litva a Česko sú krajiny, kde kreatívna sila zaznamenala najväčší nárast (25-40%).

Možno teda zhrnúť, že regióny, ktoré najviac priťahujú kreatívnu pracovnú silu sa nachádzajú vo východnej a severnej Európe, a patrí k nim Poľsko, Pobaltské krajiny, severské krajiny ako aj Bulharsko a Turecko. Ešte niektoré regióny vo Francúzsku

a regióny roztrúsené v UK zaznamenávajú mierny nárast počtu kreatívnych profesionálov. Taliansko stojí bokom, nakoľko má veľký počet regiónov, v ktorých sa zvýšil počet kreatívnych pracovníkov v krátkom období.

Regióny nachádzajúce sa vo Švédsku, Fínsku a Írsku zaznamenali podobný stav, t.j. alebo si udržujú alebo málo vzrástol počet kreatívnych pracovníkov vo vzťahu k počtu aktívnych obyvateľov.

Ak sa pozrieme na územia so špecifickými geografickými vlastnosťami, tak možno konštatovať, že regióny s najväčším nárastom sú predovšetkým vidiecke alebo horské regióny, ako je Basilicata v Taliansku – 6%, La Rioja v Španielsku – 5,9%, Lincolnshire v UK – 4,9% a západná Makedónia v Grécku – 4,3%. K tomu treba dodať ostrovné krajiny, ktoré sú vyhľadávané turistami, ako sú Korzika – 7,4%, Madeira – 5,1%, Baleáry – 4,7% a Sardínia – 3,1% a zaznamenali dôležitý nárast kreatívnej pracovnej sily.

Čo sa týka mestských regiónov, z nich niekoľko regiónov, vrátane miest s dvojestupňovým riadením, napr. Dolnoslaskie v regióne Breclav, Malopolskie v Krakovskom regióne v Poľsku, ako aj niektoré regióny vrátane miest s malými univerzitami ako je Olomouc – Česko, Durham UK dokázali pritiahnúť kreatívnych pracovníkov.

Je prekvapujúce, že tento pozitívny trend sa nevzťahuje na najväčšie mestské regióny v Európe. V skutočnosti podiel kreatívnej sily v celkovom počte aktívneho obyvateľstva vo vidieckych oblastiach vzrástol o 12,6% v porovnaní s 9,2% v mestských oblastiach. Daný stav je odrazom skutočnosti, že vidiecke oblasti poskytujú atraktívne vyžitie a kvalitu života.

Regióny s negatívnym rastom sú väčšinou priemyselné regióny v Nemecku – Brehmen –2,1%, Hannover, -2,1%, ; Kassel -2,6%, Sársko – 2,8% a v Holandsku Noord-Brabant -1,9%, Drenthe -1,5% a tak isto negatívny rast je zaznamenaný v priemyselných regiónoch v severnom Francúzsku, Španielsku a Bulharsku (www.espon.eu).

### **Prispieva kreatívna pracovná sila inkluzívnemu rastu v mestských aglomeráciách a špecifických územiach?**

#### **Čo je hnacou silou kreatívnych pracovníkov v lokálnom kontexte?**

Je dokázané, že kreatívni ľudia sú hlavnou hnacou silou v mestskom a regionálnom rozvoji a že ľudia v kreatívnom povolání sú spoločensky relevantní v posúvaní lokálneho rastu ekonomiky prostredníctvom inovácií. Kreatívni ľudia prispievajú

podnikateľskému duchu a prostrediu daného miesta. Príkladom môže byť Manchester, kde okrem Londýna v oblasti kreatívneho priemyslu a médií je najväčšia koncentrácia zamestnanosti v UK. Centrum Manchestru priťahuje kreatívnu pracovnú silu a najväčší prírastok pracovných miest bol zaznamenaný v tejto oblasti v rokoch 2003 – 2008. Manchester si dlhodobo uchováva povesť kreativity v oblasti hudby a TV a očakáva sa, že kreatívna pracovná sila bude i naďalej rásť a to s čiastočným presídlením BBC. Hlavnú úlohu v neustálom raste zohrávajú inštitúcie, hoci nie vždy sa myslela aj kreatívna ekonomika. Teraz centrom kreatívnej pracovnej sily je Salford Quays, ale tento región bol vybraný pre investície (značné investície ERDF) v rokoch deväťdesiatych s cieľom vytvoriť turistický ruch a s tým spojené pracovné miesta (www.ons.gov.uk.).

Aktivity inštitúcií sa zameriavajú na posilňovanie rastu. Napríklad desať miestnych úradov v meste vytvorilo makroekonomickú stratégiu a spolupracujú tak, aby sa rast posilnil. Miestni predstavitelia sa zameriavajú na akcie menšej pridanej hodnoty, oživenie elektronickej výroby zavedením inovatívnych postupov.

Prípád Manchestru jasne demonštruje úzku súvisť medzi kreatívnou pracovnou silou a ekonomickým rozvojom a dôležitosťou atraktivity miesta, atraktívnym pracovným prostredím a kultúrnym vyžitím. Dôležitejšie je, že strategické a inovatívne verejno-súkromné iniciatívy a investície môžu zohrať veľkú úlohu v rozvoji miestnej kreatívnej ekonomiky.

Ďalším príkladom pozitívneho prispievania kreatívnej pracovnej sily k inkluzívnemu, inteligentnému a udržateľnému rastu môže poslúžiť prípad La Rioja, v Španielsku. Prevažne vidiecky región s vysokým nárastom kreatívnej pracovnej sily je dobrým príkladom kreatívnej vidieckej ekonomiky. Približne 4% pracovnej sily bolo v rokoch 2005-2008 nahradených kreatívnymi profesiami a vykazuje najväčší nárast hlavne v oblasti výroby vína.

Pridaním kreatívnych zručností, výrobkov s pridanou hodnotou a valorizáciou vedomostí, ktorých korene pramenia z kultúrnej krajiny si tento región bol schopný získať výhodu zo svojho územia a rozvinúť úspešnú vidiecku ekonomiku založenú na stratégii pestovania vína.

Kreatívny kluster hudby na ostrove Ibiza je ďalším príkladom kreatívneho regiónu v Európe. Kreatívna pracovná sila vzrástla medzi rokom 2001 a 2008 a vykazuje pozitívne prepojenie s ekonomickým rozvojom. V porovnaní s inými európskymi regiónmi je Ibiza malý ostrov s limitovanými zdrojmi, ktorý bol po mnohé roky destináciou kozmopolitného obyvateľstva (umelci -



výtvarníci, hudobníci), ktorí zostali na ostrove bývať. Táto spoločnosť vytvorila pre ostrov hudobný kluster, ktorý pritiahol iných kreatívnych pracovníkov ako tvorcov, promotérov, producentov a iných pracovníkov, ktorí pracujú v podobných oblastiach ako zvukový technici. Momentálne tento kluster na Ibize je súčasťou regionálnej stratégie rozvoja, ktorá usiluje o upevnenie a propagáciu tohto sektora pútajúc iných kreatívnych pracovníkov zaoberajúcich sa dizajnom, módou a udalosťami. Toto je dobrý príklad toho, ako kreativita môže propagovať endogénny rast and zlepšiť konkurencieschopnosť európskeho ostrovného regiónu (OECD. Cities and Regions in New Learning Economy. Paris: OECD, 2001.).

### Meranie kreatívnej pracovnej sily

Definícia kreatívnej pracovnej sily je založená na profesiách a nie priemysloch. Toto je silný, nemenný a možný spôsob ako merať kreatívnu triedu, pretože poskytuje harmonizované údaje v celej Európe, zaezpečuje medzinárodnú komparáciu a pochádza z oficiálneho a spoľahlivého zdroja informácií.

Medzinárodná norma klasifikácie povolání – ISCO-88 4D poskytuje spoľahlivé a porovnateľné údaje v krajinách EU27 plus Island, Nórsko a Švajčiarsko, ako aj kandidátske krajiny na vstup do EU a to je Chorvátsko a Turecko.

Údaje o Lichtenšteinsku a Macedónii, bývalej republiky Juhoslávie neboli k dispozícii.

Na záver nášho príspevku uvádzame klasifikáciu povolání v ISCO-88 4D:

- 2131 Tvorcovia a analytici počítačových systémov
- 2132 Počítačoví programátori
- 2139 Počítačoví profesionáli, ktorí nie sú v inej profesii zaradení
- 2141 Architekti, mestskí architekti a navrhovatelia mestskej dopravnej štruktúry
- 2310 Pedagógovia vysokých škôl a univerzít
- 2320 Učitelia stredných škôl
- 2431 Archivári a kurátori
- 2432 Knihovníci a iní s knihovedou príbuzní spracovatelia informácií
- 2442 Sociológovia, antropológovia a iné podobné profesie
- 2443 Filozofovia, historici a vedci pracujúci v politických vedách
- 2444 Filológovia a prekladatelia
- 2451 Spisovatelia, novinári a iné podobné profesie

- 2452 Sochári, maliari a podobné umelecké profesie
- 2453 Hudobníci, hudobní skladatelia a speváci
- 2454 Choreografi a tanečníci
- 2455 Filmoví, divadelní a iní herci a zvukári
- 3429 Agenti v podnikateľských službách a obchodní makléři inde nezaradení
- 3460 Pracovníci v oblasti sociálnej práce
- 3471 Dekoratóri, maliari a iní komerční dizajnéri
- 3472 hlásatelia v rádiu, televízii a iní hlásatelia
- 3473 Hudobníci, speváci a tanečníci pracujúci na ulici, v nočných kluboch
- 3474 Klauni, kúzelníci akrobati a príbuzné profesie
- 3475 Atléti, športovci a podobné profesie
- 3480 Pracovníci cirkví
- 5113 Turistickí sprievodcovia
- 5210 Modelky a iní
- 7311 Výrobcovia precíznych nástrojov a ich opravári
- 7312 Výrobcovia hudobných nástrojov a ladiči
- 7313 Zlatníci, šperkári a iní výrobcovia vzácnych výrobkov z kovu
- 7321 Výrobcovia brúsiacich kotúčov, hrnčiari a iné podobné profesie
- 7322 Výrobcovia skla, brúsiči a úpravári skla
- 7323 Rytci do skla a iných materiálov
- 7324 Maliari na sklo a iní dekoratívni umelci
- 7331 Umeleckí výrobcovia – rezbári a podobné profesie
- 7332 Umeleckí výrobcovia z textilu, kože a podobných materiálov
- 7341 Sadzači – tvorcovia písma a podobné profesie
- 7342 Tvorcovia šablón (polygr.) a galvanotypéri
- 7343 Rytci a leptači
- 7344 Fotografi a podobné profesie
- 7345 Viazači kníh a príbuzné profesie
- 7346 Maľovanie a potlač hodvábu a textilu

Stratégia Európa 2020 zdôrazňuje dôležitosť inovácie a znalostí ako nositeľov ekonomického rastu a tvorby povolání v Európe. Voľba inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu má však jasné teritoriálne vymedzenie. Kohézna politika EÚ pre roky 2014 – 2020 má odhaliť a uvoľniť potenciál regiónov a miest. Regióny s vysokou koncentráciou kreatívneho priemyslu a kultúry dosahujú v Európe najvyššiu úroveň prosperity. Takže možno povedať, že kreatívni ľudia sú veľmi dôležitým kapitálom pre rast ekonomiky a rozvoj územia.

**Literatúra:**

Pavelková, D. (2009): *Klastry a jejich vliv na výkonnost firem*, Praha: Grada Publishing, 268 s.

Klousová, J. (2010): *Kreativní ekonomika*. Praha: Grada Publishing, 224 s.

OECD. (2001): *Cities and Regions in New Learning Economy*. Paris: OECD.

Ministerstvo kultúry SR. (2012): [cit.: 2012-14-03]. Dostupné na internete: <[www.culture.gov.uk](http://www.culture.gov.uk)>.

Espon. (2012): [cit.: 2012-19-03]. Dostupné na internete: <[www.espon.eu](http://www.espon.eu)>.

Office for national Statistic. (2012): [cit.: 2012-11-03].

Dostupné na internete: <[www.ons.gov.uk](http://www.ons.gov.uk)>.

Európka komisia. (2012): [cit.: 2012-15-03]. Dostupné na internete: <[www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)>.

**Kontakt:**

PhDr., Mgr. Mária Igazová, PhD

TnUAD, FSEV

Katedra sociálnych a humanitných vied

Študentská 2

911 01 Trenčín

[maria.igazova@tnuni.sk](mailto:maria.igazova@tnuni.sk)

## SUMMARY

### The creative workforce

The creative workforce, stimulating the creative economy, opting for more creative jobs, interest in attracting creative people, all these perspectives are currently in demand by policy makers as drivers of innovation and a knowledge-based economy.

The Europe 2020 Strategy emphasises the important role of innovation and knowledge as bearer of economic growth and job creation in Europe. Opting for a smart, sustainable and inclusive growth has however a clear territorial dimension. Regions and cities have to contribute, but the territorial diversity of Europe implies different starting points, endowments and preconditions for success. The EU Cohesion Policy 2014-2020 will take up and support regions and cities in meeting these ambitions and unleashing their potentials.

The significance of having a strong creative workforce is being increasingly recognised throughout the world. Europe and the US are current leaders, but countries like Australia, Canada, Brazil, India and China are actively pursuing the same vision of a strong creative sector. A key factor in the global competition for creative workers is the ability of cities and regions to offer attractive places and lifestyles. This is usually associated with place-based qualities such as cultural and recreational amenities, diverse neighbourhoods, architectural quality, access to nature, etc.

For regions and cities to foster innovation, economic growth and prosperity based on a creative workforce requires evidence and better understanding of their European context.

Regions in Western and Central Europe in France, Northern England, Scotland and Norway are economic successful regions but have low contingents of creative workforce.

The most favourable development trends (positive changes both in the creative workforce and in GDP per capita in relation to the ESPON average) are occurring mainly in regions in Eastern Europe, primarily in Poland, Czech Republic and Baltic countries.

The analysis of the relation between the evolution of the creative workforce and economic growth shows a complex picture with a large variety of situations. A high proportion of creative workers seems to be strongly related to strong economic regions. Many regions in Italy and some regions in Austria and France show a positive evolution of the creative workforce but a low increase of the GDP per capita. This situation is related to regions that have not yet been able to fully capitalise on their creative workforce, perhaps due to a weaker institutional capacity or governance structures.

The number of creative workers in Europe is 19.2 million people. The largest countries have the highest share of creative workers: Germany, UK, France and Italy lead the ranking. Together they hold 51.6% of the total European creative workforce. Not all countries in Europe seem to have the same potentials to attract and mobilized creative assets.

Creative people are a key driver of urban and regional development and that people in creative occupations are socially relevant because of their ability to spur local economic growth through innovation. Creative people can contribute to the entrepreneurial spirit and business environment of a place.



## TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ KLASTROV

### *Theoretical basis of clusters*

Katarína HAVIERNIKOVÁ, Boris JANSKÝ

---

#### **Abstrakt**

*V domácej a zahraničnej literatúre sa koncepcia klastrov považuje za podstatu hospodárskeho rozvoja a dosahovanie konkurencieschopnosti. Skúsenosti rôznych aktívnych klastrov poukazujú na skutočnosť, že klastre sú iniciátorom nových perspektívnych aktivít, motivujú k spolupráci, podporujú inovácie, čím v konečnom dôsledku predstavujú jednu z možností ako prispieť k zvyšovaniu konkurencieschopnosti. Cieľom príspevku je poukázať na niektoré významné aspekty klastrov, ktoré predstavujú previazaný systém jednotlivých účastníkov, ktorý má vplyv na ekonomický rozvoj či už jednotlivých regiónov alebo štátu. Príspevok je súčasťou riešenia Interného grantového projektu riešeného na FSEV s názvom Problémy merania efektívnosti klastrov.*

#### **Kľúčové slová**

*Klaster, klastrová iniciatíva, inovácie, hrubý domáci produkt, výdavky na vedu a výskum.*

---

#### **Abstract**

*In the literature, the concept of clusters is considered as the essence of economic development and achieves competitiveness. Experience a variety of active clusters suggest that clusters are the initiators of new growth activities, motivate for cooperation, encourage innovation, which ultimately represent one of the ways to contribute to increased competitiveness. The aim of this paper is to highlight some important aspects of the clusters that represent the system of individual participants, which has an impact on economic development of regions or state level. The paper is the part of the internal grant of Faculty of social and economic relations called: The problems of measuring the effectiveness of clusters.*

#### **Key words:**

*Cluster, cluster initiatives, innovation, gross domestic product, expenditure on R & D.*

---

#### **JEL Classification:** C 38

---

#### **Úvod**

V posledných dvoch desaťročiach spoločenský a ekonomický vývoj zaznamenáva zmeny, ktoré sa premietajú ako do podmienok národných hospodárstiev, tak i do podnikania a v neposlednom rade sa odzrkadľujú aj v oblastiach verejnej správy a sociálnej sféry. Najzásadnejšie zmeny hospodárskej politiky a fungovania ekonomického systému prebiehali od začiatku 90 - tých rokov v bývalých centrálne plánovaných ekonomikách strednej a východnej Európy a bývalého ZSSR. Podstata spočívala v nahradení jedného ekonomického systému, často označovaného ako systému centrálneho plánovania, novým systémom – trhovou ekonomikou. Tieto zmeny ovplyvnili podmienky podnikania, ekonomiky a manažmentu firiem v niekoľkých smeroch. Pôvodná prevaha

poľnohospodárskej a hromadnej produkcie najmä v oblasti oceliarstva, a ťažkého strojárstva, je postupne ovplyvňovaná uprednostňovaním odborov s vysokým podielom znalostí, invencie a kvalifikovanej práce.

V súčasnosti zmeny v chovaní ekonomiky a firiem nastávajú v súvislosti s dlhovou krízou prakticky na celom svete, čo spôsobuje útlm v jednotlivých sektoroch ekonomiky s následnými negatívnymi tendenciami v sociálnej sfére. Príležitosť sa tu však naskytá vznikajúcim alianciám, tzv. klastrom, ktoré sú významným prostriedkom získavania a upevňovania pozícií v globálnej megakonkurencii. Ide o vytváranie rozličných druhov dočasných, účelových alebo strategických zväzkov.

**1 Definície klastrov**

Problematike vytvárania klastrov sa do istej miery venovali ekonómovia už od 19. storočia, napr. Marshal: Principles of Economics (1890), Weber (1909), Hayek (1945), Nordhaus (1962), Olsson (1965) a Wiliammson (1985). Významným a prelomovým medzníkom v koncepcii klastrov sa stala práca Michaela E. Portera: Konkurencieschopnosť národov z roku 1990.

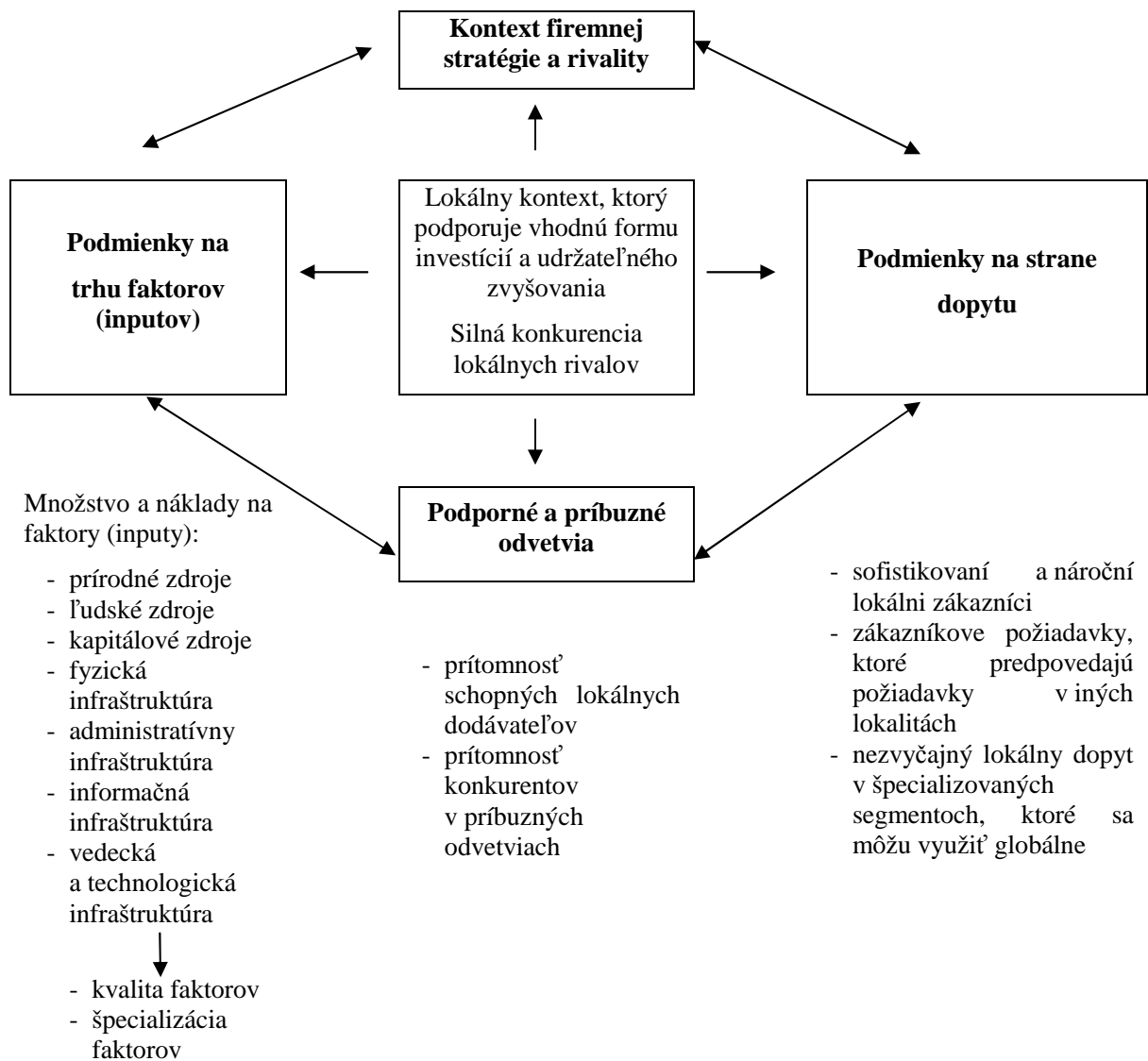
Podľa Portera sú geograficky koncentrované a vzájomne prepojené firmy a inštitúcie hnacím

motorom národného, regionálneho a miestneho rozvoja [4, str.2].

Michael E. Porter charakterizoval priemyslový klaster ako nový spôsob nazerania na národnú, štátnu, regionálnu a mestskú ekonomiku a poukázal na novú úlohu firiem, vlád a ostatných inštitúcií v možnostiach zvyšovania konkurencieschopnosti.

„Porterov diamantový model“ predstavuje grafické znázornenie prostredia klastrov, ktorý identifikuje zdroje lokálnej konkurenčnej výhody. Dosiachnutie konkurencieschopnosti celého klastra závisí od prítomnosti prvkov, ktoré musia byť sieťovo prepojené- schéma č. 1.

**Schéma č.1:** Zdroje lokálnej konkurenčnej výhody – Porterov diamantový model



**Zdroj:** Porter, M. 2000, Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a global economy, Economic Development Quartely 14 (1), s. 15 – 34, Sage publications.

Podľa Portera z roku 1998 v časopise Harvard Business review „Klastre a nová ekonomika súťaže“: Klastre sú miestne koncentrácie vzájomne prepojených firiem a inštitúcií v konkrétnom odbore. Klastre zahŕňajú skupinu previazaných priemyslových odvetví a ďalších subjektov dôležitých pre hospodársku súťaž. Obsahujú napr. dodávateľov špecializovaných vstupov, ako sú súčasti, stroje a služby a poskytovateľov špecializovanej infraštruktúry. Klastre sa často rozširujú smerom dole k odbytovým kanálom a spoločnostiam v priemyslových odvetviach príbuzných z hľadiska znalostí, technológií alebo spoločných vstupov. Mnoho klastrov zahŕňa vládne či iné inštitúcie – ako napr. univerzity, normotvorné agentúry, výskumné tímy, či obchodné asociácie, ktoré poskytujú špecializované školenia, vzdelávanie, informácie, výskum a technickú podporu. [17, str.34].

Podľa OECD sú klastre siete vzájomne závislých firiem, inštitúcií produkujúcich znalosti, premošujúcich inštitúcií a zákazníkov prepojených do výrobného reťazca, ktorý vytvára pridanú hodnotu. Koncept klastrov je ďalej než sieťová spolupráca firiem (networking), nakoľko zahŕňa všetky formy odovzdávania a výmeny znalostí ... a ide tiež ďalej než tradičná sektorová analýza.“[13]

Európska komisia definovala klastre ako „skupiny nezávislých firiem a pridružených inštitúcií, ktoré medzi sebou spolupracujú a súťažia, sú miestne koncentrované v jednom či niekoľkých regiónoch, aj keď tieto klastre môžu mať globálny rozsah, sú špecializované v konkrétnom priemyselnom odvetví sprevádzanom spoločnými technológiami a schopnosťami, sú buď znalostné alebo tradičné.“ [13]

### 1.1 Typy klastrov

„Klastre“ (angl. clusters) predstavujú lokálne združenia horizontálne alebo vertikálne prepojených firiem, ktoré sa špecializujú na podobné oblasti obchodu, spolu s podpornými organizáciami. [20, str. 1 ].V prípade združovania na horizontálnej úrovni sa jedná o ekonomické subjekty, ktoré podnikajú v rovnakom výrobnom alebo obchodnom stupni – odvetví. V prípade združovania na vertikálnej úrovni (výrobný, či obchodný reťazec) sa jedná o klastre, kde dochádza k združovaniu predchádzajúceho a nasledujúceho výrobného alebo obchodného stupňa. [6, str.131-132].

Podľa Prna rozoznávame:

1. *Klastre založené na hodnotovom reťazci* – sú obecné definované sieťou dodávateľských väzieb. Napríklad automobilový klaster je obvykle vybudovaný okolo chrbtice hodnotového reťazca spájajúceho výrobcu

automobilov s jeho dodávateľmi, ktorí môžu byť ďalej spojení s výrobcami špecializovaných priemyselných zariadení, elektroniky, plastov, gumených a textilných.

2. *Klastre založené na kompetenciách* – sa sústreďujú na konkrétnu oblasť technickej expertízy alebo kompetencie v regióne, ako sú napríklad výskumné alebo vzdelávacie schopnosti. V tomto type klastrov nejde o kľúčové dodávateľské väzby v rámci daného sektora, ale o aplikáciu samotných znalostí a expertízy, často naprieč veľmi odlišnými hospodárskymi aktivitami. Príkladom takého klastra by mohli byť informačné technológie a softvér, ktorých geografická koncentrácia môže byť zrejma, avšak aplikácie a klienti pre tieto schopnosti sú veľmi rôznorodé.[13]

Za hlavné znaky klastrov možno považovať zoskupenie firiem, ktoré zasahuje do viacerých odvetví a viacerých subjektov (napr. dodávateľia) ale aj štátne a iné inštitúcie (univerzity, výskumné pracoviská, vývojové inštitúcie, ústavy pre normalizáciu, obchodné a iné združenia). Pre vývoj klastrov je dôležité najmä zázemie pre inovačný rast firiem, ktoré poskytujú spomínané inštitúcie výskumno-vývojového charakteru.

Úspešné klastre sú charakterizované množstvom spoločných prvkov a väzieb:

- klastre bývajú vedené podnikateľskými a verejnými lídrami,
- pochopenie účastníkov klastru o dôležitosti spolupráce a súťaže,
- systémový prístup, v ktorom všetci účastníci majú rovnako dôležitú úlohu
- existencia silných väzieb medzi firmami a inštitúciami,
- najúspešnejšie klastre fungujú na základe neformálnych spoločenských mechanizmov, ktoré podnecujú súťaž za pomoci uprednostňovania inovácie (napr. vývoj nových výrobkov) pred cenovou konkurenciou.

### 1.2 Pozitíva a negatíva tvorby a realizácie klastrov

Ako vyplýva z rôznych ekonomických štúdií, tvorba a realizácia klastrov sa vyznačuje nielen výhodami, ale aj určitými potenciálnymi nevýhodami.

Medzi pozitíva patrí:

- Inovačný potenciál – široké spektrum znalostí aktérov združenia. Čím je väčší počet zúčastnených účastníkov klastra, tým je väčšia inovačná kapacita a flexibilita na konkurenčnom trhu, čo v konečnom dôsledku

môže viesť k vzniku nových firiem, inováciám, prípadne k znižovaniu nákladov alebo diverzifikácii výroby.

- Možnosti pre malé a stredné podniky v oblasti ich rozvoja a uplatnenia sa na trhu,
- Lepšia dostupnosť ďalších služieb v oblasti bankovníctva, účtovníctva, poradenstva, marketingu apod.,
- Rozloženie nákladov a zníženie jednotkových nákladov,
- Rýchlejšia reakcia na požiadavky trhu,
- Ľahší prístup k informáciám, novým technológiám, kvalitnejšej pracovnej sile,
- Dopad na rozvoj regiónu,
- Rozsiahlejšie portfólio ponúkaných produktov a služieb.

*Medzi negatíva patrí:*

- Za nevýhodu sa môže považovať čiastočná strata suverenity,
- Podriadenie sa dominantnejším prvkom klastra,
- Nízka informovanosť o možnostiach združovania podnikov,
- Geografické umiestnenie klastra, napr. oblasti, kde je nepostačujúca dopravná infraštruktúra,
- Nevhodný výber subjektov zapojených do klastra,
- Nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily.

### 1.3 Klastre v regionálnom rozvoji

Aktívne klastrové iniciatívy, v ktorých existuje vzájomná synergia prvkov podnikateľského (súkromného) sektora, verejnej správy, výskumnej a vzdelávacej inštitúcie sa stávajú najdôležitejšou zložkou v procese zvyšovania ekonomického rastu a konkurencieschopnosti regiónu

Podmienkami nevyhnutnými pre udržanie rastového programu je nielen zapojenie a kooperácia jednotlivých súčastí klastra, ale aj sociálne väzby a vzájomná dôvera, ktorá je charakteristická pre úspešné klastre. „*V opačnom prípade tak môže ísť iba o „zhluk“ firiem a nie o klaster*“. [13]

Tvorba a realizácia klastrov umožňuje aj rozvoj malých a stredných podnikov, ktoré v regionálnom rozvoji zohrávajú nezastupiteľnú úlohu a využívanie komparatívnych výhod jednotlivých regiónov vo väčšom rozsahu.

Aktívne klastrové iniciatívy majú pozitívny vplyv na vytváranie konkurenčnej výhody, zamestnanosti, ekonomického rastu a hospodársky

rozvoj a to nielen pre účastníkov klastra ale aj pre miestnu ekonomiku ako celok..

Rastúca povest' a šírenie image klastra priťahuje špecializované priame zahraničné investície, zaplňuje kapacitné medzery a prehľbuje či rozširuje existujúci klaster. [13]

Podpora regionálneho rozvoja vplyvom existencie klastra v regióne je ovplyvňovaná niekoľkými faktormi:

- aká silná je vedecko-výskumná základňa a prístup k výskumným inštitúciám a zariadeniam v regióne,
- aká je podnikateľská kultúra zúčastnených firiem (obchodné meno, povest', apod.),
- aká je blízkosť trhov a úroveň dopravnej infraštruktúry a materiálno technologického zabezpečenia,
- aká je dostupnosť kvalifikovaných pracovných síl,
- aká je dostupnosť a schopnosť financovania,
- aká je surovinová dostupnosť a dostupnosť vstupov,
- aká je dostupnosť a úroveň potenciálnych účastníkov klastra,
- aká je dostupnosť zahraničných trhov.

### 1.4 Tvorba a realizácia klastrov v kontexte Inovačnej stratégie a inovačnej politiky v Slovenskej republike

Tvorba a realizácia klastrov je neoddeliteľnou súčasťou inovačného procesu. Tvorba a podpora existujúcich klastrových iniciatív je súčasťou rôznych strategických dokumentov zameraných na inovácie. Základnými dokumentmi, ktorých strategickým cieľom je dosiahnuť, aby sa inovácie stali jedným z hlavných nástrojov rozvoja znalostnej ekonomiky a zabezpečovania vysokého hospodárskeho rastu Slovenskej republiky a dosiahnuť úroveň najvyspelejších ekonomík Európskej únie sú „*Inovačná stratégia SR do roku 2013*“ a „*Inovačná politika SR na roky 2008 – 2010*“.

Inovačná politika na roky 2011 až 2013 obsahovo nadväzuje na „*Programové vyhlásenie vlády Slovenskej republiky na obdobie rokov 2010 – 2014*“, v ktorom si vláda SR v oblasti inovácií stanovila nasledovné ciele:

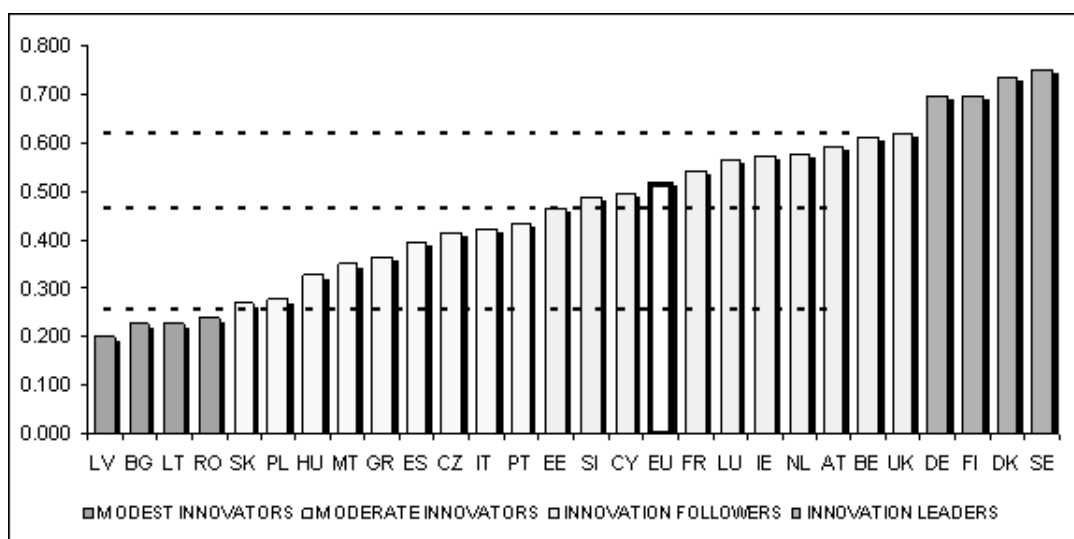
- v spolupráci s podnikovou sférou prehodnotiť podporné a motivačné nástroje na rast inovácií v podnikoch a prehĺbiť podporu spolupráce univerzít, výskumných inštitúcií a podnikov s využitím najlepších príkladov z

- EÚ vrátane zavádzania nepriamych podporných nástrojov na inovácie.
- klásť dôraz na prepojenie problematiky inovácií a priamych zahraničných investícií s cieľom trvalo udržateľného rastu slovenskej ekonomiky.
  - jasne definované medzirezortné kompetencie v oblasti výskumu a vývoja a inovácií s cieľom zvýšiť inovačné aktivity v podnikovej sfére a koordináciu štátnych inštitúcií pri ich podpore.

- dôsledne a systematicky sledovať efektívnosť vložených verejných prostriedkov do výskumu a vývoja a do inovácií. [18, 19]

Dôležitosť týchto cieľov podčiarkuje aj fakt, že Slovenská republika patrí v medzinárodnom porovnaní medzi štáty s najmenšou inovačnou výkonnosťou. Ako vyplýva z Európskeho inovačného hodnotenia (European Innovation Scoreboard EIS 2010) Spomedzi 27 štátov EÚ sa SR umiestnila na 23. mieste vid' graf. č. 1: Inovačná výkonnosť členských štátov EÚ.

**Graf č. 1:** Inovačná výkonnosť členských štátov EÚ



**Zdroj:** <http://www.proinno-europe.eu/inno-metrics/page/31-innovation-performance>

**Poznámka:** Súhrnný inovačný index v roku 2010 je vypočítaný na základe údajov 2009/2008

Podľa PRO INNO Europe® inovačná výkonnosť je hodnotená na prostredníctvom súhrnného inovačného indexu, na základe ktorého sú členské štáty rozdelené do štyroch skupín:

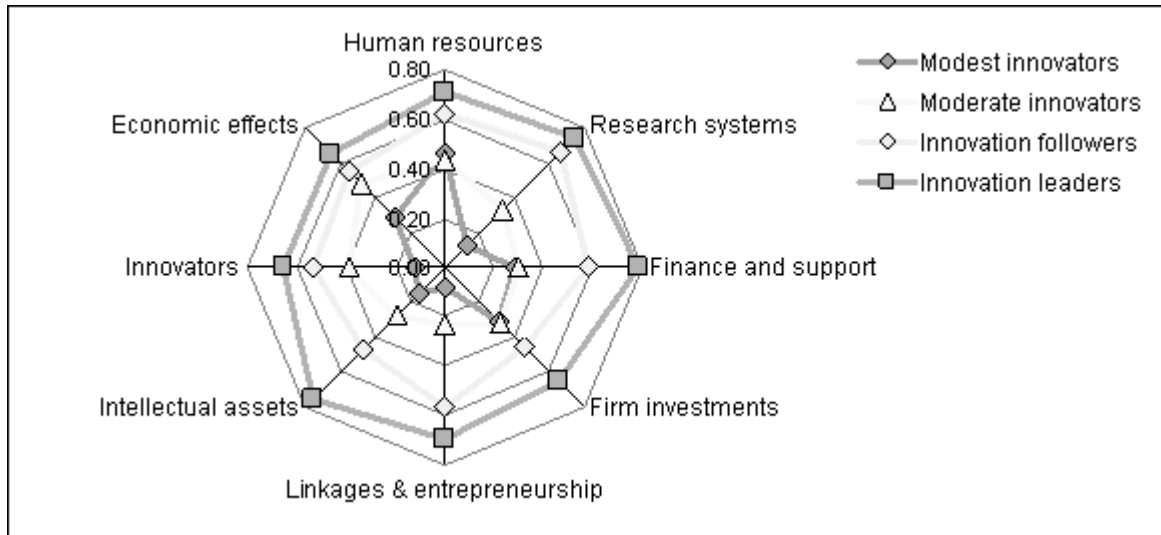
1. lídri v oblasti inovácii: Švédsko, Dánsko, Fínsko a Nemecko, ktoré vykazujú výsledky vysoko nad priemerom EÚ-27
2. tzv. nasledovníci inovácii: Spojené kráľovstvo, Belgicko, Rakúsko, Holandsko, Írsko, Luxembursko a Francúzsko, ktoré sú v oblasti priemeru, ale neprevyšujú ho o viac ako 60% a štáty. Cyprus, Slovinsko,

Estónsko, ktoré sú v oblasti 50% Únie, prípadne na hranici priemeru.

3. štáty so strednou mierou inovácií: Portugalsko, Taliansko, Česká republika, Španielsko, Grécko, Malta, Maďarsko, Poľsko a Slovenská republika, kde úroveň inovačnej výkonnosti je pod priemerom EÚ27
4. štáty s nízkou mierou inovácií: Rumunsko, Lotyšsko, Bulharsko a Litva, kde inovačná výkonnosť je hlboko pod EÚ-27.

Hlavnou príčinou nízkej úrovne investičnej výkonnosti štátov je najmä nízka úroveň výdavkov verejného i súkromného sektora na výskum a vývoj.

Graf č.2: Skupiny štátov podľa investičnej výkonnosti/vybrané oblasti



Zdroj: <http://www.proinno-europe.eu/inno-metrics/page/33-innovation-dimensions>

Na zabezpečenie investičnej výkonnosti v štáte je potrebné zabezpečiť ich výkon v 8 oblastiach, tak ako ukazuje graf č.2. Stav v týchto oblastiach v štyroch skupinách štátov prezentuje uvedený graf.

### 1.5 Výdavky na výskum a vývoj v Slovenskej republike

Nasledujúca tabuľka zachytáva vývoj výdavkov na výskum a vývoj v krajoch Slovenskej republiky v období rokov 2004 až 2010. Môžeme konštatovať, že počas sledovaného obdobia v Slovenskej republike vzrástli výdavky na vedu a výskum o 80,3%. V medziregionálnom porovnaní vzrástli výdavky na výskum a vývoj najviac v Košickom kraji a to až

o 156,1% a najmenej v Trnavskom kraji a to len o 28,4%.

V roku 2009 bol zaznamenaný pokles sledovaného ukazovateľa nielen v celej SR, ale takmer vo všetkých krajoch SR okrem Prešovského a Banskobystrického kraja.

Z krátkodobého hľadiska môže mať toto zníženie čiastočne pozitívny vplyv na fiškálne výsledky, ale z dlhodobého hľadiska sa negatívne prejaví na raste a konkurencieschopnosti ako regionálnej, tak i celoštátnej ekonomiky. Z tohto dôvodu vystupuje do popredia dôležitá požiadavka na podporu inovácií, nielen v konkrétnom segmente, ale celoplošne na všetkých úrovniach národného hospodárstva.

Tabuľka č. 1: Výdavky na výskum a vývoj (mil EUR) v krajoch SR

Kraj/SR	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Index 2010/2004	Podiel na SR 2010
Bratislavský kraj	113,9	118,5	130,9	136,9	157,7	156,0	208,2	182,8	50,0
Trnavský kraj	21,8	26,9	20,4	21,5	17,9	13,1	28,0	128,4	6,7
Trenčiansky kraj	25,7	31,2	32,6	37,1	47,2	41,4	47,5	184,8	11,4
Nitriansky kraj	14,1	14,9	21,4	20,8	21,1	13,9	18,8	133,3	4,5
Žilinský kraj	16,4	18,0	16,9	18,0	20,7	19,9	31,0	189,0	7,4
Banskobystrický kraj	11,8	11,2	10,1	9,9	14,8	18,4	18,8	159,3	4,5
Prešovský kraj	6,8	7,4	5,8	7,7	7,5	11,2	11,6	170,6	2,8
Košický kraj	20,5	21,1	29,6	30,7	29,5	29,0	52,5	256,1	12,6
SR spolu	231,2	249,1	267,7	282,6	316,5	303,0	416,4	180,3	100,0

Zdroj: ŠÚ SR, vlastné prepočty

Súčasťou a trendom do budúcnosti sa stáva budovanie klastrových iniciatív nielen v EÚ ale aj v jednotlivých regiónoch SR. Ako je uvedené v materiáli Inovačná politika na roky 2011 – 2013 v pôsobnosti Ministerstva hospodárstva SR, je základným zámerom inovačnej politiky vytváranie podporných mechanizmov pre vznik a rozvoj inovačných štruktúr, inovatívnych podnikov, partnerstva a spolupráce podnikov, univerzít a výskumných ústavov v oblasti výskumu, vývoja a inovácií a vytváranie podmienok pre zvýšenie konkurenčnej schopnosti Slovenska. V inovačnej politike sa podmienkam na podporu vzniku a rozvoja klastrových iniciatív venuje **Priorita č. 1.:** Vysoko kvalitná infraštruktúra a efektívny systém pre rozvoj inovácií a v rámci nej je *Opatrenie č. 1.:* Podpora inovatívnych priemyselných klastrových organizácií. Cieľom opatrenia je zvýšenie konkurencieschopnosti priemyslu prostredníctvom podpory vybraných aktivít priemyselných klastrových organizácií s cieľom podporiť združené priemyselné aktivity vo vybraných oblastiach. Toto opatrenie by malo okrem iného nepriamo stimulovať rozvoj malých a stredných firiem, ktoré dlhodobo patria medzi najzraniteľnejšie, a to aj z dôvodu nedostatočnej inovačnej schopnosti a sú hnacím motorom rozvoja regiónov. V rámci opatrenia budú aj zvýhodňované klastrové organizácie orientované na high tech, pôsobiace v zaostalých regiónoch a klastrové organizácie, ktoré sú medzinárodne etablované.

V Inovačnej stratégii SR na obdobie rokov 2007až 2013 sa oblasti klastrov venuje **Opatrenie 3.2:** Podpora spoločných služieb pre podnikateľov, kde cieľom je zlepšenie inovatívneho prostredia. Súčasťou opatrenia bude i rozvoj klastrov,

prostredníctvom ktorých sa vytvoria podmienky pre spoluprácu podnikateľského sektora s univerzitami, podnikateľskými a inovačnými centrami v určitých odvetviach priemyslu a službách v nadväznosti na rozvojový potenciál v regiónoch. Pre implementáciu inovačnej stratégie SR budú na realizáciu Opatrenia 3.2 poskytnuté zdroje zo *štátneho rozpočtu, štrukturálnych fondov* - Európsky fond regionálneho rozvoja a *CIP* - komunitárny Program pre konkurencieschopnosť a inovácie Toto opatrenie Inovačnej stratégie je tematicky a finančne prepojené s OP konkurencieschopnosť a hospodársky rast v rámci Opatrenia 1.2: Podpora spoločných služieb pre podnikateľov.

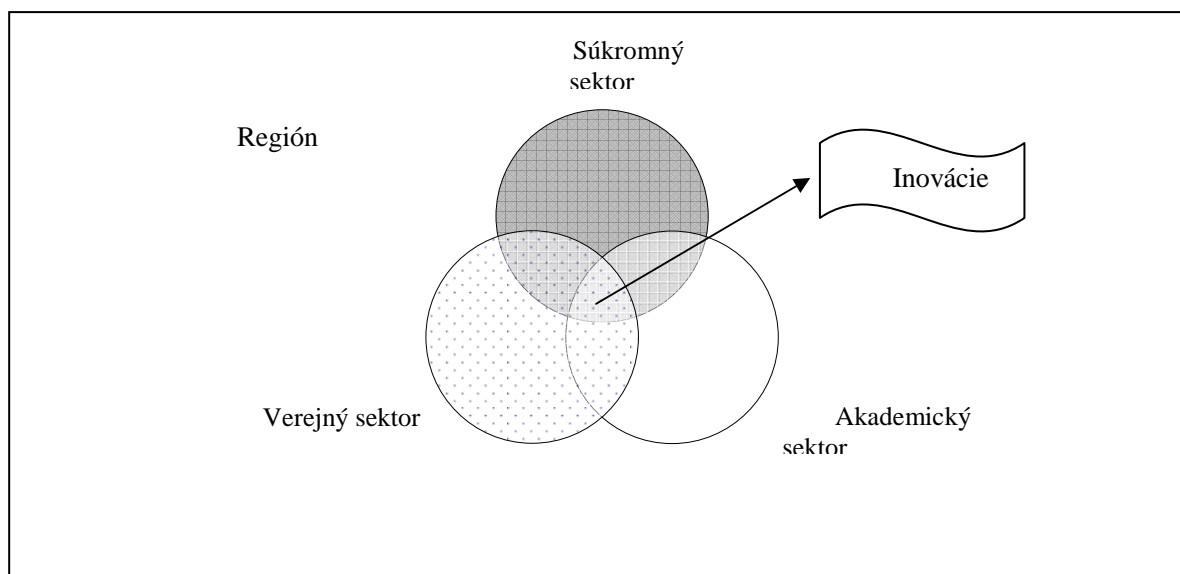
### 1.6 Predpoklady pre založenie klastrov

Pre založenie úspešného klastra je potrebná súčinnosť troch sektorov: verejného, akademického a súkromného. V ekonomických teóriách je rozpracovaný model Triple helix model pomenovaný Etzkowitzom a Leydesdorffom [5] , ktorý ho navrhli ako model transformačného procesu vo vzťahu medzi univerzitami, priemyslom a verejnou správou.

Ak v klasteri existuje uvedená súčinnosť, zvyšujú sa tým šance na reálne fungovanie klastra, pre ktorého založenie a ďalšie fungovanie sú nevyhnutné finančné prostriedky. Táto troj - kombinácia môže zvýšiť šance získať finančné prostriedky na podporu ako z verejných zdrojov, tak aj z fondov EÚ.

Celková stratégia klastrovej iniciatívy však v SR nesmie byť v rozpore so strategickými dokumentmi SR a EÚ z oblasti inovácií.

**Schéma č. 3:** Inovácie a súčinnosť troch sektorov v regióne



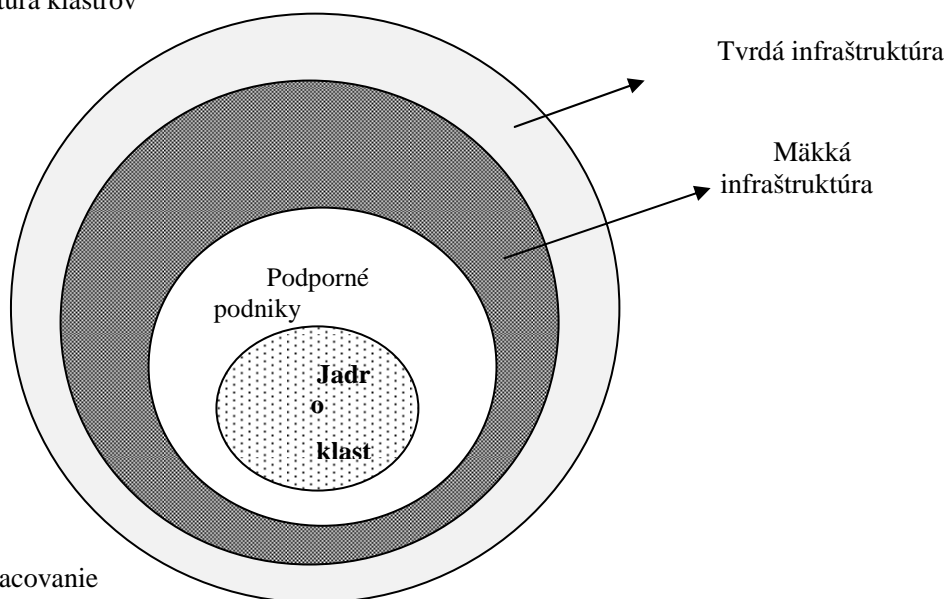
**Zdroj:** vlastné spracovanie

## 1. 7 Využitie teórie lokalizácie a koeficientu „Location Quotient – LQ“

Vo väčšine prípadov je klastor podporovaný ako nástroj rozvoja regiónov. Vytváranie klastrov v regiónoch vedie k rade prospešných synergických efektov regionálneho rozvoja. Počnúc spoločným nákupom, výskumom a vývojom, vyššou odolnosťou

voči trhovým výkyvom až po spoločný export a umiestňovanie sa na nových trhoch. Výhody účasti v klastroch sú spojené aj s rýchlejšou akceptáciou nových technológií, spoluprácu s ďalšími firmami, prípadne migráciu pracovných síl, čím nepriamo podporujú rozvoj v jednotlivých regiónoch.

Schéma č.4: Štruktúra klastrov



Zdroj: Vlastné spracovanie

### Štruktúra klastrov

*Jadro klastra* tvoria špecializované firmy, ktoré pôsobia v rovnakom odbore podnikania a tieto firmy sú ako konkurentmi tak aj partnermi.

*Špecializované podporné firmy:* dodávatelia služieb, strojov, surovín a pod., ale taktiež firmy z oblasti účtovníctva, financií, práva a pod.

*Mäkká infraštruktúra:* verejná správa, školstvo, vedecko-technické parky, inkubátory, rizikový kapitál a profesné združenia.

Na identifikáciu lokalizácie subjektov sa využíva viacero štatistických metód, napríklad zhluková analýza, alebo analýza vstupu a výstupu, prípadne analýza zo zreteľnými väzbami dodávateľov a odberateľov založená na modeloch Leontieffa. Pre potreby príspevku je ďalej uskutočnená analýza za pomoci využitia tzv. lokalizačného koeficientu.

Metódy lokalizačného koeficientu je možné zaradiť medzi skupinu metód, ktorá skúma tesnú blízkosť firiem na základe údajov o počte zamestnancov v odvetví a to väčšinou podľa odvetvovej klasifikácie ekonomických činností (OKEČ) kompatibilnú s klasifikáciou NACE a SIC. [6, str. 126 -127]

Klasický spôsob výpočtu LQ udáva vzťah

Vzorec č. 1

$$LQ_i = \frac{z_i/z}{Z_i/Z}$$

Zdroj: [6, str. 127]

Kde

- $LQ_i$  koeficient lokalizácie pre odvetvie  $i$
- $z_i$  počet zamestnancov v odvetví  $i$  v regióne
- $z$  celkový počet zamestnancov v regióne
- $Z_i$  počet zamestnancov v odvetví  $i$  na vyššej úrovni
- $Z$  celkový počet zamestnancov na vyššej úrovni

Hodnota LQ vyššia ako 1 ukazuje na regionálnu špecializáciu, tzn. že dané odvetvie zamestnáva väčší podiel regionálnej pracovnej sily než na úrovni vyššieho územného celku.

Hodnota LQ nižšia než 1 znamená opak.

Pomocou uvedeného lokalizačného koeficientu je identifikované jadro klastra a následne sú skúmané



možnosti vzniku a rozvoja celého klastra – iniciatíva klastra.

## Záver

Klaster v súčasnosti predstavujú významný prvok konkurencieschopnosti, čo dokazuje aj množstvo

prípadových štúdií a skúsenosti z fungovania reálnych klasterov. Pre fungovanie úspešného klastra nie je dôležitá iba súčinnosť troch sektorov ekonomiky, ale aktívne zapojenie jednotlivých aktérov a účastníkov klastra. V literatúre sa uvádza niekoľko metód, prostredníctvom ktorých sa dá určiť, v akom odvetví by potenciálny klaster mohol prosperovať.

## Literatúra

Andersson, T., Serger, S.S., Sörvik, J., Hansson, E.W. (2004): *The Cluster Policeies*, Wbi textbook. 1st ed. Malmö: IKED.

Anselin L. Varga A. (1997): Local Geographic Spillovers Between University Research and High Technology Innovations, *Journal of Urban Economics* 3, 422 – 428.

Belajová, A., Fáziková, M. (2002): *Regionálna ekonomika*. Nitra: SPU

Buček, M. A Kol. (2006): *Regionálny rozvoj novšie teoretické koncepcie*, Bratislava: Ekonóm.

Etzkowitz, H., Leydesdorff, L. (1997): *Universities in the Global Knowledge Economy: A Co-evolution of University-Industry-Government Relations* (London: Cassell Academic). [cit.: 2012-17-04]. Dostupné na internete:

<<http://www3.ekf.tuke.sk/konfera2008/zbornik/files/prispevky/rucinska.pdf>>.

Jáč, I., Rydvalová, P., Žižka, M. (2008): *Inovace v malém a středním podnikání*. Brno: Computer Press.

Jusková, M. (2009): *Klaster – cesta k rozvoju regiónov*. Zborník vedeckých prác katedry ekonomie a ekonomiky ANNO. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, s. 119 [cit.: 2012-27-03]. Dostupné na internete: Dostupné na: <<http://www.pulib.sk/elpub2/FM/Kotulic10/index.html>>.

Kol. (2004): *Regionálny rozvoj Slovenska – Východiská a súčasný stav*, Bratislava: Veda.

Kol. (2009): *Klaster na podporu rozvoja inovácií, analytická štúdiá, slovenská inovačná a energetická agentúra*.

Maier, G., Todtling, F. (1997): *Regionálna a urbanistická ekonomika*. Teória lokalizácie a priestorová štruktúra. Bratislava: Elita.

Porter, M. E. (1994): *Konkureční strategie*. Praha: Victoria Publishing.

Porter, M. E. (1995): *Konkureční výhoda*. Praha Victoria Publishing.

Prno, I. (2005): *Klaster - nové nástroje ekonomického rozvoja* In: *Marketing a obchod* : Zborník z

medzinárodnej konferencie. - Zvolen : Technická univerzita, s. 314-318.

Rehák, Š. (2007): Univerzita ako katalyzátor poznatkov v regiónoch, In: *VEGA č. 1/1234/04 "Úloha regiónov v poznatkovo založenej ekonomike"*.

Rydvalová, P. (2005): *Klasterové iniciatívy v České republice*. *Inovační podnikání, transfer technologií* 2: 12-14.

Skokan, K. (2004): *Konkurenceschopnost, inovace a klaster v regionálním rozvoji*. Ostrava: Repronis.

Vítková, R., Volko, V., Vápeníček, A. (2010): *Konkurenceschopnost malých a středních podniků v aliancích (clusters)*, Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, s.115.

Inovačná stratégia SR do roku 2013. (2010): [cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.economy.gov.sk/>>.

Inovačná politika na roky 2011 až 2013. (2010): [cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.economy.gov.sk/>>.

Štatistická správa o základných vývojových tendenciách v hospodárstve sr v roku 2005, ČÍSLO: 410-0034/2006, Kód: 010406, Okruh: Sub, Marec 2006, Šú Sr, Bratislava

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.dunajskyvedomostnyklaster.eu>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=4>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.lssk.sk/>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.autoklaster.sk>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.biterap.sk/>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.elektroklaster.sk/>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.enks.sk/>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.government.gov.sk>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://www.klasterliptov.sk/>>.

[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: < <a href="http://www.kosiceitvalley.sk/">http://www.kosiceitvalley.sk/</a> >.		<b>Kontakt</b>
[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: < <a href="http://www.kupeledudince.sk/o-spolocnosti/zdruzenie-balnea-cluster">http://www.kupeledudince.sk/o-spolocnosti/zdruzenie-balnea-cluster</a> >.		Ing. Katarína Havierniková, PhD. Trenčianska Univerzita A. Dubčeka v Trenčíne, Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov Študentská 3, 91150 Trenčín Tel: +421 32 7 400 433 email: katarina.haviernikova@tnuni.sk
[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: < <a href="http://www.orava.sk/klaster">http://www.orava.sk/klaster</a> >.		
[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: < <a href="http://www.plasticportal.eu/">http://www.plasticportal.eu/</a> >.		Ing. Boris Janský Trenčianska Univerzita A. Dubčeka v Trenčíne, Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov Študentská 3, 91150 Trenčín Tel: +421 32 7 400 403 email: boris.jansky@tnuni.sk
[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: < <a href="http://www.sario.sk">http://www.sario.sk</a> >.		
[cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: < <a href="http://www.zaict.sk/">http://www.zaict.sk/</a> >.		

## SUMMARY

### **Teoretical basis of clusters**

Last two decades are significant with social and economic development. Its results reflected in the field of economy and social life. The most important changes were made in the economic policy and in the system of economy in the 90-ies when in the middle and Eastern Europe and in the countries of the former Soviet Union the centrally planned economy was transformed. The system of planned economy was replaced by the system of market economy. These changes have had impact on conditions of running businesses, of economy and management in companies. The prevailing agricultural sector and huge share of steel production and engineering have been slowly changing in their nature. They have been replaced by businesses where knowledge, invention and qualifications are preferred. Nowadays the changes in economies and companies have been made due to the depression, the debt crisis all over the world causing recession in economic sectors. However there are chances for unions, so called clusters that are created as a significant means of winning and strengthening positions in global competitiveness. The clusters can be created temporarily, for specific purpose or from a strategic point of view.

Clustering is an inseparable part of the innovation process. Creating and supporting the cluster initiatives that already exist is included and described in different strategic documents aiming at innovation.

The material “Innovation Policy for the years 2011 – 2013”, the Slovak Ministry of Economy is responsible for, defines its basic goal to create supporting mechanisms within the innovation policy so that innovation structures and innovative companies, partnership and cooperation of companies and universities and research institutions can improve competitiveness of Slovakia.

The objective is emphasized by the fact, that Slovakia belongs to countries where the innovation efficiency is the lowest one. Referring to the evaluation published by the European Innovation Scoreboard EIS 2010 Slovakia took the 23rd position out of 27 European countries.

Currently, the clusters are an important element of competitiveness, as evidenced by the number of case studies and experience of the functioning of real clusters. For successful operation of the cluster is not only important interaction of three sectors of the economy, but the active involvement of stakeholders and participants in the cluster. The literature provides several methods by which it can determine in which industries would cluster potential to prosper.

## KREATÍVNE ODVETVIE V RÁMCI PRIEMYSELNEJ POLITIKY EURÓPSKEJ ÚNIE

*Creative industry within the European Union Industry policy*

Marcel KORDOŠ

**Abstrakt**

Článok sa zaoberá vzťahom kreatívneho odvetvia a jeho miesta v súčasnej priemyselnej politike Európskej únie, kde zohráva dlhodobu rozhodujúcu úlohu v rámci priemyselnej štruktúry krajín Európskych spoločenstiev. Význam kreatívneho odvetvia v rámci štruktúry priemyselnej politiky Európskej únie naberá na dôležitosť, nakoľko výrazne prispieva k európskej prosperite a európska ekonomika je priamo závislá na dynamike svojho priemyslu. Priemyselná politika EÚ v sebe zahŕňa súbor aktivít, prostredníctvom ktorých sa EÚ snaží ovplyvňovať výkonnosť spracovateľského sektora a sektora služieb, je oblasťou, od ktorej závisí rozvoj a konkurenčná schopnosť členských krajín Európskej únie, a ako celok je zameraná na proces štrukturálnej adaptácie, ktorej cieľom je získať komparatívne výhody ekonomiky EÚ vo svetovom ekonomickom prostredí.

**Kľúčové slová**

*Kreatívne odvetvie, priemyselná politika Európskej únie, kreatívna ekonomika, konkurencieschopnosť, svetová ekonomika.*

**Abstract**

*The paper deals with the relation of creative industry and its position in current European Union Industry policy, where in long-term run it plays determining role within the industry structure of European Communities countries. The meaning of creative industry within the European Union Industry policy structure is more and more actual because it contributes to the European prosperity and European economy is depended on the vitality of its industry. European Union Industry policy includes the set of activities what is the means of how the EU tries to affect the efficiency of processing and services sectors, it is an area on what depends the development and competitiveness of EU member states in addition to as a whole is focused on structural adaptation process which goal is to gain comparative advantages of EU economy in the world economy environment.*

**Key words**

*Creative industry, European Union Industry policy, creative economics, competitiveness, international economics.*

**JEL Classification:** F 14, O 24, O 25

**Úvod**

V štruktúre hospodársky vyspelých krajín zohráva dlhodobu rozhodujúcu úlohu priemyselná výroba. Patrí medzi dominantných zamestnávateľov, tvorcov HDP, pridanej hodnoty a investícií. Priemysel výrazne prispieva k európskej prosperite a európska ekonomika je priamo závislá na dynamike svojho priemyslu. Priemyselná politika je oblasťou, od ktorej závisí rozvoj a konkurenčná schopnosť členských krajín Európskej únie, ktorú, ale nechcú ponechať nadnárodným inštitúciám.

Priemyselná politika patrí k ekonomickým kategóriám, ktorých koncepcio-teoretické základy, konkrétny obsah a realizačné formy sa vyznačujú

nielen pestrosťou a variabilitnosťou prejavov, ale aj rozpornosťou a kontroverznosťou s nimi spojených záujmov a taktiež patrí medzi oblasti, od ktorých závisí rozvoj a samozrejme aj konkurenčná schopnosť členských krajín Európskej únie, v ktorej sa dodnes neuplatňuje komplexná priemyselná politika.

Cieľom príspevku je na základe analýzy priemyselnej politiky Európskej únie a charakteristiky odvetvia kreativity v štruktúre ekonomiky nájsť uplatnenie a miesto kreatívneho odvetvia v priemyselnej politike EÚ v rámci možnosti zvyšovanie jej konkurencieschopnosti v systéme medzinárodného prostredia svetovej ekonomiky. V rámci použitých metód k dosiahnutiu

cieľa príspevku môžeme zaradiť analýzu, syntézu a komparáciu.

## 1. Priemyselná politika Európskej únie

Dôležitú úlohu v celkovej štruktúre hospodársky vyspelých krajinách hrá práve priemyselná výroba, ktorá patrí medzi silno dominantných zamestnávateľov, tvorcov DPH, pridanej hodnoty a v neposlednom rade aj investícií. Európska ekonomika je závislá na dynamickom rozvoji priemyslu, pretože ten veľmi intenzívne prispieva k európskej úspešnej prosperite. Takže celkovo priemyselná politika patrí medzi oblasti, od ktorých závisí rozvoj a samozrejme aj konkurenčná schopnosť členských krajín Európskej únie, v ktorej sa dodnes neuplatňuje komplexná priemyselná politika.

*Priemyselná politika* patrí k ekonomickým kategóriám, ktorých koncepcio-teoretické základy, konkrétny obsah a realizačné formy sa vyznačujú nielen pestrosťou a variabilitou prejavov, ale aj rozpornosťou a kontroverznosťou s nimi spojených záujmov. Podľa histórie priemyselnej politiky má výrazný vplyv na ekonomický rozvoj krajiny v pozitívnom aj v negatívnom zmysle. Všeobecný význam priemyselnej politiky v podmienkach transformujúcich sa krajín ešte umocňuje skutočnosť, že sa v nich realizuje kvalitatívna prestavba štruktúry a fungovania ekonomík.

Podľa Sipku (2004, str. 10) môžeme za priemyselnú politiku označiť všetky kroky vlády a jej inštitúcií, ktoré sú zamerané na dosiahnutie zmeny v priemysle a prostredníctvom stimulov vedú k produkcii určitých priemyselných výrobkov, prípadne majú vplyv na problematiku vstupu alebo výstupu z konkrétneho priemyselného odvetvia. Ak by sme chceli zjednodušene charakterizovať priemyselnú politiku môžeme povedať, že je to súbor aktivít verejného sektora, ktoré ovplyvňujú výkonnosť spracovateľského sektora a sektora služieb.“

Pod pojmom priemyselná politika môžeme rozumieť súbor opatrení vládnych orgánov, ktoré sú zamerané na proces štruktúrálnej adaptácie, ktorej cieľom je získať komparatívne výhody určitej danej ekonomiky na svetovom ekonomickom trhu.

Priemyselnú politiku môžeme tiež definovať ako aktivity štátu zasahujúce do určitých priemyselných odvetví, aby ovplyvnili ich vstupy. Ak sa priemyselnou politikou zaoberáme ako s jej pôsobnosťou v celkovej Európskej únii práve úlohu štátu preberá na seba Európska komisia, kde na rozdiel od iných oblastí ako je napríklad spoločná poľnohospodárska politika, práve oblasť priemyselnej politiky nie je regulovaná na úrovni únie. Všetky dôležité právomoci prislúchajú daných orgánom určitých členských štátov Európskej únie. Čo sa týka priemyselnej politiky Európska únia sa

zameriava len na určité segmenty podpory konkurencieschopnosti európskeho priemyslu a celkovo finančné prostriedky z európskeho rozpočtu z hľadiska priemyselnej politiky sa sústreďujú najmä do vedy a technologického výskumu a to rôznymi programami, ktoré slúžia na zvyšovanie celkovej úrovne technologickej spolupráci s podnikmi a taktiež na zvyšovanie miery inovácií v priemyselnej oblasti.

Podľa Lipkovej (2011) môžeme priemyselnú politiku charakterizovať v širšom a v užšom zmysle. *V širšom zmysle* vytvárajú priemyselnú politiku nasledovné faktory:

- všeobecné opatrenia zamerané na rozšírenie rozvoja vnútorného trhu
- politika týkajúca sa zahraničného obchodu a rôzne zmluvy s ňou navzájom prepojené
- politika sociálna a regionálna
- súťažná politika
- politika zameraná na rozvoj a vzájomnú podporu týkajúcu sa vedy a výskumu
- spolupráca na vzájomnom podporovaní s európskymi podnikmi.

*V užšom slova zmysle* sa orientuje na stanovené opatrenia zamerané na priemyselné oblasti a snaží sa o získanie zdrojov práve pre tieto oblasti.

### 1. 1 História priemyselnej politiky EÚ

Ako uvádza Sipko (2004) Európska priemyselná politika prešla od II. svetovej vojny výraznými vývojovými zmenami, pri ktorých prvým náznakom, čo sa týka existencie európskej priemyselnej politiky bol rok 1951. V tomto roku bolo založené Európske združenie pre uhlie a oceľ. Integrovaný proces pokračoval v západnej Európe a jeho dôsledkom bolo založené v roku 1958 tzv. Rímskou zmluvou Európske hospodárske spoločenstvo. Jednotlivé členské štáty mali v tomto období absolútnu voľnosť čo sa týkalo realizácii priemyselnej politiky.

V 70-tych rokoch minulého storočia sa zmenila situácia počas tzv. ropných šokov keď sa viaceré odvetvia európskeho priemyslu dostali do problémov. V záujme eliminácie hospodárskej krízy Európske hospodárske spoločenstvo muselo priamo zasiahnuť aj v oblasti priemyselnej politiky. **70. roky minulého storočia** sa preto považujú za obdobie vzniku **európskej priemyselnej politiky**, pretože to bol prípad aktívneho zasahovania spoločenstva.

Koncom 70-tych a začiatkom 80-tych rokov minulého storočia prebehli viaceré významné zmeny

v európskom priemysle, pričom nositeľom a iniciátorom týchto zmien už bola Európska komisia. S cieľom revitalizovať priemyselné odvetvia v členských štátoch spoločenstva, ktoré boli v kríze boli použité rôzne opatrenia a metódy. Situácia nakoniec vyústila do stavu, že okrem aktívnych opatrení Európskej komisie, ktoré mali pomôcť ohrozeným priemyselným odvetviam, sa podarilo aj pod tlakom týchto okolností presadiť prijatie základných právnych noriem potrebných na zriadenie jednotného trhu v spoločenstve. Základným charakteristickým znakom bol slobodný trh a hospodárska súťaž. Konkrétne zásady európskej priemyselnej politiky spracované Európskou komisiou boli prijaté v roku 1990 a definovali základný cieľ, na ktorý by sa mala priemyselná politika zamerať a týkať sa vybudovania otvoreného hospodárskeho/podnikateľského prostredia charakterizovaného vysokou mierou konkurenčného boja resp. hospodárskej súťaže.

Táto zmena v oblasti priemyselnej politiky mala prispieť k tomu, že skončila doba neefektívnych podnikateľských subjektov, ktoré boli doteraz veľmi silno chránené domácou administratívou a to prostredníctvom rôznych foriem podpory a štátnej pomoci.

## 1. 2 Ciele a nástroje priemyselnej politiky EÚ

Z niektorých z hlavných cieľov priemyselnej politiky EÚ môžeme spomenúť:

- « urýchliť prispôsobovanie priemyslu štrukturálnym zmenám,
- « povzbudiť iniciatívu, rozvoj a spoluprácu medzi podnikmi,
- « posilňovať priemyselný potenciál inovácií, výskumu a technického rozvoja.

Podľa Rosenberga (2007, str. 10) a „definície vydanej v rámci OSN, k základným cieľom priemyselnej politiky môžeme zaradiť efektívnosť, ekonomický rast a štrukturálne zmeny, ktoré sú podmienené prelievaním zdrojov výroby do odvetví s vysokou produktivitou, ako aj do zmeny výrobných štruktúr, ku ktorej dochádza následne v dôsledku zmien v dopyte.“ Na základe toho môžeme ciele priemyselnej politiky rozdeliť na:

- ✓ vonkajšie
- ✓ vnútorné

Dovnútra smerovaná priemyselná politika sa snaží o tvorbu hospodárskych štruktúr a pritom sleduje cieľ zamestnanosti a hospodárskeho rastu. Jej zámerom je vlastne urýchliť reštrukturalizáciu. Na rozdiel od vnútornej pri vonkajšej priemyselnej politike sa

dostáva do pozornosti podpora určitých sektorov resp. odvetvia účelovo sa meniace obchodné toky.

Rosenberg (2007) sa ďalej zaoberá rozdelením vonkajších cieľov a to na:

- ✓ ofenzívne
- ✓ defenzívne

Cieľom ofenzívnych je uľahčiť vstup na nové trhy domácim podnikateľom. V súlade s Lipkovou (2006) môžeme zhrnúť, že základným cieľom priemyselnej politiky je pomoc podniku pri vstupe na trh. Pretože bez verejnej pomoci je podnik stratový, jeho náklady sú vyššie ako príjmy a táto pomoc je opodstatnená, avšak vtedy, ak podniku umožňuje znižovať náklady a to tak, aby k určitému stanovenému dátumu jeho náklady mohli dosahovať zisk už bez jej pomoci. Ofenzívna priemyselná politika redukuje importné množstvá a to tým, že rozširuje export, aby rástla domáca produkcia našich odvetví.

Defenzívna politika chce zachovať určité množstvá domáceho odvetvia, ale popri tom nechce obmedzovať import alebo zvyšovať export a zároveň jej úlohou je dosiahnuť rovnováhu k umelo vytvoreným konkurenčným výhodám zahraničných firiem, ktoré vznikli hospodárskymi opatreniami zahraničia.

Môžeme zhrnúť, že klasická forma priemyselnej politiky je charakterizovaná priamym zasahovaním vlády a to vo forme štátov vlastných podnikov, priamymi dotáciami do určitých sektorov či už tradičných, upadajúcich alebo nových a ochranou týchto sektorov vrátane ich ochrany proti dovozu.

### *Nástroje priemyselnej politiky*

Základným bodom priemyselnej politiky je v dnešnej dobe práve reštrukturalizácia a preto pri uskutočňovaní základných cieľov sa používajú podľa Šíbla (2003) nasledovné nástroje:

- « vzájomná konzultácia a riadenie s členskými štátmi na základe iniciatívy Európskej komisie
- « podporovanie určitých opatrení stanovenými členskými štátmi a to na základe rozhodnutia Rady Európskej únie
- « z klasických nástrojov môžeme spomenúť daňové opatrenia, finančnú pomoc, pomoc v oblasti výskumu, verejné kontakty a pod.
- « z moderných nástrojov môžeme spomenúť napríklad inštitúcie zamerané na presun technológií a technologických rád ako fóra orientovaného na komunikáciu medzi podnikateľmi, ekonómami, politikmi a pod.

## 2. Kreatívny priemysel a kreatívna ekonomika

Na Slovensku nie je ešte tento výraz moc ustálený, ale je dôležitou súčasťou slovenskej ekonomiky. Kreatívny priemysel akú súčasť národného hospodárstva má potenciál podieľať sa na vytváraní HDP, nových pracovných miest a taktiež možnosti prispievať ku konkurencieschopnosti Slovenska. Kreatívny priemysel ústi do viacerých ekonomických aktivít, ktoré sa týkajú výroby, využívania informácií a vedomostí.

Za jedného z najpovolanejších európskych odborníkov kreatívneho priemyslu je považovaný štátny tajomník Ministerstva kultúry Estónska Ragnar Siil.

Podstatou pre pochopenie kreatívnej ekonomiky je podľa Kloudovej (2010) definovanie dvoch výrazov a to **kultúrny priemysel** a **kreatívny priemysel**. Samozrejme pre pochopenie je potrebné najskôr si ujasniť čo znamená výraz *kreativita*. Je veľa definícií, ktoré vymedzujú tento výraz a je ťažké sa dohodnúť na jednej konkrétnej, pretože existuje viacero charakteristík pomocou ktorých môžeme skonštatovať, že:

- ❖ *umelecká kreativita* zahŕňa predstavivosť a schopnosť tvoriť nové myšlienky a spôsoby prezentácie pomocou rôznych textov, obrazov a zvukov,
- ❖ *vedecká kreativita* jej jadrom sú dve vlastnosti a to zvedavosť a ochota experimentovať a neustále hľadať a vymýšľať nové spôsoby riešenia problémov a nedostatkov,
- ❖ *ekonomická kreativita* je to postup, ktorý určuje smer od inovácií, technológií, rôznych obchodných praktík, marketingu, manažmentu a iných ekonomických činností.

Môžeme skonštatovať, že kreatívny priemysel je náhradný výraz za pojem kultúrny priemysel. V súčasnej dobe sa k výrazu kreatívny priemysel pristupuje diferencovane a to preto, že nevystupuje vyslovene ako negatívny, ale nevystupuje ani ako pozitívny. Prevláda v ňom neutrálny prístup.

Čo sa týka histórie kreatívneho priemyslu prvýkrát sa objavila o ňom zmienka v roku 1994 v Austrálii a to v správe o Kreatívnom národe. O tri roky neskôr bola zriadená Zvláštna skupina pre kreatívny priemysel a to vo Veľkej Británii na Ministerstve kultúry, médií a športu. V priebehu ďalších rokov sa viaceré modely snažili pochopiť a vymedziť pojem kreatívny priemysel. Ako uvádza Kloudová (2010) vo svojej publikácii tak správa UNESCO uviedla v roku 1998 štyri modely a to nasledujúce:

- 1) *Model Ministerstva kultúry, médií a športu Veľkej Británii* podľa ktorého si kreatívny priemysel žiada tvorivosť, zručnosti, talent a zahŕňa ja duševné vlastníctvo svojich pracovníkov. Jeho obsahom sú tieto rezorty:
  - « architektúra, móda, dizajn, remeslá, reklama, trh umenia a starožitností, film a video, video a počítačové hry, hudba, televízia a rozhlas, softvér, vydávanie kníh, novín a časopisov, interpretačné umenie.
- 2) *Model symbolických textov* – tento model sa viac sústreďuje na populárnu kultúru a to preto, že ju chápe ako politickú a spoločenskú elitu. V kreatívnom priemysle zahŕňa nasledujúce rezorty: kľúčové (film, internet, video a počítačové hry, reklama, vydávanie kníh a časopisov), periférne kultúrne (kreatívne umenie), a hraničné kultúrne (šport, softvér, móda, spotrebná ekonomika).
- 3) *Model sústredných kružníc* podľa tohto modelu je definícia kreatívneho priemyslu kultúrna hodnota tovarov a služieb, ktoré on poskytuje a samozrejme produkuje. Základné myšlienky vychádzajú z tzv. tvorivého umenia výsledkom, ktorého sú zvukové, textové a obrazové produkty. Tento model slúži ako základ priemyslu a obsahuje: Kľúčové kreatívne umenie (výtvarné umenie, literatúra, hudba, interpretačné umenie), iné kľúčové kultúrne sektory (múzeá a knižnice, film), širšie kultúrne sektory (televízia a rozhlas, video a počítačové hry, vydávanie kníh a časopisov, výroba zvukových záznamov, služby „kultúrneho dedičstva“), príbuzné sektory (móda, architektúra, dizajn, reklama).
- 4) *Model WIPO* táto skratka znamená Svetovú organizáciu duševného vlastníctva a tento model sa zameriava na autorské právo, pretože obsahuje sektory, ktoré sa zúčastňujú na tvorení, produkcii, vysielaní a šírení diel. Rozlišuje sektory, ktoré iba produkujú duševné vlastníctvo a tie, ktoré iba šíria jeho produkty. Zhrnieme si tie, v ktorých autorské práva zahŕňajú iba menšiu časť a to sú: Kľúčové sektory duševného vlastníctva (hudba, televízia a rozhlas, reklama, softvér, vizuálne a grafické umenie, interpretačné umenie, organizácie správy a ochrany autorských práv, vizuálne a grafické umenie, vydávanie kníh a časopisov), Závislé sektory duševného vlastníctva (papier, kopírovacie a fotografické zariadenia, hudobné nástroje, spotrebná elektronika, prázdne záznamové

materiály), Čiastočné sektory duševného vlastníctva (odievanie, obaly, architektúra, móda, dizajn, hračky, tovary pre domácnosť).

Autorka Kloudová (2010, str.120) vo svojej knihe tiež charakterizuje kreatívny priemysel „podľa UNCTAD (Organizácia spojených národov o obchode a rozvoji) kde sa kreatívny priemysel vyznačuje piatimi charakteristickými vlastnosťami:

- ❖ Zabezpečuje cyklus tvorby, produkcie a distribúcie tovarov a služieb, ktoré využívajú kreativnosť a intelektuálnu kapacitu ako primárny vklad,
- ❖ Predstavuje súbor na poznatkoch založených aktivít, ktoré sú zamerané, ale nie výlučne, na umenie, pričom potenciálne získavajú príjmy z obchodu s autorskými právami,
- ❖ Pozostávajú z hmotných i nehmotných duševných alebo umeleckých produktov alebo služieb, ekonomických hodnôt a trhových objektov,
- ❖ Nachádzajú sa na rozmedzí umenia, služieb a priemyslu,
- ❖ Predstavujú nový, dynamický sektor svetového obchodu.“

### 3. Potreba kreatívneho odvetvia a jeho miesto v priemyselnej politike Európskej únie

Priemyselnú politiku môžeme definovať ako aktivity štátu zasahujúce do jednotlivých priemyselných odvetví s motívom ovplyvňovať ich vstupy. Ak myslíme priemyselnú politiku čo sa týka Európskej únie tak úlohu štátu preberá *Európska komisia*. Oblasť priemyselnej politiky nie je na úrovni únie regulovaná a preto všetky právomoci zostávajú v rukách daných príslušných orgánov jednotlivých členských štátov Európskej únie. Je menej rozvinutá preto sa únia sústreďuje len na niektoré vybrané aspekty podpory konkurencieschopnosti európskeho priemyslu a finančné prostriedky smerujú hlavne do oblasti vedy a technologického výskumu a to prostredníctvom programov, ktoré sú zamerané na zväčšovanie úrovne technologickej spolupráce medzi podnikmi alebo organizáciami.

Ako spomína vo svojej publikácii Lipková (2006) existujú prístupy, ktoré slúžia k definícii priemyselnej politiky v Európskej únii a to:

- 1) univerzálny princíp *laissez-faire*, na základe ktorého vychádza klasická teória konkurencie a voľného obchodu a tento princíp nepotrebuje žiadne náklady a nové teórie obchodu a priemyselnej politiky vlastne dokazujú, že štátnymi zásahmi je možné v určitých prípadoch kompenzovať nedokonalosti trhu.

- 2) medzi stratégie, ktoré podniky uskutočňujú patria stratégie koncentrácie, inovácie, diferenciacie a tie vytvárajú určité bariéry vstupu a prostriedky privlastňovania si monopolnej renty z toho vychádza, že konkurencia nie je dokonalá.

- 3) je známe, že ten kto vstupuje na trh ako prvý vždy získava najväčšie výhody a najlepšie postavenie a preto by mal štát pomáhať ostatným podnikom pri tvorení komparatívnych výhod a odčerpávaní týchto ziskov, kde komparatívne výhody sú závislé od správania sa väčšej časti podnikov a štátov.

Ďalší názor tvoria predstavitelia a zástancovia novej teórie obchodu, ktorý tvrdia, že jednotlivé priemyselné aktivity a takisto aj aktivity v oblasti služieb sú spolu dôležitejšie ako tie ostatné a za ne pokladajú hlavne tie, v ktorých prebiehajú úspory z rozsahu produkcie. Samozrejme má to aj svoje slabiny, pretože je to veľmi drahé a ak spomíname ochranu tak tá je úzko spojená s odvetvovými opatreniami a následne môže byť neefektívna.

Ako uvádza Lipková (2006) argumentom čo sa týka prospechu priemyselnej politiky môžu byť aj *externality* pričom pozitívne externality tvoria základný výskum. Efekty prelievania a externé efekty tvoriace danú činnosť alebo ak sú tvorené medzi jednotlivými činnosťami vytvárajú veľmi silné argumenty čo sa týka prospechu priemyselnej politiky a takisto aj vzdelávania pracovníkov.

Spoločná politika alebo koordinované politiky sú efektívnejšie ako národná izolovaná politika ak sa samozrejme vzťahujú na veľký trh. A čo sa týka európskej priemyselnej politiky tak tá veľmi dobre dopĺňa spoločnú obchodnú politiku a to svojim vzťahom k tretím krajinám.

#### 3. 1 Konkurenčná schopnosť priemyselnej politiky

Na využívanie celého potenciálu EÚ pre rast zameraný na skvalitnenie hospodárskeho a technologického segmentu je nevyhnutný silný a samozrejme správne fungujúci priemyselný sektor.

Rozhodujúci vplyv na zvyšovanie a znižovanie konkurencieschopnosti má dôležitý vplyv práve priemyselná politika. Schopnosť ekonomiky poskytovať obyvateľstvu vysokú a zároveň neustále zvyšujúcu životnú úroveň spolu s vysokou zamestnanosťou na udržateľnom základe spolu vytvárajú hlavnú ambíciu ekonomiky daného štátu, krajiny alebo Európske únie ako označujeme ju ako *konkurenčnú schopnosť*.

Ako uvádza Šikula (2003) výsledkom vývoja celkovo dlhého predchádzajúceho obdobia je súčasná



sústava určitých nástrojov, opatrení a inštitúcií priemyselnej politiky či už v Európskej únii ako celku alebo v jednotlivých členských štátoch. Z toho vyplýva, že za najhlavnejšie situácie, ktoré tvorili celkový charakter priemyselnej politiky môžeme považovať spomínané ropné krízy, prehlbovanie integrácie ekonomík EÚ a rozrastajúcu sa celosvetovú globalizáciu ekonomických procesov. Takže firmy museli začať fungovať na neustále otvorenejšom trhu a za podmienok rastúcej konkurencie.

Samozrejme Európska únia spolu s vládami jednotlivých členských krajín reagovala na spomínané zmeny. Ako publikuje Šikula (2003) v tomto smere môžeme pozorovať tieto dva základne momenty a to:

- ❖ moment, pri ktorom nastáva prechod od dotácii upadajúcim firmám k podpore konkurencieschopnosti domácich firiem, kde sa jadro priemyselnej politiky presúva do oblasti pomoci firmám, aby mohli získať čo v najkratšom časovom úseku komparatívne výhody voči konkurenčným firmám.
- ❖ moment, ktorý vystihuje prechod od pomoci firmám, ktoré upadajú respektíve stagnujú vedúci k pomoci, ktorá je zameraná na vznik nových firiem v nových odvetviach.

Čo sa týka finančnej pomoci tak tá sa postupne zmenila na nefinančnú pomoc a to dôvodu poskytnúť možnosť domácim firmám ako celkom zachovať si technologický náskok pred konkurenciou a tým dokázať, že je možnosť vyvážať na otvorenejšie trhy a touto možnosťou by sa v krajine zachovala a udržala zamestnanosť.

Smernice a ciele akčného programu, ktorý je zameraný na posilnenie konkurencieschopnosti európskeho priemyslu určilo rozhodnutie Rady EÚ. Každý rok predkladá Európska komisia Európskemu parlamentu, Rade EÚ, Ekonomickému a sociálnemu výboru a Výboru pre regióny správu, v ktorej zhodnotí dosiahnuté výsledky s ich navrhovanými návrhmi. Na základe tohto rozhodnutia sa časom určili smernice, ktoré slúžia na posilnenie konkurencieschopnosti európskeho priemyslu.

Výsledkom bolo určenie desiatich stanovených smerníc, ktoré vo svojej publikácii charakterizuje Šikula (2003):

- prvá sa týka implementácie daných iniciatív v rôznych oblastiach ako sú priemyselná korporácia, priemyselné aspekty konkurencie a modernizácie úloh verejného úradu a tiež v oblasti nehmotných investícií
- napomôcť vzniku vzdelávacej spoločnosti
- zabezpečiť rozvoj priemyselnej korporácie
- posilniť vzťahy medzi EÚ a USA

- vznik databáz obsahujúcich prekážky pre európske firmy na tretích trhoch
- analyzovanie problémov, týkajúcich sa premiestňovania priemyslu a služieb
- zrýchliť štandardizáciu spojenú s koordinovaním iniciatív, ktoré sú stanovené pomôcť firmám pri zdolávaní obchodných bariér v EÚ a skvalitniť fungovanie interného trhu
- vyplniť medzery medzi priemyselnými aktivitami a s nimi prepojenými službami
- predložiť ročnú správu o priebehu a vývoji konkurencieschopnosti európskeho priemyslu
- predkladať a zároveň informovať Direktorát pre priemysel o postupe akčného programu a o jeho prípadných prispôbovaniach .

### 3. 2 Stratégia Európa 2020

Predseda Európskej komisie José Manuel Barroso predstavil nový hospodársky plán Európa 2020, ktorý nahradí Lisabonskú stratégiu.

Ako sa spomína na ec.europa.eu (2011) sú pre nás dôležité štrukturálne zmeny a Stratégia Európa 2020, ktorá nahradila Lisabonskú stratégiu a snaží sa najmä o odstránenie vzniknutých prekážok rastu a hlavným poslaním je splnenie 5 základných cieľov zameraných na oblasť zamestnanosti, výskumu a vývoja, vzdelávania, chudoby a energetiky. Čo by malo vyústiť do stavu, ktorý by znamenal lepší, inteligentnejší, udržateľný a inkluzívny rast.

*Stratégia Európa 2020 je postavená na troch vzájomne prepojených prioritných oblastiach:*

- ❖ **inteligentnom raste**, ktorý môžeme zabezpečiť prostredníctvom zdokonalenia ekonomiky vytvorenej prostredníctvom vedomostí a inovácii. Takou, ktorá bude odolná a schopná odolávať konkurencii a vytvárať ju a to cenami, technológiami a v neposlednom rade aj zručnosťami.
- ❖ **udržateľnom raste**, ktorý môžeme zabezpečiť podporovaním vytvárania konkurencieschopnej ekonomiky snažiacej sa efektívne využívať svoje zdroje a ktorá sa snaží prostredníctvom malého objemu energie dosahovať maximálny účinok.
- ❖ **inkluzívny rast** môžeme zabezpečiť zosilnením danej ekonomiky a to prostredníctvom vysokej úrovne zamestnanosti, ktorou vytvára sociálne a územne prepojenie. Výsledkom čoho bude ekonomika, v ktorej nebude vylúčená ani jedna skupina obyvateľstva, budú v nej efektívne fungovať systémy a programy

vzdelávania a v ktorej sa budú môcť vzdelávať ľudia po celý život a samozrejme a popri svojej kariére.

Toto tvorí akýsi základ celej Stratégie Európa 2020 a preto sa Európska únia spolu s členskými štátmi snaží o implementáciu tejto stratégie, ktorá by zabezpečila lepšie fungovanie ekonomík daných štátov.

*Základné ciele Stratégie Európa 2020*, ktoré boli stanovené ako hlavné body určené na dosiahnutie pokrokov týkajúcich sa plnenia stanovených zámerov:

- 1) **zamestnanosť**, kde cieľom je jej zvýšenie na 75 % pri vekom rozhraní obyvateľstva a to 20-64 rokov
- 2) **výskum, vývoj a inovácie**, kde cieľom je zvýšenie investícií do oblastí výskumu a vývoja spolu s inováciami a to na úroveň 3 % HDP EÚ
- 3) **zmena klímy a energie**, kde cieľom je zabezpečiť pokles emisií skleníkových plynov a to až do výšky 20 % , dostávať energiu aj iných zdrojov ako napríklad obnoviteľných a to až do výšky 20 % a podporiť efektívny rast využitia energií a to taktiež vo výške 20 %
- 4) **vzdelávanie**, kde cieľom je dostať sa pod úroveň 10 % u tých, ktorí predčasne ukončili školskú dochádzku, a 40 % u tých, ktorí majú skončené vysokoškolské vzdelanie a majú 30-34 rokov
- 5) **chudoba a sociálne vylúčenie**, kde cieľom je zníženie počtu ľudí, ktorý sú v ohrození chudoby a sociálneho vylúčenia a to do výšky 20 miliónov osôb.

Európska komisia stanovila aj program pozostávajúci z hlavných iniciatív novej stratégie:

1. **Inovácia v únii** – pre orientovanie politiky výskumu/vývoja a inovácií na hlavné výzvy pri súčasnom zblížovaní vedy a trhu s cieľom uvádzať vynálezy na trh v podobe výrobkov. Ako príklad sa dá uviesť skutočnosť, že patent na úrovni Spoločenstva by mohol spoločnostiam každoročne ušetriť 289 miliónov EUR.
2. **Mládež v pohybe** – zvyšovanie kvality a medzinárodnej atraktivity európskeho systému vyššieho vzdelávania prostredníctvom propagácie mobility študentov a mladých profesionálov. Konkrétne by napríklad ponuky voľných pracovných miest vo všetkých členských krajinách mali byť ľahšie a dostupné v celej Európe a mali by sa náležite uznávať odborné kvalifikácie a skúsenosti.
3. **Digitálny program pre Európu** – čerpanie udržateľných hospodárskych a sociálnych výhod, ktoré prináša jednotný digitálny trh

prostredníctvom ultra rýchleho internetu. Všetci Európania by mali mať do roku 2013 prístup k vysokorýchlostnému internetu.

4. **Európa efektívne využívajúca zdroje** – podpora prechodu smerom k nízko uhlíkovému hospodárstvu, ktoré efektívne využíva zdroje. Európa by mala dodržať svoje ciele na rok 2020, pokiaľ ide o výrobu energie, energetickej účinnosti a spotrebu. To by do roku 2020 viedlo k úsporám na dovoze ropy a zemného plynu vo výške 60 miliárd EUR.
5. **Priemyselná politika pre „zelený“ rast** – podpora priemyselnej základne EÚ, ktorej cieľom je zabezpečiť jej konkurencieschopnosť v období po prekonaní krízy, podpora podnikania a rozvoj nových zručností. Vytvorili by sa tým milióny nových pracovných miest.
6. **Program pre nové zručnosti a nové pracovné miesta** – vytváranie podmienok na modernizáciu trhov práce s cieľom zvyšovať zamestnanosť a zaistiť udržateľnosť našich sociálnych modelov pre obdobia, keď generácia silných populačných ročníkov začne odchádzať do dôchodku.
7. **Európska platforma na boj proti chudobe** – zabezpečovanie hospodárskej, sociálnej a územnej súdržnosti prostredníctvom pomoci chudobným a sociálne vylúčeným skupinám a zabezpečenie, aby sa dokázali aktívne podieľať na živote spoločnosti.

Implementácia týchto iniciatív si bude vyžadovať úzku spoluprácu na všetkých úrovniach. O časti stratégie a hlavnom smerovaní rozhodli lídri na jarnom summite EÚ v Bruseli koncom marca (25.-26.marca 2010) a o zvyšku by mali rozhodnúť na summite EÚ v júni 2010, kedy by mala mať Stratégia definitívnu podobu. Po zverejnení hospodárskeho plánu Európa 2020 Európska komisia vyzvala členské krajiny EÚ, aby sa poučili zo súčasnej krízy a pri napĺňaní cieľov vzájomne spolupracovali. EÚ je presvedčená, že stratégia Európa 2020 nesmie vrátiť Európsku úniu do stavu pred krízou. Pokiaľ EÚ splní ciele stratégie, mohla by byť schopná konkurovať Číne, Japonsku, prípadne USA.

Z pohľadu Lipkovej (2011) sú v Stratégii 2020 dôležité nasledovné faktory, ktoré uvádza vo svojej publikácii:

- ✓ neustále kontrolovanie novej legislatívy týkajúcej sa konkurencieschopnosti priemyslu
- ✓ podpora vytvárania a rastu malých a stredných podnikov a to lepším prístupom k úverom a pod.

- ✓ uchrániť trh od falšovania pirátstva a to prostredníctvom návrhu EÚ o patentoch a prijať jednotný systém, ktorý bude upravovať spory o patenty a následne sa môže zlepšiť Európsky systém duševného vlastníctva. Pokiaľ pôjde všetko tak ako má byť tak prvé patenty by mohli uzrieť svetlo sveta už v roku 2014.
- ✓ pracovať na vylepšení a zefektívnení infraštruktúry
- ✓ vytvorenie stratégie zameranej na rozvoj systémov normalizácie v EÚ potrebnej hlavne pre oblasť priemyslu
- ✓ uvedenie novej stratégie o surovinách, ktorá by mala zabezpečiť výhodnejšie podmienky týkajúce sa pravidelných dodávok a taktiež správne hospodárenie s domácimi surovinami konkrétnej krajiny.

Podľa štúdií a informácií z iných zdrojov pre dosiahnutie a následne aj splnenie určených cieľov v stratégii Európa 2020 je potrebné, aby sa zvýšili investície do výskumu a vývoja a to konkrétne na 3 % HDP a tak by do roku 2025 mohla nastať situácia, že by vytvorilo 3,7 milióna pracovných miest a následne by sa zvýšil aj ročný o 795 miliárd eur ročný HDP. Ale k tomu bude potrebné aj okolo milióna výskumných pracovníkov čím by sa podporila aj zamestnanosť aj celková situácia v ekonomike.

Európska komisia pracuje na prípravách zameraných na vytvorenie tzv. *Prechodu do zdrojov efektívnej Európy* a vytvára cestovnú mapu EÚ zameranú na nízko-uhlíkovú ekonomiku do roku 2050. Kde bude patriť aj vytvorenie trvalo-udržateľnej priemyselnej politiky, vytvorenie nových trhových systémov pre nízko uhlíkové technológie pre energeticky náročné priemyselné odvetvia, rozvoj vesmírneho programu a pod.

### 3. 3 Stratégia nového prístupu k priemyselnej politike v rámci kreatívneho odvetvia

Zámerom tejto stratégie bolo vytvorenie čo najlepších podmienok pre dané priemyselné odvetvia v budúcnosti. Za zrodom tej stratégie stojí Európska komisia, ktorá ju uviedla v roku 2005 a jej snahou bolo správne a rýchlo reagovať na globalizáciu a samozrejme aj veľmi ostrú konkurenciu.

Ako uvádza Lipková (2011, str. 213): „Európskej únii záleží na výrobnom priemysle, ktorý zamestnáva viac ako 34 miliónov ľudí, podieľa sa troma štvrtinami na exporte EÚ a predstavuje viac ako 80 % výdavkov súkromného sektora na vedu a výskum. Uvedená politika zahŕňa sedem nových medzisektorových

iniciatív, týkajúcich sa konkurencieschopnosti, energetiky a životného prostredia, práv duševného vlastníctva, lepšej regulácie, výskumu a inovácii v oblasti priemyslu, prístupu na trh, kvalifikácie a riadenia štrukturálnej zmeny.“

To by mohlo zabezpečiť zlepšenie celkovej situácie v priemysle a taktiež boli navrhnuté určité opatrenia či už v rámci inovácii alebo vzdelávania, kde hlavným cieľom je oživiť konkurencieschopnosť výroby, pretože čoraz viac k nám preniká konkurencia z oblastí ako je Čína a Ázia, čo pre nás predstavuje veľkú hrozbu.

Európska komisia navrhla sedem navrhovaných podnetov resp. činností, ktoré sú orientované na konkrétne oblasti a vo svojej publikácii ich uvádza Lipková (2011) nasledovne:

- 1) vznik farmaceutického fóra
- 2) výskum týkajúci sa stratégie zameranej na biotechnológiu a biologické vedy
- 3) pre oblasť chemického a obranného priemyslu vytvoriť skupinu zodpovedajúci určitých kritériám
- 4) zamerať činnosti do oblasti Európskeho vesmírneho programu
- 5) vytvorenie skupiny pre oblasť konkurencieschopnosti informačných a komunikačných technológií
- 6) vytvorenie tzv. rozhovoru týkajúceho sa strojárneho priemyslu
- 7) vytvorenie určitého postupu o štúdiu respektíve o získavaní informácií o konkurencieschopnosti a pod.

Samozrejme Európska únia sa snaží pomáhať a podporovať priemyselnú politiku a to aj uvádza Lipková (2000, str. 23) „EÚ podporuje reštrukturalizáciu v priemysle, kde je to nevyhnutné, napr. v zbrojárskom, oceliarskom, textilnom priemysle a stimuluje konkurenčné schopnosti nových odborov, t.j. biotechnológií, kozmického priemyslu a pod.“

Čo sa týka nástrojov podpory sú to rôzne daňové opatrenia, finančná pomoc, verejné kontakty, pomoc v oblastiach výskumu, zabezpečovaním dobrého prístupu k novým technológiám, podporou inovácii a pod. Pretože ako sme už spomínali cieľom priemyselnej politiky je podporovať moderné odvetvia priemyslu v oblastiach výskumu a vývoja, podporovať spoluprácu medzi firmami, zabezpečovať efektívnu produktivitu práce a v neposlednom rade zabezpečiť zníženie nákladov.

Ďalej tiež Lipková (2000) uvádza akým spôsobom sa snažila Komisia EÚ v 90 rokoch pomôcť k rozvoju priemyselnej politiky a to tým, že

určila 4 priority na zabezpečenie rozvoja priemyslu EÚ a to nasledovné:

- ❖ prvá priorita bola podpora **nehmotných investícií**, ktorá bola zameraná na určenie stanov týkajúcich sa zlepšenia odbornej prípravy rôznych činností v priemysle, zavedenie nových metód a postupov, zabezpečenie dôkladnej kontroly kvality, vývoja nových technológií a pod.
- ❖ druhá priorita bola určená na **podporu rozvoja priemyselnej kooperácie**, kde bol návrh, aby sa zosilnila pozícia firiem na globálnych trhoch.
- ❖ tretia priorita bola zameraná na **garantovanie rovnakých pravidiel a zmodernizovanie vládnych intervencií**, ktorá bola zameraná na podporu tzv. zdravej konkurencie v oblasti jednotného trhu, efektívne využívať dané subvencie a pod.
- ❖ štvrtá priorita bola zameraná na **dereguláciu trhov**, aby boli jednoduchšie postupy v administratívnych činnostiach a aby sa zlepšila spolupráca s národnými úradmi, s EÚ a pod.

Či a ako boli tieto priority úspešné je zbytočné sa zaoberať, ale mali by byť určitým počiatočným krokom, že v každej situácii sa vždy nájde riešenie a netreba sa vzdávať a treba sa snažiť vždy hľadať spôsoby, ktoré by mohli pomôcť k zlepšeniu priemyselnej politiky, pretože je to oblasť, ktorá je pre nás veľmi dôležitá a významná.

Kľúčový bod pre Slovensko bude vývoj svetovej ekonomiky po vyprchaní efektov proti krízovým opatrením veľkých vlád. Ak by sa potom ekonomiky nedokázali postaviť na vlastné nohy, pocítili by sme tvrdosť druhého dna. Slovensko je však aj napriek tomu v dobrej štartovacej pozícii, aby sa tešilo relatívne solídneho zotaveniu z oslabenia spôsobeného krízou.

Zahraničnému obchodu však momentálne pomáha aj slabnúce euro. Preto je Európa ťahaná dopytom v Ázii. To by malo pomôcť aj firmám na Slovensku, keďže Nemecku, kam smeruje takmer 25 percent slovenskej produkcie, Európska komisia predpovedá v tomto roku iba mierny rast. Okrem Nemecka sú aj iné krajiny, ktoré okrem áut vyrábajú aj iné produkty. Veľmi dobre sa vyvíja elektrotechnický priemysel. Potvrdzujú to aj vyhladky spoločnosti Sony Slovakia, ktorej v minulom roku klesli tržby o viac ako desať percent. Koncom vlaňajška sa však situácia zlepšila.

Ako ďalší prostriedok na zlepšenie situácie v priemyselnej politike môžeme zaradiť aj *Inovačnú politiku na roky 2011-2013*, ktorá je v pôsobnosti Ministerstva hospodárstva SR. Pretože inovácie sú predstavované ako veľmi dobrá možnosť na zrýchlenie

prechodu z pokrízovej ekonomiky na ekonomiku, ktorá bude na jednej strane silnejšia a na druhej strane aj trvalo udržateľná. Predstavujú akúsi základňu pre podniky, firmy, pracovné miesta a odvetvia, pretože sú nevyhnutnou súčasťou na zvyšovanie konkurencieschopnosti, presun k aktivitám, ktoré majú vyššiu pridanú hodnotu a k diverzifikácii aktivít ekonomiky.

Podľa [economy.gov.sk](http://economy.gov.sk) a informácií z Európskeho inovačného hodnotenia vychádza Slovenská republika ako štát, ktorý má najmenšiu inovačnú výkonnosť a dosahuje slabý priemer v rámci krajín EÚ, kde spomedzi 27 sa nachádzame až na 23. mieste ohľadne inovačnej výkonnosti. Preto sme si vyslúžili aj označenie, že patríme do skupiny dobiehajúcich krajín. Na to, že sme až takto hlboko vplyvajú viaceré faktory a to najmä nízke výdavky od verejného a súkromného sektora, kde v porovnaní s výdavkami krajín EÚ sú výdavky až 1,82 % u nás sú len 0,48 % HDP čo je bohužiaľ veľmi málo.

Vláda za to viní hlavne výskumnú základňu, ktorá nemá určené konkrétne ciele, nedostatočné množstvo veľkých podnikov, ktoré by investovali do výskumu, slabé motivovanie zamestnancov vo výskume, zlú podporu od verejného sektora a pod. Aby sa Slovenská republika dostala na úroveň najvyspelejších ekonomík EÚ a dosiahla, aby sa inovácie zaradili medzi základné body týkajúce sa rozvoja ekonomiky schválila vláda SR Inovačnú stratégiu SR do roku 2013 a sleduje efektívnosť vložených verejných prostriedkov vložených do výskumu, vývoja a inovácií.

## Záver

Priemyselná politika patrí k tým ekonomickým kategóriám, ktorých koncepčno-teoretické základy, konkrétny obsah a realizačné formy sa vyznačujú nielen pestrosťou a variabilitou prejavov, ale aj rozpornosťou a kontroverznosťou s nimi spojených záujmov. Zameriava sa na zvýšenie konkurencieschopnosti odvetví a jej nástroje majú za cieľ vytvárať rámcové podmienky pre podnikateľov, v ktorých môžu vyvíjať iniciatívy, využiť svoje investície a budovať na nich.

Jedným z ďalších možných alternatív podpory rozvoja priemyselnej politiky je podpora exportu, nakoľko vývoz tovaru a služieb má veľmi pozitívny vplyv na zvyšovanie hospodárskeho rastu, konkurencieschopnosti, na znižovanie nezamestnanosti, na rast produktivity práce, na inovačné procesy a pod. Každý štát si musí vytvoriť určité opatrenia, ktoré slúžia na podporu exportu a rastu zahraničného obchodu a úroveň a rozsah

vytvorenia týchto opatrení je závislá od finančnej situácie daného štátu. Preto je tento spôsob často diskutabilnou oblasťou.

Kreatívne odvetvie v rámci štruktúry priemyslu v celkovom koncepte priemyselnej politiky EÚ bude zohrávať dominujúce postavenie, nakoľko sa jedná o sektor inovatívneho charakteru, s veľkou mierou pridanej hodnoty, s veľkým potenciálom tvorbou nových patentov, obsahu duševného vlastníctva, sektor tvoriaci nové hodnoty pričom dopĺňa a sprevádza sektor sofistikovaných služieb. V novodobej informačnej spoločnosti založenej na využívaní informačných a komunikačných technológií, podpore investícií do znalostnej ekonomiky a tacitných znalostí bude podpora a miera využívania kreatívneho odvetvia

a kreatívnej ekonomiky v celkovej produkcii v rámci tvorby podielu HDP jednotlivých ekonomík popri sektorov priemyslu služieb, zohrávať kľúčovú úlohu vo zvyšovaní konkurencieschopnosti ekonomiky v rámci hospodárskeho prostredia systému svetovej ekonomiky a medzinárodnej del'be práce.

*Štúdiá pripravená v rámci realizácii projektu  
„Cezhraničná klastrová iniciatíva rozvoja  
kreatívneho priemyslu“*

*Operačného programu cezhraničnej spolupráce SR-  
ČR 2007-2013. (ITMS II 22410420020).*

## Literatúra

- European Commission. (2009): European Economic Forecast – autumn 2009. *European Economy* 10.
- Fiala, P. – Pitrová, M. (2009): *Evropská unie*. Brno: CDK.
- Fígel', J., Adamiš, M. (2003): *Centrum pre európsku politiku*.
- Fojtíková L., Lebieczik M. (2008): *Společné politiky Evropské unie. Historie a současnost se zaměřením na Českou republiku*. Praha: C.H.Beck.
- Kenderová, J. (2010): *Kreativní ekonomika*,. Žilina: Eurokódex.
- Kloudová, J. (2010): *Mediální produkcia ako kreatívna činnosť*. ISBN 978-80-89447-20-6
- Klvačova, E., Malý, J., Mráček, K. Sereghyová, J., Wawrosz, P. (2009): *Světová ekonomická krize: Příčiny, projevy, perspektivy*. Institut evropské integrace, Praha: NEWTON College, a.s.
- Lipková, L. (2006): *Európska únia*, Bratislava: Sprint dva.
- Lipková, L. (2011): *Európska únia*, Bratislava: Sprint dva.
- Lipková, E. (2000): *Svetové hospodárstvo*, Ekonomická univerzita, Bratislava: SPRINT.
- Lukáčik, J. (2007): Priemyselná politika v procese integrácie SR do EÚ. In: *Hospodárska a sociálna politika EÚ - aktuálne otázky* : zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM.
- Nemcová, E. (2003): *Premeny priemyselnej politiky v procese európskej integrácie a štrukturálne fondy*, Bratislava: PúSAV.
- Rosenberg, M. (2007): *Obchodná politika SR. Vybrané kapitoly*. Bratislava: Ekonomická univerzita.
- Sipko, S. (2004): *Priemyselná politika*, Bratislava: Úrad vlády Slovenskej republiky.
- Staněk, P. (2010): *Globálna kríza – hrozby alebo výzva*. Bratislava: ISBN 978-80-89393-24-4
- Šíkula, M. (2003): *Determinanty formovania priemyselnej politiky v podmienkach globalizácie a integrácie*. Bratislava.
- Šíbl, D. (2003): *Európska únia a budúcnosť európskeho kontinentu*, Bratislava: EKONÓM.
- Švihlíková, I. (2010): *Globalizace a krize. Souvislosti a scénáře*. Praha: Grimmus.
- Žák, P. (2004): *Kreativita a její rozvoj*. Brno: Computer press.
- Workie, M. (2009): Vývoj a perspektívy svetovej ekonomiky. In: *Globálna finančná a hospodárska kríza. Príčiny – náklady – východiská*, Bratislava: Ekonomický ústav SAV.
- www.economy.gov.sk [dostupné online], [cit. 02.06.2012]
- [http://ec.europa.eu/internal\\_market/finances/docs/de\\_lar\\_osiere\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/finances/docs/de_lar_osiere_report_en.pdf) [dostupné online], [cit. 09.06.2012]
- [http://ec.europa.eu/commission\\_2010-2014/sefcovic/documents/speeches/2011\\_03\\_10\\_eu\\_2020\\_conf\\_sk.pdf](http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/sefcovic/documents/speeches/2011_03_10_eu_2020_conf_sk.pdf) [dostupné online], [cit. 22.05.2012]
- [http://ec.europa.eu/europe2020/reaching-the-goals/targets/index\\_sk.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/reaching-the-goals/targets/index_sk.htm) [dostupné online], [cit. 02.06.2012]
- <http://www.economy.gov.sk/investicna-pomoc-6556/128241s> [dostupné online], [cit. 02.06.2012]
- <http://www.ecb.int/home/html/index.en.html> [dostupné online], [cit. 03.06.2012]
- <http://ekonomika.etrend.sk/ekonomika-slovensko/dovera-v-ekonomike-znovu-poklesla.html> [dostupné online], [cit. 25.05.2012]
- www.epi.sk [dostupné online], [cit. 12.05.2012]
- www.euractiv.sk [dostupné online], [cit. 10.06.2012]
- www.eurostat.sk [dostupné online], [cit. 01.06.2012]

[www.euroinfo.gov.sk](http://www.euroinfo.gov.sk) [dostupné online], [cit. 10.06.2012]

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/> [dostupné online], [cit. 12.06.2012]

[www.finance.gov.sk](http://www.finance.gov.sk)(prognózy IFP MF [dostupné online], [cit. 12.06.2012]

### **Kontakt**

Ing. Marcel Kordoš, PhD.  
Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne,  
Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov,  
Študentská 2, Trenčín, 911 50  
e-mail: marcel.kordos@tnuni.sk

## SUMMARY

### **Creative industry within the European Union Industry policy**

Industry policy can be defined as state activities interfering into certain industry sectors to affect their inputs. If we deal with the industry policy as impacting upon the whole European Union, the role of state is taken by European Commission where unlike other areas like Common agriculture policy, the field of industry policy is not regulated at the Union level. All important competencies belong to the particular institutions of certain EU member states. With regards to the industry policy, European Union just concentrates on particular segments of European industry competitiveness enhancement and in general financial sources from European budget regarding industry policy are centralized mainly on science and technology research via various programs used to enhance overall level of technological cooperation with companies as well as innovation level enhancement in industry area.

The aim of the paper is on the basis of European Union Industry policy analysis and creative economy characteristics in economy structure to find out the fulfillment and position of creative industry in European Union Industry policy in terms of its competitiveness enhancement in the international environment system of international economics. The paper deals with the relation of creative industry and its position in current European Union Industry policy, where in long-term run it plays determining role within the industry structure of European Communities countries. The meaning of creative industry within the European Union Industry policy structure is more and more actual because it contributes to the European prosperity and European economy is depended on the vitality of its industry. European Union Industry policy includes the set of activities what is the means of how the EU tries to affect the efficiency of processing and services sectors, it is an area on what depends the development and competitiveness of EU member states in addition to as a whole is focused on structural adaptation process which goal is to gain comparative advantages of EU economy in the world economy environment.

One of the next possible alternatives of industry policy development support is export enhancement, however goods and services export has a very positive impact on economic growth increasing, competitiveness, cutting unemployment level, labor productivity growth, innovation processes and so on. Each state must set up special measures regarding export promotion activities and foreign trade growth in addition to the level and extend of those measurements depend on particular state's financial situation.

Creative industry within the industry structure in overall concept of European Union Industry policy will play important significant role because it is an innovative sector with a great deal of added value, big new patent development potential, intellectual property content, sector creating new values while complementing and accompanying sophisticated services sector. In a new period of information society based on information and communication technologies usage, investments support into the knowledge economy and tacit knowledge, the support and measure of creative industry and creative economy usage in overall production within the GDP share formation of particular economies besides industry and services sectors will play a key role in the process of economy competitiveness enhancement in terms of economy environment of international economics system and international division of labor.

## PODPORNÉ MECHANIZMY KREATÍVNEJ TRIEDY Z POHĽADU ÚZEMIA

### *Supporting mechanisms of creative class from territorial view*

Viera KOZÁKOVÁ, Anna VAŇOVÁ

#### **Abstrakt**

*Kreatívny priemysel je výnimočný svojou formou aj obsahom. Tvorí ho široké spektrum sektorov, odvetví, činností a profesií. Ich vzájomné prelínanie prináša pridanú hodnotu. Talentovaní tvoriví ľudia nazývaní aj ako kreatívna trieda, alebo kreatívna pracovná sila sú kľúčovým zdrojom. Orientácia na ľudské zdroje už dávno nie je len prioritou manažmentu a marketingu, ale dostáva sa do popredia aj v ďalších odboroch. Vyčerpatelnosťou a obmedzenosťou doterajších zdrojov, sú ľudské zdroje vo veľkej výhode. Ľudia sa stali najvýznamnejším aktívom dnešnej doby. Predmetom tohto príspevku je práve preto kreatívna trieda a možnosti jej podpory a rozvoja. Popri všetkých ekonomických súvislostiach je v tomto prípade zvolený územný pohľad. Koncentrácia kreatívnej pracovnej sily v území priaznivo vplýva na jeho rozvoj a zvyšuje jeho konkurencieschopnosť.*

#### **Kľúčové slová**

Kreativita, ľudské zdroje, kreatívna ekonomika, kreatívny priemysel, kreatívna trieda

#### **Abstract**

*Creative industry is unique in form and content. It consists of a wide range of sectors, industries, activities and professions. Their mutual overlap provides added value. Talented creative people also called creative class and creative workforce is a key resource. Focus on human resources has long been not only a priority for management and marketing, but getting to the forefront in other fields. Exhaustibility and limitations of existing resources, human resources are a great advantage. People have become a major asset of our time. The purpose of this paper is just so creative class and the possibilities of support and development. Besides the entire economic context in this case elected territorial view. The concentration of creative workers in the area is favorable to its development and increases its competitiveness.*

#### **Key words**

Creativity, human resources, creative economy, creative industries, creative class

**JEL Classification:** O 15, O 18

#### **Úvod**

Kreativita je kľúčovým slovom tohto príspevku a podstatou celého kreatívneho systému, zloženého z ekonomických, spoločenských a kultúrnych činností. Spája sa s tvorivosťou talentovaných ľudí, ktorí sa stávajú najdôležitejším aktívom 21. storočia. Všetky spomínané činnosti sa odohrávajú v rámci nejakého územia alebo prostredia, ktoré týmito procesmi a aktérmi nadobúda prívlastok „kreatívne“.

Kreatívna ekonomika je mimoriadne rozsiahla problematika, ktorou sa zaoberá medzinárodná scéna, ale aj jednotlivé krajiny a ich regionálne a miestne úrovne. Je špecifická širokým spektrom sektorov, disciplín, čo sťažuje podmienky pre jednotné terminologické vymedzenie, potrebné pre vymedzenie

podstaty a prínosov celého systému kreatívnej ekonomiky, mapovanie aktérov a kreatívnych činností.

V príspevku sme sa zamerali na preskúmanie ľudských zdrojov v kreatívnom priemysle a možnosti podpory rozvoja kreatívnej triedy v území. Predpokladáme, že každý kraj SR má iné dispozície na to, ako rozvíjať kreatívny potenciál. Návrhy sú všeobecné a skôr rámcové, lebo na konečnej podobe rozvoja kreatívnej pracovnej sily, musia participovať zainteresovaní aktéri územia.

Cieľom príspevku je navrhnúť možnosti pre rozvoj kreatívnej pracovnej sily v podmienkach SR s prihliadnutím na územné hľadisko. Predmetom skúmania je kreatívna pracovná sila, jej základné



znaky, špecifiká a návrhy na jej priaznivý rozvoj. Objektom sú územné samosprávy v SR.

Základná osnova spracovania príspevku spočíva v odpovedaní na otázky : čo? - kreatívny priemysel; kto? - kreatívna trieda; kde? - kreatívne prostredie; ako? - podporné mechanizmy rozvoja. V úvode príspevku pomocou výskumu sekundárnych zdrojov a komparácie rôznych prístupov v odbornej a vedeckej, domácej a zahraničnej literatúre a obsahovo-kauzálnej metódy vymedzíme základné pojmy skúmanej problematiky - kreatívny priemysel a kreatívnu triedu. Následne na základe analýzy údajov o ľudských zdrojoch v kreatívnom priemysle navrhujeme odporúčania územné samosprávy v SR, ako by mohli podporiť rozvoj kreatívnej pracovnej sily. Pri tvorbe návrhovej časti budeme prihliadať na zosúladienie potrieb kreatívnej pracovnej sily s ponukou územia.

Príspevok je čiastkovým výstupom projektu VEGA 1/1010/11 Teoreticko-metodologické východiská plánovania v podmienkach územných samospráv a možnosti ich aplikácie v SR.

### 1. Vymedzenie základných pojmov kreatívny priemysel a kreatívna trieda

Pre problematiku kreatívnej ekonomiky je typická rôznorodosť terminológie tak pre pojem kreatívny priemysel, ako aj pre pojem kreatívna trieda. Už

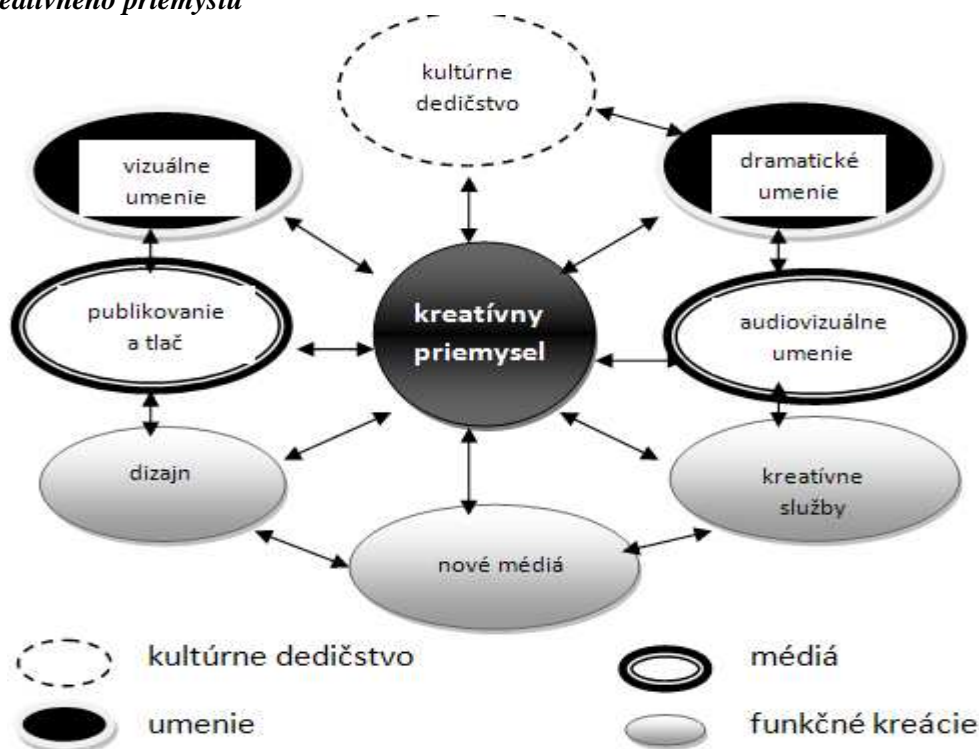
dlhodobo sa jeho vymedzeniu venujú niektoré svetové organizácie ( napr. UNESCO, WIPO, OECD), medzinárodné zoskupenia (EÚ), ale aj jednotlivé krajiny.

### Kreatívny priemysel

Pojmom kreatívny priemysel sa ako prvé zaoberalo Ministerstvo kultúry, médií a športu vo Veľkej Británii (DCMS, UK). V správe *Creative Industries Mapping Study* (1998) definuje kreatívny priemysel ako činnosti, ktoré majú podstatu v individuálnej kreativite, zručnostiach, talente a ktoré majú potenciál na vytváranie pracovných príležitostí a bohatstva využívaním duševného vlastníctva. (British Council, 2010, s. 9)

The Creative Economy Report (UNCTAD, 2008), ako vôbec prvá štúdia, ktorá sa problematikou kreatívnej ekonomiky zaoberá komplexne, definuje kreatívny priemysel ako cyklus tvorby, produkcie a distribúcie tovarov a služieb s použitím primárnych inputov, a to kreativity a intelektuálneho kapitálu. Zahŕňa súbor činností založených na vedomostiach, ktoré produkujú hmotné aj nehmotné intelektuálne, či umelecké služby s tvorivým obsahom, ekonomickou hodnotou a trhovými cieľmi. Kreatívny priemysel je križovatkou umenia, kultúry, obchodu a technológií. V správe sa ďalej uvádza rozdelenie kreatívneho priemyslu do štyroch kategórií: dedičstvo, umenie, médiá a funkčné kreácie (obr.1 ).

Obr. 1 Štruktúra kreatívneho priemyslu



Zdroj 1 : vlastné spracovanie podľa UNCTAD

Problematike kreatívneho priemyslu sa dlhodobo venuje aj Európska únia. Stanovisko EU k vymedzeniu kreatívneho priemyslu prezentuje štúdia *The Economy of Culture in Europe* (KEA, 2006). V štúdii sú spracované rôzne prístupy k pomenovaniu a vymedzeniu kreatívneho priemyslu, používané v prostredí EÚ, a to :

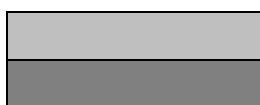
- *kreatívny priemysel*, podľa tzv. britského modelu (z angl. creative industries) – tento prístup si osvojili krajiny Rakúsko, Belgicko (časť Flámsko), Dánsko, pobaltské krajiny (Estónsko, Lotyšsko, Litva), Rumunsko a Bulharsko;

- *autorskoprávny priemysel* (z angl. copyright industries) - tento prístup uplatňuje Dánsko, Fínsko, Nórsko a Maďarsko;
- „*zážitková ekonomika*“ (z angl. experience economy) - vo Švédsku;
- *špecifický prístup* má Francúzsko, Írsko, Poľsko, Španielsko, Portugalsko, ale aj SR.

Syntézou jednotlivých prístupov vytvorila KEA (2006) všeobecný rámec systému kreatívnej ekonomiky, ktorý tvoria dva základné sektory - kreatívny a kultúrny. Tie sú členené do štyroch okruhov a následne sektorov (tab. 1).

Tab. 1 Štruktúra kreatívnej ekonomiky podľa KEA

okruh	sektor	subsektor
jadro - umenie	vizuálne umenie	remeslá, maľby, sochárstvo, fotografia
	scénické umenie	divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	kultúrne dedičstvo	múzeá, knižnice, archívy, archeologické náleziská
kultúrny priemysel	film a video	
	TV a rádio	
	video hry	
	hudba	reprodukovaná hudba, živé koncerty a vystúpenia
	knihy a tlač	
kreatívny priemysel	dizajn	módny, grafický, interiérový, priemyselný
	architektúra	
	reklama	
príbúzné odvetvia	výroba PC, software, mobily, iPod, MP3	



kultúrny sektor

kreatívny sektor

Zdroj 2: KEA, 2006, s.56

Vychádzajúc z toho, že výstupy kreatívneho priemyslu úzko súvisia s ochranou duševného vlastníctva, je vhodné uviesť názor J. Howkinsa (2001), ktorý tvrdí, že definovanie kreatívneho priemyslu by malo vychádzať z pohľadu duševného vlastníctva. Podľa toho by kreatívny priemysel mali tvoriť štyri priemyselné odvetvia, a to autorskoprávny priemysel, patentový priemysel, priemysel ochranných známok a dizajnový priemysel.

V podmienkach SR je postoj k vymedzeniu kreatívneho priemyslu nejednoznačný. Všeobecne sa uplatňuje definícia podľa Zelenej knihy o uvoľňovaní

kultúrneho a kreatívneho potenciálu, podľa ktorej kreatívny priemysel zahŕňa odvetvia, ktoré využívajú kultúru ako vstup a majú kultúrny rozmer, aj keď ich výstupy sú predovšetkým funkčné. Zahŕňa architektúru a dizajn, ktoré spájajú kreatívne prvky v širšom kontexte, ako aj pododvetvia, ako napríklad grafický dizajn, módné návrhárstvo alebo reklamu. (Zelená kniha, 2010, s. 6)

Podľa CIF (Creative industry forum), jednej z prvých iniciatív ku kreatívnej ekonomike na Slovensku, je vhodné pristupovať k vymedzeniu kreatívneho priemyslu z dvoch hľadísk, a to z

horizontálneho a vertikálneho. Horizontálna štruktúra kreatívneho priemyslu zahŕňa hudbu, výtvarné umenie, divadlo, knižné umenie vrátane vydavateľskej činnosti, film, audiovizíu, reklamu, dizajn, architektúru, vysielanie, internet, elektronické služby, zábavný priemysel, vrátane počítačových a konzolových hier, v štruktúre návrh – výroba - distribúcia - redizajn. Pomocou vertikálnej štruktúry možno kreatívny priemysel charakterizovať procesom od vytvorenia (či vykonania) predmetu ochrany duševného vlastníctva, cez jeho realizáciu, spracovanie, výrobu, šírenie (vrátane sprístupňovania), až po jeho opakovanú exploataciu, aj mimo územie krajiny pôvodu (CIF, Prečo kreatívna ekonomika?, online:

<http://www.iconference.eu/Icondoc/seminarsvk.pdf> ).

### Kreatívna trieda

Pre existenciu kreatívneho priemyslu je kľúčový ľudský potenciál v podobe tzv. kreatívnej triedy, resp. kreatívnej pracovnej sily. Východiská konceptu kreatívnej triedy, ktorého autorom je Richard Florida (2002), by sa dali charakterizovať ako obohatené teórie ľudského kapitálu, rozšírené o prvky urbanizmu a priestorovej ekonómie. Tento koncept má mnoho prívržencov aj kritikov. Podstatu kreatívnej triedy , 2011, s. 6).

vysvetľuje Florida (2002, s.68) nasledovne: „kreatívna trieda je ekonomickou triedou pracovníkov, ktorých ekonomická funkcia primárne spočíva vo vytváraní nových myšlienok, technológií alebo obsahov, t.j. osôb, ktoré vytvárajú ekonomickú hodnotu vlastnou kreativitou.“ Kreatívnu triedu podľa Floridovej definície tvorí štruktúra dvoch hlavných kategórií: super kreatívne jadro a kreatívni profesionáli (tab. 2).

**Kreatívne jadro** tvorí skupina, ktorej činnosť je úplne závislá na intelektuálnej činnosti a kreativite (Rumpel, Slach, Koutský, s. 61). Ide o profesie, ktorých cieľom je vytvoriť nové formy alebo návrhy, ktoré sú jednoducho prenosné a široko uplatniteľné (Florida in Ambrožová, 2008, s. 9), pričom primárnou funkciou je byť kreatívny, inovatívny a výroba produktov a poskytovanie služieb určených na komerčné použitie je až druhradé (Florida in Blahovec, 2011, s. 2). **Kreatívni profesionáli** sú pracovné sily, ktorých práca je primárne spojená s intelektuálnou činnosťou, ale je pevne spätá so špecifickým profesijným zameraním (Rumpel, Slach, Koutský, s. 61). „Vytvárajú komplex vedomostí potrebných na riešenie špecifických problémov s využitím vyšších stupňov vzdelania“ (Antalová

Tab. 2 Rozdelenie kreatívnej triedy

super kreatívne jadro	kreatívni profesionáli
architekti, inžinieri (technické zameranie) umelci, dizajnéri, herci programátori, prírodovedci (matematici, biológovia, chemici) učitelia	manažéri obchodníci, finančníci právnicki zdravotníci (vyšší zdravotnícki personál)

Zdroj 3: Florida, 2002, s.328

Práca kreatívnej triedy si vyžaduje vysokú mieru nezávislosti, schopnosti samostatného úsudku, tzn. vysokú mieru ľudského kapitálu. Ich hodnotový systém stojí na individualite, meritokracii, diverzite a otvorenosti (Florida, 2002, s. 77). Táto skutočnosť významne ovplyvňuje základné potreby kreatívnej triedy. Z pohľadu známeho 3T indexu, ktorého autorom je tiež R. Florida by sa dalo konštatovať, že kreatívna trieda potrebuje prístup k technológiám a zabezpečenie tolerancie prostredia v ktorom žije a pracuje.

Odlíšny prístup ku kreatívnym profesiám, tzv. creative trident (kreatívny trojzubec) použila austrálska dvojica Cunningham a Higgs (2009). Podľa názoru týchto autorov sú pracujúci v kreatívnom priemysle rozdelení na: pracujúcich, ktorí majú kreatívne

zamestnanie v kreatívnom priemysle; pracujúcich, ktorí síce pracujú v kreatívnom priemysle, ale nemajú kreatívne zamestnanie (pracujúci v doplňujúcich službách, ako je účtovníctvo, manažment, administratívne funkcie a pod.) a pracujúcich, ktorí majú kreatívne zamestnanie, ale nepracujú v kreatívnom priemysle. Ku kreatívnej pracovnej sile vo svojom výskume pristupovali podľa definície D. Throsbyho (2001), ktorý uvádza rozdelenie pracovnej sily v kreatívnom priemysle, na tých, ktorí *produkujú* primárny kreatívny output (spisovatelia, skladatelia, maliari, remeselníci atď.); *interpretujú* výsledky primárnych kreatívnych outputov, (herci, tanečníci, ale aj tí, ktorí prostredníctvom IT vytvárajú nové produkty); *ponúkajú* kreatívne služby ako dodatok, (dizajnéri, producenti, atď.).

Tento odlišný pohľad na členenie kreatívnej pracovnej sily zohľadňuje aj profesie, ktoré nemajú vo svojej činnosti kreatívny obsah, ale formálne sú súčasťou kreatívneho priemyslu. Podobne, ako je to s teoretickým vymedzením základných pojmov kreatívnej ekonomiky, aj v tomto prípade, je na príklade prístupu USA (zastúpeného R. Floridom) a austrálskeho prístupu (Throsby, Cunningham) vidieť odlišné ponímanie. Akékoľvek členenie nevylučuje špecifikum kreatívnej triedy, a ním je vysoká mobilita. Kvalifikované ľudské zdroje sú veľmi mobilné a vyberajú si svoje bývanie a pracovné prostredie nielen na základe disponibility, kvality a ocenenia potenciálnej pracovnej pozície, ale takisto na základe kvality bývania a voľno-časových aktivít (podľa projektu REDIPE).

## 2. Podporné mechanizmy rozvoja kreatívnej triedy v SR

Na základe vymedzených pojmov súvisiacich s kreatívnou ekonomikou sa v tejto časti príspevku zaoberáme otázkou, čo možno urobiť pre rozvoj kreatívneho priemyslu a jeho kľúčových ľudských zdrojov na úrovni vybraného územia SR (regiónu, kraja).

Pri skúmaní podstaty kreatívnej ekonomiky a priemyslu sa často objavujú určité podmienky a faktory rozvoja. Kloudová (2010) ako základné faktory rozvoja kreatívnej ekonomiky vymedzila dopyt; bohatstvo spotrebiteľov; vzdelanie a vedomosti; schopnosť tvorby sietí pre predávanie znalostí a schopností; diverzita; úroveň verejného sektora; správanie inštitúcií; intelektuálne bohatstvo; obchodné kapacity a univerzity (Kloudová, 2010). V štúdiu Nova Scotia CAN (2009) sú uvedené 4 základné faktory rozvoja kreatívnej ekonomiky: vodcovstvo, investovanie a politika, infraštruktúra, informovanosť a vzdelávanie. Výsledkom kreatívnej ekonomiky a kreatívneho priemyslu sú podľa KEA (2009, s. 149) kreatívne outputy, ku ktorým sa dá dospieť prostredníctvom pilierov: inštitucionálne prostredie; technológie; sociálne prostredie; otvorenosť a diverzita prostredia; ľudský kapitál. Posledný pohľad k tejto problematike uvádzame podľa významného predstaviteľa konceptu kreatívnych miest, Charlesa Landryho. Ten tvrdí, že je potrebné, aby kreativita prekvitala nielen v rámci jedného sektora. Podľa tohto autora sú podpornými mechanizmami pre rozvoj kreativity: *vzdelávací systém* - primárne, sekundárne a terciárne vzdelanie, profesionálny rozvoj, celoživotné vzdelávanie; *obchod a priemysel* - malé a stredné podniky, ale aj veľké korporácie, klastrové iniciatívy,

reprezentatívni aktéri, obchodná komora; *verejná správa a verejné zabezpečenie*; *komunita a dobrovoľnícky sektor* - lokálne spoločenstvá, sociálne akčné skupiny; *kultúrne, turistické a voľno-časové inštitúcie* - organizácie a inštitúcie umenia, kultúry, gastronómie, športu (Landry, The creative city index: Measuring the creative pulse of your city, s. 4, 5).

Uvedené faktory rozvoja sa týkajú predovšetkým celého komplexu kreatívnej ekonomiky a kreatívneho priemyslu. Základom tohto systému je kreatívna pracovná sila, na ktorú je potrebné sa zamerať. Podľa charakteristík kreatívnej triedy a existujúcich štatistík by sa dalo konštatovať, že SR má potenciál na rozvoj tohto typu pracovnej sily.

Počet absolventov VŠ v študijných odboroch, ako sú spoločenské vedy, vedy o kultúre a umení, technické vedy rastie. No, ak by sme porovnali počet absolventov s možnosťami ich uplatnenia na trhu práce, situácia nie je až taká priaznivá. Podľa klasifikácie SK NACE, sa dá hovoriť o troch základných oblastiach kreatívnej ekonomiky v podmienkach SR, a to odborné, vedecké a technické zručnosti; vzdelávanie; umenie, zábava a rekreácia. Pri všetkých troch je klesajúca tendencia v počte priemerných voľných pracovných miest. Z celkového počtu voľných pracovných miest, ktorých v roku 2010 bolo 13 424, len 1,25% až 2,25% tvorili spomínané „kreatívne oblasti“ (podľa ŠÚ SR).

Podľa vyjadrení Ministerstva školstva, vedy a výskumu SR vysoké školy s umeleckým zameraním patria medzi vzdelávacie inštitúcie s najnižšou mierou nezamestnanosti absolventov. VŠVU v Bratislave sa v tomto hodnotení umiestnila na 1. mieste, Akadémia umení v Banskej Bystrici na 4. mieste, VŠMU v Bratislave na 5. mieste, kým absolventi Ekonomickej univerzity v Bratislave až na 11. mieste, Univerzity P.J. Šafárika v Košiciach na 22. mieste, SPU v Nitre na 29. mieste (zdroj: TREND, 23. február 2012, s.12).

Súlad, resp. nesúlad medzi potenciálnou pracovnou silou a požiadavkami trhu sú problémom a výrazným nedostatkom nielen v kreatívnych profesiách. Agentúra ARRA spoločne s portálom Profesia v roku 2009 zverejnila výsledky svojich výskumov, podľa ktorých poradie záujmu zamestnávateľov o absolventov niektorých odborov a záujmu stredoškôľakov o štúdium sa v mnohých prípadoch líšia (tab. 3).

Tab. 3 Záujem o štúdium a záujem zamestnávateľov

poradie podľa indexu záujmu zamestnávateľov	poradie podľa záujmu o štúdium
1. Informatika	Právo 1.
2. Stavebné	Ekonomika 2.
3. Ekonomika	Umenie 3.
4. Spoločenské vedy	Filozofia 4.
5. Umenie	Spoločenské vedy 5.
6. Prírodné vedy	Zdravotníctvo 6.
7. Strojárske	Pedagogika 7.
8. Technológia	Prírodné vedy 8.
9. Filozofia	Poľnohospodárstvo 9.
10. Pedagogika	Technológia 10.
11. Právo	Stavebné 11.
12. Poľnohospodárstvo	Informatika 12.
13. Zdravotníctvo	Strojárske 13.
14. Teológia	Teológia 14.

Zdroj 4: ARRA a portál PROFESIA, 2009

V dnešnej dobe nestačí mať potenciál, je potrebné s ním vedieť disponovať a vedieť poskytnúť vhodné podmienky pre jeho priaznivý rozvoj. Rozvoj územia významne ovplyvňujú ľudské zdroje - čím kvalitnejšie ľudské zdroje sú v území, tým je väčší predpoklad udržateľného rozvoja územia. Ak vezmeme do úvahy skutočnosť, že kreatívci nemajú problém migrovať, je z pohľadu územných samospráv dôležité, vedieť im ponúknuť také podmienky na život a prácu, ktoré ich zaujmú natoľko, že do územia prídu. Z hľadiska kompetencií, ktorými samosprávy disponujú je možné hovoriť o troch druhoch podporných mechanizmov pre rozvoj kreatívnej pracovnej sily. Tabuľka 4 predstavuje podporné mechanizmy a nástroje pre regionálnu

a miestnu samosprávu SR, na dosiahnutie rozvoja kreatívnej triedy, ku ktorej sme dospeli na základe metódy analýzy a následnej analógie a syntézy. Legislatíva, konkrétne zákon č. 302/2001 Z.z. o samospráve vyšších územných celkov a zákon č. 369/1990 Z.z. o obecnom zriadení, upravujú okrem iného aj pôsobnosť územnej samosprávy. Analogicky sme dospeli k tvrdeniu, že kompetencie územných samospráv sú zhodné so všeobecne vymedzenými potrebami kreatívnej pracovnej sily a faktormi ich rozvoja. Syntézou sme následne vytvorili tri typy podporných mechanizmov rozvoja kreatívnej triedy (Tab.4).

Tab. 4 Podporné mechanizmy rozvoja kreatívnej triedy na Slovensku

Mechanizmus	Nástroje		kooperácia
politicko-administratívny	PHSR, dokumenty, agendy, plány, ...		
organizačný	kultúrno-spoločenská infraštruktúra : inštitúcie, organizácie zabezpečujúce podujatia, „zážitky“	infraštruktúra a špeciálna vybavenosť „working vs. leisure“ /pracovno-volný čas/	
investičný	rozpočet, projekty,...	budovy, priestory, ...	
<b>kooperácia</b>		<b>kooperácia</b>	

Zdroj 5: vlastné spracovanie

Politicko-administratívny mechanizmus je v procese rozvoja kreativity v území žiaduci. Podľa zákona č. 302/2001 Z.z., „samosprávny kraj zabezpečuje tvorbu a plnenie programu sociálneho, ekonomického a kultúrneho rozvoja územia“. Pri výkone samosprávy „účelne využíva miestne ľudské, prírodné a iné zdroje.“ Jedným z vyššie vymedzených faktorov rozvoja kreativity v území bola okrem iného, úroveň verejného sektora (Kloudová, 2010), verejná správa a verejné zabezpečenie (Landry). Z toho vyplýva, že politicko-administratívny mechanizmus

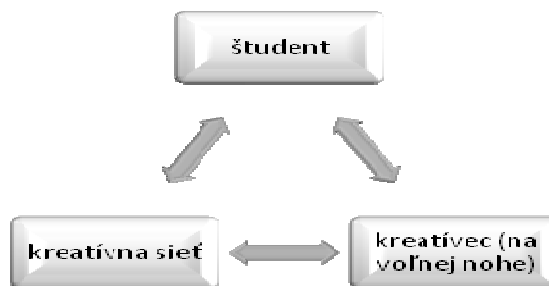
rozvoja kreatívnej triedy je potrebný, aby kreatívne procesy, aktivity a ich aktéri mali politicko-administratívne zastrešenie integrované v stratégiách a potrebných plánoch. Týmto nástrojmi sa umožní nielen jednoduchšia komunikácia o kreatívnych procesoch a aktéroch s okolím, šírenie povedomia o kreatívnom priemysle a kreatívnej pracovnej sile, ale aj zisťovanie aktérov pohybujúcich sa v tejto oblasti a zároveň realizácia cieľa, a to rozvoj kreatívnej pracovnej sily a kreatívneho prostredia. Organizačný mechanizmus zahŕňa kultúrne a

spoločenské organizácie v území, ale aj organizovanie rôznorodých podujatí. Investičný mechanizmus môže byť buď finančný (samospráva sa podieľa na spolufinancovaní kreatívneho priemyslu) alebo nefinančný (samospráva poskytne budovy a nevyužité priestory pre realizáciu kreatívnej činnosti). Kooperácia je potrebná pre všetky tri mechanizmy. Jedným z hlavných nástrojov kooperácie je komunikácia vo forme diskusií, prieskumov a pod.

s cieľom poznať potreby kreatívcov a následne ich prostredníctvom zdrojov územia uspokojiť.

Na základe sprehľadnenia problematiky o kreatívnej ekonomike sme dospeli k tomu, že pri rozvoji kreatívnej pracovnej sily by sa malo prihliadať na tri typy kreatívnej pracovnej sily - študent, kreatívec („na voľnej nohe“) a kreatívna sieť (obr. 2). Každý z týchto subjektov má svoje špecifické potreby a nároky na danosti územia.

Obr. 2 Typy kreatívnej pracovnej sily



Zdroj 6 vlastné spracovanie

V nasledujúcej tabuľke 5 uvádzame faktory prostredia ovplyvňujúce kreatívnu triedu v jej

jednotlivých typoch. Ide predovšetkým o tzv. mäkké lokalizačné faktory.

Tab. 5 Faktory prostredia ovplyvňujúce kreatívnu triedu

	Faktory prostredia	Prioritná oblasť
1. študent	lacné bývanie/bytovanie; prestížne univerzitné prostredie; nízke životné náklady; prostredie prispôbené životnému štýlu	vzdelávací systém motivačné prostredie
2. kreatívec (freelancer)	kreatívne milieum; zábava; urbánna diverzita; tvorivé prostredie – podnety, inšpirácie; primerané prostredie (podmienky na kvalitu života a životnej úrovne)	motivačné prostredie (umenie & kultúra) primerané podmienky, kde môže tvoriť (podobné pri start-up)
3. kreatívna sieť, zoskupenie, odvetvie, sektor, ...	kvalita univerzitného prostredia; voľno-časové a kultúrne vybavenie; príjemné prostredie; s dostupnosťou a bezbariérovým prístupom;	spolupráca, prepojenie a sieťovanie aktérov; vytváranie väzieb

Zdroj 7: vlastné spracovanie podľa [http://urbact.eu/fileadmin/Projects/Creative\\_Clusters/State\\_of\\_the\\_art\\_EUlevel.pdf](http://urbact.eu/fileadmin/Projects/Creative_Clusters/State_of_the_art_EUlevel.pdf)

Pre potreby strategického riadenia samosprávy navrhujeme v tabuľke prioritnú oblasť tak, aby boli zohľadnené potreby všetkých typov kreatívcov. Kreatívne prostredie v území sa môže stať kreatívnym, ak sa procesne a systematickým prístupom k riadeniu územia vytvorí primerané podmienky pre všetky stupne kreatívcov. Vytvorením vhodných podmienok je možné v území dosiahnuť stav, keď si územie „vychová“ svojich kreatívnych ľudí, a tí nebudú

odchádzať z územia a hľadať inde podmienky pre svoju kreatívnu činnosť.

### Záver

Akýkoľvek systém ekonomiky funguje na princípoch potrieb a zdrojov. V príspevku sme sa zamerali na vzťah medzi potrebami a požiadavkami



kreatívnej pracovnej sily a danosťami územia, v ktorom žije alebo by mohla žiť a pracovať.

Žijeme v oveľa mobilnejšej dobe ako kedykoľvek v minulosti. Ľudia, osobitne tí s talentom, migrujú po svete. Hlavnou úlohou tejto doby sa teda stáva zaujať a udržať nadaných ľudí. Ak má byť územie konkurencieschopné, ak má prosperovať, musí zaujať a udržať kreatívnych ľudí (Vaňová in Kloudová, 2010).

Rozvoj kreatívnej triedy si vyžaduje identifikovať kreatívnu triedu, jej vzťah k nekreatívnym profesiám, identifikovať potreby kreatívnej triedy a zosúladiť ich so zdrojmi územia, ktoré sú k dispozícii na ich uspokojenie. „Dôležité je vedieť: kedy a za akých okolností uvažujú zástupcovia kreatívnej triedy o zmene miesta pre život a prácu; ako a z akých zdrojov získavajú informácie o územiach; na základe čoho prehodnocujú alternatívy možného výberu územia a ktoré faktory ovplyvňujú ich konečné rozhodnutie. Rovnako dôležité je identifikovať či, ako a za akých okolností dokáže územie potreby kreatívnej triedy

## Literatúra

Ambrožová, V. (2008): *Měření podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky pomocí indexu kreativity a jeho aplikace pro Českou republiku*. Bakalárska práca. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.

Antalová, M., Rievajová, E. (2011): *Ľudský kapitál v kreatívnej ekonomike*. Praha: RELIK.[cit. 2012-03-09]. Dostupné na internete: <<http://kdem.vse.cz/resources/relik11/sbornik/download/pdf/136-Antalova-Maria-paper.pdf>>

Blahovec, R. (2011): *Ekonomická analýza kreatívnej triedy na Slovensku podľa regiónov*. International Scientific Conference YOUNG SCIENTISTS 2011.[cit. 2012-03-09]. Dostupné na internete: <[http://www3.ekf.tuke.sk/mladivedci2011/herlany\\_zbornik2011/blahovec\\_radoslav.pdf](http://www3.ekf.tuke.sk/mladivedci2011/herlany_zbornik2011/blahovec_radoslav.pdf)>

Buček, M., Reháč, Š., Hudec, O. a kol. (2010): *Regionálne dimenzie znalostnej ekonomiky*. Publikácia je výstupom projektu APVV-0230-07. ISBN 978-80-225-3239-6. 379s.

Creative and Cultural Economy series/2. BOP Consulting. *Mapping the creative industries: a toolkit*. England: British Council. ISBN 978-086355-640-1.

*Creative Clusters in Low Density Urban Areas – Baseline Study*. [cit. 2012-03-09]. Dostupné na internete: <[http://urbact.eu/fileadmin/Projects/Creative\\_Clusters/02\\_-\\_Baseline\\_Creative\\_Clusters.pdf](http://urbact.eu/fileadmin/Projects/Creative_Clusters/02_-_Baseline_Creative_Clusters.pdf)>

Cunningham, S., Higgs, P. (2009): *Measuring creative employment : Implications for innovation policy*. In *Innovation: management, policy & practice*. 11: 190-200.

Florida, R. (2002): *The Rise of The Creative Class: and How It Is Transforming Work, Leisure, Community*

uspokojiť lepšie ako konkurencia“ (Vaňová in Kloudová, 2010). Tento mechanizmus si vyžaduje procesný a systematický prístup, pretože bez priaznivých podmienok prostredia, sa nemôže rozvíjať kreatívna trieda, a zároveň bez koncentrácie kreatívnej triedy, sa územie nemôže úspešne rozvíjať.

Pre rozvoj územia je dnes dôležité hľadať možnosti ako zmobilizovať kreativitu súčasných obyvateľov, ako ju využiť pri riešení problémov, resp. pri ďalšom rozvoji územia a ako vytvoriť prostredie, ktoré pritiahne „nových“ tvorivých, kreatívnych ľudí do územia. Vytvorenie kreatívneho prostredia si zo strany správcov územia (miestnej a regionálnej samosprávy, štátu) vyžaduje, aby boli profesionálmi, ktorí sú otvorení novým výzvam súčasnej doby.

*And Everyday Life*. New York: Basic Books. ISBN-13:978-0-465-02477-3.

Garaj, P. (2012): *Ako si žije kreatívna trieda*. In *Trend*, 7:12-14.

Hamilton, L., Arbic, A., Baeker, G. (2009): *Nova Scotia CAN. Building the creative economy in Nova Scotia*. [online]. [cit. 2012-03-09]. Dostupné na internete: <<http://www.novascotiacan.ca/pdfs/report.pdf>>

Howkins, J. (2001): *The Creative economy: How people make Money from ideas*. London: Penguin books. ISBN 978-0-14-191023-9. 288 s.

Jakuš, D., Páleníková, M. (2009): *Zaujímame zamestnávateľov o absolventov VŠ. ARRA a Profesia*. [cit. 2012-03-09]. Dostupné na internete: <[http://www.arra.sk/sites/arra.sk/files/Zaujeme%20zamestnavatelov\\_2009.pdf](http://www.arra.sk/sites/arra.sk/files/Zaujeme%20zamestnavatelov_2009.pdf)>

KEA (2006): *Delineating the cultural & creative sector*. In *The economy of culture in Europe*. Study prepared for the European commission. [cit. 2011-11-10]. Dostupné na internete: <[http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc885\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc885_en.pdf)>

KEA. (2009): *The impact of culture on creativity*. The Study prepared for the European Commission. [cit. 2011-11-10]. Dostupné na internete: <[http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc/study\\_impact\\_cult\\_creativity\\_06\\_09.pdf](http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc/study_impact_cult_creativity_06_09.pdf)>

Kloudová, J. (2010): *Kreativní ekonomika. Vybrané ekonomické, právní, masmediální a informatizační aspekty*. Eurokódex. ISBN: 9788089447206. 216 s.

Landry, Ch. : *The Creative City Index: Measuring the creative pulse of your city*. [cit. 2012-03-09]. Dostupné na internete: <[http://www.vwec2010.be/notulen/VWEC2010\\_Landry\\_Creative%20City%20Index.pdf](http://www.vwec2010.be/notulen/VWEC2010_Landry_Creative%20City%20Index.pdf)>

Rumpel, P., Slach, O., Koutský, J. (2008): *Měkké faktory regionálního rozvoje*. Ostrava: Ostravská univerzita. ISBN 9788073684358. 186 s.

Salajová, S. (2011): *Prečo kreatívna ekonomika?* Bratislava. [cit. 2011-11-10]. Dostupné na internete: <<http://www.iconference.eu/Icondoc/seminarsvk.pdf>>

ŠÚ SR.

UNCTAD (2008): *Creative Economy Report 2008*. United Nations Conference on Trade and Development. ISBN 978-0-9816619-0-2. [online]. [cit. 2011-11-10]. Dostupné na internete: <[http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)>

Vaňová, A. (2010): Kreatívna ekonomika a rozvoj územia (z pohľadu marketingu územia). In Kloudová, J. *Kreativní ekonomika. Vybrané ekonomické, právní, masmediální inforamizační aspekty*. Eurokódex. 216 s.

Zákon NR SR č. 302/2001 Z.z. o samospráve vyšších územných celkov.

Zákon NR SR č.369/1990 Z.z. o obecnom zriadení.

Zelená kniha. (2010): *Uvoľnenie potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu*. 2010. Brusel. Európska komisia. [cit. 2011-11-10]. Dostupné na internete: <[http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper\\_creative\\_industries\\_sk.pdf](http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_sk.pdf)>

## Kontakt

doc. Ing. Anna Vaňová, PhD.  
Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici  
Ekonomická fakulta  
Katedra verejnej ekonomiky a regionálneho rozvoja  
Tajovského 10  
975 90 Banská Bystrica  
[anna.vanova@umb.sk](mailto:anna.vanova@umb.sk)

Ing.Viera Kozáková  
Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici  
Ekonomická fakulta  
Katedra verejnej ekonomiky a regionálneho rozvoja  
Tajovského 10  
975 90 Banská Bystrica  
[viera.kozakova@umb.sk](mailto:viera.kozakova@umb.sk)



## SUMMARY

### **Supporting mechanisms of creative class from territorial view**

Creative economy is an international topic. There are many attitudes, characteristics, approaches, what is and what is not creative economy. The most important role in creative system has creative industry and its key resource - creative people. Creative industry consists of a wide range of sectors, industries, activities and professions. These professions are talented creative people also called creative class or creative workforce. The purpose of this paper is precisely therefore creative class and the possibilities of support and development. Besides the entire economic context, in this case is elected territorial view, because all creative activities, creative people, processes are connected with territory directly or indirectly. Many researches and studies have pointed to a fact, that the concentration of creative workers in the territory is favourable to its development and increases its competitiveness. This is a reason, why is important and also interesting to pay attention to creativity in human resources.

The structure of this paper consists of answers on questions: What? Creative industry; Who? Creative class; Where? Creative place; How? Supporting mechanisms of development. The paper is divided in two parts. The first part is dedicated to theoretical definition of creative industry and creative class, according to domestic and foreign scientific resources and literature. The second part analyzes statistical data about potential of creative workforce in Slovak republic. We suppose that every region has specific ability and possibility to support creativity. In section of proposal, we propose a general framework for Slovak regions. This framework has two assumptions. On the one side there are creative people with their specifics, such as mobility, concentration and localization where is a tolerant territory. On the other side there are possibilities of area. The competences of regions and needs of creative class have a close relationship. From this finding was proposed supporting mechanisms of development for creative class in Slovak republic with specific tools. Municipalities and regions also dispose with hard and soft localization factors, which are a key for development of territory. If territory wants to retain and attract creative people, it must create favourable conditions. In the end we came to the assertion that access to the creative class should be systematic. It is important support creative people as three types of creative workforce, students as future creative workforce; freelancers as present creative workforce and creative people in creative networks.

## ĽUDSKÉ ZDROJE V KREATÍVNO M PRIEMYSLE

*Human resours in creative industry*

Emília KRAJŇÁKOVÁ

**Abstrakt**

Štúdia sa zaoberá skúmaním sústavy odborného vzdelania pre potreby kreatívneho priemyslu, stavom prípravy odborníkov v sfére kreatívnych činností a uspokojením potrieb praxe v kreatívnych a pripravených pracovníkoch. Zároveň sa analyzujú požiadavky organizácií kreatívneho priemyslu na odborné vzdelanie, kvalifikáciu a osobnostné vlastností pracovníkov v sfére kreatívnych činností. Predmetom analýzy štúdie sú sociálne, ekonomické a inštitucionálne podmienky výchovy a vzdelávania pracovníkov pre potreby odvetví kreatívneho priemyslu, spôsoby a zdroje ich vyhľadávania a zamestnávania. Pozornosť sa venuje sústave ekonomických, sociálnych a organizačných faktorov, ktoré najvýraznejšie ovplyvňujú aktuálny stav a trendy v sfére vzdelávania a prípravy pracovníkov pre oblasť kreatívnych činností.

**Kľúčové slova**

*Ľudské zdroje, kreatívny priemysel, potreba v kreatívnych pracovníkoch, príprava a vzdelanie.*

**Abstrakt**

*This study looks into a system of vocational education which serves needs of creative industry; into how well prepared experts in the field of creative activities are; and also into the extent to which the needs of practice are satisfied when it comes to creative and well-prepared workers. Moreover it analyses requirements of organizations active within the creative industry on higher education, qualification and personal qualities of workers in this sphere. Subjects of this analysis are following: social, economic and institutional conditions in which workers for different branches of creative industry are educated, and ways in which these workers are looked up and subsequently employed. Special attention is paid to the system of economic, social and organizational factors which most significantly influence present state and trends in the sphere of education and preparation of workers for future carrier in the field of creative activities.*

**Key words**

*Human resources, creative industry, need for creative workers, preparation and education.*

**JEL Classification:** O15; O31

**Úvod**

Odvetvia kreatívneho priemyslu sa charakterizujú veľmi odlišnými a špecifickými činnosťami a s nimi spojenou organizačnou štruktúrou výrobných zložiek, riadením, marketingom, obchodom a pod. Ešte špecifickejšie sú procesy spojené so zabezpečením kreatívnych činnosti potrebnou pracovnou silou – v moderných odvetviach, ktoré sú založené na tvorbe inovácií, sa nazývajú ľudskými zdrojmi. Hlavnou odlišnosťou zamestnancov v odvetviach kreatívneho priemyslu je to, že ich úloha, postavenie a práca vo výrobných procesoch nie sú nákladovou zložkou, ale jedným z výrobných faktorov a hlavným zdrojom tejto výroby, jej výrobným kapitálom. Túto vlastnosť človeka – byť zdrojom výroby novej pridanej hodnoty

– tvorí jeho intelektuálna (tvorivá) schopnosť. Táto vlastnosť ľudskej osobnosti v inovačnej výrobe a taktiež v odvetviach kreatívneho priemyslu plní tu funkciu, ktorú v odvetviach tradičnej priemyselnej výroby plnia stroje a technológie. Posledné zmienené sú z ekonomického hľadiska najhodnotenejším a najdrahším prvkom spomedzi iných tradičných výrobných faktorov – spotrebného materiálu, suroviny alebo pracovnej sily.

V kreatívnych činnostiach sa ľudská schopnosť tvoriť nové vedomosti alebo iné kultúrne, estetické alebo umelecké hodnoty stáva hlavným, najdôležitejším a k tomu aj nenahraditeľným výrobným faktorom. Z tohto odlišného postavenia ľudského faktoru v kreatívnej výrobe, jeho nenahraditeľnej hodnoty vyplýva aj špecifikum

riadenia tohto výrobného faktora – mení sa postavenie, úlohy, funkcie a kompetencie nadriadeného a podriadeného, celková organizačná štruktúra, smerovanie informačných tokov a pod. Nadriadený prestáva byť hlavným v sfére kreatívnej výroby – hlavným je ten, kto priamo vytvára pridanú hodnotu. Nadriadený v zásade nemôže určovať úlohy podriadenému – tvorcu nových vedomostí a symbolov. Nikto vopred nemôže vedieť, čo je nové a ako je potrebné postupovať pri tvorbe nového. Len samotný výrobca, ktorý vytvára nové veci, môže postupne určovať úlohy, posúvať sa v ich plnení a na základe toho určovať ďalšie úlohy. Preto hlavnou postavou v sfére kreatívnych činností je človek s jeho schopnosťami tvoriť nové predmetné (napríklad, sochy, umelecké výrobky z dreva, skla a iných materiálov) alebo symbolické (maľby, obrazy, hudbu, moderná audiovizuálna tvorba) hodnoty.

Týmto špecifickým postavením ľudí – výrobných tvorivých pracovníkov v sfére kreatívnych činností, sa určujú aj odlišné mechanizmy, spôsoby a metódy odbornej prípravy, vzdelávania, vyhľadávania, hodnotenia a zamestnávania pracovníkov v odvetviach kreatívnych činností. Tieto problémy v tradičných odvetviach hospodárskej výroby sú predmetom rozsiahlych analýz a skúmania v odborných a vedeckých publikáciách. Odbornej príprave a vzdelávaniu pracovníkov sa venuje desiatky rokov (Armstrong, 1999; Bhattacharya, 2000; Craft, 2008; Zahrádková, (2005), rozvoju teórie riadenia personálom a zdokonaľovaní personálnych činností (Armstrong, 1999; Berthel, 1995; Kleibl, 1995; Kobl, 2002; Koubek, 2003; Scholz, 2000; Vojtovič, 2006; Vružek, 1999; Walker, 2003). Veľká pozornosť sa venuje metódam a technikám vyhľadávania a hodnotenia pracovníkov rôznych podnikov (Bláha, 2005; Kleibl, 1995). Z obdobia 60-70 rokov sú dodnes aktuálnymi flexibilné formy zamestnávania, ktoré prispievajú k riešeniu problémov nezamestnanosti v krajinách s vyspelými hospodárskymi systémami (Adams, 1991; Krajňáková, 2004; Krajňáková, Vojtovič, 2005; Omsted, 2001).

Predmetom analýzy a skúmania sa koncom minulého storočia stávajú problémy riadenia ľudských zdrojov, čo priamo súvisí s problematikou zamestnávania a riadenia ľudí v sfére kreatívnych činností (Armstrong, 2002; Kleibl, Dvořáková, 2001; Krajňáková, Vojtovič, (2006; Larsen, Mayrhofer, 2006; Liebel, Oechsler, 1994; Schäfer, 2008). Problémy riadenia ľudských zdrojov sa analyzujú vo väčšine prípadov len v intencii na personálne riadenie a sú vnímané ako moderný prístup v personalistike, ako moderná koncepcia personálneho manažmentu. Len v posledných rokoch začína vedecká a odborná verejnosť vnímať a spájať pojem a koncepciu riadenia

ľudských zdrojov s riadením kreatívnych a tvorivých činností ľudí, ktorí vytvárajú nové poznatky a vedomosti aplikovateľné v rôznych tradičných sférach hospodárskej činnosti alebo nové predmetné a symbolické hodnoty v sfére kreatívnych činností (Cikánek 2009; Cikánek, 2011; Collison, Parcel, 2005; Vojtovič, 2011). Práve v tomto aspekte súčasná koncepcia riadenia ľudských zdrojov a novej ekonomiky má styčný bod s kreatívnym priemyslom.

Vyvolaná pionierskymi aktivitami a prvými publikáciami Floridy (napríklad, Florida, 2002; Florida, Tinagli, 2004; Florida, 2009), problematika kreatívneho priemyslu nadobúda význam ako predmet analýzy a skúmania vo vedeckých a odborných záujmoch a adekvátne tomu aj v publikáciách (Berry, Glaeser, 2005; Denatale, Wassall, 2006; The Economy 2006; Kloudová, et al., 2010; Jabłoński, 2011; Krajňáková, Vojtovič, 2012). Kreatívny priemysel sa v týchto prácach definuje ako špecifické odvetvia výroby, ktoré zahŕňajú celú radu konkrétnych ľudských činností, pre ktoré je spoločným znakom takzvaná expresívna hodnota, ktorá vyjadruje hodnotu estetickú, spirituálnu, spoločenskú, historickú, symbolickú a hodnotu pôvodnosti. To znamená, že základným spoločným znakom týchto hodnôt alebo pôvodom ich vzniku a existencie je kreativita práca (Amabiel, 1996; Živčicová, 2006; DCMS, 2008). Absolútna väčšina odborníkov sa stotožňuje s takzvanou modernou koncepciou „novej ekonomiky“ ako tvorbou inovácií (napríklad aj veda) v tradičných sférach výroby a tvorbou nových predmetných alebo symbolických hodnôt v takzvanom kreatívnom priemysle. Avšak takto ponímaný prístup tak samotnej koncepcie riadenia ľudských zdrojov ako aj kreatívneho priemyslu a najmä postavenie a úloha ľudských zdrojov v kreatívnom priemysle sa ešte nestal predmetom odbornej diskusie a vedeckých analýz.

Na základe tohto stavu v ponímaní a vnímaní tak koncepcie riadenia ľudských zdrojov ako aj kreatívneho priemyslu a vychádzajúc z cieľov a úloh projektu „Cezhraničná klastrová iniciatíva pre rozvoj kreatívneho priemyslu“ za hlavný cieľ tejto štúdie bolo určené uskutočniť analýzu procesov odbornej prípravy a vzdelania ľudí pre odvetvia kreatívneho priemyslu v Trenčianskom samosprávnom kraji, ich vyhľadávania a zamestnávania a zistiť požiadavky organizácií a firiem kreatívneho priemyslu na vzdelanie, kvalifikáciu a ďalšie charakteristiky ľudských zdrojov a na základe toho navrhnúť vhodný inštitucionálny model a formu spolupráce organizácií vzdelávacej sústavy, štátu, samosprávy a kreatívneho priemyslu.

Pre dosiahnutie tohto cieľu boli definované nasledovné úlohy:

- uskutočniť analýzu sústavy vzdelávacích inštitúcií v regióne a zistiť jej význam a mieru adekvátnosti požiadavkám organizácií kreatívneho priemyslu na odborné a osobnostné vlastnosti potrebných pracovníkov;
- definovať obvyklé spôsoby a metódy vyhľadávania, kritéria hodnotenia a formy zamestnávania pracovníkov v organizáciách kreatívneho priemyslu v regióne;
- zistiť požiadavky organizácií kreatívneho priemyslu na odbornú prípravu, kvalifikáciu a osobnostné vlastnosti vyhľadávaných a zamestnávaných pracovníkov a rozsah samotnej požiadavky (potenciál zamestnanosti);
- zistiť mieru uvedomenia predstaviteľmi organizácií kreatívneho priemyslu v regióne spoločných záujmov a ich psychologické postoje a pripravenosť na spoluprácu a prípadnú kooperáciu.

Výskumné metódy použité v danej štúdiu sa zakladajú hlavne na realizácii empirického prieskumu organizácií kreatívneho priemyslu v regióne metódou štruktúrovaného interview, popis ktorej sa uvádza v prvej časti štúdie. Zároveň sa používajú obvyklé vedecké metódy komparácie, zovšeobecnenia, indukcie, dedukcie a rada štatistických metód a výpočtov.

Vedecká originalita výsledkov analýzy a skúmania ľudských zdrojov pre potreby kreatívneho priemyslu spočíva v zistení špecificky odbornej prípravy, vzdelávania a využitia ľudských zdrojov v týchto organizáciách a definovaní pripravenosti a potenciálu subjektov kreatívneho priemyslu pre spoluprácu s účelom zvýšiť význam tejto špecifickej výroby v tvorbe hrubého domáceho produktu a v zamestnanosti v regióne.

Praktický význam získaných výsledkov štúdie:

- výsledky analýzy a skúmania ľudských zdrojov v kreatívnom priemysle umožnia zefektívniť systém odbornej prípravy a vzdelávania pracovníkov a zvýšiť jej adekvátnosť potrebám odvetví kreatívneho priemyslu;
- môžu byť nápomocné pre zdôvodnenie predstaviteľom kreatívneho priemyslu potreby spolupráce pre efektívnu realizáciu vlastných záujmov;
- výsledky analýzy umožnia vypracovať inštitucionálny a organizačný model spolupráce a kooperácie tak organizácií kreatívneho priemyslu medzi sebou, ako aj s inštitúciami vzdelávacej sústavy pre zvýšenie ich efektívnosti.

## 1 Metodické aspekty skúmania ľudských zdrojov v kreatívnom priemysle

Ako v úvode už bolo poznamenané, problematika kreatívneho priemyslu a najmä využitie ľudských zdrojov sa stáva aktuálnym ako predmet bádateľských a zároveň aj praktických aktivít len v priebehu minulého desaťročia. Preto otázky odbornej prípravy a vzdelania, vyhľadávania a zamestnávania pracovníkov v sfére kreatívnych činností dodnes zostávajú neanalyzované a neskúmané. Ešte viac je povedané platným v hospodárskych a sociálnych podmienkach jednotlivých regiónov. Rovnako absentujú relevantné štatistické údaje tak o firmách kreatívneho priemyslu, ako aj o systéme odbornej prípravy a vzdelaní, o stave a počte pracovníkov v nich alebo iné informácie o zamestnancoch.

Preto naše poznatky o ľudských zdrojoch v kreatívnom priemysle sa nezakladali na žiadaných vedeckých štúdiách alebo relevantných štatistických údajoch. Jediná štatistika, ktorá sa okrajovo týka subjektov kreatívneho priemyslu a ktorú sme použili pre určenie základného výskumného súboru, bola štatistika „Klasifikácie ekonomických činností“ (NACE). Vzhľadom k rozsiahlosti, roztrieštenosti a nepresnosti ekonomických činností sledovaných NACE (viac ako 60) a v záujme homogenosti očakávaných výsledkov bolo ich zlučovaním vytvorené 13 väčších skupín (vid Tab. 1).

Podľa SK-NASA v Trenčianskom samosprávnom kraji bolo evidovaných 5149 podnikateľských subjektov, z toho aktívne pôsobiacich v odvetviach kreatívneho priemyslu (ktoré vykazovali tržby od r. 2008) len 1 239 subjektov. Zároveň nami bolo zistené, že aj spomedzi týchto evidovaných a podľa NASA ekonomicky aktívnych sa nachádzali firmy, ktoré už ukončili svoje podnikanie alebo také, ktoré po zápise do obchodného registru nezačali svoju podnikateľskú činnosť. Napriek tomu tento počet firiem sme určili ako základný súbor nášho prieskumu. Ďalším krokom bolo vytvoriť prieskumný súbor a určiť hlavnú metódu skúmania.

Pri tvorbe prieskumného súboru sme vychádzali z nasledovných požiadaviek:

- eliminácia nefungujúcich subjektov (nevykonávajúcich činnosť);
- typológiu prieskumného súboru uskutočňovať podľa kritérií: obrat, počet zamestnancov, druh činnosti, miesto pôsobenia;
- výber subjektov pre kvantitatívny prieskum uskutočňovať náhodným výberom (podľa náhodne určeného kľúča);
- výber subjektov prieskumu uskutočňovať s predpokladom úspešnej súčinnosti počas doby realizácii projektu.

Tab. č. 1 Klasifikácia činností kreatívneho priemyslu v TSK vytvorená na základe SK-NACE

Klasifikácia činností	Klasifikácia činností podľa NACE	Zistená klasifikácia
1	Architektúra	Architektúra
2	Filmy a videozáznamy	Film, video, audiovizuálne produkty
3	Nahrávanie nosičov a záznam zvuku	Živá a nahraná hudba
4	Fotografické činnosti	
5	Prekladateľstvo a tlmočníctvo	
6	Príprava tlačí	
7	Programovanie, databázy a web	
8	Reklama a prieskum trhu	Reklama
9	Televízia, rozhlas a tlačové agentúry	Tele-, rozhlasové, internetové vysielanie
10	Špecializované návrhárstvo	
11	Umenie a zábava	Múzické umenie a zábava
12	Vydávanie periodiká a iných publikácií	
13	Vydávanie kníh	
14		Umelecký a dizajnový nábytok
15		Móda
16		Grafický dizajn
17		Vzdelávací a voľno-časový software
18		Vizuálne umenie a starožitnosti
19		Písanie a publikovanie

Jediným relevantným štatistickým údajom pre formovanie výskumného súboru bola klasifikácia ekonomických činností NACE, ktorú sme použili ako relevantné kritériá tvorby prieskumného súboru. Hlavnou úlohou v rámci realizovaného projektu bolo zistiť využitie ľudských zdrojov v kreatívnych činnostiach v tomto (druhom) prieskume a potenciál kreatívneho priemyslu v Trenčianskom kraji v prvom prieskume. To znamená, že sa vyžadovala informácia, ktorou disponovali predovšetkým vedúci pracovníci a hlavne vrcholový manažment firiem kreatívneho priemyslu. Preto dotazníkový reprezentatívny prieskum v takom prípade by bol zbytočným a hlavne veľmi náročným z časového a finančného hľadiska. V takom prípade relevantné vedomosti o firmách kreatívneho priemyslu mohli poskytnúť odborníci, ktorí sú najlepšie informovaní o stave a rozvoji kreatívneho priemyslu v regióne. A práve títo odborníci – experti – to sú vedúci pracovníci a manažment nami skúmaných firiem. Nikto iný ani v kraji, ani v iných regiónoch republiky nie je lepšie informovaný a vyzná sa v problémoch organizácií kreatívneho priemyslu. A ako je známe, expertná metóda v empirickom prieskume nevyžaduje veľký počet oslovených a zabezpečuje reprezentatívnosť získaných informácií aj z menšieho počtu oslovených (expertov). Vychádzajúc z rozsahu informácií potrebných pre zistenie a adekvátne tomu rozpracovanému štruktúrovanému interview bolo určené, že bude dostačujúcim osloviť minimálne 50 expertov.

Jediným relevantným kritériom kontroly náhodnosti a zároveň reprezentatívnosti formovania výskumného súboru bola štatistická klasifikácia ekonomických činností firiem kreatívneho priemyslu. Zo štatistického zoznamu firiem klasifikácii ekonomických činností NACE v celkovej počte 1239 sme určili kľuč s číslom 10, to znamená v celkovom zozname sme vybrali každého 10 v poradí. V dôsledku toho bolo vybraných 123 firiem pre uskutočnenie štruktúrovaného interview z vedúcim firmy alebo jeho zástupcom. Popri tom sme vychádzali už zo zistených v pilotnom prieskume skutočností, že v pomenovanej štatistickej klasifikácii ekonomických činností NACE sa stretnú ekonomicky nečinné firmy a zároveň také, ktoré odmietnu spoluprácu a zároveň aj odpovede na otázky štruktúrovaného interview. V reálnom prieskume bolo zistených 14 ekonomicky neaktívnych firiem a manažment ďalších 35 nebol ochotný odpovedať na otázky nášho štruktúrovaného interview. To znamená, že z predstaviteľmi (manažmentom) firiem kreatívneho priemyslu bolo uskutočnených 74 štruktúrovaných interview.

Korektnosť nášho výberového súboru sa potvrdzuje porovnaním pomeru firiem v jednotlivých skupinách vytvorených podľa obratu v štatistickej klasifikácii ekonomických činností NACE a pomeru firiem v rovnakých skupinách vo výberovom súbore, kde v dotazníku štruktúrovaného interview bola položená otázka o tržbách vybraných a oslovených subjektov kreatívneho priemyslu. (pozd. tab. 2).

Tab. č. 2 *Reprezentatívnosť výberového súboru*

Obrat	Základný súbor		Výberový súbor	
	Počet podľa SK-NACE	Pomer v %	Počet oslovených	Pomer v %
do 1 mil. EUR	813	66	50	68
od 1 do 5 mil. EUR	249	20	16	21
od 5 mil. EUR	177	14	8	11
Spolu	1239	100	74	100

V systéme „Klasifikácia ekonomických činností (NACE)“ spomedzi 1239 subjektov 66 % patrí do skupiny s obratom do 1 mil. EUR, 20 % do skupiny od 1 do 5 mil. a 14 % - do skupiny od 5 a vyššie mil. EUR. Adekvátne tomu výberový súbor sa delí na 68 %, 21 % a 11 % (vid tab. 1). To znamená, že nami vytvorený prieskumný súbor reprezentuje hlavné charakteristiky organizácií a firiem kreatívneho priemyslu v Trenčianskom samosprávnom kraji, hoci metóda expertného interview nevyžaduje konvenčne zisťovanie a kontrolu úrovne reprezentatívnosti. Avšak určitá zvláštnosť nami vybraných expertov, ktorá sa rozhodne určuje veľkosťou firmy podľa obratu, ovplyvňuje aj odlišnosti vo videní ich predstaviteľov problémov a súvislostí malých, stredných a veľkých firiem. Preto sme sa snažili, aby výskumný súbor sa zhodoval so základným podľa dostupnej štatistickej charakteristiky - veľkosti firmy podľa obratu.

## 2 Výber a zamestnávanie pracovníkov v organizáciách kreatívneho priemyslu

Ako sme už zdôrazňovali, podnikateľské aktivity firiem kreatívneho priemyslu sa spravidla zakladajú na tvorivej činnosti ľudí. Tá je jediným a najdôležitejším výrobným faktorom a zároveň zdrojom tvorby novej pridanej hodnoty. Preto vo väčšine prípadov ľudia, ktorí sú schopní tvorivej činnosti, si na nej zakladajú svoje podnikanie, zapájajú do nej iných tvorivých ľudí a zároveň organizujú a riadia tieto činnosti. Z právneho hľadiska sú tieto osobnosti zároveň majiteľmi firmy a z organizačného – vrcholovými riaditeľmi.

O tom svedčia aj získané údaje nášho prieskumu. V 67 percentách oslovených firiem sa ich podnikateľské aktivity zakladajú na tvorivej činnosti majiteľov, prípadne len riaditeľov, a ďalších kreatívnych ľudí. Druhou významnou formou spojenia tvorivej činnosti a jej organizácie, je zriadenie podnikania len na vlastnej tvorivej činnosti. Iní zamestnanci, ak je potreba, vykonávajú technické, administratívne a iné pomocné práce. Takých podnikateľských subjektov (firiem s právnym statusom s.r.o. alebo živnostníkov) medzi oslovenými

je takmer tretina (27%). To sú dve hlavné organizačné a právne formy využitia ľudskej tvorivej činnosti v podnikaní v takzvanom kreatívnom priemysle. Len v 4 % podnikateľských subjektov sa ich aktivity zakladajú na tvorivej činnosti ľudí, ktorí zároveň nie sú ich riaditeľmi. To znamená, že dve tretiny firiem kreatívneho priemyslu v Trenčianskom kraji môžu potrebovať ľudí schopných a pripravených sa zaoberať tvorivou činnosťou.

Ako vyplýva zo skúseností zamestnávania ľudí v kreatívnych činnostiach, takmer tretina firiem (30 %) vyhľadala pracovníkov potrebných pre svoju podnikateľskú činnosť cez svojich kolegov alebo známych. Ďalším zdrojom v poradí vyhľadávania ľudí potrebných pre kreatívnu činnosť boli vzdelávacie inštitúcie (24 %) – stredná špecializovaná (16 percent prípadov) a vysoká škola (8 percent prípadov). Relevantným zdrojom vyhľadávania bola tiež inzercia v tlači, rádiu alebo televízii (21 %). V inom zamestnaní bolo vyhľadaných 8 percent prípadov a v inej vzdelávacej organizácii - 4 percentá prípadov. Je zaujímavé, že také špecializované podujatia ako výstavy, jarmoky pracovnej sily a pod. neboli zdrojom vyhľadávania potrebných pracovníkov. Tento zdroj nebol spomenutý ani jedným z našich respondentov - expertov. Zvyšok 16 percent oslovených predstaviteľov organizácií kreatívneho priemyslu, ktorí v štruktúrovanom interview v odpovedi na otázku vybrali pozíciu „iné“, neochotne upresňovali, čo pre nich znamená „iné“. A to znamená, že v skutočnosti nemali na mysli iný od vyššie pomenovaných spôsobov vyhľadávania a skôr sa vyhýbali priamej odpovedi na otázku.

Na rozdiel od vyššie uvedeného, kde v poradí reálnych spôsobov vyhľadávania nasledujú kolegovia (známi), elektronické a tlačenej média, v odpovedi na otázku o najúčinnějších spôsoboch vyhľadávania je poradie iné. Podľa mienky oslovených expertov najúčinnším spôsobom vyhľadávania sú predovšetkým vzdelávacie inštitúcie a za nimi na druhej a tretej priečke nasledujú známi, kolegovia a inzercia v elektronických médiách. Tlačenej média podľa hodnotenia hierarchie účinnosti zostali na štvrtej priečke, jarmoky, výstavy a úrady práce odpovedajú na piatej a šiestej. Odlišnosť skutočných

spôsobov vyhľadávania od hodnotenia najúčinnejších môže nasvedčovať predovšetkým o absencii adekvátneho (požadovaného) systému vzdelávania pracovníkov pre kreatívne činnosti. Manažment firiem si uvedomuje význam vzdelávania pre pracovníkov v ich podnikaní, avšak kvôli absencii adekvátnych vzdelávacích inštitúcií sa obracia predovšetkým na kolegov, známych alebo elektronické média.

V celkovom hodnotení pracovného potenciálu pre kreatívne činnosti vedenie firiem sa vyjadruje veľmi pesimisticky. Aj napriek vysokej úrovni nezamestnanosti v priebehu viacerých rokov, absolútna väčšina vedenia firiem (60 %) si myslí, že na trhu práce chýbajú schopní a pripravení ľudia pre prácu v kreatívnom priemysle. Len 17 percent oslovených predstaviteľov firiem sa vyjadrilo pozitívne, čiže podľa nich na trhu práce je dostatok potrebných pracovníkov pre prácu v kreatívnom priemysle. Takmer rovnaký pomer respondentov sa stotožňuje s myšlienkou o dostatku potrebných pracovníkov pre kreatívny priemysel avšak zastáva názor, že nemajú potrebnú kvalifikáciu a vzdelanie. Z hľadiska veľkého počtu občanov Slovenska, ktorí pracujú v zahraničí a takzvaných procesov „úniku mozgov“, tieto hodnotenia pracovného potenciálu pre kreatívne činnosti vyzerajú veľmi realistické. Predsa je známe, že pomer kreatívnych ľudí v populácii je veličinou konštantnou. A odchod kreatívnych ľudí do zahraničia automaticky znižuje ich pomer v sústave pracovnej sily a zároveň je nenahradiateľným ani vysokokvalitným vzdelaním.

### 3 Vzdelanie a príprava pracovníkov pre kreatívny priemysel

Pozrime sa predovšetkým na názory ľudí, ktorí riadia kreatívne činnosti, aké kvalifikačné, vzdelávacie a osobnostné predpoklady sú podľa nich nevyhnutné pre úspešnú prácu v kreatívnom priemysle. Všetci oslovení pracovníci firiem kreatívneho priemyslu samozrejme zdôrazňujú potrebu tvorivých schopností pre kreatívnu činnosť. Avšak len 16 percent považuje túto schopnosť za hlavnú a dostačujúcu a ostatné vlastnosti sa podľa nich dajú získať v procese práce. Dokonca 12 percent je toho názoru, že skúsenosti sú dôležitejšie ako vzdelanie. Avšak takmer jedna tretina oslovených vedúcich pracovníkov firiem kreatívneho priemyslu (32 %) považuje, že pre úspešnú prácu v kreatívnom podnikaní popri tvorivej schopnosti sa vyžaduje aj odborné vzdelanie. Čo sa týka hodnotenia úrovne vzdelania, tak 12 percent oslovených expertov uviedlo, že pre úspešnú prácu sa vyžaduje minimálne stredné odborné a 5 percent – vysokoškolské odborné vzdelanie. To znamená, že úspešná práca v kreatívnych činnostiach podľa názoru pracovníkov

firiem kreatívneho priemyslu sa zakladá predovšetkým na tvorivej schopnosti ľudí, ich odbornom vzdelaní a skúsenostiach.

V hodnotení osobnostných vlastností pre úspešnú prácu v kreatívnom priemysle sú odpovede oslovených expertov viac rozptýlené. Len 24 percent odpovedí sa zhoduje v tom, že jednou z najdôležitejších osobnostných vlastností nevyhnutných v odbornom profile pracovníka v sfére kreatívnych činností je pracovitosť. O niečo menej, 21 percent oslovených expertov, dáva prednosť osobnému vzťahu k danej činnosti a dve skupiny rovnako po 16 percent – osobnej angažovanosti, a to konkrétne motivácii a cieľavedomosti. Kolektivismus ako osobnostnú vlastnosť nevyhnutnú v odbornom profile pracovníka v sfére kreatívnych činností preferuje 8 percent, vôľu – 7 a individualizmus – 6 percenta respondentov. To znamená, že najdôležitejšie osobnostné vlastnosti, ktoré by mali dopĺňať odborný profil pracovníka v sfére kreatívnych činností sú pracovitosť, osobný vzťah, angažovanosť k danej činnosti a cieľavedomosť.

Tieto vyššie pomenované odborné a osobnostné vlastnosti pracovníkov v sfére kreatívnych činností by sa mali „pestovať“ predovšetkým v systéme odborného vzdelania. Avšak hovoriť o systéme odborného vzdelania pre kreatívne činnosti v Trenčianskom kraji sa zatiaľ nedá. A to predovšetkým z toho dôvodu, že v skutočnosti absentuje potrebný počet takých špecializovaných odborných vzdelávacích inštitúcií, cieľom ktorých by bolo vzdelávať a pripravovať ľudí pre prácu v kreatívnej výrobe, a ktoré by svojím pôsobením vytvárali určitý systém.

Ešte fungujúce z obdobia socializmu takmer vo všetkých okresných mestách takzvané základne umelecké školy vo svojej podstate nie sú odbornými profesionálnymi inštitúciami, ktoré pripravujú pracovníkov pre výrobné činnosti. Tieto školy skôr napomáhajú objavovať talenty detí a rozvíjať ich. Čo sa týka profesionálneho vzdelania v kreatívnych činnostiach, tak len na dvoch stredných odborných školách v Trenčianskom kraji sú študijné programy, ktoré sa zakladajú na tvorivých schopnostiach a pripravujú pracovníkov pre profesionálnu tvorivú výrobnú činnosť. V tomto prípade len konštatujeme existenciu týchto základných umeleckých škôl a jednotlivých študijných programov na stredných odborných školách pretože nedisponujeme informáciami pre hodnotenie ich odbornej úrovne. To je ten stav v odbornom vzdelávaní pre kreatívne výrobné činnosti, z ktorého vychádzali vo svojom hodnotení jeho adekvátnosti požiadavkám praxe nami oslovení vedúci predstavitelia firiem kreatívneho priemyslu.

Preto nie je prekvapujúce, že hodnotenie odborného vzdelávania pre prácu v sfére kreatívnej výroby je veľmi nízke. Len 13 percent našich respondentov - expertov v sfére kreatívnych činností považuje, že tento systém vzdelávania je adekvátny tomu, čo sa vyžaduje v praxi. Avšak takmer každý štvrtý vrcholový predstaviteľ firiem kreatívneho priemyslu hodnotí úroveň vzdelávania v existujúcich vzdelávacích inštitúciách nedostačujúcou pre úspešné podnikanie v kreatívnych činnostiach a takmer rovnaký počet (23 %) si myslí, že celkový systém vzdelávania v sfére kreatívnych činností nie je adekvátny požiadavkám praxe. 13 percent respondentov odpovedalo, že obsahové zameranie vzdelania je neadekvátne požiadavkám praxe. Zároveň 23 percent oslovených expertov si myslí, že absentuje systém ďalšieho odborného (podnikového) vzdelávania a rastu kvalifikácie pracovníkov v sfére kreatívnych činností.

Aj hodnotenie celkového stavu a prípravy odborníkov v sfére kreatívnych činností je väčšinou negatívne. Veľmi a skôr negatívnym hodnotí stav a prípravu odborníkov v sfére kreatívnych činností 6 a 37 percenta oslovených expertov. Len 17 percent tento stav považuje za skôr pozitívny a 19 percent na primeranej úrovni. Rovnaké množstvo respondentov sa vyhlo priamej odpovedi na túto otázku a vybralo hodnotenie „neviem posúdiť“.

Rovnako veľmi často oslovení experti neochotne reagovali na otvorené otázky, kde sa od nich vyžadovalo hľadať a formulovať odpovede a nie vyberať z ponúkaných. Tak napríklad len 11 respondentov odpovedalo na otvorenú otázku, čo je podľa nich hlavným problémom vo vzdelávaní a príprave odborníkov v sfére kreatívnej výroby. Traja z nich poukázali na absenciu potrebných vzdelávacích inštitúcií, 5 z nich hlavný problém vidia v peniazoch a materiálnom zabezpečení, ďalší traja v absencii podpory zo strany štátu a samosprávy.

V odpovedi na zatvorenú otázku „kto môže najvýraznejšie ovplyvniť aktuálny stav v sfére vzdelania a prípravy odborníkov pre kreatívny priemysel“ oslovení predstavitelia firiem kreatívneho priemyslu boli aktívnejší. Viac ako polovina oslovených expertov (57 %) za hlavných a zodpovedných aktérov vybrala samotné odborné školy a iné vzdelávacie inštitúcie. Združenia a spolky výrobných organizácií kreatívneho priemyslu ako hlavných aktérov schopných ovplyvniť stav vzdelávania v tejto sfére vybralo 19 percent oslovených expertov. Na tretej pozícii za hlavného zodpovedného aktéra bol pomenovaný štát – (10 %), na štvrtej – orgány mestskej správy a samosprávy (8 %), na piatej – stavovské komory a profesionálne združenia (6 %). To znamená, že samotní vedúci

pracovníci firiem kreatívneho priemyslu sú presvedčení, že výrazne zlepšiť aktuálny stav v sfére vzdelania a prípravy odborníkov pre kreatívny priemysel môžu predovšetkým samotné vzdelávacie inštitúcie.

#### 4 Model vzdelávacej sústavy a prípravy ľudských zdrojov pre kreatívny priemysel

Pre zistenie predstáv predstaviteľov kreatívneho priemyslu o vhodnom modeli vzdelávania a prípravy pracovníkov pre kreatívnu výrobu sme v dotazníku štruktúrovaného interview použili otvorenú otázku. Aj v tomto prípade, ako sme už spomínali, respondenti veľmi neochotne odpovedali. V procese komunikácie s vedúcim interview túto skutočnosť spravidla vysvetľovali tým, že nad podobnými otázkami doteraz nerozmyšľali a že nechcú odpovedať neuvážene. Preto absolútna väčšina respondentov sa nevyjadrila. Len 14 expertov sa v dotazníku štruktúrovaného interview vyjadrilo o vhodnom modeli vzdelávania pre kreatívne činnosti.

Na otázku, aké inštitúcie a spolky by sa mali podieľať na financovaní, organizácii, prevádzke a zodpovednosti modelu vzdelávania pre kreatívne činnosti v regióne, 5 expertov zo 14, ktorí sa vyjadrili, nazvalo štát. Ďalší traja experti považujú, že na modeli vzdelávania pre kreatívne činnosti by sa mali podieľať výrobné firmy kreatívneho priemyslu, rovnako traja pomenovali stavovské komory a iné profesionálne združenia a dvaja zdôraznili, že na tomto modeli by sa mali podieľať aj vedecké a odborné organizácie (vysoké školy prípadne aj vedecko-výskumné ústavy). Žiadny z tých expertov, ktorí sa vyjadrili k tejto otázke, za subjekt, ktorý by sa mal podieľať na prevádzke modelu vzdelávania pre kreatívny priemysel v regióne, nenazval orgány samosprávy. Na doplňujúcu otázku korešpondenta v procese interview, či k sústave týchto subjektov by nemali patriť orgány samosprávy, väčšina odpovedala, že ich to nenapadlo a traja z nich odpovedali, že samospráva nemá na to finančné a materiálne prostriedky, a dvaja, že samospráva je málo kompetentná v týchto otázkach.

Podobne odpovedali experti aj na ďalšie otvorené otázky, ako napríklad, „čo by bolo potrebné urobiť pre zlepšenie úrovne vzdelania pracovníkov v sfére kreatívnych činností.“ Odpoveď jedného experta sa týkala legislatívnych zmien v sfére odborného vzdelávania pre kreatívne činnosti, štyria navrhli vytvoriť celoštátny program vzdelávania v tejto sfére činnosti a ďalší traja – zvýšiť úroveň financovania a materiálneho zabezpečenia zo strany štátu a orgánov samosprávy.



Na uzatvorenú otázku „kto by mal byť hlavným a zodpovedným aktérom v organizácii a riadení systému odborného vzdelávania a prípravy v sfére kreatívnych činností“, na ktorú odpovedali všetci oslovení experti, odpovede boli podobné ako v predchádzajúcej zatvorenej otázke. Viac ako polovina našich expertov (53 %) považuje, že hlavným subjektom riadenia a organizácie systému odborného vzdelania má byť predovšetkým štát. Ďalších 25 percent oslovených expertov v pozícii hlavného subjektu vidí stavovské komory a iné profesionálne združenia. V porovnaní s tým takmer dvakrát menej respondentov (13 %) uviedlo, že v pozícii tohto hlavného subjektu by mali byť združenia a spolky organizácií kreatívneho priemyslu. A len 5 % na pozícii hlavného subjektu riadenia a organizácie systému vzdelávania pre kreatívne činnosti by videli samosprávu. Z toho vyplýva, že podľa mienky vrcholového manažmentu firiem kreatívneho priemyslu favoritom v riadení a príprave odborníkov pre kreatívnu výrobu jednoznačne by mal byť štát v spolupráci zo stavovskými komorami, profesionálnymi združeniami a spolkami organizácií kreatívneho priemyslu.

Čo sa týka samotných organizácií kreatívneho priemyslu, tak svoju úlohu v rozvoji a zdokonaľovaní systému odborného vzdelávania by oni sami videli predovšetkým v podieľaní sa na vypracovaní a podávaní návrhov zlepšenia vzdelávacích programov pre odborné školy, na financovaní odborných vzdelávacích inštitúcií pre sféru kreatívnej výroby, na monitorovaní stavu a uskutočnení analýz pre rozvoj a zlepšenie systému vzdelávania pre v kreatívne činnosti.

## Záver

Výsledky uskutočneného prieskumu systému vzdelávania a využitia ľudského potenciálu vo firmách kreatívneho priemyslu svedčia, že podnikateľské aktivity vo firmách kreatívneho priemysle sa zakladajú na tvorivej schopnosti ich majiteľov (riaditeľov – takmer v 30 % prípadov)

## Literatúra

- Adams, K. (1991): Externalization vs. Specialization: what is happening to personel? In.: Human Resource Management Journal, vol. 14, pp. 40-54.
- Amabel, T.M. (1996): Creativity in Context. Colorado: Westview Press.
- Armstrong, M. (1999): Personální management. Praha: Grada Publishing.
- Armstrong, M. (2002): Řízení lidských zdrojů. Praha, Grada Publishing.

a tvorivosti iných talentovaných ľudí. To znamená, že predstavitelia firiem kreatívneho priemyslu si uvedomujú význam a úlohu ľudských zdrojov a ich nenahraditeľnej tvorivej schopnosti v ich špecifickom podnikaní.

Zdrojom vyhľadávania a zamestnávania potrebných kreatívnych pracovníkov vo firmách kreatívneho priemyslu sú predovšetkým známi, kolegovia, inzercia (v tlači, TV, rádiu a pod.) a špecializované vzdelávacie inštitúcie. Avšak za najúčinnější spôsob vyhľadávania potrebných odborníkov pre kreatívne činnosti predstavitelia firiem kreatívneho priemyslu považujú odborné školy a iné vzdelávacie inštitúcie, známych a kolegov, inzerciu v elektronických médiách.

Dôležitými kvalifikačnými predpokladmi, ktoré sú nevyhnutné pre pracovníka v sfére kreatívnych činností sú adekvátne odborné vzdelanie a nadobudnuté minimálne skúsenosti. Za hlavné osobnostné predpoklady, potrebné pre prácu v kreatívnom priemysle, vedúci pracovníci kreatívnej výroby považujú pracovitosť, osobný vzťah k danej činnosti, osobnú angažovanosť a motiváciu.

Systém a organizáciu vzdelania ľudí pre prácu v sfére kreatívnych činností väčšina vedúcich pracovníkov kreatívneho priemyslu považuje za nedostačujúci a myslí si, že absentuje systém ďalšieho odborného (podnikového) vzdelania a rastu kvalifikácie v tejto sfére podnikateľskej činnosti a zároveň tento systém vzdelávania nie je adekvátny aktuálnym požiadavkám praxe. Celkový stav odborného vzdelávania a prípravy odborníkov v sfére kreatívnych činností sa hodnotí predstaviteľmi vrcholového manažmentu firiem kreatívneho priemyslu skôr negatívne.

Zároveň vedúci predstavitelia oslovených firiem veľmi nízko hodnotia ľudský potenciál pre zamestnávanie v sfére kreatívneho priemyslu. Na trhu práce je nedostatok potrebných kreatívnych ľudí a hlavne adekvátne vzdelaných a pripravených pre jednotlivé kreatívne činnosti.

- Berthel, J. , Groenewald, H. (Hg.) (1995): Personal-Management. Landsberg-Lech.
- Berry, C.R., Glaeser, E.L. (2005): The Divergence of Human Capital Levels Across Cities. In.: Regional Science. Regional Science Association International. Vol. 84, Iss.3, pp.407 – 444.
- Bhattacharya, B. (2000): Action Research: A Means to More Effective Teaching and Learning. In.: Innovations in Education and Teaching International. Vol .37, No.4, pp. 314-322.

- Bláha, J., Mateiciuc, A., Kaňáková, Z. (2005): Personalistika pro malé a střední firmy. 1. vyd. Brno: CP Books.
- Cikánek, M. (2009): Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku. Praha: Institut umění – Divadelní ústav.
- Cikánek, M. (2011): Mapování kulturních a kreativních průmyslů. In.: Kreativita a inovace ve městech a regionech České republiky. Sborník z konference. Praha: Institut umění – Divadelní ústav.
- Collison, C., Parcel, G. (2005): Knowledge management. Brno: Computer Press.
- Craft, A., Chappell, K., Twining, P. (2008): Learners reconceptualising education: widening participation through creative engagement? In.: Innovation in Education and Teaching International. Vol. 45, No. 3, p. 235-245.
- DCMS (2008): Creative Britain. New talents for the New Economy. [cit.: 2012-15-05]. Dostupné: <http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf>.
- Denatale, D., Wassall, G.H. (2006): The Creative Economy: A New Definition. New England Foundation for the Arts (NEFA). [cit.: 2012-15-05]. UCTAD. The Creative Economy Report 2008. Dostupné na: [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf).
- Florida, R., (2002): The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. 1st edition. New York: Basic Books.
- Florida, R., Tinagli, I. (2004). Europe in the Creative Age. [cit.: 2012-15-05]. Dostupný na: [http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe\\_in\\_the\\_Creative\\_Age\\_2004.pdf](http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf).
- Florida, R. (2009): Who is your city? How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Design of Your Life. New York: Basic Books.
- Jabłoński, M. (2011): Clusters, models for success. Lokomotywa. Influence of Culture on Local Development. Galeria Bielska: BWA.
- Kleibl, J., Dvořáková, Z., Šubrt, B. (2001): Řízení lidských zdrojů. Praha: C.H. Beck.
- Kleibl, J. (1995): Metody personální práce. Praha: VŠE.
- Kloudová, J. et al. (2010). Kreativní ekonomika : trendy, výzvy, příležitosti. 1. vyd. Praha: Grada Publishing.
- Kolb, M. (2002): Personalmanagement. Berlin: 3Aufl.
- Koubek, J. (2003): Řízení lidských zdrojů. Základy moderní personalistiky. Praha: Management Press.
- Krajňáková, E. (2004): Flexibilné formy zamestnávania na európskom trhu práce. In.: Sociálno-ekonomická revue, roč. 2, č.1, s. 40-48.
- Krajňáková, E., Vojtovič, S. (2006): O suštinu „nove ekonomike“. In.: Analí ekonomskogo fakulteta u Subotici. Subotica, Broj 16, s. 13-22. ISSN 0350-2120.
- Krajňáková, E., Vojtovič, S. (2012): Význam ľudského kapitálu v rozvoji regiónu. In.: Sociálno-ekonomická revue, roč. 10, č. 1, s. 76-83.
- Larsen, H. H. - Mayrhofer, W. (2006): Managing Human Resources in Europe. Abington.
- Liebel, H.J - Oechsler, W.A. (1994): Handbuch Human Resource Management. Wiesbaden.
- Mazlová, T. (2011): Jak měřit efektivnost nasazení IS? In.: Bankovníctví, č.12, s.37-38. ISSN 1212-4273.
- Omsted, B. (2001): Job Sharing: on emerging work-style. In.: International Labour Review, Vol. 118, No 3, pp.283-297.
- Schäfer, A. (2008): Die Kraft der schöpferischen Zerstörung – Joseph A. Schumpeter. Frankfurt/M.
- Scholz, C. (2000): Personalmanagement. 5. Aufl. München.
- The Economy of Culture. (2006): [cit.: 2012-15-05]. Dostupné na: [http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc885\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc885_en.pdf).
- Vojtovič, S. (2006): Personálny manažment. Historické súvislosti vzniku a rozvoja. Bratislava: IRIS.
- Vojtovič, S. (2011): Koncepcie personálneho řízení a řízení lidských zdrojů. Praha: Grada Publishing.
- Vružek, Š. (1999): Teória a prax manažmentu. Prešov: MANACON.
- Walker, A.J. a kol. (2003): Moderní personální management. Nejnovější trendy a technologie. Praha: Grada Publishing.
- Zahrádková, E. (2005): Teambuilding. Praha: Portál.
- Živčicová, E. (2006). Základy psychológie. Trenčín: FSEV.

#### Autor

Emília Krajňáková, doc., CSc.  
 Technická univerzita v Košiciach  
 Ekonomická fakulta  
 Katedra ekonomických teórií  
 B.Němcovej 32  
 040 01 Košice  
 Tel: +055 6023289  
 E-mail: emilia.krajnakova@tuke.sk

## SUMMARY

### **Human resours in creative industry**

Subjects of this analysis are following: social, economic and institutional conditions in which workers for different branches of creative industry are educated, and ways in which these workers are looked up and subsequently employed. Special attention is paid to the system of economic, social and organizational factors which most significantly influence present state and trends in the sphere of education and preparation of workers for future carrier in the field of creative activities. This study looks into a system of vocational education which serves needs of creative industry; into how well prepared experts in the field of creative activities are; and also into the extent to which the needs of practice are satisfied when it comes to creative and well-prepared workers. Moreover it analyses requirements of organizations active within the creative industry on higher education, qualification and personal qualities of workers in this sphere.

Study also deals with a task of such social subjects as state, municipalities, colleges and other educational institutions, organizations and subjects active within creative industry, associations, unions etc., and with their role in the process of preparation and education of human resources and also with their role in the development of creative industry itself. Subject of the analysis are tasks of organizations and subjects active within this field when it comes to their part in the education and preparation of workers, especially in the form of elaborating and submitting of proposals for improvement and updating of educational programs; and providing of material and financial support to educational institutions. Final part of this study emphasizes that state should be the main and most significant player in the organization and management of the system of vocational education, closely followed by chambers of commerce, professional unions and unions of organizations active within creative industry.

## KREATÍVNY PRIEMysel - POTENCIÁL PRE ROZVOJ REGIÓNOV

### *Creative Industry – potential for regional development*

Katarína KRÁĽOVÁ

---

#### **Abstrakt**

*Príspevok pojednáva o teoretických aspektoch kreatívnej ekonomiky v kontexte súčasných spoločenských a ekonomických faktorov so zohľadnením špecifik rozvoja kreatívneho priemyslu v podmienkach Slovenska a možnostiach využitia kreatívnych odvetví v rozvoji regiónov SR. Kreatívnu ekonomiku môžeme v súčasnosti vnímať ako nový globalizačný trend v modernej spoločnosti, ktorý vzniká už na konci 20. storočia. Tento trend sa vyznačuje zmenou prechodu od priemyselnej ekonomiky k ekonomike znalostní. Príspevok je súčasťou riešenia Interného grantového projektu riešeného na FSEV s názvom Problémy merania efektívnosti klastrov.*

#### **Kľúčové slová**

*kreatívne odvetvia, regionálny rozvoj, kreatívna ekonomika, konkurencieschopnosť, tvorivý potenciál*

---

#### **Abstract**

*The article deals with theoretical aspects of the creative economy in the context of current social and economic factors, taking into account the specifics of the development of creative industries in Slovakia and the creative possibilities of the use of creative industries in the developing regions of Slovakia. Creative economy, we can now perceive globalization as a new trend in modern society, which already occurs in the late 20th century. This trend is characterized by changing the transition from industrial economy to a knowledge economy. The paper is the part of the internal grant of Faculty of social and economic relations called The problems of measuring the effectiveness of clusters.*

#### **Key words**

*creative industries, regional development, creative economy, competitive, creative potential*

---

**JEL Classification:** O 18

---

#### **Úvod**

Vývoj svetovej ekonomiky je značne ovplyvňovaný v súčasnosti okrem iného aj schopnosťou regiónov zabezpečiť vyvážený sociálno-ekonomický rozvoj, pretože od úrovne sociálno-ekonomického rozvoja regiónov sa odvíja aj sociálno-ekonomický rozvoj celého štátu. Snaha o vyvážený hospodársky a sociálny rozvoj jednotlivých regiónov v rámci štátu predstavuje pomerne dôležitú úlohu ako z ekonomického hľadiska taktiež aj z hľadiska sociálneho a politického. Treba si uvedomiť, že regióny vyznačujúce sa nízkou dynamikou rastu a rozvoja sú často oblasťami, ktorých obyvateľstvo túto negatívnu situáciu veľmi citlivo vníma. Pokiaľ úpadok regiónu pretrváva dlhšie časové obdobie, jeho negatívne dopady výrazne ovplyvňujú nielen jeho hospodársku štruktúru, ale prinášajú aj problémy

v sociálnej oblasti spojené najmä s nárastom nezamestnanosti a jej negatívnymi sociálnymi dôsledkami. Neriešenie problémov regionálnych disparít však nemusí mať dopad len na ekonomickú a sociálnu oblasť štátu, a tiež prípade neustáleho zostrovania regionálnych disparít môžu tieto problémy prerásť až do ohrozenia politickej stability daného štátu ako celku, v dôsledku kumulovania sociálnej nespokojnosti v súvislosti s neriešením danej situácie. Preto by sme mohli, konštatovať, že podstatný vplyv na zlepšovanie celkovej ekonomickej situácie, rozvoj regiónov a na regionálnu konkurencieschopnosť majú aj kreatívne inkubátory, ktoré sa vo svete už začínajú rozvíjať. Na základe skúseností z iných krajín a teoretických poznatkov môžeme konštatovať, že zriadenie kreatívneho inkubátora sa stáva trvalým fenoménom výroby, služieb ako aj

ekonomických a podnikateľských aktivít vo vyspelých ekonomikách. Problematika kreatívneho priemyslu je veľmi aktuálna aj v prebiehajúcich procesoch globálnej ekonomickej a finančnej krízy, ktorou prechádza aj samotné Slovensko. Niektoré regióny, najmä na východe Slovenska, sú stále málo prítiahľivé pre zahraničných ako aj domácich investorov. Budovanie kreatívnych inkubátorov predstavuje časovo náročný proces, ktorý môžu mať významné ekonomické, sociálne a environmentálne súvislosti.

## Materiál a metódy

Pri spracovávaní príspevku boli zhromažďované a použité informácie z vedeckej a odbornej ekonomickej literatúry, elektronických informačných zdrojov, Ministerstva hospodárstva SR, individuálnych štatistických údajov SR (Štatistický portál SR). Použili sme metódu analýzy, komparatívnej analýzy, syntézy. V príspevku sú aplikované nasledujúce čiastkové analýzy, ktoré tvoria východisko pre ekonomickú a vedeckú diskusiu:

- definícia kreativity a kreatívnej ekonomiky a podmienky rozvoja kreatívnej ekonomiky v SR
- hlavné dôvody budovania a podpory kreatívneho priemyslu v regiónoch a hlavné problémy s tým spojené
- analýza podmienok a faktorov, na základe ktorých môžu byť odvetvia kreatívneho priemyslu efektívnym nástrojom regionálneho rozvoja.

## Kreativita a kreatívna ekonomika

Kreativitu môžeme vysvetliť ako schopnosť tvoriť a vidieť veci v nových vzťahoch a novým pohľadom. Kreatívny jedinec má schopnosť nachádzať nové, originálne riešenia a tieto nové poznatky zmysluplne využívať neobvyklým spôsobom. Každý človek disponuje určitou tvorivosťou, ktorú je možné do značnej miery aj rozvíjať. Tvorivý a kreatívny zamestnanec vidí nové skutočnosti tam, kde zdanlivo nie sú a odchyľuje sa od navyknutých schém myslenia a stereotypu, preto takýto zamestnanec je veľkým prínosom pre podnik a ekonomiku ako takú. Ak kreativitu budeme chápať ako schopnosť tvorby nových riešení situácií a problémov, môžeme povedať, že sa stáva konkurenčnou výhodou, ktorá pozitívne ovplyvní ekonomický rast. Na základe danej myšlienky môžeme konštatovať, že ekonomický rast sa odvíja od talentovaných ľudí, ktorí tvoria kreatívnu triedu.

Ak sú vytvorené vhodné podmienky v podobe tvorivého a otvoreného prostredia, kreatívni jedinci sú schopní tvorby inovácií, nových technológií, ktoré vedú k ekonomickému rastu.

Kreatívnu ekonomiku môžeme v súčasnosti vnímať ako nový globalizačný trend v modernej spoločnosti, ktorý vzniká už na konci 20. storočia. Tento trend sa vyznačuje zmenou prechodu od priemyselnej ekonomiky k ekonomike znalostí, ktorá je založená na komplexnom využívaní vedeckých poznatkov, vzdelania a informačných technológií v ekonomike. Hlavným znakom tohto celosvetového vývoja je, že sa podstatne mení postavenie ľudského faktora v ekonomike v tom zmysle, že jeho produkcia sa stále viac presúva do oblasti inovácií a nápadov, do tvorivých, originálnych, netradičných spôsobov myslenia, ktoré sú schopné produkcie nových ideí a tie vytvárajú najvyššiu pridanú hodnotu v znalostnej ekonomike. Preto sa súčasné kreatívne ekonomiky orientujú na podporu kreatívneho priemyslu ako je napr. reklama, film, televízia, rádio, hudba, zábavný software, architektúra, vydavateľstvo, umenie, dizajn a pod., ktorých schopnosť tvoriť bohatstvo a nové pracovné miesta sú spojené s rozvojom duševného vlastníctva.

## Rozvoj kreatívnej ekonomiky v SR

Rozvoj kreatívnej ekonomiky je podmienený určitými predpokladmi, ktoré musia byť splnené. Jedná sa o dosiahnutie určitého stupňa vyspelosti ekonomického, technologického, sociálneho a kultúrneho prostredia, ktoré vytvárajú podmienky pre rast kreatívneho sektora. Ak by sme chceli hodnotiť podmienky pre rozvoj kreatívnej ekonomiky v SR podľa ukazovateľov kreatívny index a euro-creativity index musíme konštatovať, že v mnohých oblastiach zatiaľ zaostávame za vyspelými ekonomikami a máme neustále čo dobiehať. Zaostávame v tvorbe patentov, od roku 2005 postupne klesá počet podaných prihlášok v jednotlivých rokoch, napr. v roku 2009 bolo podaných iba 239 patentov a to najviac z oblasti motorov, čerpadiel, dopravy a skladovania (21,4 %) a z oblasti zdravia a zábavy iba 9,2 %. Podobný klesajúci trend SR zaznamenáva aj v oblasti pridelovania ochranných známk a dizajnov. Ďalším dôležitým predpokladom rozvoja kreatívnej ekonomiky v SR je ekonomické prostredie a vysoká úroveň technológií prístupných firmám aj spotrebiteľom. V budovaní kreatívnej ekonomiky je dôležité aj sociálne prostredie, ktoré by malo byť tolerantné, otvorené a kultúrne prostredie, ktoré by malo vytvárať dostatočné podnety pre rozvoj

talentov. Index talentu v rámci SR dosahuje rôzne hodnoty v jednotlivých regiónoch. Ak budeme index talentov hodnotiť percentom obyvateľstva, ktoré

dosiahlo terciárne vzdelanie tak na prvom mieste sa umiestni Bratislavský kraj a na poslednom mieste je Trnavský kraj (tabuľka 2).

**Tab.1: Kreatívny index 3T a euro-creativity index podľa Richarda Florida.**

Kreatívny index 3T	Eur o-creativity index
<p style="text-align: center;"><b>Index talentu</b></p> <p><u>Index ľudského kapitálu</u> <u>Index kreatívnej triedy</u> percento populácie s vysokoškolským titulom koncentrácia kreatívnej triedy</p>	<p style="text-align: center;"><b>Euro-talent index</b></p> <p><u>Index kreatívnej triedy</u> - miera kreatívnych zamestnaní <u>Index ľudského kapitálu</u> - percentuálny podiel obyvateľov vo veku 25-64 rokov s vysokoškolským vzdelaním <u>Index vedeckého talentu</u> - počet výskumníkov a inžinierov na tisíc robotníkov</p>
<p style="text-align: center;"><b>Index technológie</b></p> <p><u>Index inovácií</u> - počet patentov na osobu <u>High-tech index</u> - percento výstupov odvetvia high-tech oblasti na celkovom výstupe</p>	<p style="text-align: center;"><b>Euro-technology index</b></p> <p><u>Index inovácií</u> - počet patentov na jeden milión obyvateľov <u>High-tech index inovácií</u> - počet patentov v oblasti high-tech na milión obyvateľov <u>R&amp;D index</u> - percentuálny podiel nákladov na výskum a vývoj na HDP</p>
<p style="text-align: center;"><b>Index tolerancie</b></p> <p><u>Gay index</u> - počet gayov v regióne na celkový počet obyvateľov regiónu <u>Bohemian index</u> - populácia s umeleckým zameraním v regióne <u>Index imigrácie</u> - miera percento imigrantov v regióne</p>	<p style="text-align: center;"><b>Euro-tolerance index</b></p> <p><u>Index postojo</u> - percento tolerantných ľudí voči menšinám <u>Index hodnôt</u> - odraz tradícií v hodnotách obyvateľov <u>Index sebavyjadrenia</u> - postoj k individuálnym právam a vyjadrovaniu</p>

Na vyhodnotenie indexu eurotolerancie v SR nemáme k dispozícii dostatok objektívnych kvantifikátorov. Nie sme schopný definovať, mieru

závislosti tohto typu indexu od ostatných. Nedostatok údajov by nesmerovalo k dosiahnutiu relevantných výsledkov.

**Tab.2: Percentuálne vyjadrenie počtu obyvateľov s terciárnym vzdelaním**

územie	BA	KE	ZA	PP	BB	NR	TN	TT
% podiel obyvateľov	23,8%	13,6%	11,4%	11,4%	11%	10,9%	9,9%	7,9%

Zdroj: ŠÚ SR

Môžeme konštatovať, že i napriek tomu, že na základe indexov kreativity SR v mnohých oblastiach zaostáva oproti iným ekonomikám sú veľké predpoklady pre rozvoj kreatívnej ekonomiky aj v podmienkach Slovenskej republiky. Je však veľmi dôležité, aby zo strany štátu, VÚC a samosprávy boli tvorené vhodné predpoklady pre rozvoj a podporu budovania kreatívnej ekonomiky, kreatívny priemysel a kreatívne mestá sú jednou z hybných síl budúceho ekonomického rozvoja krajín v oblasti služieb aj zamestnanosti. Je to nové perspektívne odvetvie založené predovšetkým na využívaní ľudskej kreativity a talentu zameraných na tvorbu produktov a služieb trvale udržateľným spôsobom. Okrem toho podporuje aj tvorbu príjmov miest, tvorbu nových pracovných príležitostí a exportnej výkonnosti. Tiež

podporuje sociálnu komunikáciu, kultúrnu diverzitu a ľudský rozvoj. Významnou súčasťou kreatívnej ekonomiky sú malé a stredné podniky, ale tiež jednotlivci, ktorí svojimi nápadmi podnecujú inovácie v rozvoji spoločenského, kultúrneho a ekonomického života.

### Kreatívne inkubátory

Kreatívni ľudia uprednostňujú miesta, ktoré sa líšia, sú tolerantné a otvorené novým myšlienkam a kde dochádza ku koncentrácii kreatívneho kapitálu v regióne. Takýmto priestorom môžu byť objekty, ktoré sú špeciálne určené na podporu a rozvoj kreatívneho priemyslu v danom

regióny ide o tzv. kreatívne inkubátory. Je to objekt, ktorý má slúžiť na podporu malého a stredného podnikania v oblasti kreatívnych odvetví. Poskytne zvýhodnený prenájom umelcom, priestory pre začínajúce firmy pôsobiace v oblasti kreatívnych činností a subjekty zo sféry kultúry a umenia. Výhodou práce v objekte typu kreatívneho inkubátora bude možnosť využitia spoločných a outsourcovaných administratívnych a servisných služieb (účetníctvo, telekomunikačné pripojenia atď.), poskytnutie špecializovaných vzdelávacích programov (napr.

školenia v oblasti kultúrneho manažmentu, zvyšovanie mediálnej gramotnosti) a informácií, konzultačných služieb (partnerstvá, networking, granty, projektový manažment). Cieľom kreatívnych inkubátorov je naštartovanie kreatívneho priemyslu, ktorého najväčšou pridanou hodnotou je duševné vlastníctvo alebo talent človeka. Kreatívny priemysel je definovaný ako viacvrstvový hospodársky segment, ktorý zahŕňa viaceré oblasti odvetvia uvedené v tabuľke 3.

**Tab.3: Kreatívne priemyselné odvetvia**

Oblasť primárneho umenia	výtvarné umenie	remeselníctvo, maliarstvo, grafika, sochárstvo, fotografia
	múžické umenie	divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	kultúrne dedičstvo	múzeá, knižnice, archívy, archeologické náleziská
Kultúrny priemysel	film a video	
	TV a rádio	
	videohry	
	hudba	trh reprodukovanej hudby, živé hudobné predstavenia,
Kreatívny priemysel	knihy a tlač	vydávanie kníh, časopisov a novín
	dizajn	módne návrhárstvo, grafický dizajn, dizajn interiérov, produktový dizajn
	architektúra	
Pridružený priemysel	reklama	
	mobilný priemysel, výroba počítačov, prenosných prehrávačov, atď.	

Nakoľko v rámci SR máme výrazné regionálne rozdiely v zamestnanosti, tvorbe pridanej hodnoty a pod. je podpora kreatívneho priemyslu a využitie potenciálu tvorivých a kreatívnych jedincov jedným z hlavných zdrojov regionálneho rozvoja a odstraňovania regionálnych disparít v súčasnosti. Jednou z možností je aj tvorba kreatívnych inkubátorov, ktoré budú budované za účelom podpory podnikateľských subjektov pôsobiacich v oblasti kreatívneho priemyslu. Kreatívny priemysel je jedným z najdynamickejších sa rozvíjajúcim odvetvím dneška a má široký potenciál, ktorý treba využiť. Vplyv kreatívnej ekonomiky na regionálny rozvoj je veľký, pretože odvetvia kreatívneho priemyslu sú odvetvia, ktoré vytvárajú vysokú pridanú hodnotu a tiež sú tvorcami nových pracovných miest najmä pre tvorivých a kreatívnych ľudí. Aj napriek tomu, ešte existujú určité bariéry, ktoré bránia väčšiemu rozvoju kreatívnych inkubátorov v SR a celkovo rozvoju kreatívnej ekonomiky napr.:

- nízka podpora z verejných zdrojov,

- slabá koordinácia medzi ministerstvami,
- nepostačujú modernizácia noriem, spojených s právami duševného vlastníctva,
- slabý rozvoj špecifickej infraštruktúry (fyzickej aj virtuálnej) na produkciu, distribúciu a konzumáciu kreatívnych produktov a služieb,
- nedostatočná podpora vzdelávania ku kreativite podporujúca talent,
- nedostatočná osвета,
- administratívne bariéry a pod.

### Záver

Ľudia s tvorivým potenciálom ako vedci, umelci, dizajnéri, architekti, hudobníci a ich činnosť predstavujú základné piliere kreatívnej ekonomiky. V prípade ak vykonávajú ekonomickú činnosť, ktorej výstupom sú produkty a služby môžeme

hovoríť o kreatívnom priemysle. Práve kreatívny priemysel predstavuje hlavný záujem skúmania. Produkuje pracovné miesta s vysokou pridanou hodnotou, ktoré sa vyznačujú vysokou flexibilitou a perspektívou. Cieľom je študovať kreatívny priemysel, ako perspektívne odvetvie hospodárstva a vytvoriť vhodné predpoklady pre jeho ďalší rozvoj

v podmienkach SR aj prostredníctvom tvorby kreatívnych inkubátorov, ktoré môžu pomôcť najmä začínajúcim subjektom v oblasti kreatívneho priemyslu. Treba si uvedomiť, že kreatívny priemysel je prudko sa rozvíjajúce odvetvie v súčasnosti s veľkým potenciálom, ktorý treba využiť.

### Zoznam použitej literatúry:

Kloudová, J. a kol. (2010): *Kreativní ekonomika, Trendy, výzvy, příležitosti*, Praha: Grada Publishing, 224 s.

SAV. (2009): Kreativní ekonomika a její měření, *Ekonomický časopis* 9: 10. s.

Kloudová, J. a kol. (2010): *Kreativní ekonomika - vybrané ekonomické, právní, masmediální a informatizační aspekty*, Bratislava : Eurokódex, 216 s.

[cit.: 2012-11-03]. Dostupné na internete: <<http://coevolving.com/blogs/index.php/archive/talentinthenserviceeconomycreativeclassoccupations/>>.

[cit.: 2012-11-03]. Dostupné na internete: <[http://blogs.edweek.org/edweek/curriculum/upload/2009/08/creativity\\_and\\_the\\_us\\_economy/economic\\_contribution.html](http://blogs.edweek.org/edweek/curriculum/upload/2009/08/creativity_and_the_us_economy/economic_contribution.html)>.

[cit.: 2012-11-03]. Dostupné na internete: <<http://podnikanie.etrend.sk/kreativne/kreativna-ekonomika-na-anglicky-sposob.html>>.

Zelená kniha. (2010): Uvoľnenie potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu, Brusel, KOM 183 v konečnom znení

### Kontakt

Ing. Katarína Kráľová, Ph.D.  
Trenčianska univerzita A. Dubčeka v Trenčíne  
Katedra ekonómie a ekonomiky, Fakulty sociálno-ekonomických vzťahov  
Študentská 3, 911 50 Trenčín  
Tel.: 032 7 400 494,  
e-mail: katarina.kralova@tnuni.sk



## SUMMARY

### **Creative Industry – potential for regional development**

Creative economy, we can now perceive globalization as a new trend in modern society. This trend is characterized by changing the transition from industrial economy to a knowledge-based economy, which is based on the comprehensive utilization of scientific knowledge, education and information technology in the economy. The main feature of this global development is that it substantially alters the status of the human factor in the economy in the sense that its production is increasingly moving into the area of innovation and ideas in creative, original, unconventional ways of thinking, which are capable of producing new ideas and the create the highest added value in the knowledge economy. The development of creative economy in the country is subject to certain conditions which must be met. This is mainly to achieve a certain degree of maturity of the economic, technological, social and cultural environment that creates conditions for the growth of the creative sector. We conclude that despite the fact that the indices of creativity, Slovakia lags behind in many areas compared to other economies, the major prerequisites for the development of creative economy in the Slovak Republic. It is very important that from the state, regional authorities and municipalities are made up of appropriate conditions for development and help build the creative economy, creative industries and creative cities are one of the drivers of future economic development of countries in services and employment and can also in Slovakia contribute to the gradual elimination of regional disparities. Therefore we recommend in the future to study creative industries as promising sectors of the economy and create suitable conditions for its further development in the SR by means of creative incubators that can assist operators in particular to newcomers in the field of creative industries. It should be noted that the creative industry is a rapidly growing industry today with great potential to be used.

## CREATIVE INTERVENTIONS IN URBAN SPACE

### *Kreatívneintervencie v mestských priestoroch*

Zuzana LADZIANSKA

---

#### **Abstract**

*Creative interventions in any forms enrich the public open space of the cities. In the past years even in the Central-European space we can follow several patterns and trends in regeneration of the growing available urban spaces in the inner cities. Gentrification and brownfield sites regeneration are one the key drivers of the sites. One of the approaches is the temporary use of sites and buildings, situated on derelict lands, which are being upgraded often by artists who convert them into their cultural facilities.*

#### **Key words**

*brownfields, creativity, gentrification, regeneration, temporary use, urban interventions, urban space*

---

#### **Abstrakt**

*Kreatívne intervencie v akejkol'vek forme obohacujú verejné mestské priestory. V uplynulých rokoch sme mohli už aj v na území centrálnej Európy pozorovať schémy a trendy v regenerácii neustále pribúdajúcich verejných priestorov v mestských jadrách. Procesy gentrifikaácie a regenerácie brownfieldov sú jedným z rozhodujúcich katalyzátorov týchto priestorov. Jedným z prístupov je aj dočasné využívanie priestorov a budov situovaných na degradovaných územiach. O dočasné využitie priestorov majú záujem najmä umelci, ktorí konvertujú tieto priestory na infraštruktúru vhodnú pre kultúrne využitie.*

#### **Kľúčové slová**

*Brownfieldy, kreativita, gentrifikaácia, regenerácia, dočasné využitie, mestské zásahy, urbánny priestor*

---

**JEL Classification:** O 18

---

### **Chapter 1: Introduction**

In this paper I would like to make a brief overview of creative interventions in the urban space. Creativity has always been a capability and privilege of a human being. It can be followed many aspects of our lives. The aim is to focus mainly on the creative interventions in the city centres, where the potential lies. In the past, nowadays city centres were usually on the edge of cities itself which gave them the ideal position for situating working opportunities in the form of diverse industries. After the WWII and later after the Velvet revolution followed by the political changes many of those industrial areas did not survived and brownfield site arose. In many countries especially these sites, nowadays centrally situated, were recognised as a potential for cities and shortly afterwards were converted into diverse uses. In many cases this process of regeneration was not straight but catalysed by the activists operating in those spaces

using them on the temporary basis. In meantime we can find some successful conversions in Slovakia too.

Methods used for this work were of an analytical nature, applied in the theoretical part as well as in the part where good-practice examples from the city Bratislava are introduced. In the theoretical part the focus is mainly on the analysis of the existing literature on manifold aspects related to the creative interventions in urban space while synthesising the knowledge along with the personal experience from the research. The second analytical part is a base on the analysis of existing projects of brownfield sites conversion made in the recent time and at the same time being used by the creative class mainly for artistic approaches.

### **Chapter 2: Creativity, Culture and Creative Cities**

Creativity itself has a very long history and therefore we can find thousands different types of creativity and always from a different point of view. In general it is very difficult to define the creativity. We can understand it as a capability to create new and genuine thoughts, which were before unknown for the definer (Zlatá, 2011). As many authors as many definitions. Robert Weisberg perceives creativity as a work of the history's most creative personalities and innovation (Weisberg, 1993), and John Howkins links the word with the spiritual and very personal point of view (Howkins, 2005).

Culture is an important source of creativity. Creative industries foster on the rich core of the cultural heritage, gifted artists and culture professionals. This core is linked with connected innovative services bringing creativity to the market (Zlatá, 2011). Many professionals consider linkage of arts and creativity with innovation crucial for the creative potential of the place. Richard Florida, the author of "Creative Class", sees the connection of culture with economic growth by producing incentives that promote effort, thrift and hard work. Culture according to his view motivates economic growth by focusing human energy and effort on work and away from the pull of distraction (Florida, 2005). Charles Landry describes creativity as historical evolution, while understanding a place from which culture comes from. This attitude creates a potential for a city to rethink its attitude and vision for the future. Landry, as the inventor of the idea of "creative cities", sees a hidden potential in each city. This concept is a positive one; he assumes that ordinary people can make extraordinary happen if they receive a chance to do so (Landry, 2008).

Creative cities are spaces you want to live in, places to be visited (Hartley, 2005). Often they possess various characteristics as: vibrant arts and cultural sector, capability to produce employment, distribution of resources, etc. As summarized by Jinna Tay, "creative cities" is about how local urban spaces can be remained, rejuvenated and re-purposed within a competitive global framework. Traditionally the city has been studied from disciplines as architecture, sociology and urban planning, developing ideological concerns. Concern over how the new economy may impact on the local has also played a part in directing attention toward the city as a possible site for social and economic renewal. The establishment of a creative milieu is frequently identified as the means of meeting development outcomes. Cities are sites where

shifts in social and economic processes, development strategies and emerging spaces can be observed. Creative cities highlight the significance of consumption-led economics, cultural production and urban space designing (Tay, 2005).

The concept of the creative city can be replicated but the success itself is depended on how it deals with long-term development questions, such as economic and social sustainability, gentrification and local displacement, exclusionary practices, and local identities. Creative expression may come up against conservative systems or ideological cultural bias, which may act to smother the natural diversity of creativity (Tay, 2005). This renewed focus on social identities also manifest in lifestyle and service consumption as cafes, restaurants, bars, tourism, the night-time economy. Cities that offer lifestyle and creative sector but at the same time they provide affordable loft spaces and cheap drinks will always be greater attractor for creative workers and diverse communities. This social aspect of the creative industries links the cultural network to economic and creative production and the city of Newcastle upon Tyne can be perceived (Ward, 2002) as an outstanding example able to compete world-wide known centres of culture.

### Chapter 3: Gentrification

The origin of the word "gentrification" derives from "gentry" (French origin "genterise" denoting "of gentle birth" and "people of gentle birth"). In England ("landed gentry") it denoted the social class, consisting of "gentlemen" (wikipedia, 2012). As described in the book *Gentrification* by Loretta Lees (Loretta Lees, Tom Slater and Elvin Wyly, 2008), the term gentrification was for the first time defined in 1964 by the British sociologist Ruth Glass who is perceived as one of the pioneers of urban sociology in Europe. She used the term gentrification to describe distinct processes of urban change affecting the inner parts of London. Nowadays, the changes described, are known as the classical gentrification. She has investigated this process on disinvested inner-city neighbourhoods which are upgraded by pioneer gentrifiers where the indigenous residents are displaced and working-class housing becomes middle-class housing in London. Throughout the history we can follow several waves of gentrification (Table 1).

*Table 1: Waves of gentrification*

1950s – 1973	<b>First-wave gentrification – Sporadic gentrification</b>	Prior to 1973, the process is mainly isolated in small neighbourhoods in the north eastern USA and Western Europe.
	<b>Transition – Gentrifiers buy property</b>	In New York and other cities, developers and investors used the downturn in property values to consume large portions of devalorisedneighbourhoods, thus setting the stage for 1980s gentrification.
1970s – 1980s	<b>Second-wave gentrification – The anchoring of gentrification</b>	The process becomes implanted in hitherto disinvested central city neighbourhoods. In contrast of the pre-1973 experience of gentrification, the process becomes common in smaller, non-global cities during the 1980s. In New York City, the presence of the arts community was often a key correlate of residential gentrification, serving to smooth the flow of capital into neighbourhoods like SoHo, Tribeca, and the Lower East Side. Intense political struggles occur during this period over the displacement of the poorest residents.
	<b>Transition – Gentrification slows</b>	The recession constricts the flow of capital into gentrifying and gentrified neighbourhoods, prompting some to proclaim that a “degentrification” or reversal of the process was afoot.
Mid 1990s –	<b>Third-wave gentrification – Gentrification returns</b>	Prophesies of degentrification appear to have been overstated as many neighbourhoods continue to gentrify while other, further from the city centre begin to experience the process for the first time. Post-recession gentrification seems to be more linked to large-scale capital than ever, as large developers rework entire neighbourhoods, often with state support.

Stage model of Gentrification according to Hackworth and Smith (Jason Hackworth and Neil Smith, 2001)

Gentrification, even 50 years later after the first definition by Ruth Glass, is still a current topic in urbanism. It is mainly perceived as a transformation of a working-class or vacant area of the central city into middle-class residential and/or commercial use. It is a process that has attracted the attention of the media, local governments, urban planner, architects and developers, businesses, city stakeholders, and political activists. In the 1990's in several works we can follow the shift from the classical gentrification to the new-build gentrification described by Neil Smith as a much broader phenomenon. He perceives it as a highly dynamic process where the reinvestment of capital at the urban centre which is designed to produce space for a more affluent class of people than currently occupies that space (Smith, 1996).

The city of Newcastle upon Tyne can be perceived as an example for new-build gentrification.

The city council introduced a citywide regeneration strategy named “going for growth” that sought to remodel low-demand housing areas in inner-city Newcastle. One of the objectives was to rebalance the population of disadvantaged and stigmatized communities by building housing that would attract the middle classes into these areas. Gentrification that took place here, was not on the former brownfield site, rather it took place on pre-existing residential land. This new-build gentrification was about social engineering aiming to attract the middle classes to parts of inner-city Newcastle with the aim to socially rebalance these areas (Loretta Lees, Tom Slater and Elvin Wyly, 2008). Example of the city Newcastle shows how the city can make an advantage from gentrification and at the same time obtaining the status of a creative city (see Chapter 2).

**Chapter 4: Temporary use of brownfield sites**

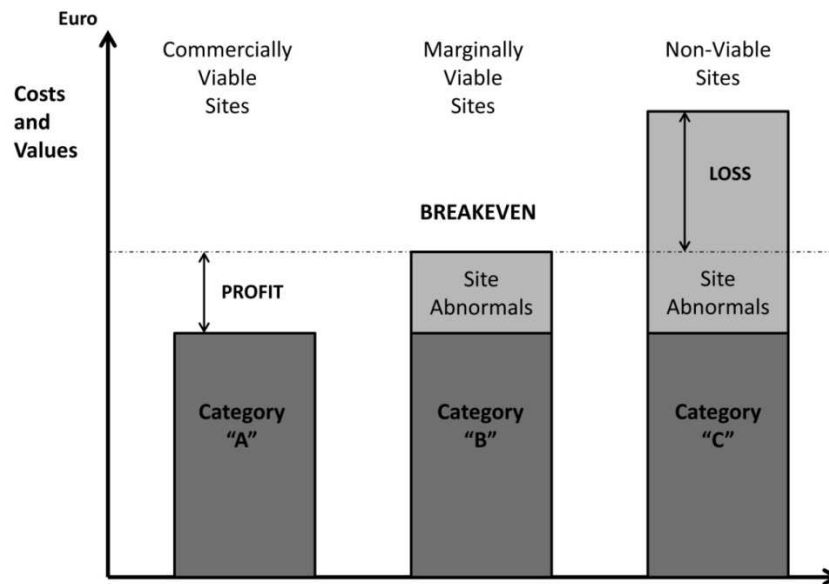
**Brownfield sites**

Urban derelict sites are results of changes in functional use of the sites. The loss of main functions of the area leads to the degradation of the environment and further loss of the reputation and attraction of the sight from the point of view of users. Brownfields are predominantly perceived as a result of industrial destructuralization and wave of the recession. Brownfields regeneration is very often very complicated with respect to the strict legislation and environment protection as well as with the respect to the housing market and banking sector. Sustainable way of regeneration requires the integration of social, cultural, economic and environmental aspects (BRIBAST, 2010).

Integrative approach to regeneration lies in a sustainable way in implementation of combinations revitalization strategies based on the knowledge of

mutual links among economic recession, degradation of the physical environment and social stress factors. Strategy for brownfields regeneration depends on external and internal framework conditions for the process of regeneration. One of the key factors for strategy selection is the possibility to gain the financial support for regeneration of external resources and total costs for the regeneration of the site (Picture 1). Application tools for the brownfield sites regeneration can be divided into passive (e.g. local taxes, intervention for investors) and active (e.g. improvement of the infrastructure, social infrastructure, transport, social infrastructure, environment, economic activities) financial interventions. The legal framework of the environment, lack of trust and practical experience in majority of the sites is a limit for the private-public-partnership, but the cities should look for other forms to how to use this approach for their advantage (BRIBAST, 2010).

*Picture 1: A-B-C Model for the site regeneration*



A-B-C-Model for the brownfield site regeneration according to BRIBAST (BRIBAST, 2010)

**Temporary use**

Temporary use describes the interim stage when a sites original purpose has been abandoned, its future development is still uncertain, and it can be used on favourable terms. It refers to an extremely wide range of concepts and timeframes, from single events through to seasonal projects and creating the field for the permanent establishment. This term is not a new social phenomenon: temporary ventures have always been a feature of cities that were conceived and built for the long-term. Temporary uses are now becoming

more diverse, leaving their foot print on the city locations, mostly on derelict sites becoming a structural component of urban development. Temporary uses today are the product of structural changes in the economy (ed., 2007). Older industries that occupied extensive sites are disappearing. The main criterion when choosing a new production location is its accessibility. Thanks to new technologies goods can be supplied whenever needed. Former industrial premises, disused railways and rail-freight yards, or wastelands created by the

demolition of large housing estates are spreading mainly throughout the inner cities.

There is a growing demand for free and affordable space mainly by artists, creatives, social initiatives, youth and sport projects. Facing the problem of derelict brownfield sites, people involved in such developments reintegrate apparently redundant spaces into the urban structures. These “space pioneers” (they discover abandoned sites and reinvent them), often perceived as temporary users, are evidence of a trend to greater social commitment (ed., 2007), to more participative approach (BRIBAST, 2010). Such creativity has a chance to blossom on disused sites and in vacant buildings. The aim is to initiate a temporary use at a suitable site or premises. At the same time, the concept of many temporary use projects rests on the liberty of organizing everything oneself (ed., 2007). Space pioneers, as mentioned above, apply particular criteria to their search for the right location. Alongside the characteristics of the location itself, a personal commitment to work, available networks, mutual voluntary support, creativity and a love of experimentation, all play a role at the start of a temporary use project. They re-cycle the structures for little cost trying to compensate the deficits of a peripheral location by actively networking with other temporary users. Shared locations help to create creative clusters and support the creative environment of the site.

By helping temporary use projects settle at such locations, local authorities can regenerate the latter as a part of a lively cityscape. The potential of these sites is a chance for young creative start-ups as well as voluntary workers, to implement their ideas without making major financial investments and subsequently, to contribute to the social and economic foundations of urban society. Particularly in a projects initial phase, conditions for rapid “cellular growth” tend to be ideal.

### Urban interventions in public space

Interest in planning through design at the scale of the city is rapidly increasing. The term “urban intervention” has become a part of the current discourse, applied to any design proposal for an urban location (Kahn, 2011). The idea of ValloSadovsky Architects is to improve the quality of particular urban open spaces of Bratislava in 2008 with the original aim to provide discussion within city government about vitalizing the physical public space (Vallo, 2011). This original initial led to the invitations to reprise the event in Prague in 2010 and second, a request form a major asking them to bring the project to his city, Brno in 2011 and third to come back to Slovakia and prepare the project for Košice in 2011

(UzemnePlany.sk, 2011). Urban interventions begin from a similar position of political awareness, and reflect and interest in looking beyond conventional modes of practice, by testing the place of pro-bono work in professional deigns fields.

In Bratislava, where the first project started, nobody “won” anything, no one had the promise of a job, and everyone donated time and services, based on a volunteer format. Urban interventions is obviously a design project, generating speculative proposals similar to those we expect as the outcome of an ideas, or concept, competition (Kahn, 2011). It is an urban project with the focus on locations that shape every day urban experiences. It is a public project dealing with the shared streets, plazas, riverfronts, parking lots, and sidewalks that constitute our common realm. At the same time it is perceived as a civic project striving to enrich the lives of citizens by enhancing daily urban life. And it is a political project while challenging designers to take action where politicians seemingly have not (Vallo Sadovsky Architects, 2008-2012).

According to the architect MatúšVallo, unsolicited architecture opens new worlds and themes for architects by its substance, and offers visions and solutions to the public which would probably not have come into existence in the client – architect tandem. Up to now, architects believed that they were the ones who determined trends and affected quality, the truth lies elsewhere. They often remain as an aesthetic agent who merely attaches a golden facade to a defined and, by its limits in principle, solved problem. Both architects, MatúšVallo and Oliver Sadovský, have tried to bring the “pro-bono” architecture to the public. At the same time they stress the term should not be confused with the word “free” and should not be forgotten that in the case of urban interventions, it is the gift that architects donate to their city, neighbourhood or public service organization (Vallo, 2011). Through the urban interventions a new way of communication channels have been shaped to stimulate a debate on the issue of public space.

MáriaTopolčanská describes cities Bratislava, Prague and Brno as those that suffer from the paralysis of their inner urban areas. Trivial physical and psychological barriers are by-products of their building expansion for two decades and often prevent the spontaneous use of their public space, where the use of public space remains totalitarian. At the same time, there is a paradoxical surplus of free space in these cities (Topolčanská, 2011) as the reaction to the inheritance of the brownfield sites on the former industrial sites but with no general awareness of its potential value and the possibility for an active use. These cities failed to initiate the acutely necessary production phase of the new content of our urban

space. New large-scale development projects and the effort to maximize floor area ratio (BRIBAST, 2010) have become a publicly proclaimed guarantee of any city's attractiveness (Topolčanská, 2011). The urban interventions project (UzemnePlany.sk, 2011) should therefore be seen as a campaign for the shared architectural awareness of how existing space can be unlocked and opened. Urban interventions operate as a quest for ever-new possibilities of construction development.

## Chapter 5: Case studies from the city Bratislava, Slovakia

The topic of brownfield sites regeneration under the Slovak conditions has been a relatively new topic. By now we have had relatively little experience with regeneration of brownfield sites in our country, however, the quantity of them, the economic situation in the country and the (lucrative) position of brownfield sites within the towns obliges us to be increasingly interested in the issues of how to transform and bring them back to life. It is not a simple task, given the fact that former industrial buildings and other underused areas are frequently perceived as underestimated and investors as well as municipalities often do not consider their importance and value of their cultural heritage. The general attitude is rather to "erase" brownfields, eliminate any traces of the past and reshape the land for "empty site" and start to build from on the greenfield site. In Slovakia, majority of the unused brownfields are considered only as a great potential for the future and they still wait for their chance, but some of them have already been successfully rebuild and some are currently undergoing important changes towards the new future. Examples introduced are from the city capital of Slovakia, Bratislava, where many brownfield sites have been already demolished, focusing on three examples of successful conversions through various approaches at different stages.

### Design Factory (Bottovaulica)

Design factory is one of the few examples how old industrial places can be transformed into cultural place. The building is situated in the area of a former industrial zone in Bratislava where a Kablo factory of a 15 000m<sup>2</sup> size was situated (Wikipedia, 2011). Originally this site was suggested for a transformation into a multifunctional complex Twin City, the plans have changed several times, by now no investment except demolition has been made. In the area were relocated some valuable objects possessing the potential to be listed as technical monuments and at the same time to be protected from dereliction or further

demolition. Inflexibility of authorities led to the decision to demolish the former valuable industrial buildings with the excuse of a bad technical state of art and threat to the population (Mistrík, 2011).

Nowadays the former industrial building where the Design Factory is situated serves as an exhibition space, gallery, cafe and ateliers for 3 architects who were behind this conversion. After its opening in 2005 design factory won several awards for design and architecture. Atmosphere of the place aims to be the intermediary between business sector and cultural happening, an example where history meets creativity and culture. Design factory is only a small "island" of creative industries in the area possessing a significant potential to become the creative centre of Bratislava (designfactory, 2005-2012). The site has got a good location close the city centre, neighbouring with the site where the Slovak National Theatre is located, called Eurovea.

### Cvernovka

Cvernovka is an example how the former industrial site, where knits were produced, can be transformed into a centre of culture based on a temporary way. At the beginning of the 20<sup>th</sup> century the factory had already eight buildings. In 1948 the factory was a part of socialization process while in the 1960's the production has reached its maximum with up to 2,500 employees. Goods, mostly sewing and knits were exported all over the world. Due to the economic reasons in 2004 the factory was closed, industrial buildings remained (Mistrík, 2011). Nowadays these buildings are used for cultural purposes. In the entire area of Cvernovka about 300 companies, including paintball arena, bookstore, alternative workshops and Gallery of Cvernovka, have found its place here. Nevertheless, Cvernovka is very well known for the location of creative ateliers of painters, architects, interior designers, photographers, fashion designers, graphic and industrial designers, including lofts.

The second building is located on the block of the streets Trnavská, Záhradnícka, Miletičova and Jégého. The architecture of the building is very valuable and atypical for an old industrial architecture. Nowadays the area is used for cultural purposes. After PKO (Park of Culture and Leisure) was closed it became a popular space for cultural events, concerts and exhibitions.

### Eurovea

Eurovea is the name of a new international trading centre in Pribinova Street on the left bank of the Danube River, between the Apollo bridge and the Old bridge in Bratislava, in the vicinity of the new

Slovak National Theatre building and office building Tower 115. Thanks to its location in the city centre it connects the river embankment with the old town and extends the offered open public space. The whole area of Eurovea is a former brownfield site. An oil refinery was originally located in this place, which was founded in 1885 and produced gasoline, kerosene, paraffin, candles, mineral jelly and asphalt. In 1944, during World War II the refinery was bombed and 80% of the factory was destroyed and continuously caused contamination of soil. All refinery activities were definitively shut down at this place in 1963 when the plant moved to other location in the outskirts of the city. In July 2006, the execution of the first phase of the project began. Eurovea (phase I) was opened in spring 2010 and in an area of 230,000 square meters it offers 60,000 m<sup>2</sup> of shopping spaces, leisure facilities and entertainment as well as other area over 60,000 m<sup>2</sup> of office spaces, hotel facilities and apartments (wikipedia, 2011). The completion was possible thanks to foreign capital of the Irish developer who cooperated also with Slovak architects on the final design. It is considered to be a successful urban extension of Bratislava's (relatively small) historic city centre.

An important part of the project, in terms of the brownfield regeneration, is the Warehouse No. 7 object. The reinforced concrete structure was built in the 1920s in a functionalist style, as a reminiscent of the classical style. The industrial nature is enhanced by the railway track leading directly to the object, still preserved, which originally connected the entire

embankment of the Danube from the refinery to the contemporary port. The building was completely renovated and nowadays it houses an exhibition related to the Eurovea. The role of the Warehouse No. 7 should increase its importance in the near future, when the transformation to the city auditorium, as an alternative to the former PKO (Bratislava's Culture and Relaxation Park), will be finished.

## Chapter 6: Conclusion

This contribution shows how the underused areas and spaces, situated mainly in the city centres, can be successfully converted and repeatedly used. These conversions of former brownfields are influenced by several conditions one of which is gentrification as sociological changes in urban space. The process of gentrification is often used together with the approach of a temporary use of the site through interventions, actions, acts or events. Three on-going projects from Bratislava were described as an example of a successful creative interventions in the urban space showing the capability to transform the former brownfield sites into successful projects in the Central Europe.

This contribution is the result of the project implementation: SPECTRA+ No. 26240120002 "Centre of Excellence for the Development of Settlement Infrastructure of Knowledge Economy" supported by the Research & Development Operational Programme funded by the ERDF.

## Bibliography

- Bribast. (2010): *Brownfields Handbook*. Ostrava : VŠB-Technical University of Ostrava.
- Designfactory. (2005-2012): [cit.: 012-05-04]. Dostupné na internete: <http://www.designfactory.sk/>.
- ed., Senatsverwaltung für Stadtentwicklung. 2007. *Urban pioneers*. Berlin : jovis Verlag, 2007.
- Florida, R. (2005): *Cities and the Creative Class. Cities and the Creative Class*. New York : Routledge.
- Hartley, J. (2005): *Creative Industries*. Oxford : Blackwell Publishing.
- Howkins, J. (2005): *Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy: Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy*. s.l. : internet, 22 to 22. june 2005.
- Jason Hackworth and Neil Smith. (2001): The changing state of gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*. Zv. 22.
- Kahn, A. (2011): *Process-Project*. [aut. knihy] Oliver Sadovský ed. Matúš Vallo. *Urban interventions / Mestské zásahy*. Bratislava : SLOVART.
- Landry, Ch. (2008): *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovation . The Creative City: A Toolkit for Urban Innovation*. London : Eartscan.
- Lees, L., Slater, T., and Wyly E. (2008): *Gentrification*. New York : Routledge.
- Mistrík, Ľ. (2011): Pozrite sa ako ma vyzerat nova cvernovka. *Trend*: 18. [cit.: 012-05-04]. Dostupné na internete: <<http://reality.etrend.sk/komercne-nehnutelnosti/pozrite-sa-ako-ma-vyzerat-nova-cvernovka.html>>.
- Mistrík, Ľ. (2011). Pozrite sa ako ma vyzerat twin city *Trend*: 13. [cit.: 012-05-04]. Dostupné na internete: <<http://reality.etrend.sk/komercne->



- nehnutelnosti/pozrite-sa-ako-ma-vyzerat-twin-city.html>.
- Smith, N. (1996): *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. London : Routledge, 1996.
- Tay, J. (2005): Creative cities. [aut. knihy] John Hartley ed. *Creative industries*. Oxford : Blackwell Publishing, 2005.
- Topolčanská, M. (2011): Stop wasting urban space. [aut. knihy] Oliver Sadovský ed. Matúš Vallo. *Urban interventions / Mestské zásahy*. Bratislava : Vydavateľstvo SLOVART, 2011.
- UzemnePlany.sk. (2011): *Mestské zásahy Košice 2011*. Košice : DIVE BUKI, 2011. ISBN 978-80-970848-0-6.
- Vallo Sadovsky Architects. (2008-2012): <http://www.vallosadovsky.sk/>. [Online] 2008-2012. [Dátum: 5. 4 2012.]
- Vallo, M. (2011): Unsolicited architecture. [aut. knihy] Oliver Sadovský ed. Matúš Vallo. *Urban interventions / Mestské zásahy*. Bratislava : Vydavateľstvo SLOVART, 2011.
- Ward, D. (2002): Forget Paris and London, Newcastle Is a Creative City to Match Kabul and Tijuana. *Guardian*.
- Weisberg, R. (1993): *Creativity: Beyond the Myth of Genius (Series of Books in Psychology)*. s.l. : W.H. Freeman & Company, 1993. 9780716723677.
- Wikipedia. (2012): *Gentrification* . [cit.: 012-13-04]. Dostupné na internete: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Gentrification>>.
- Wikipedia.(2011): *Eurovea*. [cit.: 012-05-04]. Dostupné na internete: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Eurovea>>.
- Wikipedia. (2011): *Kablo*. [cit.: 012-13-04]. Dostupné na internete: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Kablo>>.
- Zlatá, D. (2011): *Autonómna zóna*. [cit.: 012-05-04]. Dostupné na internete: <<http://www.jetotak.sk/autonomna-zona/kreativne-mesto-a-kreativne-klastre>>.

## Kontakt

Ing.arch. Zuzana Ladzianska  
 Oddelenie priestorového plánovania  
 Ústavmanažmentu  
 Slovenská technická univerzita  
 Vazovova 5, 812 43 Bratislava  
 Telefón: 0918 669 144  
 E-mail: zuzana.ladzianska@stuba.sk

## PRACOVNÝ TRH EÚ - JEHO VPLYV NA PRACOVNÝ TRH SLOVENSKA

### *EU labor market – its impact on labor market of Slovakia*

Ján LUKÁČIK

---

#### **Abstrakt**

*Kategória európsky trh práce sa používa na opísanie demografického profilu pracovnej sily, taktiež systému regulácie trhu práce na úrovni Európskej únie so zameraním hlavne na voľný pohyb pracovníkov a iné formy regulácie, ktoré ovplyvňujú trh práce. Trh práce je zároveň zrkadlom stavu každej ekonomiky. V súčasnosti je európsky trh práce ovplyvnený globálnou hospodárskou krízou, čo má dopad i na slovenský pracovný trh. Globálna hospodárka kríza ovplyvnila vývoj zamestnanosti a migráciu pracovných síl na celom európskom trhu práce. Koncept kreatívnej triedy vzbudil celosvetovú pozornosť, kde kreativita je vnímaná ako základný zdroj socio-ekonomického rozvoja.*

#### **Kľúčové slová**

*Trh práce- je miesto, kde sa stretáva dopyt a ponuka po pracovnej sile.*

*Európsky trh práce - opísanie demografického profilu pracovnej sily a systému regulácie trhu práce na úrovni Európskej únie so zameraním hlavne na voľný pohyb pracovníkov a iné formy regulácie, ktoré ovplyvňujú trh práce.*

*Nezamestnanosť – stav, kedy sa nachádza časť pracovných síl mimo pracovný proces. Predstavuje vážny makroekonomický problém. Meria sa mierou nezamestnanosti.*

*Kreatívny priemysel- viacvrstvový hospodársky segment, ktorý zahŕňa kultúrny priemysel už viac menej identifikovaný cez výtvarné umenie, herecké umenie, hudobné umenie, kultúrne dedičstvo a televízne a rozhlasové vysielanie, kinematografiu, počítačové a konzolové hry, knižné vydavateľstvo vrátane reklamy, dizajnu a architektúry s prepojením na pridružené oblasti, ako napr. výroba mobilných telefónov.*

*Kreatívna ekonomika- spolupráca ľudskej tvorivosti, mobility, technologickej vyspelosti a záujmu človeka o humanizáciu spoločnosti, ktorá vytvára podmienky pre rastúcu schopnosť prijímať produkty, ktoré sú výsledkom tvorivej činnosti.*

---

#### **Abstract**

*The category European labor market is used to describe the labor's demographical profile, accordingly the system of the regulation at the EU level focusing on the free movement of workers and other regulation forms affecting the labor market. The labor market also mirrors the state of each economy. At present, the European labor market is influenced by the global economic crisis, which also has an impact on the Slovak labor market. The global economic crisis influenced the employment's development and the labor migration across the whole European labor market. The Creative class concept received the worldwide attention, where the creativity is seen as the basic source of the soc.-ec. development.*

#### **Key words**

*The Labor market – a place to meet the demand and the supply for labor.*

*The European labor market – the description of the labor's demographical profile and the system of the regulation at the EU level focusing on the free movement of workers and other regulation forms affecting the labor market.*

*An Unemployment – the position when the part of workers is outside of the labor. It means the serious macroeconomic problem. It is measured by the rate of the unemployment.*

*The Creative industry – a multi-layered economic segment including cultural industries identified by the visual, performing, musical arts, the cultural heritage, the TV and the radio broadcasting, the cinematography, PC games, the book publishing including the advertisement, the design and the architecture with a link to for example the production of mobile phones.*

*The Creative economy – the cooperation of the human creativity, the mobility, the technological sophistication and the interested person for the society's humanization making conditions for the increasing ability to receive products which are the result of the creative activities.*

**JEL Classification:** F 14, O 15, O 15

---

## 1 Úvod

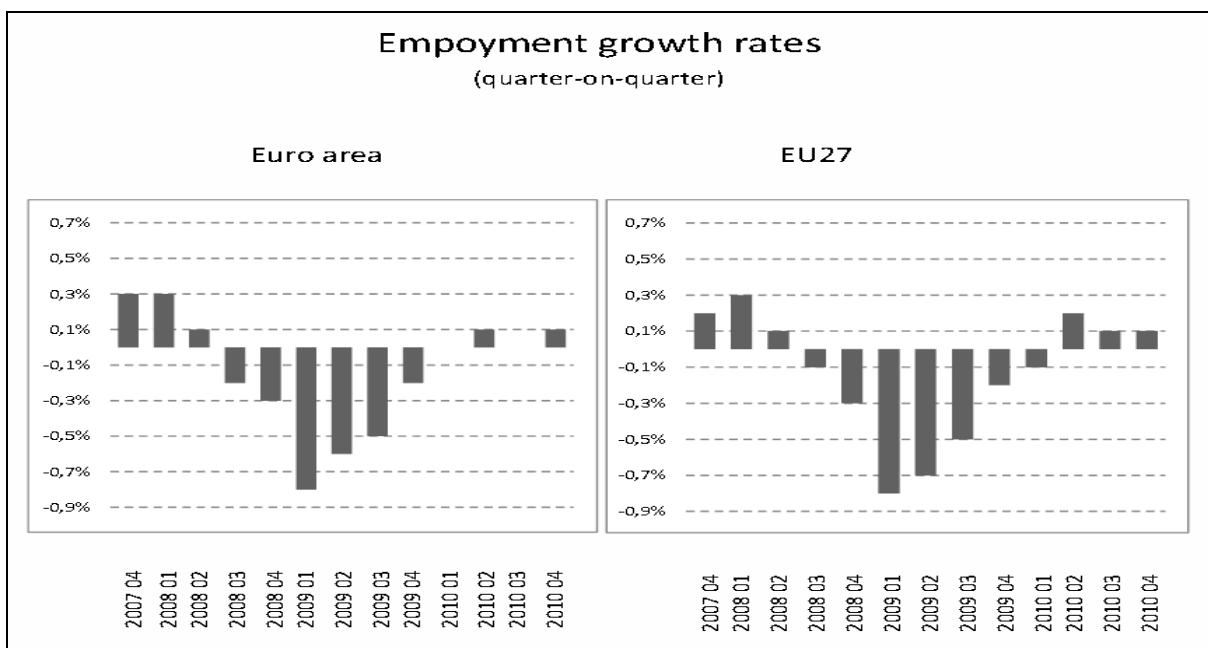
Slovenská ekonomika citlivo reaguje na vnútorné napätie trhu práce. Miera zamestnanosti i miera nezamestnanosti majú negatívny vplyv na rast ekonomiky i napätie v sociálnych otázkach spoločnosti. Opatrenie prijaté vládou garnitúrou sú doposiaľ nedostatočné. Evidovaná miera nezamestnanosti v mesiaci február 2012 dosiahla hrozivých 13,69%, čo je takmer 400 tisíc nezamestnaných. Pri celkovom počte obyvateľov Slovenska (5 397 000) je to číslo alarmujúce.

## 2 Európsky pracovný trh

Medzi globálne trendy zamestnanosti v roku 2012 by malo patriť oživovanie pracovných miest s poukazovaním na rozdiely medzi jednotlivými regiónmi a snaha o zvyšovanie miery zamestnanosti v spojení s rastom HDP, spotrebou, investíciami a medzinárodným obchodom, čo by malo postupne viesť aj k ukončeniu pretrvávajúcej krízy. Naproti tomu európsky pracovný trh je stále ovplyvnený hospodárskou krízou a na jej odstránenie bude potrebovať ešte nejaký čas. Kým v priebehu roka 2011 americká nezamestnanosť klesala, tá európska rástla. Štatistika zamestnanosti poukazuje na rozdiely podľa pohlavia, veku, dosiahnutej úrovne vzdelania a tým

určuje rozdiely medzi štátmi Európskej únie a regiónmi v rámci týchto štátov. Rast zamestnanosti je spojený s ekonomickým rastom, hlavne s rastom pridanej hodnoty, ktorá je základom HDP. Avšak ekonomický rast nestačí na zlepšenie situácie na trhu práce. Existujú tu väzby medzi rastom reálnych miezd, spotreby a investíciami. Taktiež jednotlivé krajiny by sa mali zamerať nielen na znižovanie deficitov, ale aj na riešenie problémov vytvárania nových pracovných miest pre nezamestnaných a pre ľudí, ktorí len vstupujú na trh práce. Kým zamestnanosť v eurozóne v poslednom štvrtroku 2010 medzikvartálne stúpila, ešte v treťom štvrtroku 2010 stagnovala. Z medzročného pohľadu vyplýva, že v eurozóne, aj v celom bloku zamestnanosť koncom roka 2010 v porovnaní s rokom 2009 posilnila. Najväčší pokles bol zaznamenaný v konštrukčnom a výrobnom sektore. Naopak, rast zamestnanosti bol zaznamenaný v poľnohospodárstve, finančných službách, verejnej správe, zdravotníctve a vzdelávaní, rovnako ako v obchode, doprave a komunikačných službách. Celková zamestnanosť však v roku 2010 klesla, ako v eurozóne, tak v celej Európskej únii. Podľa odhadov štatistického úradu v roku 2010 v Európskej únii pracovalo 221,7 milióna mužov a žien, z toho 144,8 milióna v krajinách eurozóny.

Tab.1 Porovnanie rastu miery zamestnanosti



Zdroj: Eurostat

Jedným z ďalších projektov, ktoré boli spustené v rámci európskeho pracovného trhu je jeho

monitorovanie, ktoré bolo spustené Európskou komisiou s cieľom zhromaždiť dostupné informácie

o voľných pracovných miestach a o dopyte po pracovných miestach, čo by malo napomôcť a podporiť mobilitu pracovných síl. Keďže pracovné sily budú mať lepšie informácie o dostupných pracovných miestach, môžu sa lepšie rozhodovať. Štatistické úrady, vrátane ŠÚ SR poskytujú takéto informácie o vývoji len z minulosti. Monitorovanie európskeho pracovného trhu sa uskutočňuje prostredníctvom národných štatistických úradov, verejných služieb zamestnanosti, ďalej prostredníctvom výskumných ústavov a pracovných agentúr. *Európsky monitor voľných miest* (European Vacancy monitor/ EVM) je zameraný na tvorcov politik v oblasti zamestnanosti a vzdelávania.<sup>2</sup> *Európsky bulletin pre pracovnú mobilitu* (European Job Mobility Bulletin/EJMB) určený pre Eures poradcov a uchádzačov; poskytuje informácie o vývoji a zmenách na národných trhoch práce. Európsky monitor voľných pracovných miest je publikovaný štvrtročne Generálnym riaditeľstvom pre zamestnanosť, sociálne záležitosti a začlenenie. Prvá publikácia vyšla v novembri 2010 a veľa údajov bolo použitých z Eurostatu. Zamestnanosť v 1.štvrtroku 2009 z celkového počtu 214 mil. klesla v 1. štvrtroku 2010 na 211mil. Zároveň v tomto období si našlo zamestnanie vyše 40 mil. ľudí. Medzi krajiny, v ktorých najviac ľudí získalo zamestnanie patrili: Nemecko, Francúzsko, Španielsko, Veľká Británia, Taliansko, Švédsko a Poľsko.<sup>3</sup> Podľa najnovšieho čísla vydaného v roku 2011 medzi najžiadanejšie pracovné pozície patria:

Odborníci pôsobiaci v oblasti financií a predaja: 11800 voľných pracovných miest v Nemecku, 2800 v Belgicku, 2800 vo Francúzsku

Predavači v obchodoch a predavači výrobkov: 6200 voľných pracovných miest v Nemecku, 1800 v Rakúsku, 1300 vo Francúzsku

Pracovníci pôsobiaci v oblasti starostlivosti o soby a v súvisiacich profesiách: 21600 voľných pracovných miest vo Veľkej Británii, 12500 v Nemecku, 1200 vo Francúzsku

Predavači za pultom a na trhu: 20000 voľných pracovných miest vo Veľkej Británii, 4000 v Belgicku, 800 v Nemecku

Odborníci pôsobiaci v oblasti moderného zdravotníctva: 7600 voľných pracovných miest v Nemecku, 2900 v Belgicku a 500 vo Francúzsku<sup>4</sup>

Medzi najžiadanejšie pracovné pozície na Slovensku podľa Európskeho bulletinu pre pracovnú mobilitu patria na základe údajov Euresu:

Upratovacie a reštauračné služby

Kováčske, ručné práce a k tomu súvisiace profesie

Vodiči motorových vozidiel

Odborníci pôsobiaci v oblasti financií a predaja

Odborníci pôsobiaci v oblasti fyzikálneho inžinierstva a vedy a techniky

## 2.1 Slovenský pracovný trh

Slovenský pracovný trh je závislý od zahraničného obchodu. Zahraničný obchod je taktiež poznačený hospodárskou krízou čo sa prenieslo či už priamo alebo nepriamo aj do politiky trhu práce.

Vplyvom hospodárskej krízy, ktorá sa dotkla celého európskeho pracovného trhu, sa premietla na slovenský pracovný trh vo zvýšenom počte uchádzačov o zamestnanie v dôsledku hromadného prepúšťania, skracovania pracovného času, ukončovaním pracovných pomerov na dobu určitú, prepúšťaním z organizačných dôvodov, ale i návratom ľudí z krajín Európskej únie. Kým po vstupe do Európskej únie v roku 2004 čelili viaceré krajiny prílevu pracovných síl z novoprijatých krajín, Slovensko patrilo ku krajinám, ktoré sa museli vysporiadať s ich odlevom, avšak vypuknutím krízy v roku 2008 sa začali ľudia zo zahraničia vracieť domov. Celkový priemer počet ľudí zamestnaných v zahraničí klesol o takmer 23%. Najväčší úbytok bol zaznamenaný v Českej republike a vo Veľkej Británii. Odlev zamestnancov do zahraničia mal taktiež negatívny dopad na slovenský pracovný trh, bolo potrebné prijať opatrenia v rámci pracovného trhu na návrat pracovných síl domov. Migrácia pracovníkov sa prejavila v nedostatku kvalifikovaných pracovných síl v niektorých profesiách. Slovensko každoročne opúšťa cca 7000 absolventov vysokých škôl- odlev tzv. mozgov. Negatívnym dôsledkom migrácie mladých ľudí je odklad sobášov a pôrodov do vyššieho veku, čo ovplyvňuje aj demografický vývoj. Otvorenie pracovných trhov v rámci krajín Európskej únie prinieslo mnoho výhod v rámci uplatnenia a získania nových skúseností, ale zároveň znamená aj odlev kvalifikovaných síl. Preto je potrebné tejto problematike venovať viac pozornosti. Sprístupnenie pracovného trhu Rakúska a Nemecka od 1. Mája 2011 pre členské štáty, ktoré vstúpili do Európskej únie v roku 2004 je príležitosťou pre slovenských občanov. Slovensko sa zaradi medzi krajiny „prvej kategórie“. Tieto trhy sa otvoria po sedemročnom najdlhšom možnom období a pre slovenských občanov to znamená, že nebudú viac potrebovať pracovné povolenie pre prácu v týchto krajinách. Je

<sup>2</sup> Vrátane odborného vzdelávania a prípravy.

<sup>3</sup> Európska komisia, [online]dostupné na internete:<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=955&langId=en>

<sup>4</sup> European Job Mobility Bulletin, Issue nr.2/2011, March 2011,[online]dostupné na internete:<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=955&langId=en>

tu predpoklad, že počet ľudí pracujúcich v zahraničí sa jednorázovo zvýši.

Právo na slobodný pohyb pracovných síl patrí ku základným pilierom Európskej únie. Európska únia sa snaží vytvoriť jednu z najkonkurencieschopnejších ekonomík s vysokou mobilitou pracovných síl. Voľný pohyb pracovných síl napomáha zvyšovať ekonomickú silu členských krajín Európskej únie a to znižovaním nezamestnanosti a zabezpečovaním dostatku pracovnej sily v iných krajinách.

### 3 Stratégia Európa 2020

V roku 2010 bola predstavená stratégia Európa 2020. Európska únia si stanovila päť ambiciózných cieľov, ktoré sa týkajú zamestnanosti, inovácií, vzdelania a sociálneho začlenenia a oblasť klímy a energetiky, ktoré by sa mali splniť do roku 2020. Každý členský štát prijal vlastné vnútroštátne ciele v každej z týchto oblastí, ktoré podporia naplnenie stratégie. „*Cieľom stratégie Európa 2020 je vymaniť sa z krízy a pripraviť hospodárstvo EÚ na nasledujúce desaťročie. V tejto stratégii Komisia určuje tri kľúčové faktory rastu, ktoré je potrebné implementovať prostredníctvom konkrétnych opatrení na úrovni EÚ i na vnútroštátnej úrovni: inteligentný rast (podpora vedomostí, inovácie, vzdelávania a digitálnej spoločnosti), udržateľný rast (zefektívňovanie našej produkcie, pokiaľ ide o zdroje, pri súčasnom zvyšovaní konkurencieschopnosti) a inkluzívny rast (zvyšovanie účasti na trhu práce, získavanie zručností a boj proti chudobe). Je potrebné, aby sa zodpovednosť za rast a pracovné miesta v tomto boji prevzala na najvyššej politickej úrovni a aby sa zmobilizovali všetci aktéri v celej Európe. Stanovených bolo päť cieľov, ktoré vymedzujú, kde by sa EÚ mala nachádzať do roku 2020, pričom na základe týchto cieľov bude možné sledovať tempo napredovania.*“<sup>5</sup>

Päť cieľov pre Európsku úniu do roku 2020:

Zamestnanosť -zvýšiť mieru zamestnanosti obyvateľov vo veku 20 až 64 rokov na 75 %, okrem toho aj zvýšenie mieru účasti mladých ľudí, starších pracovníkov a pracovníkov s nízkou kvalifikáciou

Výskum, vývoj a inovácie -zvýšiť úroveň investícií do výskumu a vývoja/inovácií na 3 % HDP EÚ (zo súkromných aj verejných zdrojov)

Zmeny klímy a energia -znížiť emisie skleníkových plynov o 20 % (alebo o 30% za priaznivých podmienok) oproti úrovniam z roku 1990 ,získať 20 % energie z obnoviteľných zdrojov

,dosiahnuť 20 % nárast efektívnosti vo využívaní energie

Vzdelávanie- znížiť predčasného ukončenia školskej dochádzky pod 10% a zvýšenie počtu obyvateľov vo veku 30-64 rokov s ukončením na minimálne 40 %

Chudoba a sociálne vylúčenie -zníženie počtu osôb, ktorým hrozí chudoba a sociálne vylúčenie aspoň o 20 mil.<sup>6</sup>

Všetky ciele spolu súvisia a navzájom sa prepájajú. Slovensko na základe návrhu ku stratégii Európa 2020 navrhlo hodnoty cieľových ukazovateľov:

Zamestnanosť- zvýšiť mieru zamestnanosti obyvateľov vo veku od 20 do 64 rokov na 71až73 %, ,

Výskum a vývoj/inovácie- dosiahnuť úroveň výdavkov na výskum a vývoj v hodnote 1,8 % z hodnoty HDP,

Zmeny klímy a energia- znížiť celkové emisie skleníkových plynov v porovnaní s rokom 1990 o 20%, získať podiel energie z obnoviteľných zdrojov na konečnej spotrebe energie, dosiahnuť 11 % nárast efektívnosti vo využívaní energie v porovnaní s rokom 2001 – 2005.

Vzdelávanie- dosiahnuť mieru predčasného ukončenia školskej dochádzky pod úroveň6 %, podiel počtu vo veku 30 - 34 rokov s ukončeným vysokoškolským vzdelaním na minimálne 30 %, ,

Chudoba a sociálne vylúčenie- na úrovni EÚ sa preferuje ako jednotný ukazovateľ „miera rizika chudoby zakotvená v čase“. Vzhľadom na súčasný stav rokovaní, kedy zástupcovia členských štátov EÚ diskutujú o definovaní jedného cieľa v oblasti sociálneho začleňovania, je zrejme, že tento sa bude monitorovať prostredníctvom viacerých ukazovateľov. V takom prípade si členské štáty zafinancujú cieľ prostredníctvom ukazovateľa, ktorý si vyberú z dohodnutého zoznamu.<sup>7</sup>

Rizikom pre naplnenie cieľov môže byť vývoj ekonomiky Európskej únie, ale aj Slovenska, ktorý bude závisieť hlavne od dopytu po pracovnej sile. Táto stratégia je budovaná už na získaných skúsenostiach z predošlých stratégií, zúročuje jej pozitíva a rieši problémy, ktoré sa vyskytli pri realizácii, zohľadňujú sa tu výzvy, ktoré sa objavili po roku 2000. Mala by priniesť lepšie riadenie, nový typ rastu týkajúci sa predovšetkým celoživotného vzdelávania, stimuláciou výskumu, modernizáciou priemyslu, užšiu ekonomickú spoluprácou.

<sup>5</sup> Europa, portál Európskej únie, *Európa 2020:Komisia navrhuje novú hospodársku stratégiu v Európe*[online] [ci.2011.18.05]dostupné na internete:<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/225&format=HTML&aged=1&language=SK&guiLanguage=en>

<sup>6</sup> Europa, portál Európskej únie,*Ciele EÚ*[online] dostupné na internete:[http://europa.eu/europe2020/targets/eu-targets/index\\_sk.htm](http://europa.eu/europe2020/targets/eu-targets/index_sk.htm)

<sup>7</sup> MF SR, Inštitút finančnej politiky, Návrh pozície SR k národným cieľom stratégie Európa 2020(máj 2010) [online]dostupné na internete:<http://www.finance.gov.sk/Documents/lfp/EU%202020/Posicia%20SR%20k%20cielom%20strategie%20Europa%202020.pdf>

## 4 Kreativita

Keďže v názve našej konferencie je i kategória kreatívny priemysel, dovoľm si niekoľko poznámok k tejto otázke. Je to problematika frekventovaná hlavne v posledných desať rokoch. S konferenciou úzko súvisí. Jej miesto je tiež v hľadaní riešenia otázok zamestnanosti slovenskej i globálnej ekonomiky.

### 4.1 Konceptia kreatívnej spoločnosti

Kreatívna ekonomika štátu je časť ekonomiky tvorená sektormi, zloženými z odvetví, ktoré sú v tom štáte považované za odvetvia produkujúce výrobky alebo služby primárne kultúrneho charakteru, alebo ich pridaná hodnota je založená na odvetví kreativity alebo kultúry alebo sú to výrobky a služby, ktoré do tohto sektora nepatria primárne, no sú s ním silne späté.<sup>8</sup> Neexistuje žiaden celosvetovo uznaný štandard v otázke pojmu kreatívnej ekonomiky a jej charakteristického indexu. Z tohto dôvodu nachádzame rozdiely vo výpočtoch výkonnosti kreatívnych a kultúrnych sektorov ekonomík, ktoré tieto krajiny previedli. Závety všetkých štúdií sa ale zhodujú v nasledovnom: kreatívny a kultúrny sektor ekonomiky rastie rýchlejším tempom ako väčšina ostatných sektorov, kreatívny a kultúrny sektor začína zastávať popredné miesto medzi ostatnými sektormi v oblasti pridanej hodnoty ku HDP krajiny a ekonomického spoločenstva v ktorom krajina pôsobí, je nevyhnutné stanoviť spôsob merania výkonnosti kreatívneho a kultúrneho sektora tak, aby bolo možné čo najobjektívnejšie merať a porovnávať jeho výkonnosť, existuje preukázateľná závislosť medzi rastom životnej úrovne a rastom pridanej hodnoty kreatívneho a kultúrneho sektora.

### 4.2 Koncept kreatívnej spoločnosti

V uplynulom desaťročí v roku 2002 Richard Florida, pôsobiaci na Univerzite v Toronte vytvoril a publikoval nový rámec pre meranie kreatívnej ekonomiky vo svojom diele *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, kde vychádza z predpokladu kreativity ako hybnej sily budúceho ekonomického rozvoja vyspelých krajín v oblasti služieb, zamestnanosti, rastu ekonomiky a konkurencieschopnosti miest a regiónov a začína sa prejavovať dominantný vplyv kreatívnej triedy v

spoločnosti. Kreativita začala byť vnímaná ako základný zdroj socio-ekonomického rozvoja. Koncept kreatívnej triedy sa široko rozvinul v pojme *kreatívna ekonomika*, v ktorej sa kreatívna trieda premieta do dvoch sfér. Prvou sú kreatívne odvetvia alebo kreatívne priemysly, druhou je kreatívne mesto.

Index kreativity je novým štatistickým ukazovateľom pre meranie kreativity a determinantou rastu kreativity v regióne. Nie je len ukazovateľom ekonomického výstupu kreativity, ale aj kreatívnymi aktivitami a relatívnou silou determinujúcich faktorov, ktoré prispievajú k rastu kreativity.

Kreatívnu triedu delí Florida do dvoch typov: *kreatívne jadro*, kam patria architekti, programátori, inžinieri, dizajnéri, prírodovedci, umelci, učelia a *kreatívni profesionáli*, ktorými sú finančníci, právnici, manažéri, lekári, obchodníci. Florida vo svojom koncepte vychádza z vplyvu 3T faktorov – *Talentu* (vyjadreného vysoko vzdelanou, talentovanou a zručnou populáciou), *Tolerantnosti* (vyjadrenej populáciou vyznávajúcou otvorenosť voči homosexuálom, bohémom a imigrantom) a *Technológií* (vyjadrených inovatívnosťou a lokalizáciou hi-tech priemyslu), ktoré meria.<sup>9</sup>

Tolerantnosť sa vyznačuje otvorenosťou a vnímanosťou pre všetko nové – za meradlo tolerantnosti určitého regiónu považuje Florida zaobchádzanie s okrajovými skupinami, do ktorých zaraďuje o. i. homosexuálov a umelcov. Pomocou "indexu bohémstva" sa pokúša zistiť, koľko umelcov žije v regióne. Jeho téza znie: Kde vládne tolerantnosť, tam žije veľa umelcov, a kde žije veľa umelcov, tam sú dobré šance na usídlenie ďalších kreatívnych ľudí. Široké spektrum rôznych osobností vedie k veľkej výmene nových nápadov.

Mestá a regióny preto často dostávajú odporúčanie vytvoriť atraktívne prostredie pre príslušníkov triedy kreatívcov, lebo podľa sociológa Richarda Floridy už existuje globálna konkurencia v získavaní kreatívnych ľudí. Tá zohrá – podľa Floridovej tézy v jeho neskorších publikáciách ako napríklad "The Flight of the Creative Class" (Let kreatívnej triedy, 2006) – rozhodujúcu úlohu v hospodárstve 21. storočia.<sup>10</sup>

## 5 Záver

V súčasnej dobe, keď je Európa stále vystavená tlaku krízy a čelí dlhodobým výzvam ako je nárast nezamestnanosti, starnutie populácie, migrácia obyvateľstva, je potrebné venovať pozornosť na

<sup>8</sup> 6MKW WIRTSCHAFTSFORSCHUNG, GmbH, MEDIA, Group. *The economy of culture in Europe*. Study prepared for the European Commission. 2006, no. 1, s. 355. Dostupný z WWW: <<http://www.keanet.eu/>>.

<sup>9</sup> FLORIDA, R. 2003. *The Rise of the Creative Class*. New York : Basic Books, 2003, 434 s. ISBN 978-0465024773

<sup>10</sup> Spracované podľa: <http://bene.com/kancelarsky-nabytok/creative-class-willkommen-in-der-welt-der-neuen-kreativen/>

zmierňovanie tejto situácie. Medzi globálne trendy zamestnanosti v roku 2012 by malo patriť oživovanie pracovných miest s poukázaním na rozdiely medzi jednotlivými regiónmi a snaha o zvyšovanie miery zamestnanosti v spojení s rastom HDP, spotrebou, investíciami a medzinárodným obchodom, čo by malo postupne viesť aj k ukončeniu pretrvávajúcej krízy. Taktiež by sa mala vyvíjať snaha naplniť stanovené ciele v stratégii Európa 2020. Ponuka pracovných miest v rámci celej Európskej únie by mala byť

dostupnejšia vďaka novým projektom spustených Európskou komisiou prostredníctvom monitorovania pracovného trhu. Slovensko v súčasnej dobe výrazne zaostáva za priemerom rastu HDP oproti krajinám EÚ15 a preto by sa mala zamerať na zvyšovanie produktivity práce a riešenie nezamestnanosti by malo patriť medzi najväčšie výzvy pre Slovensko. K zvýšeniu zamestnanosti by mali prispieť aj zmeny v daňovo-odvodovom systéme, zníženie

## Literatúra

Florida, R. (2003): *The Rise of the Creative Class*. New York : Basic Books.

Bratislava. (2010): Trieda creative class – vitajte vo svete nových kreatívnych ľudí. Bratislava: Anna Voltren. [cit.:2010-04-14]. Dostupné na internete: <<http://bene.com/kancelarsky-nabytok/creative-class-willkommen-in-der-welt-der-neuen-kreativen/>>.

Európska komisia. (2012): [cit.:2012-04-14]. Dostupné na internete: <<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=955&langId=en>>.

European Job Mobility Bulletin. (2011): Issue nr.2/2011, [cit.:2012-04-14]. Dostupné na internete: <<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=955&langId=en>>.

Europa. eu. (2011): *Európa 2020: Komisia navrhuje novú hospodársku stratégiu v Európe*. [cit.2011-18-05]. Dostupné na internete: <<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/225&format=HTML&aged=1&language=SK&guiLanguage=en>>.

Europa. eu. (2012): *Ciele EÚ*. [cit.:2012-04-14].

Dostupné na internete:

<[http://europa.eu/europe2020/targets/eu-targets/index\\_sk.htm](http://europa.eu/europe2020/targets/eu-targets/index_sk.htm)>.

MF SR. (2012): *Návrh pozície SR k národným cieľom stratégie Európa 2020*. Bratislava: Inštitút finančnej politiky. [cit.:2012-04-14]. Dostupné na internete: <<http://www.finance.gov.sk/Documents/lfp/EU%202020/Pozicia%20SR%20k%20cielom%20strategie%20Europa%202020.pdf>>.

## Kontakt

doc. Ing. Ján Lukáčik, CSc.  
Katedra hospodárskej politiky  
Národohospodárska fakulta  
Ekonomická univerzita v Bratislave  
Dolnozemska cesta č.1  
852 19 Bratislava, Slovenská republika  
Telefón: 0910 108 103

## SUMMARY

**EU labor market – its impact on labor market of Slovakia**

At present times European labor markets are too rigid. Thus one of the EU challenges and its strategy of economic, social and environmental reform is strategy Europe 2020, within of which the EU goal is to work out the rules for labor market to make it more flexible as well as to save the good social security standard level. In this area the EU leaders are focused on Scandinavian models of social security and labor market (for example the Danish model „flexikurity“) that appears to be one of the most effective ones. A question emerges, if this Scandinavian model is applicable to all EU countries and how to join the flexibility with social security. „Those models deny casual ideas of existing the discrepancy between work positions creation and social cohesion. “<sup>11</sup> There is lifted up a choice of Scandinavian countries to invest into skills and knowledge of labor forces, that invest into as number of labor forces as possible. It advocates an opinion that other EU countries should not take over and copy those systems vigorously but watch them carefully and learn from them. Labor market policy should be presented by effective macroeconomic policy. In this case the Scandinavian policy seems to be the promising case – alongside the high public surplus in increasing phase of economic growth the cyclic demand policy is being used. In this case the „flexikurity“ system supports the move from one labor position to another but does not create new labor positions by itself. „Curiosity of Scandinavian countries especially their small size and homogeneity and established labor ethics have to be taking into account. “<sup>12</sup> The Scandinavian models success lies in a very constructive way of social dialog in those countries. From the ILO results we can see that in EU 15 the Greeks are the ones who are the most scared about work position lost even though the length of stay at one work position is here the longest. Unlike in Denmark, people are the most scared about loosing their jobs even if the length of stay at it is here the longest. „Staying at one work position does not give security but finding a new job does. “<sup>13</sup> They point out the serious differences between the EU and US economies, what explains higher economic growth and lower unemployment level in the USA. In the USA the new work positions emerge when the GDP is beginning to grow. In the EU the new work positions emerge only if the economic growth goes over the 2 % what have not happened in many economies in EU in the past several years.

---

<sup>11</sup> Poradca Európskej konfederácie odborov ETUC Ronald Janssen o severských modeloch trhu práce, článok s názvom „Experti o trhu práce“, dostupné na : <http://www.euroactiv.sk/socialna-politika/clanok/experti-o-trhu-prace-eu>[cit. 7.4.2012]

<sup>12</sup> Hlavný ekonóm v Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD) John Philpott, tamtiež.

<sup>13</sup> Poradca firmy Manpower Göran Hultin, tamtiež.



## KREATÍVNE ODVETVIA AKO SÚČASŤ KONCEPTU KREATÍVNEJ EKONOMIKY A REGIONÁLNY KAPITÁL

### *Creative Industries as a Category of the Concept of Creative Economy and the Regional Capital*

František MURGAŠ

#### Abstrakt

*Kreatívne odvetvia ako súčasť kreatívnej ekonomiky sú v súčasnosti považované za významný segment ekonomiky. V ich skúmaní i aplikácii panuje terminologický chaos. V medzinárodných porovnávaniach krajín z aspektu kreativity sú známe indexy Euro-Creativity Index a novšia séria Global Creativity Index, vychádzajúca z konceptu kreatívnej triedy Richarda Floridu, kvantifikovaného modelom 3T. Jeho koncept bol podrobený ostrej kritike. Creative Economy Report, vydávaný UNCTAD hodnotí krajiny podľa reálneho exportu a importu kreatívnych tovarov a kreatívnych služieb. Poradia v oboch hodnoteniach sa výrazne líšia. Slovensko má jedinou možnosť, a to zaradiť sa k producentom kreatívnych služieb. Koncept kreatívnej ekonomiky je iba jedným zo súčasných socio-ekonomických konceptov, potrebná je ich integrácia do regionálneho kapitálu.*

#### Kľúčové slová

*Kreativita, kreatívne odvetvia, kreatívna ekonomika, index kreativity, regionálny kapitál.*

#### Abstract

*At present the creative industries as a part of creative economy are considered an important segment of economy. However in surveying and applying them there is a terminological chaos. In international comparisons of countries from a creativity aspect known are indicators as the Euro-Creativity Index and a newer one – the Global Creativity Index which follows the concept of creative class by Richard Florid that is quantified by the 3T Model. This concept has been scrutinized critically. The Creative Economy Report by UNCTAD evaluates states according to real exports and imports of creative goods and services. Ranks in both cases differ significantly. Slovakia has the only opportunity which is to rank among producers of creative services. The creative economy concept is one of contemporary socio-economic concepts. There is a need for their integration into the regional capital.*

#### Key words

*Creativity, Creative Industries, Creative Economy, Creativity Index, Regional Capital*

**JEL classification:** O 14, O 18

#### Úvod

Termín *kreatívne odvetvia*<sup>14</sup> sa stal v posledných rokoch často používaným, a to v rámci akademického, politického i odborného diskurzu. Výskyt tohto pojmu ako jednej z aplikácií kreatívnej ekonomiky súvisí s konceptom kreatívnej triedy (creative class) Američana Richarda Floridu, pôsobiaceho na University of

Toronto<sup>15</sup>. Kľúčovým prvkom jeho konceptu, formulovaného v práci *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* (Florida, 2002) je kreativita, synonymicky tvorivosť. Florida vychádza z predpokladu kreativity ako hnacej sily rastu ekonomiky a konkurencieschopnosti miest a regiónov, z čoho odvodzuje dominantný vplyv kreatívnej triedy v spoločnosti. Aplikáciami konceptu kreatívnej ekonomiky sa stali predovšetkým kreatívna ekonomika a kreatívne mesto. Problematika kreatívnej triedy a kreatívnej ekonomiky a ich

<sup>14</sup> Termínom kreatívne odvetvia prekladáme anglický výraz *creative industries*. V slovenskej a českej odbornej literatúre sa prekladá aj ako „kreatívny priemysel.“ Preklad zjavne nie je správny, pretože sa doňho zaraďujú nielen priemyselné výrobky, ale aj služby a dokonca aj umenie.

<sup>15</sup> Richard Florida je taktiež zakladateľom „poradenského butiku“ Creative Class Group

aplikácií je najviac skúmaná v anglosaských krajinách, predovšetkým v USA a Veľkej Británii a v najvyspelejších európskych krajinách. Vo Viedni bola založená Agentúra pre rozvoj kreatívneho priemyslu, ktorá podporila 356 projektov sumou 22,4 mil. euro štartového kapitálu, čím v tomto segmente ekonomiky vznikla 1500 nových pracovných miest (Garaj, 2012).

Na Slovensku problematika štúdia kreatívnej spoločnosti a jej aplikácií zaostáva, a to nielen výrazne v porovnaní s krajinami ako USA, Veľká Británia alebo Rakúsko, ale aj v porovnaní s Českom. Napriek tomu možno už hovoriť o prvých krokoch, spočívajúcich v akademickej sfére vo vydávaní časopisu Creative and Knowledge Society bratislavskou Paneurópskou univerzitou, prácach na projekte Košice – európske hlavné mesto kultúry 2013, príprave projektu Bratislava City of Science, umeleckých aktivitách typu Stanica Žilina – Záriečie alebo bratislavská Cvernovka. Problematika kreatívnych odvetví bola zahrnutá do plánovacích dokumentov oboch najväčších slovenských miest - Plánu hospodárskeho a sociálneho rozvoja hlavného mesta Bratislavy na roky 2010 – 2020 i Aktualizácie Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Košice na obdobie 2008 – 2015. Ako uvádza Garaj (2012) Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave s hodnotou 0,3 % má najnižší počet nezamestnaných absolventov spomedzi slovenských vysokých škôl, a to i napriek tomu, že po roku 1989 sa počet študentov umeleckého zamerania zvýšil o sto percent.

Cieľom príspevku je popis „prostredia“ v ktorom kreatívna ekonomika, a teda aj kreatívne odvetvia pôsobia. Premisou je akceptovanie nejednoznačnosti prijímania samotného pojmu kreatívna trieda ktorý získal ideologické rysy (Murgaš, 2011b). Autor konceptu kreatívnej triedy, Richard Florida bol podrobený ostrej kritike vyvracajúcej kľúčové prvky jeho konceptu. Kritikmi pritom nie je spochybňovaná idea významu kreativity. Dôležitou je skutočnosť, že koncept kreatívnej triedy s jej aplikáciami sa rozvíja spolu s konceptmi ľudského kapitálu, informačnej a znalostnej spoločnosti, pričom rastúca pozornosť v akademickej sfére je venovaná štúdiu tacitných znalostí a procesom spillovers znalostí (Murgaš, 2011a). Požadovanú vypovedaciu schopnosť výstupov zo štúdia uvedených procesov možno dosiahnuť iba ich komplexným štúdiom. Vhodným agregovaným výstupom takéhoto komplexného štúdia môže byť regionálny kapitál, chápaný ako súčet sociálneho, kultúrneho, ľudského, ekonomického a politického kapitálu. Regionálny kapitál umožní zaoberať sa na jednej strane štruktúrou klastrov a na druhej strane procesmi, týkajúcimi sa spillovers alebo difúziou znalostí.

## 1. Kreativita, kreatívna ekonomika a kreatívne odvetvia

Kreativita ako kľúčový prvok konceptu kreatívnej triedy je mentálny kognitívny proces. Jej kritériom je originalita. Hartl a Hartlová (2000, s. 631) z psychologického pohľadu kreativitu definujú ako „Schopnosť, pre ktorú sú typické také duševné procesy, ktoré vedú k nápadom, riešeniam, koncepciám, umeleckým formám, teóriám, či výrobkom, ktoré sú jedinečné a nezvyčajné.“ Podľa Žáka (2004, s. 34): „Kreativita je jedna zo základných psychologických potencialít človeka...Psychológia považuje za kreatívne také správanie, uvažovanie, myslenie, ktoré splňuje nasledujúce kritériá: (1) originalita, (2) správnosť, (3) aplikovateľnosť (4) hodnota – prínos.“ V Kloudovej chápaní z ekonomického aspektu „Ľudská kreativita je schopnosť tvoriť, prichádzať s novými nápadmi. Je prejavom ľudskej inteligencie v spojení so znalosťami a kreatívnym myslením. Ľudská kreativita sa môže prejavovať v oblasti vedeckej, ekonomickej či umeleckej“ Kloudová (2010, s.25).

Kreativitou sa prvýkrát zaoberali antickí géniovia Platón a Aristoteles. V renesancii (Leonardo da Vinci, Michelangelo, Shakespeare, Gutenberg a iní) sa kreativita prvýkrát chápe ako výlučná ľudská dispozícia, a nie dar Múz alebo Boha. V 20. stor. sú za najvýznamnejších vedcov, venujúcich sa kreativite považovaní Američania Joy P. Guilford (1897-1988) a Teresa A. Amabile. Guilford je známy svojím CPS modelom (Model kreatívneho riešenia problému). Podľa Amabileovej kreativitu tvoria tri hlavné zložky:

- 1) schopnosti vo vzťah k odboru (Shakespeare alebo Molière sú geniálni dramatici, nie fyzici)
- 2) schopnosti vo vzťahu ku kreativite (tóny stupnice poznajú mnohí, ale iba niektorí, napr. Mozart alebo Verdi dokážu komponovať opery)
- 3) motivácia k riešeniu úloh – vnútorná, ktorá je významnejšia a vonkajšia. Kreatívni ľudia majú silnú potrebu seberealizácie a uznania, ktoré sú na vrchole potrieb pyramídy Abrahama Maslowa (Žák 2004).

Floridova práca Rise of the Creative Class (Florida, 2002) vzbudila celosvetovú pozornosť v akademickej, a neskôr aj v decíznej sfére. Jej podstatou je konštatovanie kľúčového postavenia talentovaných ľudí, obdarených kreativitou v súčasnom sociálnom, ekonomickom a urbánnom rozvoji, pretože tento rozvoj sa opiera o kreativitu ako o svoju hlavnú zložku. Kreatívni ľudia vytvárajú novú, ekonomicky chápanú kreativitu

triedu, ktorá svoje privilegované postavenie odvodzuje od tvorivých schopností jej členov. Kreativnú triedu delí Florida (2002 s.68) do dvoch typov: kreatívne jadro, kam patria architekti, programátori, inžinieri, dizajnéri, prírodovedci, umelci, učители a kreatívni profesionáli, ktorými sú finančníci, právnici, manažéri, lekári, obchodníci. Dôležitým rysom kreatívnej triedy je jej vysoká mobilita. Kreativitu meria Florida indexom kreativity (Creativity Index) 3T s doménami Talent, Technológie, Tolerancia (Murgaš, 2011b).

Floridov koncept kreatívnej triedy bol podrobený ostrej kritike vyvracajúcej kľúčové prvky jeho konceptu. Kritikmi pritom nie je spochybňovaná idea významu kreativity.<sup>16</sup> Hui et al. (2005) vypracovali model Indexu kreativity 5C, vychádzajúci zo štyroch kapitálov: ľudského, sociálneho, štrukturálneho/inštitucionálneho, a kultúrneho a z výstupov kreativity (outcomes of creativity). Výrazná odlišnosť ich prístupu spočíva v zaradení sociálneho kapitálu, ktorý podľa Floridu (2002c) zabraňuje rastu kreatívneho kapitálu (Murgaš, 2011b).

Autorom, ktorý sa zaoberal kreatívnou ekonomikou pred Floridom je John Howkins ktorý v roku 2001 publikoval *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. Prvýkrát v nej použil termín *creative economy* a bol prvý, kto prišiel s myšlienkou kreativity ako motora ekonomického rastu. Jeho chápanie kreatívnych odvetví je založené na duševnom vlastníctve. Do kreatívnych odvetví podľa neho patrí autorské právo, patentové právo, ochranné známky a dizajn. Kreatívna ekonomika predstavuje aplikáciu - pravdepodobnejšie najvýznamnejšiu – konceptu kreatívnej triedy. Britský Creative Industries Mapping Document (2001) pracuje s definíciou: „Kreatívne odvetvia sú tie odvetvia, ktorých základom je individuálna ľudská kreativita, ľudské schopnosti a talent. Zároveň sú kreatívne odvetvia odvetviami s potenciálom tvorby bohatstva a pracovných miest najmä prostredníctvom využitia duševného vlastníctva“ (Cikánek, 2009).

## 2. Terminológia kreatívnych odvetví

V terminológii kreatívnej ekonomiky i kreatívnych odvetví panuje chaos, problémom je aj nejednoznačný obsah tohto pojmu. Taktiež nie je vyriešené zaradenie, resp. nezaradenie vedy. Vo Veľkej Británii a Austrálii bola veda politickým rozhodnutím vyňatá z kreatívnych odvetví. Howkins (2001), ktorého chápanie kreatívnych odvetví vychádza z duševného

vlastníctva a jeho patentovej ochrany s nezaradením vedy do kreatívnych odvetví nesúhlasí.

Britský Department of Culture, Media and Sport (2001) medzi kreatívne odvetvia zaradil: reklamu, architektúru, umenie a starožitníctva, remeslá, dizajn (Murgaš, 2011b). Mapping Document (2001) do kreatívnych odvetví radí reklamu, architektúru, trh s umením a starožitnosťami, počítačové hry a videohry, remeslá, dizajn, módné návrhárstvo, filmovú produkciu a videoprodukciiu, hudobnú produkciu, scénické umenie, nakladateľstvá, produkciu softvéru, rozhlasové a TV vysielanie. V Singapúre do kreatívnych odvetví patrí iba umenie, médiá, dizajn, softvér a služby IT (Cikánek, 2009). Salajová (2011) za kreatívne považuje „odvetvia, ktorých predmetom je obchodovanie s takým tovarom alebo službami, ktoré majú kultúrny, umelecký alebo zábavný obsah“. Autorka do kreatívnych odvetví radí oblasti: kultúru a umenie, oblasť využívajúcu kreatívne činnosti (napr. reklama, dizajn, entertainment) a oblasť umožňujúcu predaj alebo prístup tovarov alebo služieb z predchádzajúcich oblastí spotrebiteľom (napr. výroba hardvéru, elektronické komunikácie, archívniectvo, informačné služby). Žáková a kol. (2011) sa vo svojej analýze kultúrnych a kreatívnych odvetví v Česku zaoberajú hudbou, knihami a tlačou, trhom s umením, filmom, videohrami, rozhlasovým a TV vysielaním, reklamou, dizajnom, scénickým umením, cestovným ruchom a architektúrou.

## 3. Indexy kreativity krajín

V práci *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent* Florida použil indikátory svojho modelu 3T pre zostrojenie Global Creativity Index-u (Florida, 2005). Neskôr toto celosvetové (v roku 2011 bolo hodnotených 82 krajín) hodnotenie začal vydávať Martin Prosperity Institute v rámci University of Toronto, ktorý Florida vedie (Florida 2011).

Z tab. 1 vyplýva niekoľko skutočností. Krajiny na prvých štyroch miestach – škandinávské krajiny a USA si v rokoch 2005 – 2011 udržali rastovú dynamiku a popredné umiestnenia v Global Creativity Indexe (ďalej len GCI) i v Euro-Creativity Indexe (ďalej len ECI). Na ďalšie miesta sa dostali krajiny Austrália, N. Zéland a Kanada, ktoré dosiahli vysoký nárast hodnoty GCI, Nový Zéland temer stopercentný. V druhej desiatke krajín svoje postavenie stratili zásluhou nízkeho rastu hodnoty GCI Švajčiarsko a Nemecko, za prekvapenie možno považovať pozíciu Veľkej Británie, Francúzska a

<sup>16</sup> Podrobnejšie Murgaš (2011a)

Japonska, uzatvárajúceho druhú desiatku krajín. Pozornosť, venovaná kreatívnej ekonomike a kreatívnym odvetviam vo Veľkej Británii akademickou i najvyššou politickou sférou vyvolávala očakávanie, že kráľovstvo dosiahne v GCI oveľa vyššie priečky. Do tabuľky sú pre ilustráciu zaradené ďalšie, hospodársky významné krajiny (Rusko, India, Čína) a krajiny Vyšehradskej štvorky. Z poradia, ktoré krajiny dosiahli v Talente a Technológiách na jednej strane a Tolerancii

na druhej strane vyplýva, že korelácia medzi týmito skupinami je rozdielna. Fínsko na treťom mieste je prvé v Talente i Technológiách ale až devätnáste v Tolerancii. Krajiny na prvých miestach v Tolerancii sú v Talente a Technológiách až v druhej (Kanada, Holandsko) resp. tretej (Írsko, Španielsko) desiatke. Tieto výsledky problematizujú výpovednú hodnotu GCI a ECI.

Tab. 1 *Global Creativity Index v rokoch 2005, 2011 a Euro-Creativity Index, vybrané krajiny*

Por. 2011	Krajina	Poradie v subindexe			Hodnoty		Por. 2005	Por. ECI <sup>17</sup>
		Technol.	Talent	Toleran.	2011	2005		
1.	Švédsko	5	2	7	0,923	0,808	1.	1.
2.	USA	3	8	8	0,902	0,666	4.	2.
3.	Fínsko	1	1	19	0,894	0,684	2.	3.
4.	Dánsko	7	4	14	0,878	0,613	6.	5.
5.	Austrália	15	7	5	0,870	0,528	12.	+
6.	N. Zéland	19	5	4	0,866	0,459	18.	+
7.	Kanada	11	17	1	0,862	0,548	11.	+
8.	Nórsko	12	6	11	0,862	x	x	-
9.	Singapur	10	3	17	0,858	x	x	+
10.	Holandsko	17	11	3	0,854	0,611	8.	4.
13.	V. Británia	18	19	10	0,789	0,517	15.	8.
15.	Francúzsko	14	23	16	0,764	0,462	17.	9.
15.	Nemecko	9	26	18	0,764	0,577	9.	6.
26.	Maďarsko	33	25	34	0,606	x	x	+
29.	<b>Česko</b>	25	31	49	0,553	0,382	21.	+
30.	Japonsko	2	45	61	0,541	0,766	2	+
30.	Rusko	21	13	74	0,541	x	x	+
41.	<b>Slovensko</b>	36	33	55	0,476	x	x	+
41.	Poľsko	37	29	58	0,476	x	x	+
50.	India	42	75	30	0,382	x	x	+
58.	Čína	30	76	-	0,327	x	x	+

Zdroj: Murgaš a Ševčíková (2011)

Poznámky: x – krajina nebola medzi 20 najlepších v roku 2005, - údaj nie je známy. + krajina nebola hodnotená medzi 15 najlepšimi v ECI

UNCTAD<sup>18</sup> vydal Creative Economy Report 2010 v ktorom ku kreatívnej ekonomike pristupuje z inej pozície ako Florida vo svojich prácach. Podiel svetového exportu kreatívnych tovarov za rok 2008 na celkovom svetovom exporte tovarov predstavuje 2,73 %, čo vo finančnom vyjadrení predstavuje hodnotu 592 mld. USD, u kreatívnych služieb je to podiel 4,8 % na svetovom exporte služieb. Hodnota exportu kreatívnych odvetví (creative industries) je tvorená:

(1) funkčnými výtvormi (functional creations) s podielom 76,8 %, z toho napr. dizajnové výrobky (40,9 %), architektúra a súvisiace služby (14,4 %),

(2) médiami s podielom 12,7 %,

(3) umením s podielom 9,4 %,

(4) pamiatkami (heritage) s podielom 7,4 %.

<sup>17</sup> ECI = Euro-Creativity index

<sup>18</sup> UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development, Konferencia OSN o obchode a rozvoji)

V roku 2008 kreatívne tovary mali na exporte podiel 69 %, kreatívne služby 31 %. V porovnaní s rokom 2002, kedy mal export hodnotu 267 mld. USD, podiel kreatívnych tovarov a služieb bol 77 % a 23 %. Export v rokoch 2002 až 2008 prudko vzrástol (o 121 %), a zároveň rastie podiel kreatívnych služieb na úkor

kreatívnych tovarov. Základné rozdelenie exportu kreatívnych tovarov za rok 2008: 56 % rozvinuté krajiny, 43 % rozvíjajúce sa krajiny, 1 % tranzitívne krajiny. U kreatívnych služieb je pomer: 83 % rozvinuté krajiny, 11 % rozvíjajúce sa krajiny, 6 % tranzitívne krajiny.

Tab. 2: Krajiny s najväčším prebytkom a deficitom v zahraničnom obchode s kreatívnymi tovarmi a službami v roku 2008 v mld. USD

Krajina	Prebytok	Krajina	Deficit
Čína	78,7	USA	54,5
Taliansko	15,2	Japonsko	11,5
Nemecko	7,5	V. Británia	10,9
India	7,2	Austrália	6,0
Hongkong	3,8	Kanada	5,5

Zdroj: Murgaš a Ševčíková, upravené podľa UNCTAD (2010)

Z tab. 2 vyplýva, že v pozitívnom salde zahraničného obchodu dominuje Čína pred Talianskom, v zápornom salde dominujú USA pred Japonskom a V. Britániou. Obchodný prebytok teda dosahujú s výnimkou Talianska a Nemecka rozvíjajúce sa krajiny, obchodný deficit rozvinuté krajiny. Aj to je potvrdením už uvedeného trendu o presúvaní ťažiska svetového obchodu s kreatívnymi tovarmi do rozvíjajúcich sa krajín na čele s Čínou a Indiou a s kreatívnymi službami do rozvinutých krajín.

Z tabuliek 1 a 2, prevzatých z Creative Economy Report 2010 (UNCTAD 2010) vyplývajú iné závery, než z Global Creativity Index (Florida, 2005a 2011a), z neho odvodeného Euro-creativity Indexu (Florida a Tinagli, 2004). Florida považuje USA za krajinu s najvyššou úrovňou kreatívnej triedy na svete (v Global Creativity Indexe sú USA na druhom mieste) a navrhuje opatrenia na posilnenie ich postavenia. Napriek tomu, že pôvodne Howkinsov koncept kreatívnej ekonomiky (Howkins 2001) sa stal súčasťou vedeckého, politického i decízneho diskurzu a Creative Economy Report vydávaný opakovane UNCTAD poskytuje objektívne merateľné údaje, Florida ich do aplikácií svojho konceptu kreatívnej triedy nezahrnul, naopak, z jeho konceptu sa postupne stáva ideológia (Murgaš, 2011a).

#### 4. Kreativita, ľudský kapitál, informačná spoločnosť, znalostná spoločnosť, tacitné znalosti, spillovers znalostí a ich integrácia do regionálneho kapitálu

Kreativita s jej aplikáciami vrátane kreatívnych odvetví prirodzene nie je jediným prúdom súčasného vedeckého bádania, snažiaceho sa o explanáciu princípov sociálneho a ekonomického vývoja. Popri skúmaní ľudského kapitálu ďalšími sú koncept informačnej spoločnosti, koncept znalostnej spoločnosti a popri nich je v posledných rokoch značná pozornosť venovaná skúmaniu tacitných znalostí procesom spillovers znalostí.

V prvom decéniu nového storočia sa v súvislosti so znalostnou spoločnosťou začala venovať pozornosť skúmaniu tacitných (implicitných, endogénnych, tichých) znalostí (tacit knowledge), ktoré spolu s explicitnými (exogénnymi, formálnymi) tvoria dve skupiny znalostí. Explicitné znalosti majú hmotnú, formalizovanú podobu, možno ich relatívne jednoducho vyjadriť – povedať, napísať alebo nakresliť. Nosičmi explicitných znalostí sú knihy alebo CD nosiče. Tacitné znalosti sú uložené v ľudskom vedomí, sú teda neverbalizované a spravidla neuvedomované. Ich verbalizovanie je náročné, v komunikácii tacitných znalostí sa prejavujú schopnosti intuície a kreatívnosti. Prejavom tacitných znalostí je činnosť, ktorú si človek neuvedomuje, že ju robí. Najvyššími formami tacitných znalostí sú porozumenie a múdrosť. Takahashi a Vandenbrink (2004) charakterizujú japonský štýl manažmentu znalostí ako orientovaný na tacitné znalosti a meditáciu na rozdiel od západného štýlu, orientovaného na explicitné znalosti a informačné technológie. Tacitné znalosti sa podľa Andrášika (2007) získavajú z explicitných znalostí učením sa (Murgaš, 2011a).

Spillovers (presahy, prelievanie) chápu Frischmann a Lemley (2007) ako benefity, ktoré z

aktivity jedného človeka získavajú bezplatne ostatní. Spillovers sú externým zásobníkom znalostí, podstatným pre ich pôsobenie je ľudský kapitál. Slovenskí autori Ferenčíková a Fifeková (2008), Rehák (2009) výraz *spillovers* neprekladajú. Autant-Bernard (2001) identifikovala geografickú a technologickú dimenziu spillovers znalostí. Geografické aspekty znalostí sa prejavujú v troch sférach: klasifikačnej, procesnej a regionálnej. V klasifikačnej sfére sa možno geografickými aspektmi znalostí zaoberať na všetkých observačných úrovniach počnúc globálnou po úroveň krajín. V procesnej sfére vystupujú do popredia spillovers znalostí, vznik a šírenie sa tacitných znalostí a nová ekonomika. Ferenčíková a Fifeková (2008) rozlišujú vertikálne a horizontálne spillovers efekty. V slovenskej ekonomike vidia autorky potenciál iba v horizontálnych efektoch spillovers, a to prostredníctvom ľudského kapitálu (Murgaš, 2011b).

Z náčrtu analýzy kreatívnej triedy a kreatívnej ekonomiky ako i štatistických dát a produkcii a exporte kreatívnych produktov UNCTAD je zrejmé, že Floridov koncept kreatívnej triedy a Howkinsov koncept kreatívnej ekonomiky a ich aplikácie nie sú schopné byť tým, čo proklamujú: kľúčovým prvkom (driving force) súčasného sociálneho a ekonomického rozvoja. Navyše popri skúmaných konceptoch je pozornosť stále venovaná analýzam informačnej a znalostnej spoločnosti a procesom vzniku a šírenia tacitných znalostí a procesom spillovers znalostí. Perspektívu v tomto kontexte má ich integrácia resp. holistický prístup k nim. Vhodnou cestou je agregovania uvedených procesov do *regionálneho kapitálu*, chápaného ako súčet sociálneho, kultúrneho, kreatívneho, ľudského, ekonomického a politického kapitálu. Regionálny kapitál umožní zaoberať sa na jednej strane štruktúrou klastrov a na druhej strane procesmi, týkajúcimi sa tvorby tacitných znalostí a spillovers alebo difúziou znalostí.

## 5. Záver

Cieľom príspevku bol popis „prostredia“ v ktorom kreatívna trieda, kreatívna ekonomika a jej aplikácia - kreatívne odvetvia - pôsobia. Východiskovým prvkom je akceptovanie nejednoznačnosti prijímania

samotného pojmu kreatívna trieda ktorý získal ideologické rysy (Murgaš, 2011b). Autor konceptu kreatívnej triedy, Richard Florida bol podrobený ostrej kritike vyvracajúcej kľúčové prvky jeho konceptu. Kritikmi pritom nie je spochybňovaná idea významu kreativity.

Načrtnutý je koncept kreatívnej triedy a kreatívnej ekonomiky a jednej z jej aplikácií, ktorými sú kreatívne odvetvia. V ich terminológii panuje chaos, čo má za následok nejednoznačnosť obsahu pojmu *kreatívne odvetvia*. Riešením by mohlo byť akceptovanie definovania kreatívnych odvetví medzinárodne pôsobiacim subjektom, napr. UNCTAD. Štatistické údaje, publikované v ročenke Global Creativity Report tejto agentúry OSN vyvracajú Floridovo hodnotenie krajín z aspektu kreativity, publikované v Global Creativity Index-e a Euro-Creativity Index-e a označujúce USA za jednu z krajín s najvyššou úrovňou kreativity na svete. Podľa údajov UNCTAD (2010) o medzinárodnom obchode s kreatívnymi tovarmi a službami sú USA krajinou s najvyšším deficitom v tomto obchode, päťnásobne vyšším ako Japonsko na druhom mieste. Na prvom mieste vo výške prebytku zahraničného obchodu s kreatívnymi tovarmi a službami je Čína bez Hongkongu s úrovňou päťnásobne vyššou ako Taliansko na druhom mieste. Podľa Floridovho Global Creativity Index-u je pritom Čína na 58. mieste.

Riešenie nedostatočnej validity dát o kreatívnej triede a kreatívnej ekonomike, a tým aj kreatívnych odvetviach spočíva v odmietnutí ich štúdia „samých o sebe“. Koncept kreatívnej triedy s jej aplikáciami sa rozvíja spolu s konceptmi ľudského kapitálu, informačnej a znalostnej spoločnosti, pričom rastúca pozornosť v akademickej sfére je venovaná štúdiu tacitných znalostí a procesom spillovers znalostí. Požadovanú validitu možno získať agregovania uvedených procesov do regionálneho kapitálu, chápaného ako súčet sociálneho, kultúrneho, kreatívneho, ľudského, ekonomického a politického kapitálu. Regionálny kapitál umožní zaoberať sa na jednej strane štruktúrou klastrov a na druhej strane procesmi, týkajúcimi sa tvorby tacitných znalostí a spillovers alebo difúziou znalostí.

## Literatúra

Cikánek, M. (2009): *Kreativní průmysly, příležitost pro novou ekonomiku*. Praha: Institut umění, 79 s., ISBN 978-80-7008-231-7.

Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books. ISBN 0-465-02476-9.

Florida, R. (2005): *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*. New York: HarperCollins. 327p. ISBN 0-06-075690-X.

- Florida, R. (2011): *Global Creativity Index*. Toronto: Martin prosperity Institute, 54p.
- [cit. 2012-11-03]. Dostupné na internete: <<http://martinprosperity.org/media/GCI%20Report%20Sep%202011.pdf>>.
- Garaj, P. (2012): Ako si žije kreatívna trieda. *TREND*, 22, 12-14. ISSN 1335-0684.
- Hartl, P., Hartlová, H. (2000): *Psychologický slovník*. Praha: Portál. 776 s.
- Howkins, J. (2001): *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books. 288 s.
- Hui, D., Chung-Kung N. G, Mok, P. (2005): *A Study on Creativity Index*. Hong Kong: Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government, 100p.[cit. 2012-02-28]. Dostupné na internete: <<http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/Hui.pdf>>.
- Kloudová, J. (2010): Kreativita významným faktorom ekonomického rastu. In Kloudová, J. et al (2010) *Kreativní ekonomika. Vybrané ekonomické, právni, masmediální a informatizační aspekty*. s. 19-26. EUROKÓDEX, 216 s.
- Murgaš, F. (2011a): Znalostná ekonomika, tacitné znalosti, spillovers znalostí a ľudský kapitál. In: Löster, T., Langhamrová, J. (eds.) *RELIK 2011. Reprodukce lidského kapitálu – vzájemné vazby a souvislosti. Sborník příspěvků*. Slaný: MELANDRIUM, CD ROM.
- Murgaš, F. (2011b): Creative Class, Creative Economy, and the Wisdom Society as a Solution to their Controversy. *Creative and Knowledge Society*, roč. 1, č. 2, s. 12-140.
- Murgaš, F., Ševčíková, M. (2011): A Geographical Approach for Measuring the Creative Capital. Case Study: Creative Capital Index of Slovakia. *Creative and Knowledge Society*: 2, s. 37-56.
- Salajová, S. (2011): *Kreatívny priemysel – prehľad*. [cit. 2012-15-03]. Dostupné na internete: <<http://www.slovakia.culturalprofiles.net/?id=13602>>.
- UNCTAD (2010): *Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*. Geneva. [online]. [cit. 2012-16-03]. Dostupné na internete: <[www.unctad.org](http://www.unctad.org)>.
- Žák, P. (2004): *Kreativita a její rozvoj*. Brno: Computer Press, 316 s. ISBN 80-251-0457-5.
- Žáková, E. a kol. (2011): *Kulturní a kreativní průmysly v České republice*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav. 392 s., ISBN 978-80-7008-009-2 [online]. [cit. 2012-21-03]. Dostupné na internete: <<http://www.idu.cz/media/document/kulturni-a-kreativni-prumysly-v-ceske-republice.pdf>>.

#### Kontakt

RNDr. František Murgaš, PhD.  
e-mail: [fmtren@gmail.com](mailto:fmtren@gmail.com)

## SUMMARY

### **Creative Industries as a Category of the Concept of Creative Economy and the Regional Capital**

The goal of the contribution is to describe the „environment“ in which the creative economy, so as the creative industries take place. The premise lies in acceptance of ambiguous taking of the term „creative class“ as such, which acquired ideological traits (Murgaš, 2011b). Florida published the Global Creativity Index (Florida, 2005), UNCTAD published the Creative Economy Report 2010 in which it approaches the creative economy from another position as Florida in his works. From the tables 1 (Florida) and 2 (UNCTAD) follow different results, while UNCTAD follows statistical data.

From a draft of creative class and economy analyses, as well as statistical data, production and export of creative products by UNCTAD it is clear that the Florida's concept of creative class and the Howkins' concept of creative economy and their applications, are not capable to be what they are supposed to proclaim: a key element (driving force) of contemporary social and economic developments. Moreover, apart from surveyed concepts the attention is constant given to analyses of information and knowledge societies, and processes of genesis and diffusion of tacit knowledge and knowledge spillover processes.

One perspective in this context is their integration or rather a holistic approach to them. An appropriate way is an aggregation of given processes into the regional capital understood as a sum of social, cultural, creative, human, economic and political capital. Regional capital enables to engage in, at one hand, structure of clusters, at the other hand, processes related to the creation of creative knowledge and spillovers or knowledge diffusion.



## KREATÍVNE M(I)ESTO

### *Creative space*

Vladimír ONDREJIČKA, Janka BETÁKOVÁ

---

#### **Abstrakt:**

*Kreativita vyjadrená v rôznych formách a prejavoch vytvárala lokalizačné „gravitačné“ sily, ktoré priťahovali ďalších jedincov s vysokou senzibilitou na prvky kreativity. Vznik kreatívneho m(i)esta môže byť človekom vyvolaný a podporovaný, avšak vznik kvality zvanej kreativita v konkrétnom priestore je skôr záležitosťou „evolúcie“ tohto priestoru. Kreatívna trieda je socio-ekonomická trieda skladajúca sa z jedincov, ktorí tvoria základnú hnaciu silu hospodárskeho rozvoja post-industriálnych miest.*

#### **Kľúčové slová**

*kreativita, kreatívna trieda, kreatívna ekonomika, urbánne intervencie, kreatívne miesto.*

---

#### **Abstract**

*Creativity interpreted by many forms and expressions created localization trends, which attracted other personalities with high sensibility to creativity. Establishment of creative space could be provoked and supported by human, but creation of quality named creativity is more effect of natural „evolution“ of the space. Creative class is social-economic class composed by people, which are main power of economic development in post-industrial cities.*

#### **Key words**

*Creativity, creative class, creative economy, urban interventions, creative space.*

---

#### **JEL classification: R 14**

---

### **Úvod**

Ludské zdroje reprezentované jedincami žijúcimi v nimi vybranom priestore, boli od počiatku ľudstva týmto priestorom ovplyvňované a formované. Kreativita vyjadrená v rôznych formách a prejavoch vytvárala lokalizačné „gravitačné“ sily, ktoré priťahovali ďalších jedincov s vysokou senzibilitou na prvky kreativity. Tento trend považujeme za základný aspekt lokalizácie kreatívnych ľudských zdrojov v konkrétnom území, ktoré vytvárajú základný predpoklad rozvoja odvetví citlivých na kreativitu ľudských zdrojov. Tieto procesy prebiehajú prirodzene, a sú reflexiou vzájomnej interakcie priestorových prvkov a ľudských zdrojov reprezentovaných svojimi intervenciami do tohto priestoru. Z dlhodobej perspektívy majú tieto procesy schopnosť pretvárať priestor do úplne novej podoby, funkcie a kvality. Ak by sme chceli „umelo“ vytvoriť kreatívne m(i)esto nie je to možné bez rešpektovania týchto zákonitostí a pravidiel. Vznik kreatívneho

m(i)esta môže byť človekom vyvolaný a podporovaný, avšak vznik kvality zvanej kreativita v konkrétnom priestore je skôr záležitosťou „evolúcie“ tohto priestoru.

V rámci tohto príspevku sa zameriavame na definovanie pojmu kreativita, jeho rôznych podôb a uhl'ov pohľadu. Definovanie kľúčovej sociálnej skupiny, ktorá je hnacím motorom rozvoja na báze kreativity, a na ňu viazaný priemysel a aktivity. Cieľom tohto príspevku je poukázať na potrebu vytvárania „ducha m(i)esta“, ktorý je pre túto skupinu atraktívny.

Metódy využité v tejto práci boli analýza odbornej literatúry, hlavne zo zahraničia, syntéza poznatkov získaných štúdiom literatúry, identifikácia a analýza case studies z domova ako i zahraničia.

## Kreativita a jej podoby

Kreativita sprevádza ľudstvo od svojho vzniku, čo má za následok veľmi široký záber chápania pojmu kreativita. Stretávame sa so stovkami až tisíckami foriem kreativity a mnohými pohľadmi na ňu.

Ako uvádza aj riaditeľka Plzenského workshopu zameraného na oblasť kreativity „Existuje presná definícia kreativity? Definovať kreativitu je ťažké, z pravidla sa pod pojmom kreativita rozumie schopnosť človeka vytvárať nové a pôvodné myšlienky, ktoré ich pôvodca pred tým nepoznal“. (Zlatá, 2011)

Kreativita je spájaná aj s pojmom kreatívny a na ten sa môžeme pozrieť z viacerých uhlov pohľadu. Robert Weisberg sa zaoberá prácou viacerých historických osobností, ktoré boli považované za kreatívne a ten priraduje pojmu Kreatívny podobu novej pridanej hodnoty ako napríklad lietadlo ako kreatívny vynález, alebo pojem Kreatívny priraduje ku jedincovi, ktorý má schopnosť tvoriť veci s novou pridanou hodnotou, akým bol Pablo Picasso, o ktorom tvrdí, že bol kreatívny (Weisberg, 1993). Mnoho autorov však kreativitu nespája len s prvkom novosti, ale ako napríklad Charles Landry schopnosť a ochotu uchopiť už existujúce situácie a prehodnotiť ich podľa nových podmienok s určitou dávkou flexibility (Landry, 2008). Evert Verhagen považuje každého jedinca za kreatívneho, avšak nie každý je schopný svoj talent využiť efektne a efektívne. Preto považuje za veľmi dôležité umožňovať ľuďom, aby svoju

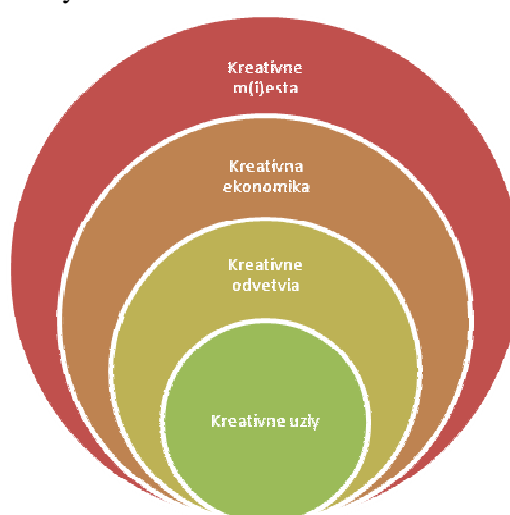
kreativitu objavili a začali používať, aj preto, lebo kreativity nikdy nie je dost, čo kreativitu ako tvorcu produktu odlišuje od tradičnej industriálnej produkcie, ktorá má svoje hranice (Fonsenca Reis, et al., 2009).

Významnou myšlienkovou vetvou napojenou na pojem kreativita je koncept „Creative economy“, ktorý reprezentuje novú kvalitu a pohľad na ekonomické aktivity, ktoré sa vymykajú tradičnému prístupu k ekonomike. Prelomom sú 60-te roky minulého storočia, ktoré znamenali významný posun v náhľade na ekonomiku, vďaka vzniku novej kategórie vstupu do ekonomického systému, a tým sú informácie, a hlavne schopnosť ich spracovávanie a interpretácie v nových režimoch vo forme nápadov a ideí, ktoré ak sa implementujú do hospodárskej praxe sú často nazývané inováciami. Nositeľom tejto schopnosti je zatiaľ len človek, a túto schopnosť môžeme interpretovať i ako prejav jeho kreativity. Preto pojem Nová ekonomika, ktorý reprezentuje ekonomický systém s dominanciou informácie ako kľúčového vstupu a výstupu do produkčného cyklu, môže byť v optike kreativity interpretovaný ako kreatívna ekonomika (Preklad autora z anglického originálu Creative economy.).

### Kreatívna ekonomika a kreatívna trieda

Pre určitú systematizáciu pojmového aparátu pre uchopenie pojmu kreatívna ekonomika použijeme základné rozdelenie kreativity do 4 základných sfér

Obrázok č.1: 4 základné sféry kreativity



Zdroj: vlastné spracovanie podľa (AthentiCity, 2008)

Otcom pojmu kreatívna ekonomika je John Hopkins, ktorý jej základné princípy definoval v knihe *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Podstatnou myšlienkou tohto konceptu je otázka, kde nápady a idey, ktoré tvoria základný vstup ako i výstup kreatívnej ekonomiky vznikajú? Odpoveď

je veľmi jednoduchá, zdrojom je človek a jeho schopnosť tvoriť nové nápady, ako i inovovať a nanovo interpretovať už existujúce. Tieto potom následne chrániť a ďalej rozvíjať za účelom ich zobchodovania na trhu (Howkins, 2005). Ak prijmem túto premisu, môžeme z nej dedukovať

základný prvok, ktorý je pre kreatívnu ekonomiku a priestor jej lokalizácie (kreatívne m(i)esto) kľúčový, a ním sú kreatívne ľudské zdroje, alebo kreatívna trieda (Preklad autora z anglického originálu Creative Class).

Kreatívna trieda je socio-ekonomická trieda skladajúca sa z jedincov, ktorí tvoria základnú hnaciu silu hospodárskeho rozvoja post-industriálnych miest (Florida, 2002). Florida je autorom konceptu, ktorý sa zaoberá hodnotením svetových metropol podľa istého vzorca kreativity, pričom sa autor nazdáva, že práve kreativita, či už kultúrna, občianska, vedecká, technologická, spoločenská predstavuje hybnú silu moderného globálneho hospodárstva, najmä ak uvažujeme o úspechu dlhodobom a konkurencieschopnom (Florida, Richard, 2007).

Hodnotový rámec tejto triedy by sme podľa Floridu mohli charakterizovať nasledovne:

*Individualita:* Ľudia tejto triedy sa neradi podriaďujú organizačným alebo inštitucionálnym nariadeniam a vzdorujú tradičným skupinovo zameraným normám. Preferujú a usilujú sa o tvorbu diel odrážajúcich ich vlastnú individuálnu tvorivosť.

*Meritokracia (vláda elity):* obľubujú ťažkú prácu, výzvy a stimuláciu. Majú sklon k stanovovaniu a dosahovaniu cieľov. Sú ambiciózní, často pod obrovským konkurenčným tlakom a chcú sa posúvať ďalej na základe svojho úsilia a schopností.

*Rozmanitosť a otvorenosť:* majú radi/vyhľadávajú prostredie otvorené odlišnostiam, neštandardnostiam, nakoľko mnohí vyrastali cítiac sa ako outsideri považovaní medzi svojimi rovesníkmi za zvláštnych, iných... Nie je nič neobvyklé, ak majú svojské osobnostné návyky či štýl obliekania. (Podľa Florida, 2008)

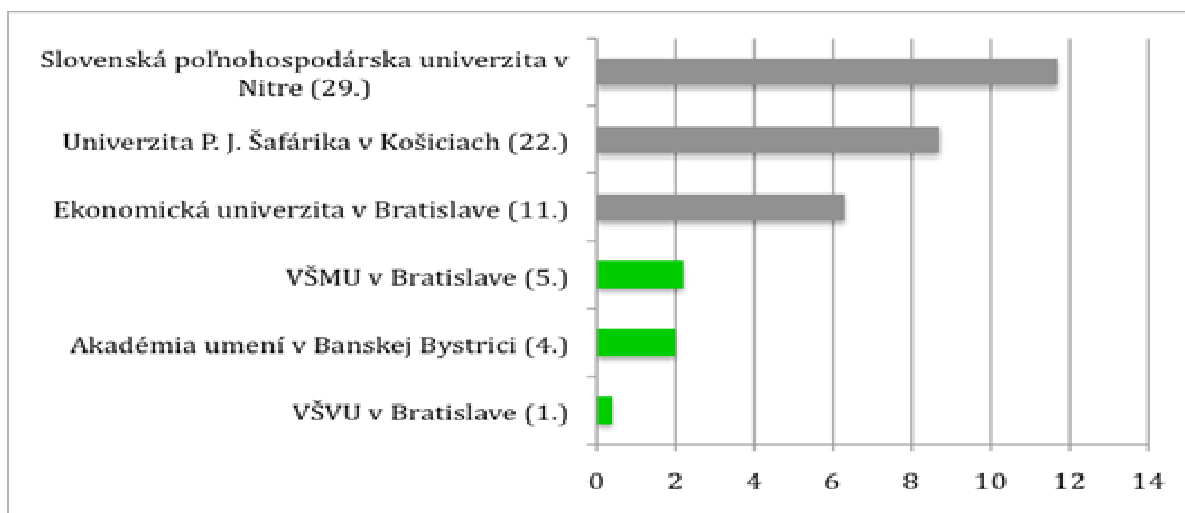
Kreatívnu triedu rozdeľujeme na dve základné skupiny LZ, ktoré tvoria jej kostru. Ide o:

- **Super kreatívne jadro:** tvoria predstavitelia širokej škály povolání, ako napríklad veda a výskum, technika, programovanie, vzdelávanie s podmnožinou predstaviteľov umenia, dizajnu, architektúry a mediálnych pracovníkov.
- **Kreatívni odborníci:** odborníci, zakladajúci si na odborných vedomostiach a znalostiach. Túto skupinu tvoria napríklad zamestnanci zdravotníctva, obchodu a financií, zamestnanci právneho odvetvia, pričom využívajú svoje znalosti a skúsenosti na riešenie konkrétnych problémov. (Florida, 2002)

Fakt, že na slovenských pracovných portáloch je možné nájsť stovky pracovných ponúk na kreatívne a tvorivé pozície, odráža skutočnosť, že dopyt po invenčných ľuďoch naprieč sektormi na Slovensku pretrváva aj napriek krízovému časom. Programátori, dizajnéri, grafici, redaktori, architekti a ďalší – študenti technických, humanitných a umelecky zameraných odborov vysokých škôl sú tí, ktorí v najväčšej miere smerujú do kreatívnych odvetví.

V posledných rokoch stúpol záujem o absolventov týchto odborov a možnosti ich uplatnenia rovnako ako záujem zo strany mladých ľudí o štúdium týchto smerov (od zmeny režimu sa ich počet zdvojnásobil). Údaje z Ministerstva školstva navyše poukazujú na to, že absolventi umelecky zameraných vysokých škôl patria medzi najlepšie uplatňovaných v praxi. (Garaj, 2012)

Graf.č. 1: Miera nezamestnanosti absolventov a poradie v rebríčku VŠ k 30.9.2009:



Zdroj: Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu, 2009

V rozhovore pre EurActiv Florida uvádza, že krajiny Európy, v snahe zaujať a udržať si kreatívnych ľudí, medzi sebou vedú tvrdý konkurenčný boj, v ktorom kľúčovými predpokladmi na úspech je interakcia a vzájomná väzba tzv. „3T“:

- **Talent** – tu rozumieme nadanie, schopnosti ako i nadobudnuté zručnosti populácie v konkrétnom území.
- **Technológia** – technologická infraštruktúra potrebná na podnecovanie podnikateľskej kultúry na báze kreativity.
- **Tolerancia** – otvorenosť a tolerantnosť komunity voči menšinám z akéhokoľvek uhlu pohľadu.

Základným nástrojom na popis a posúdenie miery kreativity a schopnosti m(i)esta pritiahnúť členov kreatívnej triedy je „Index Kreativity“<sup>19</sup>. Index kreativity je kombináciou štyroch faktorov, ktorým je prisudzovaná rovnaká váha:

- **Podiel kreatívnej triedy na pracovnej sile:** vyjadrený buď percentuálne alebo hodnotovo.
  - **High-Tech priemysel:** index Technického poľa.
  - **Inovácie :** počet patentov na obyvateľa.
  - **Rozmanitosť :** Gay Index.
- (Florida, 2002)

Florida vo svojich štúdiách uvádza zopár miest, ktoré sa síce snažili prilákať tvorivé triedy, ako napríklad Buffalo, New Orleans, ale v porovnaní s mestami odzrkadľujúcimi spomínané „3T“ zlyhali. Ako mestá vyhľadávané kreatívnou triedou, vyhovujúce ich tvorivým, kultúrnym a technologickým potrebám spomína napríklad San Francisco, Washington, DC, Austin, Seattle a Portland.

### Design a kultúra ako fenomén kreatívneho m(i)esta

V čom spočíva základný rozdiel medzi mestami, ktoré pri tvorbe kreatívneho priestoru uspeli a tými, čo skončili na poli porazených? Mestá súťažia o pozíciu v rôznych stupňoch kreativity, často krát napodobňujúc urbánne stratégie regenerácie iných miest a ignorujú pritom vlastné kultúrne dedičstvo a kolektívnu pamäť. V snahe o unikátnosť to zväčša končí opakom, podobnosťou s inými mestami. Táto téma sa však nemôže zovšeobecňovať, pretože v post-socialistických mestách je úloha kultúry pre rozvoj mesta a jeho regenerácia pomerne novou problematikou.

Kultúra je dôležitým nástrojom kreativity. Záleží na bohatstve, rozmanitosti kultúrneho dedičstva, na schopnostiach a danostiach umelcov a kultúrnych profesionálov. Na získanie všetkých výhod kreatívneho potenciálu v Európe je potrebné kombinovať umenie a kreativitu s podnikavosťou a inováciami. Takáto kultúrna kreativita – kreativita vychádzajúca z kultúry – závisí od schopností ľudí myslieť s predstavivosťou, metaforicky, nekonvenčne, konať emotívne, pomocou symbolov. Takáto kreativita má potenciál odvieť od konvenčného spôsobu myslenia, umožňuje rozvoj nových vízií, myšlienok či produktov. (Zlatá, 2011) Medzi faktory poháňajúce rozvoj tejto kreativity patria ľudské schopnosti myslieť, technické zručnosti (napr. umelecké, remeselné) a podporujúce prostredie.

Priestorovou a hmotovou interpretáciou kultúry daného m(i)esta by mal byť i design. Produkty dizajnu možno chápať ako jednoduché a účelné, ale aj ako niečo, čo evokuje prestíž a exkluzivitu. Trh dizajnu je veľmi dynamický a mení sa s každou prichádzajúcou generáciou ľudí, s každou novou témou v meste, regióne, svete, vďaka jeho schopnosti okamžite reflektovať aktuálne dianie v danom priestore. V knihe *Mestské zásahy* vydavateľ Gestalten hovorí o vnímaní mesta a ukazuje spôsoby ako je možné kreatívne, hravo a inšpiratívne vnímať zariadenia v mestskom prostredí, ktoré sa používajú, reakcie na steny (staré, zničené), dopravné značky, reklamy atď. individuálne projekty predstavujú možnosti každodenného objavovania okolitého prostredia. Propagátori kreatívnych nápadov sa snažia provokovať a často nútiť ostatných ľudí k zamysleniu sa nad aktuálnym problémom, ktorý autor vyjadruje. Typickými predstaviteľmi kreatívnych miest sú New York, Londýn, ale i o slovo sa hlásiace mestá v Číne, Turecku a v niektorých krajinách Latinskej Ameriky. (Klanten, Huebner, 2010)

Práve prvky drobnej architektúry, rôzne hmotové prejavy kultúrnych tradícií, eventy ako i priestorové štruktúry (Creative milieu<sup>20</sup>) sú kľúčovými prvkami m(i)esta atraktívneho pre kreatívnu triedu. „Približne 75% populácie v Strednej Európe žije v mestách, a toto číslo bude pravdepodobne stále narastať. Otvorené priestory hrajú dôležitú úlohu. Majú priamy vplyv na to, ako miestni obyvatelia a návštevníci vnímajú mestské priestory, ako sa s nimi „identifikujú“. Takéto „dizajnové“ priestory pomáhajú definovať verejný život obce či mesta,

<sup>19</sup> Preklad autora z anglického originálu Creativity Index.

<sup>20</sup> Creative milieu/kreatívne prostredie : Landry (2008) ho definuje ako miesto, či už ako zhluk budov, časť mesta, celé mesto, dokonca región, ktorý obsahuje nevyhnutné podmienky na rozvoj kreativity reprezentované hard a soft infraštruktúrou umožňujúcou distribúciu, zdieľanie a šírenie nápadov a investícií.

posilniť „ducha mesta“. (Podľa <http://www.urbanspaces.eu/>, 10.3.2012). Aj na Slovensku máme niekoľko veľkých úspešných projektov známych širokej verejnosti. Zaujímavé by však bolo spomenúť práve tie menšie projekty, no na strane druhej, projekty s vysokou výpovednou individuálnou hodnotou. Príkladom je mladá slovenská kreatívna umelkyňa Magdaléna Kuchtová a jej projekt „Pozeráš zhora nevidíš“. Umelkyňa bývala dlhé roky v Karlovej Vsi. Pri ceste električkou do mesta, v lokalite nábrežia Dunaja na úrovni Bratislavského hradu, na ňu každodenne útočila masa billboardov lokalizovaných v nekonečne dlhom rade. Jedného dňa za rozhodla atakujúce billboardy využiť na svoj kreatívny nápad. Na zadné strany týchto billboardov zobrazila písmená, pričom z hradu sa pozerajúc mohol pozorovateľ prečítať jej myšlienku „Pozeráš zhora nevidíš“. Táto veta bola jej vyjadrením sa k problémom mesta, vláde, vzťahu k podhradiu.

### Príklady zo zahraničia

Nakoniec by sme chceli poukázať na príklady zo zahraničia, ktoré demonštrujú spojenie kreativity, kreatívnej ekonomiky a kreatívnych m(i)est ako vysoko prospešné pre nový rozvoj miest v kontexte 21.storočia.

Prvým mestom, ktoré sme skúmali je **Toronto**, považované za najviac kreatívne a otvorené mesto Severoamerického kontinentu. Základným kameňom úspech Toronto bol strategický prístup ku rozvoju kreativity reprezentovaný dokumentom „Imagine a Toronto... Strategies for a Creative City“, ktorý vznikol na pôde University of Toronto, a ktorý sa za podpory miestnej samosprávy dostal do každodenného života Toronto. Základnými cieľmi dokumentu sú:

- Zdôraznenie silných stránok a aktív, ktoré má Toronto pre rozvoj mesta v kontexte Kreatívneho mesta.
- Vyzdvihnutie výziev, ktoré Toronto dokáže naplniť v prípade podpory kreatívnej ekonomiky.
- Identifikácia príležitostí na ďalšiu podporu kreatívnej ekonomiky ako hnacieho motora ďalšieho rozvoja.

Ďalším mestom je **Copenhagen**, ktorý je mnohými považovaný za najviac kreatívne mesto na svete s podmienkami na kvalitný život, ktorého kvalita je považovaná za najvyššiu na svete. Základná charakteristika mesta pozostáva z vysokej kvality života, bezpečnosti, jedinečnej architektúry a úzkej väzby na vodu. Pre kreatívnu triedu je atraktívny pre vysokú koncentráciu umelcov, kultúrnych eventov, múzeí a predstavení. V spojení s dostatkom pracovných miest pre túto triedu a vybudovanou

infraštruktúrou (kreatívny uzol s viac ako 200 spoločnosťami a 36 000 pracovných miest) dosahuje Copenhagen najvyššie číslo napojenia obyvateľov na kreatívne a znalostné sektory. Celkovo viac ako 62% obyvateľ, čo predstavuje najvyššiu hodnotu v celej Európe. Obvod Christiania, ktorý leží v bezprostrednej blízkosti centra mesta je považovaný za najväčšie a pravdepodobne posledné miesto koncentrácie „hippie“ v Západnej Európe.

Ďalší príklad je **Amsterdam**, kde sme sa zamerali na tradičný príklad „culture milieu“, ktorým je NDSM Wharf. Táto bývalá lodenica sa zmenila na najznámejšie miesto, kde sa lokalizuje kreatívna trieda. V roku 1999 mesto Amsterdam vyhlásilo súťaž na výber najkreatívnejšieho nápadu developera na rozvoj tejto tradičnej industriálnej zóny, ktorá stratila svoju pôvodnú funkciu. Víťazom sa stalo konzorcium umelcov, ktoré získalo kontrakt do roku 2027 ako hlavný developer prístavného móla. V súčasnosti tu pôsobí cez 250 umelcov a spoločností, vrátane najvýznamnejších spoločností Európy a sveta, akou je napríklad MTV.

Iným príkladom transformácie tradičného priemyselného mesta na kreatívne mesto je portugalské **Bilbao**. V čase priemyselnej krízy Bilbao muselo čeliť deštrukcii svojich tradičných priemyselných motorov rozvoja, čo viedlo až ku 30% nezamestnanosti v meste. Tento stav bol impulzom pre predstaviteľov mesta, ktorí hľadali novú líniu rozvoja mesta, s dôrazom na podporu obchodu a tvorbu nových pracovných miest. Podstatným prvkom však je uvedomenie si, že dlhodobé udržateľné riešenie si vyžaduje trpezlivosť pri implementácii nového prístupu k rozvoju mesta. Celý proces transformácie mesta Bilbao prebieha už viac ako 20 rokov. Významným krokom v tejto transformácii bol nový územný plán mesta Bilbao tzv. Ria 2000. V súčasnosti Bilbao patrí medzi najznámejšie a najvyhľadávanejšie miesta v Európe známe svojimi službami, znalostne a kreatívne orientovanými sektormi. Efekt tejto zmeny neprinesol len nové pracovné miesta viazané na kreatívny priemysel, ale i enormný nárast návštevníkov, ktorí tvoria ďalší zdroj príjmov a nových pracovných miest. Pre ilustráciu, v roku 1995 navštívilo Bilbao okolo 25 000 návštevníkov, zatiaľ čo v roku 2009 to bolo viac než 615 000.

### Odporúčania pre podporu tvorby kreatívnych m(i)est na Slovensku

Príklady úspešných kreatívnych m(i)est nám ukazujú cestu, akou by sa mohli niektoré mestá na Slovensku vydať za účelom ich transformácie na novú kvalitu atraktívnu pre kreatívnu triedu, ktorá

ako vieme tvorí základný prvok pre rozvoj kreatívneho priemyslu. Čo je však potrebné rešpektovať je fakt, že jednoduché kopírovanie intervencií a stratégií iných miest nevedie k úspechu z dôvodu jednoznačnej potreby tvorby stratégií rozvoja kreatívnych m(i)est na báze lokálnych potenciálov a kultúrnych východísk.

Ide hlavne o nasledujúce opatrenia:

- Aktualizácia a rozvoj štatistických ukazovateľov zameraných na identifikáciu kreatívnej triedy a kreatívneho priemyslu na regionálnej ako i lokálnej úrovni.
- Aktualizácia strategických dokumentov v mestách s vhodným potenciálom na rozvoj kreatívneho priemyslu, za účelom zdôraznenia opatrení na rozvoj tohto konkrétneho segmentu priemyslu.
- Uvedomenie si dôležitosti priestorových intervencií do verejných priestorov za účelom tvorby „ducha m(i)esta“ atraktívneho pre kreatívnu triedu.

- Implementácia nových konceptov rozvoja starých priemyselných obvodov, ktoré stratili svoju funkciu a smerujú k ich nevyhnutnej pozícii ako zdevastovaných priestorov, vychádzajúc z podpory kreativity a znalostí.
- Vzhľadom na to, že rozvoj na báze kreativity je prístup 21.storočia, je potrebné na implementáciu využívať nové nástroje a prístupy, ktoré by sme mohli charakterizovať ako netradičné a nekonvenčné.

*Tento príspevok vznikol vďaka podpore v rámci OP Výskum a vývoj pre projekt Centra excelentnosti: Centrum pre rozvoj sídelnej infraštruktúry znalostnej ekonomiky SPECTRA+ (ITMS 26240120002), spolufinancovaný zo zdrojov Európskeho fondu regionálneho rozvoja.*

## Literatúra

Florida, R. (2002): *Rise of the Creative Class*. 2002.

Florida, R. (2007): *The Flight of the Creative Class*. 2007.

Florida, R. 2008. *The rise of creative class*. s.l. : Basic Books, 2008.

Fonsenca Reis, Anna Carla a Kageyama, Peter. (2009): *Creative City Perspectives*. [pdf Document ] São Paulo : Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009.

Fritz, P.(2012): Milliard city - meet The Luxury. NIPOS. [cit.: 2012-08-03]. Dostupné na internete: <<http://milliardcity.com/kreativny-richard-florida-interview>>.

Garaj, P. (2012): Ako si žije kreatívna trieda. 7, s.l. : TREND Holding, spol. s r.o., 2012.

Howkins, J. (2005): Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy. *Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy*:. s.l. : internet, 22 to 22. june 2005.

Klanten R., Huebner M. (2010): *Urban Interventions - Personal Projects in Public Spaces*. s.l. : Gestalten, 2010.

Kuchtová, M. (2012): Myšlienky odprezentované na Bratislava v Artfore 2012, Ja bratislavčan.

Landry, Ch. (2008): The Creative City: A Toolkit for Urban Inovation . *The Creative City: A Toolkit for Urban Inovation* . London : Eartscan .

UrbanSpaces.eu. (2009): UrbSpace. *Urban Spaces*. ITfire s.r.o., [cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <[www.urbspaces.eu](http://www.urbspaces.eu)>.

Weisberg, R. (1993): *Creativity: Beyond the Myth of Genius (Series of Books in Psychology)*. s.l. : W.H. Freeman & Company, 1993. 9780716723677.

Zlatá, D. (2011): Jetotak. Monde Diplomatique. *Jetotak. Monde Diplomatique Web Site*. Alternatíva Komunikácia Občania, o.z., [cit.: 2011-23-10]. Dostupné na internete: <<http://www.jetotak.sk/autonomna-zona/kreativne-mesto-a-kreativne-klastre>>.

## Kontakt

Ing. Vladimír Ondrejčka  
Katedra manažmentu a rozvoja ľudských zdrojov  
Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov  
Univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Študentská 2, 911 01 Trenčín  
vladimir.ondrejcka@tuni.sk

doc. Ing.arch. Janka Betáková, PhD.  
Katedra manažmentu a rozvoja ľudských zdrojov  
Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov  
Univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne  
Študentská 2, 911 01 Trenčín  
janka.betakova@tuni.sk

## SUMMARY

### Creative space

Human resources represented by individuals resided within “their” space are formed and affected by this space from beginning of humanity. Creativity, expressed by many forms, created localization “gravitation” powers, which attracted other individuals with high degree of creative sensibility. We consider this trend to be base aspect of creative human resources localization, which is main condition for sectors development with high sensitivity on creativity of human resources.

Important idea branch linked with creativity is concept of “Creative economy” that represents new quality point of view to economic activities, which are out for traditional concept of economy. The 60’s of last century were turn point in approaches to economy, thanks to new category of inputs to economy represented by information crucial for this “New economy”. Human resources are only one, which can create and modify information, which are implemented to economy system in form of innovations. This ability can be interpreted as a form of creativity. So we can premise that creative human resources – “creative class” is necessary for localization of creative economy in space and create “creative space”.

For supporting of creative class development important following interventions:

- Actualization and development of statistic indicators focused on identification of creative class and creative industry on regional and local level;
- Actualization of strategic development document of cities with potential for development of creative industry;
- Acceptation of importance of spatial interventions to public spaces for creation of creative space;
- Implementation of new concepts of revitalisation of traditional industry area which lost their function.

## GEOGRAFICKÁ DIFERENCIÁCIA KREATIVITY NA SLOVENSKU

### *Geographical differentiation of creativity in Slovakia*

Marta ŠEVČÍKOVÁ

#### **Abstrakt**

*Práca je zameraná na analýzu konceptu kreatívnej spoločnosti a jej aplikácií predovšetkým v podobe kreatívnej ekonomiky, kde je zdrojom ekonomického rastu ľudská kreativita. Pozornosť je venovaná priestorovej diferenciacii kreatívnej spoločnosti na Slovensku na úrovni krajov. Koncept kreatívnej spoločnosti, zahŕňajúci koncept kreatívnej ekonomiky (Howkins, 2001) a koncept kreatívnej triedy (Florida, 2002) má významný geografický rozmer. Súčasťou Floridovho konceptu je mobilita kreatívnej triedy v zmysle migrácie za prácou, ktorá sa v geografii zaraďuje medzi tradičné témy. Empirický výskum je zameraný na výber vhodných indikátorov Indexu kreatívnej spoločnosti na Slovensku, ich spracovanie v podobe tabuliek a obrázkov, na základe ktorých je zhodnotený stupeň rozvoja kreatívnej spoločnosti Slovenska na úrovni krajov. Predmetom skúmania je overenie platnosti vplyvu západových východného gradientu, ktorý je z hľadiska socioekonomického rozvoja príznačný pre Slovensko. Výsledné porovnanie jednotlivých krajov napomáha k poznaniu vlastného potenciálu tvorivých jedincov a je vhodným ukazovateľom pri tvorbe stratégií zameraných na rozvoj zaostalých a menej rozvinutých krajov. Skúmaním priestorovej diferenciacie kreatívnej spoločnosti na Slovensku prepájame humánnu a regionálnu geografiu, čo je podľa Korca (2005) úlohou modernej geografie.*

#### **Kľúčové slová**

*kreativita, kreatívna spoločnosť, kreatívna ekonomika, kreatívna trieda, regionálna diferenciacia Slovenska.*

#### **Abstrakt**

*This thesis analyses the concept of creative society and its application, mainly in the creative branch of the economy, in which the human creativity is considered to be a key element of the economic growth.. This thesis also pays close attention to the differences between the Slovak regions regarding creative society. The concept of creative society that includes notions such as creative economy (Howkins, 2001) and creative class (Florida, 2002) has a significant geographical sense. A part of Florida's approach is about the mobility of labour of the creative class, which is classified as a traditional geography subject. Empirical research is focused on the selection of appropriate indicators of the Index of the creative society in Slovakia. The obtained figures are organized in tables and pictures which evaluate the degree of creative development of Slovakia from a regional point of view. The purpose of the investigation is to verify the impact of the west-east gradient, which is from a socio-economic point of view a significant factor for the development of Slovakia. The resulting comparison of regions shows their creative potential in terms of individuals and is a suitable indicator of development strategies for growth of less advanced counties. Examining the geographic differences of creative companies in Slovakia links human and regional geography, which according to Korec (2005) is the role of modern geography.*

#### **Key words**

*creativity, creative society, creative economy, creative class, regional differences in Slovakia*

**JEL Classification:** A 13, J 24, O 15

#### **Úvod**

Ľudská kreativita nie je novým pojmom, v poslednom desaťročí sa okrem umenia, ekonómie a ich spojení v podobe kultúrnych odvetví stáva

súčasťou záujmu aj iných vedných odborov, medzi nimi geografie.

V ekonomickom vývoji spoločnosti zdroje ekonomického rastu pôvodne spočívali vo využívaní pôdy a nerastných surovín, neskôr boli nahradené



informačnými a komunikačnými technológiami, znalosťami a ľudskou kreativitou. O informačnej a na ňu nadväzujúcej znalostnej spoločnosti možno hovoriť od konca 20. stor. Koncept kreativity ako *klúčovej sily* (driving force) súčasného socioekonomického rozvoja, ktorej nositeľom je kreatívna trieda, formuloval Američan Richard Florida vo svojej práci *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* (Florida, 2002). Práca vyvolala celosvetový ohlas a spolu s myšlienkou kreatívnej ekonomiky, formulovanou Johnom Howkinsom o rok skôr (*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Howkins, 2001), bola kreatívna spoločnosť a kreatívna ekonomika rozvinutá do viacerých aplikácií ako kreatívny priemysel, kreatívne mesto, kreatívny región a i. Geografický rozmer je vo Floridovom koncepte kreativity výrazne prítomný, pretože jeho významnou súčasťou je mobilita kreatívnej triedy v zmysle migrácie za prácou, čo predstavuje „klasickú“ geografickú tému.

V príspevku je pozornosť venovaná priestorovej diferenciacii kreatívnej spoločnosti na Slovensku na úrovni krajov. Porovnanie jednotlivých regiónov je vhodným ukazovateľom vývoja kreatívneho prostredia, napomáha k poznaniu vlastného potenciálu tvorivých jedincov a podporuje tvorbu stratégií zameraných na rozvoj zaostalých a menej rozvinutých krajov.

Cieľom príspevku je poukázať na súvislosti v chápaní základných pojmov kreatívnej spoločnosti z priestorového aspektu. Pozornosť je venovaná overeniu platnosti pôsobenia západových gradientu, typického pre Slovensko z hľadiska socioekonomického rozvoja. Vyslovujeme dve hypotézy. Prvá hovorí o dominantnom postavení Bratislavského kraja z hľadiska priestorovej diferenciacie kreatívnej spoločnosti na Slovensku, druhá o pôsobení západových gradientu v zmysle „vysokéj úrovne kreativity na západe“, znižujúcej sa na „nízku úroveň kreativity na východe“.

Empirický výskum je zameraný na výber vhodných indikátorov do domén Dosiahnutá úroveň kreatívnej spoločnosti (ďalej len KS), Faktory podporujúce rozvoj KS, Faktory ohrozujúce rozvoj KS a ich následná agregácia do Indexu KS na Slovensku na úrovni krajov.

Neoddeliteľnou súčasťou v rámci geografie ako sociálnej vedy je prepájanie humánnej a regionálnej geografie, tzn. väčší empirický prínos z oblasti ekonómie, sociológie, politológie a pod. (Korec, 2005).

## 1. Kreativita a spoločnosť

Kreativita je pojmom vyjadrujúcim výnimočnosť. „Tvorivosť počas celej histórie ľudstva sa vynárala ako osobitný – nie bežný fenomén vývoja spoločnosti“

(Ivanička, 2009, s. 16). Termín *kreativita* je odvodený z latinského slova „creare, creavit“, čo znamená stvoriť, vytvoriť. Nemá všeobecne platnú definíciu, no ich spoločným znakom je zdôrazňovanie pojmu novosť a jeho ekvivalentov jedinečnosť, originalita. Systematické vedecké poznatky o kreativite sa spájajú s menom Joy Paul Guilford od roku 1950 (Suntingerová, 2004).

Geografické štúdium kreativity možno zaradiť do novej orientácie štúdia v sociálnej geografii (Hampl, 2006 in Murgaš, 2009). V priestorovej diferenciacii je pozornosť sústredená na otázku ako je spoločnosť, ktorá spĺňa atribút kreatívnosti, priestorovo usporiadaná. Spoločnosť prostredníctvom kreativity, ktorá je považovaná za hnaciu silu trvalo udržateľného, inteligentného a inkluzívneho rastu zlepšuje kvalitu života, prispieva ku kultúrnej rozmanitosti, ovplyvňuje vzdelávací systém, modely správania, zvyšuje záujem o kultúru (Kloudová et al., 2010). Petrussek (2007 in Murgaš, Ševčíková, 2011, s. 4) hovorí o kreatogénnej spoločnosti. Chápe ju ako „spoločnosť obdarovanú nadmernými dispozíciami k tvorivým výkonom vďaka tomu, že vytvorí (dobovo) optimálne sociálne, ekonomické a politické podmienky k tomu, aby priťahovala tvorivých duchov a umožňovala im seberealizáciu...a zároveň reprezentáciu danej spoločnosti dielami, ktoré majú nadčasovú hodnotu“. Tvorba optimálnych podmienok, ktoré podporujú rozvoj tvorivosti sa v spoločnostiach stáva novou úlohou.

## 2. Regionálna diferenciacia kreatívnej spoločnosti na Slovensku

Problematika analýzy regionálnej diferenciacie rôznych socioekonomických procesov je v prácach slovenských geografov výrazne zastúpená (napr. Korec, 2005, Mládek et al., 2006). Často používaným pojmom sú regionálne disparity, ktoré vo všeobecnosti vyjadrujú nerovnomernosti, rozdiely, či diferencie. Význam ich skúmania narastá s predpokladom konvergentných tendencií rozvoja regiónov z dlhodobého časového hľadiska. „Rozdiely medzi regiónmi sú determinované ich odlišnými podmienkami a sú teda prirodzené.“ (Matlovič, Matlovičová, 2011, s. 9).

Priestorovú diferenciaciu obyvateľstva v súčasných územnosprávnych jednotkách ovplyvňovali predovšetkým humánno-geografické faktory, a to poloha regiónu v rámci štátu a vo vzťahu k hlavnej dopravnej infraštruktúre, miera industrializácie pred rokom 1945, tiež v období 1948–1989 a i. Z fyzicko-geografických faktorov, ktoré ovplyvňovali rozmiestnenie obyvateľstva najmä v počiatkoch osídľovania územia možno spomenúť

relief a nadmorskú výšku. Vzhľadom na tvar územia Slovenskej republiky (pozdĺžny v smere Z – V) je dôležitá pozícia regiónov (Mládek et al., 2006). V rámci regionálnej štruktúry Slovenska možno dnes hovoriť o dvoch makroregiónoch; bohatý západ (severozápad) a chudobný východ (juhovýchod), ktoré sú pravdepodobne výsledkom zmien v období transformácie. Hranica oddeľujúca dva makroregióny vedie po južnej, resp. východnej hranici okresov Dunajská Streda – Galanta – Šaľa – Nitra – Topoľčany – Partizánske – Prievidza – Žiar nad Hronom – Banská Bystrica – Ružomberok – Liptovský Mikuláš – Poprad. Výnimkou chudobného východu sú košické okresy a okres Prešov. Problematicky vnímané sú predovšetkým veľké rozdiely na úrovni regiónov medzi Bratislavským krajom a krajinami východného Slovenska (Prešovský a Košický kraj). Tu je nutné upozorniť, že 71,5 % obyvateľov kraja žije v hlavnom meste, čím Bratislavský kraj vytvára aglomeráciu hlavného mesta a zároveň leží v blízkosti európskej metropoly Viedne (Korec, 2005). V ďalšom období možno predpokladať relatívnu stabilizáciu regionálnych vzorcov sociálnej a ekonomickej diferenciacie (Korec, 2009). Hampl (2001 in Matlovič, Matlovičová, 2011) vyjadril vplyv úspechu „vedúcej menšiny“ na rozvoj celku jednoduchou postupnosťou: rast silných regiónov – rozvoj celku – rozvoj všetkých regiónov.

### 3. Domény a indikátory Indexu kreatívnej spoločnosti na Slovensku

Pri výbere indikátorov sa problémom stáva obmedzená dostupnosť dát, porovnateľných časových radov za rozličné územné jednotky (Korec, 2005, Murgaš, 2009, Matlovič, Matlovičová, 2011). Kreatívnu spoločnosťou na Slovensku sa zaoberáme na observačnej úrovni krajov. Hodnoty vybraných indikátorov sú zaradené do pentilov s názvami: Veľmi nízka (hodnota), Nízka, Stredná, Vysoká, Veľmi vysoká. Kreatívnu spoločnosť v našom ponímaní tvoria tri domény; *Dosiahnutá úroveň KS*, *Faktory podporujúce rozvoj KS* a *Faktory ohrozujúce rozvoj KS*. Výber domén je ovplyvnený metódou SWOT analýzy<sup>21</sup>, využívanej v priestorovej ekonómii a teóriách regionálneho rozvoja. Doména *Dosiahnutá úroveň KS* je vyjadrením daného stavu, skutočnosti, pričom je želaná čo najvyššia hodnota jej indikátorov. Sledovanými indikátormi sú: *Vysokoškolsky vzdelané obyvateľstvo*, *Zamestnanci výskumu a vývoja*, *Slobodné povolania*, *Zamestnanci high-tech odvetví*, *Komplexné hodnotenie kvality vysokých škôl* (ďalej len VŠ). Doména *Faktory podporujúce rozvoj KS* vyjadruje

potenciál pre rozvoj. Sledovanými indikátormi sú: *Žiaci ZUŠ*, *Imigranti a Návštevnosť múzeí a galérií*. Doménu *Faktory ohrozujúce rozvoj KS* tvoria indikátory „negatívne“: *Nezamestnanosť absolventov VŠ*, *Absolventi VŠ pracujúci v zahraničí* a *Chudoba*. Výber indikátorov (tab. 1) determinovala štatistická dostupnosť predovšetkým zo Štatistického úradu Slovenskej republiky (ďalej len ŠÚ SR) a Ústavu inštitúcií a prognóz školstva (ďalej len ÚIPŠ), z čoho vyplýva ich nerovnomerný počet v jednotlivých doménach. Pri výbere indikátorov sme vychádzali z premisy koncentrácie vzdelaného obyvateľstva, vysokých technológií, sociálnych a kultúrnych aktivít ako imanentnej podstaty konceptu kreatívnej spoločnosti lokalizovanej v mestských sídlach zoskupených do krajov.

<sup>21</sup> S – strenght – silné stránky, W – weakness – slabé stránky, O – opportunities – príležitosti, T – threats – hrozby, ohrozenia (Wokoun, 2007).

Tab. 1: Domény a indikátory Indexu kreatívnej spoločnosti na Slovensku

Doména	Indikátor	Definícia indikátora	Merná jednotka	Obdobie	Zdroj
Dosiadnutá úroveň KS	Vysokoškolsky vzdelané obyvateľstvo	Počet absolventov VŠ dennej a externej formy štúdia	počet/10 tis. obyv.	2005 - 2010	ŠÚ SR, RegDat <sup>22</sup>
	Zamestnanci výskumu a vývoja	Počet zamestnancov s vysokoškolskou a vyššou kvalifikáciou	počet/10 tis. obyv.	2005 - 2010	RVT SR <sup>23</sup>
	Slobodné povolania	Počet fyzických osôb podnikajúcich na základe iného ako živ. zákona	počet/10 tis. obyv.	2005 - 2010	ŠÚ SR, RegDat
	Zamestnanci high-tech odvetví	Počet zamestnancov v high-tech odvetviach	počet/10 tis. obyv.	2008 - 2009	ŠÚ SR, RegDat
	Komplexné hodnotenie kvality VŠ	Ukazovatele ARRA	Hodnotenie ARRA	2005 - 2010	ARRA <sup>24</sup>
Faktory podporujúce rozvoj KS	Žiaci ZUŠ	Počet žiakov	počet/10 tis. obyv.	2005 -2010	ÚIPŠ
	Imigranti	Počet imigrantov	počet/10 tis. obyv.	2005 - 2010	ŠÚ SR, RegDat
	Návštevnosť múzeí a galérií	Počet návštevníkov múzeí a galérií	počet/10 tis. obyv.	2005 -2010	ŠÚ SR, RegDat
Faktory ohrozujúce rozvoj KS	Nezamestnanosť absolventov VŠ	Počet nezamestnaných absolventov VŠ	počet/tis. absolventov v VŠ	2005 -2010	ŠÚ SR, RegDat
	Absolventi VŠ pracujúci v zahraničí	Počet pracujúcich v zahraničí s vysokoškolským vzdelaním	počet/tis. absolventov v VŠ	2005 -2010	ŠÚ SR, RegDat
	Chudoba	Počet osôb pod hranicou chudoby – 60 % mediánu	počet/10 tis. obyv.	2005 - 2010	ŠÚ SR, RegDat

Zdroj: Ševčíková

<sup>22</sup> ŠÚ SR, Regionálna databáza. Dostupné na internete: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=4>>.

<sup>23</sup> Ročenka vedy a techniky v Slovenskej republike, ďalej len RVT SR (Kol., 2010).

<sup>24</sup> ARRA – Akademická rankingová a ratingová agentúra. Dostupné na internete: <<http://www.arra.sk/ranking-2010>>.

#### 4. Výpočet indikátorov, domén a Indexu kreatívnej spoločnosti na Slovensku

„Výpočet indexu kreativity je súčasťou módnej vlny kvantifikácie, prípadne aj vyjadrenia priestorovej diferenciácie sociálnych a ekonomických javov, požadovaných od akademickej sféry decíznou sférou.“ (Murgaš, Ševčíková, 2011, s. 2). Hodnota každého indikátora je hodnota, vypočítaná podľa vzorcov (Ira, 2006 in Murgaš, 2009):

$$I_{xi} = ( x_i - \min x_i ) / ( \max x_i - \min x_i ) \quad (1)$$

ak želané hodnotenie javu sa zvyšovalo s rastúcou hodnotou  $x_i$

$$I_{xi} = ( \max x_i - x_i ) / ( \max x_i - \min x_i ) \quad (2)$$

ak želané hodnotenie javu sa zvyšovalo so znižujúcou sa hodnotou  $x_i$ .

Hodnota každého indikátora je numerická hodnota, transformovaná na konzistentnú škálu  $<0 - 1>$  (Murgaš, 2009). Vzorec (1) sme použili pri „pozitívnych“ indikátoroch (vyjadrujúcich sociálne alebo ekonomicky pozitívne javy) a vzorec (2) sme použili pri „negatívnych“ indikátoroch (vyjadrujúcich sociálne alebo ekonomicky negatívne javy). Všetky indikátory sú neváženými indikátormi, t.j. bola im priradená hodnota 1. Hodnota každej domény je súčtom indikátorov tvoriacich doménu. Index kreativity na Slovensku je vypočítaný ako jednoduchý súčet hodnôt jedenástich indikátorov.

#### Doména Dosiahnutá úroveň KS

##### Indikátor Vysokoškolsky vzdelané obyvateľstvo

Tab. 2: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Vysokoškolsky vzdelané obyvateľstvo

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Trenčiansky, Žilinský, Prešovský, Košický
Nízka	Trnavský, Nitriansky, Banskobystrický
Stredná	-
Vysoká	-
Veľmi vysoká	Bratislavský

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

Podľa tab. 2 sa v indikátore Vysokoškolsky vzdelané obyvateľstvo umiestnil v pentile s najvyššími hodnotami Bratislavský kraj. Dôvodom je najvyšší počet univerzít a vysokých škôl so sídlom

v Bratislavskom kraji. Ostatné kraje sa umiestnili v pentile s nízkymi a veľmi nízkymi hodnotami. Indikátorom sledujeme vzdelanostnú diferenciáciu krajov na Slovensku.

##### Indikátor Zamestnanci výskumu a vývoja

Tab. 3: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Zamestnanci výskumu a vývoja

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Trnavský, Trenčiansky, Nitriansky, Žilinský, Banskobystrický, Prešovský, Košický
Nízka	-
Stredná	-
Vysoká	-
Veľmi vysoká	Bratislavský

Zdroj: RVT SR, spracovala Ševčíková

Podľa tab. 3. dosiahol Bratislavský kraj najlepšie hodnoty aj v oblasti vedy a výskumu. Sídlo ústavov Slovenskej akadémie vied (SAV) ako aj ostatných

vedeckých pracovísk v hlavnom meste predurčuje dominantné postavenie kraja v celoslovenskom kontexte.

Indikátor Slobodné povolania

Tab. 4: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Slobodné povolania

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Trnavský, Trenčiansky, Nitriansky, Žilinský, Banskobystrický, Prešovský, Košický
Nízka	-
Stredná	-
Vysoká	-
Veľmi vysoká	Bratislavský

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

Podľa tab. 4 indikátor vykazuje maximálne možnú polarizáciu, v ktorej sú všetky mimobratislavské kraje

v prvom pentile a Bratislavský kraj v piatom pentile rovnako v indikátore Zamestnanci vedy a výskumu.

Indikátor Zamestnanci high-tech odvetví

Tab. 5: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Zamestnanci high-tech odvetví

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Trenčiansky, Nitriansky, Žilinský, Banskobystrický, Prešovský, Košický
Nízka	Trnavský
Stredná	-
Vysoká	-
Veľmi vysoká	Bratislavský

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

Za Bratislavským krajom s najvyšším počtom zamestnancov v high-tech odvetviach prepočítaných na počet obyvateľov nasleduje s výrazným odstupom

Trnavský kraj. Ostatné kraje sa umiestnili v prvom pentile (tab. 5).

Indikátor Komplexné hodnotenie kvality VŠ

Tab. 6: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Komplexné hodnotenie kvality VŠ

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Trenčiansky, Žilinský
Nízka	Trnavský, Nitriansky, Banskobystrický, Prešovský
Stredná	-
Vysoká	Bratislavský
Veľmi vysoká	Košický

Zdroj: ARRA, spracovala Ševčíková

Zvláštnosťou indikátora odlišujúceho ho od ostatných v doméne Dosiachnutá úroveň KS je postavenie Košického kraja v pentile s najvyššími hodnotami a zároveň postavenie Bratislavského kraja v pentile s druhými najvyššími hodnotami. Ide o prvý indikátor v doméne, kde Bratislavský kraj nedosiahol vedúce postavenie (tab. 6).

Agregovaním hodnôt indikátorov v doméne Dosiachnutá úroveň KS sme zistili aktuálny stav priestorovej diferenciacie kreatívnej spoločnosti na Slovensku. Želané najvyššie hodnoty získal Bratislavský kraj v štyroch z piatich indikátorov

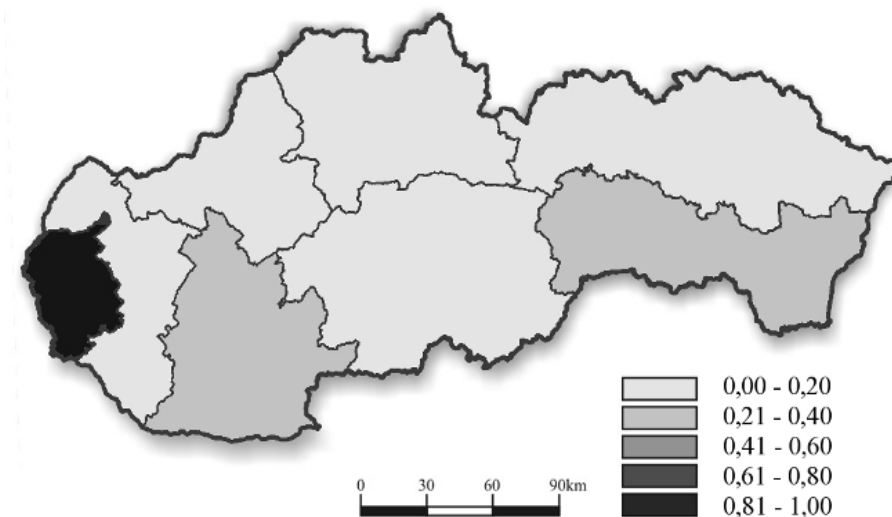
(výnimkou je indikátor Komplexné hodnotenie kvality VŠ s dominantným postavením Košického kraja). Výsledky potvrdzujú konštatovanie (Korec, 2005), že výnimočné postavenie Bratislavského kraja je predurčené vplyvom hlavného mesta, v ktorom je sústredená väčšina významných inštitúcií a firiem. Socioekonomický vplyv Bratislavského kraja na ostatné najbližšie ležiace kraje, predovšetkým Trnavský kraj (Korec, 1997), nemožno potvrdiť, keďže sa umiestnil v prvom pentile (tab. 7). Celkový súčet hodnôt indikátorov rozdelil kraje do troch pentilov s absenciou zastúpenia krajov v pentile so strednými a vysokými hodnotami.

Tab. 7: Zaradenie krajov podľa hodnôt indikátorov v doméne Dosiachnutá úroveň KS

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Trenčiansky, Trnavský, Žilinský, Banskobystrický, Prešovský
Nízka	Nitriansky, Košický
Stredná	-
Vysoká	-
Veľmi vysoká	Bratislavský

Zdroj: ŠÚ SR, RVT SR, spracovala Ševčíková

Obr. 1: Doména Dosiachnutá úroveň KS podľa krajov



Zdroj: ŠÚ SR, RVT SR, spracovala Ševčíková

**Doména Faktory podporujúce rozvoj KS**

Indikátor Žiaci ZUŠ

Tab. 8: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Žiaci ZUŠ

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Nitriansky
Nízka	Trnavský, Banskobystrický, Košický
Stredná	Prešovský
Vysoká	Trenčiansky
Veľmi vysoká	Bratislavský, Žilinský

Zdroj: ÚIPS, spracovala Ševčíková

V indikátore Žiaci ZUŠ sú po prvý krát zastúpené všetky kraje v každom pentile (tab. 8). Najviac žiakov, ktorí navštevujú ZUŠ prepočítaných na počet obyvateľov má Bratislavský a Žilinský kraj, najnižší

počet má Nitriansky kraj. Podpora nových talentov prostredníctvom umeleckých aktivít, napr. v ZUŠ je významná pre rozvoj kreatívnych jedincov a je odrazom kultúry v regióne.

Indikátor Imigranti

Tab. 9: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Imigranti

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Žilinský, Banskobystrický, Prešovský, Košický
Nízka	Trenčiansky, Nitriansky
Stredná	-
Vysoká	Trnavský
Veľmi vysoká	Bratislavský

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

Z tab. 9 vyplýva, že v indikátore Imigranti až polovica zo všetkých krajov Slovenskej republiky dosahuje veľmi nízke hodnoty. Indikátor Imigranti je dôležitým ukazovateľom atraktivity územia. Imigranti

so sebou prinášajú nové idey, majú rozdielne kultúrne zvyky, tradície, čím sa vo výraznej miere podieľajú na formovaní spoločnosti.

Indikátor Návštevnosť múzeí a galérií

Tab. 10: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Návštevnosť múzeí a galérií

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Trnavský, Nitriansky, Košický
Nízka	Trenčiansky
Stredná	Prešovský
Vysoká	Banskobystrický
Veľmi vysoká	Bratislavský, Žilinský

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

V indikátoroch Žiaci ZUŠ a Návštevnosť múzeí a galérií (tab. 8 a 10) má Bratislavský kraj spolu so Žilinským krajom dominantné postavenie. Z výsledných hodnôt možno konštatovať závislosť medzi potenciálom tvorivých ľudí ZUŠ a ich podielom kreativity odzrkadľujúcej sa na kvalite výstav, podujatí konajúcich sa v múzeách a galériách, ktoré následne zvyšujú návštevnosť týchto inštitúcií v regióne.

Agregovaním hodnôt indikátorov v doméne *Faktory podporujúce rozvoj KS* sme zistili potenciál

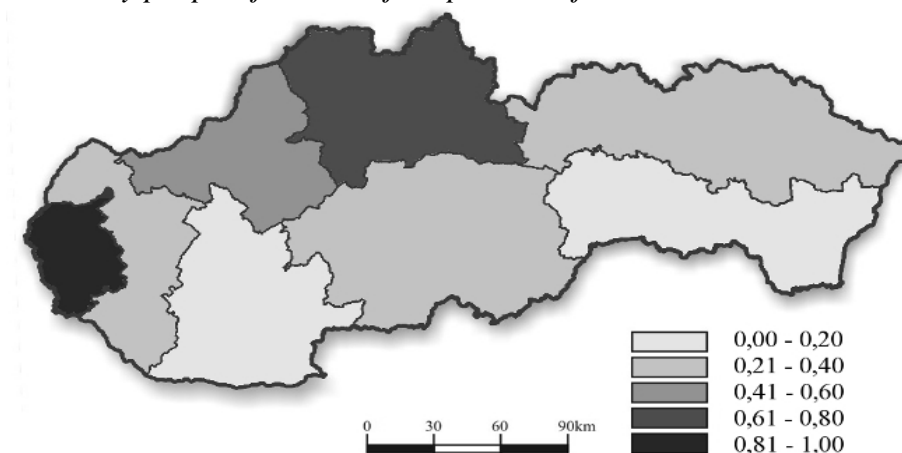
rozvoja kreatívnej spoločnosti v jednotlivých krajoch. Výsledné súčty indikátorov opäť potvrdili dominantné postavenie Bratislavského kraja, ktorý má teda najlepšie predpoklady pre rozvoj kreatívnej spoločnosti. Nízka miera disparít v jednotlivých pentiloch (tab. 11) na druhej strane naznačuje pozitívny fakt aj pre ostatné kraje, ktoré vykazujú značný základ potenciálneho rozvoja tvorivých jedincov. Najnižšie hodnoty dosiahol Nitriansky a prekvapujúco aj Košický kraj s vplyvom druhého najväčšieho mesta Slovenska - Košice.

Tab.11: Zaradenie krajov podľa hodnôt indikátorov v doméne *Faktory podporujúce rozvoj KS*

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Nitriansky, Košický
Nízka	Trnavský, Banskobystrický, Prešovský
Stredná	Trenčiansky
Vysoká	Žilinský
Veľmi vysoká	Bratislavský

Zdroj: ŠÚ SR, ÚIPŠ, spracovala Ševčíková

Obr. 2: Doména *Faktory podporujúce rozvoj KS* podľa krajov



Zdroj: ŠÚ SR, ÚIPŠ, spracovala Ševčíková

### Doména *Faktory ohrozujúce rozvoj KS*

### Indikátor *Nezamestnanosť absolventov VŠ*

Tab. 12: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore *Nezamestnanosť absolventov VŠ*

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Trenčiansky, Prešovský
Nízka	-
Stredná	Žilinský, Banskobystrický, Košický
Vysoká	-
Veľmi vysoká	Bratislavský, Trnavský, Nitriansky

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková



Najvyšší počet nezamestnaných absolventov VŠ prepočítaných na počet absolventov VŠ má Trenčiansky a Prešovský kraj. Naopak najnižší počet majú kraje Bratislavský, Trnavský a Nitriansky (tab.

12). Domnievame sa, že indikátor Nezamestnanosť absolventov VŠ významne vplyva na indikátor Absolventi VŠ pracujúci v zahraničí.

#### Indikátor Absolventi VŠ pracujúci v zahraničí

Tab. 13: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Absolventi VŠ pracujúci v zahraničí

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Prešovský, Trenčiansky
Nízka	-
Stredná	-
Vysoká	Nitriansky, Žilinský, Banskobystrický, Košický
Veľmi vysoká	Bratislavský, Trnavský

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

Z tab. 13 vyplýva, že najmenej absolventov VŠ emigruje za pracovnými príležitosťami do iných štátov z Bratislavského a Trnavského kraja. Pozitívne postavenie v indikátore dosiahli aj Nitriansky, Žilinský, Banskobystrický a Košický kraj, ktoré sa umiestnili

v štvrtom penticile. V rámci rozvoja kreatívnej spoločnosti je významnou úlohou regiónov zabrániť tzv. „úniku mozgov“, a to poskytovaním vhodných pracovných príležitostí.

#### Indikátor Chudoba

Tab. 14: Zaradenie krajov podľa hodnôt v indikátore Chudoba

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Prešovský
Nízka	Nitriansky, Banskobystrický
Stredná	Košický
Vysoká	Trenčiansky, Žilinský
Veľmi vysoká	Bratislavský, Trnavský

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

V indikátore Chudoba dosiahol najhoršie postavenie Prešovský kraj, najlepšie Bratislavský a Trnavský kraj (tab. 14), čo zodpovedá základnému socioekonomickému členeniu Slovenska na „bohatý“ západ a severozápad a „chudobný“ východ a juhovýchod (Korec, 2005). Odlišnosť od tohto konštatovania tvorí na jednej strane Nitriansky kraj v penticile s druhými najnižšími hodnotami a na druhej strane Košický kraj v penticile so strednými hodnotami.

Agregovaním hodnôt indikátorov v doméne Faktory ohrozujúce rozvoj KS sme zisťovali podmienky, ktoré nepodporujú rozvoj tvorivých jedincov a negatívne vplyvajú na potenciál rozvoja kreatívnej spoločnosti. Nezamestnanosť a chudoba ako negatívne sociálno-patologické javy, či emigrácia obyvateľstva sú významnými ukazovateľmi.

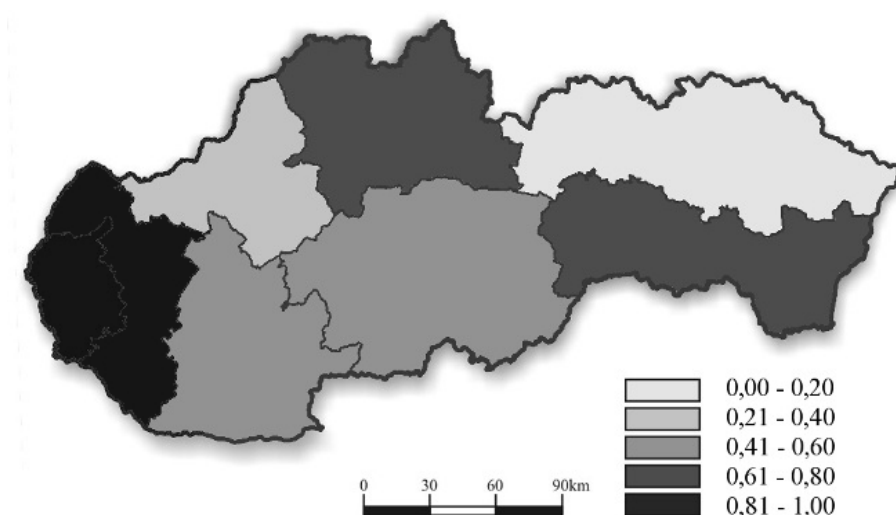
Bratislavský a Trnavský kraj dosiahli najlepšie postavenie vo všetkých troch indikátoroch. Žilinský a Košický kraj sa za uvedenými kraji umiestnili len s minimálnym rozdielom, z čoho vyplýva, že vo väčšej miere nie sú ohrozené negatívnymi faktormi. Zaujímavé je postavenie Trenčianskeho kraja (tab. 15) umiestneného v penticile s druhými najhoršími výsledkami. Odôvodnením je vysoká nezamestnanosť vysokoškolsky vzdelaných obyvateľov sledovaná v indikátore Nezamestnanosť absolventov VŠ, ktorá ovplyvňuje a vo výraznej miere je odzrkadlením vysokého odlivu vysokoškolsky vzdelaného obyvateľstva za prácou do zahraničia v sledovanom indikátore Absolventi VŠ pracujúci v zahraničí. Najhoršie predpoklady na rozvoj tvorivých jedincov má Prešovský kraj.

Tab. 15: Zaradenie krajov podľa hodnôt indikátorov v doméne Faktory ohrozujúce rozvoj KS

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Prešovský
Nízka	Trenčiansky
Stredná	Nitriansky, Banskobystrický
Vysoká	Žilinský, Košický
Veľmi vysoká	Bratislavský, Trnavský

Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

Obr. 3: Doména Faktory ohrozujúce rozvoj KS podľa krajov



Zdroj: ŠÚ SR, spracovala Ševčíková

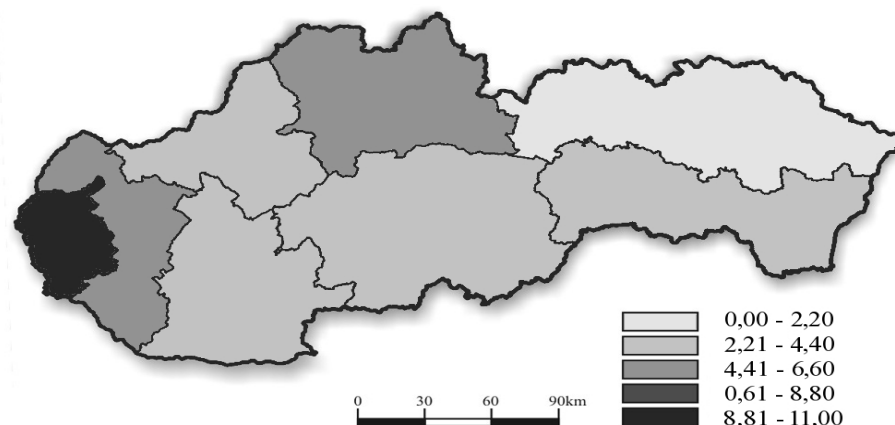
Index kreatívnej spoločnosti na Slovensku

Tab. 16: Zaradenie krajov podľa hodnôt a poradie v Indexe kreatívnej spoločnosti Slovenska

Hodnoty	Kraje
Veľmi nízka	Prešovský (8.)
Nízka	Košický (4.), Banskobystrický (5.), Nitriansky (6.), Trenčiansky (7.)
Stredná	Trnavský (2.), Žilinský (3.)
Vysoká	-
Veľmi vysoká	Bratislavský (1. miesto)

Zdroj: Ševčíková

Obr. 4. Index kreatívnej spoločnosti na Slovensku



Zdroj: Ševčíková

## 5. Regionálna diferenciácia podľa Indexu kreatívnej spoločnosti na Slovensku

O agregovanom Indexe kreatívnej spoločnosti Slovenska (tab. 16) možno vysloviť niekoľko charakteristík:

- Bratislavský kraj, s vedúcim postavením mesta Bratislava, ktoré je zároveň hlavným mestom, je dominantný vo väčšine indikátorov. Lokalizácia univerzitných, vedeckých a výskumných pracovísk, kultúrnych podujatí, bohatá história sú jej konkurenčnou výhodou. Ako uvádza Korec (2005, s. 7) „Bratislavský kraj pomaly vytvára jednu veľkú mestskú aglomeráciu, aglomeráciu hlavného mesta“. V tejto súvislosti je potrebné zdôrazniť, že vynikajúce výsledky a dominantné postavenie Bratislavského kraja sú pri skúmaní regionálnej diferenciácie kreatívnej spoločnosti Slovenska očakávané.

- Bratislavský kraj vykazuje 1. miesto v celkovom poradí krajov s pozíciou „pólu“. Agregovaním hodnôt všetkých indikátorov v Indexe kreatívnej spoločnosti na Slovensku sa zaradil do piateho pentilu. Prázdny štvrtý pentil navyše zdôrazňuje postavenie Bratislavského kraja ako „pólu“, ktorý najlepšie výsledky získal až v desiatich z jedenástich indikátorov. Dominantné postavenie kraja absentuje len v indikátore Komplexné hodnotenie kvality VŠ, kde dosiahol lepšie výsledky Košický kraj. Najvýraznejšie polarizovaný bol Bratislavský kraj v doméne Dosiahnutá úroveň kreatívnej spoločnosti v škále Bratislavský kraj – ostatné kraje.

Priestorová diferenciácia domény Dosiahnutá úroveň KS je extrémne polarizovaná v podobe Bratislavský kraj – ostatné kraje. Domnievame sa, že ďalšie ukazovatele v doméne Dosiahnutá úroveň KS, či už v oblasti reklamy, kultúry, vedy, výskumu a pod. by

len posilnili postavenie Bratislavského kraja. Lokalizácia najvýznamnejších inštitúcií predovšetkým v hlavnom meste Bratislava, má logické vysvetlenie, no zároveň neumožňuje priamoúmerný rozvoj ostatných miest a zároveň krajov. Významnejšie sa javia domény Faktory podporujúce rozvoj KS a Faktory ohrozujúce rozvoj KS s nižšou mierou rozdielnosti.

- Odlišnosť v konštatovaní pôsobenia západovýchodného gradientu v zmysle „vysoké úroveň kreativity na západe“, znižujúcej sa na „nízku úroveň kreativity na východe“ tvorí na jednej strane Košický kraj umiestnený v celkovom poradí krajov na 4. mieste a na druhej strane Trenčiansky kraj umiestnený na 7. mieste.

## Záver

Cieľom príspevku bola analýza konceptu kreatívnej spoločnosti a jej aplikácií v podobe kreatívnej ekonomiky a zistenie súvislosti v chápaní jej základných pojmov z priestorového aspektu, a to na úrovni krajov Slovenska.

Pri pochopení pojmu kreativita v koncepte kreatívnej spoločnosti vychádzame z poznatkov, že všetky civilizačné zmeny v spoločnosti boli ovplyvnené uplatnením kreativity, či už pozitívne (vynálezy, umelecké prejavy) alebo negatívne (napr. plán nacistického Nemecka na vyhladenie Židov).

Pri otázke *Prečo by sa geografi mali zaoberať kreativitou?* zdôrazňujeme, že kreativita je socioekonomický fenomén a geografia študuje priestorovú diferenciáciu socioekonomických fenoménov. V empirickej a aplikačnej rovine je potrebné do geografie vnášať viac ekonomiky,

sociológie, politológie a pod. (Korec, 2005). Za nevyhnutné považujeme venovať pozornosť novým geografickým témam, ktoré sú v podobe konceptov.

Súvislosti v chápaní základných pojmov kreatívnej spoločnosti z priestorového aspektu na úrovni krajov sme objasnili výberom indikátorov určujúcich úroveň kreatívnej spoločnosti, výpočtom Indexu kreatívnej spoločnosti na Slovensku a vyjadrením jeho priestorovej diferenciácie formou máp. Určili sme jedenásť indikátorov s rovnakou váhou rozdelených do troch domén.

V rámci štúdia priestorovej diferenciácie kreatívnej spoločnosti na Slovensku sme vyslovili dve hypotézy. Prvá hovorila o dominantnom postavení Bratislavského kraja z hľadiska priestorovej diferenciácie kreatívnej spoločnosti na Slovensku.

Bratislavský kraj dosiahol dominantné postavenie v desiatich z jedenástich indikátorov, čím bol v agregovanom Indexe kreatívnej spoločnosti na

Slovensku zaradený do piateho pentilu a na 1. miesto v celkovom poradí krajov. Prázdny štvrtý pentil navyše zdôraznil postavenie Bratislavského kraja ako „pólu“. Na základe vyššie uvedených faktov potvrdzujeme platnosť hypotézy.

Druhá hypotéza sa týkala pôsobenia západovýchodného gradientu v zmysle „vysokiej úrovne kreativity na západe“, znižujúcej sa na „nízku úroveň kreativity na východe“. Kreatívna spoločnosť nie je priestorovo diferencovaná v zmysle „vysokiej úrovne kreativity na západe“, znižujúcej sa na „nízku úroveň kreativity na východe“. Odlišnosť od tohto tvrdenia tvorí Košický kraj, ktorý sa v celkovom poradí krajov umiestnil na 4. mieste a Trenčiansky kraj, ktorý sa umiestnil na 7. mieste.

Skúmaním priestorovej diferenciácie kreatívnej spoločnosti na Slovensku sme prepájali humánnu a regionálnu geografiu, čo je úlohou modernej geografie.

## Použitá literatúra

Akademická rankingová a ratingová agentúra (2010): *Hodnotenie vysokých škôl a ich fakúlt*, [cit.: 2012-11-03]. Dostupné na internete: <<http://www.arra.sk/ranking-2010>>.

Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. 1<sup>st</sup> ed. New York: Basic Books; 434 s.

Howkins, J. (2001): *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books; 288 s.

Ivanička, K., et al. (2009): *Kreativita, invencia, inovácia. Stimulátory rastu, prosperity a trvalej udržateľnosti SR*. Bratislava: Ekonóm; 362 s.

Kloudová, J. et al. (2010): *Kreativní ekonomika, vybrané ekonomické, právni, masmediální a informatizační aspekty*. 1<sup>st</sup> edition. Bratislava: Eurokódex; 216 s.

Kol. (2010): *Ročenka vedy a techniky v Slovenskej republike*. Bratislava; 88 s.

Korec et al. (1997): *Kraje a okresy Slovenska*. Nové administratívne členenie. Bratislava: Q111; 392 s.

Korec, P. et al. (2005): *Regionálny rozvoj Slovenska v rokoch 1989-2004*. Bratislava: Geo-grafika; 228 s.

Korec, P. (2009): Regionálna štruktúra Slovenskej republiky a ľudský kapitál jej regiónov. In: Bleha, B., ed., *Populačný vývoj Slovenska na prelome tisícročí, kontinuita či nová éra?*. Bratislava: Geografika.

Matlovič, R. – Matlovičová, K. (2011): Regionálne disparity a ich riešenie na Slovensku v rozličných kontextoch, In *Acta Facultatis Studiorum Humanitatis et Naturae Universitatis Prešovensis*, Prírodné vedy, Folia Geographica, roč. LIII, č. 18, PU Prešov; 8-87 s.

Mládek, J. et al. (2006): *Demografická analýza Slovenska*. Bratislava: Univerzita Komenského; 222 s.

Murgaš, F. (2009): *Kvalita života a jej priestorová diferenciácia v Slovenskej republike*. Geografický časopis, 61, 2; 121-138 s.

Murgaš, F. – Ševčíková, M. (2011): A Geographical Approach for Measuring the Creative Capital Case Study: Creative Index of Slovakia. *Creative and Knowledge Society/International Scientific Journal*, roč. 1, č. 2; 37-56 s.

Suntingerová, L. (2004): *Kreativita v manažmente*. Bratislava: Ekonóm; 109 s.

Štatistický úrad Slovenskej republiky (2011): Databáza regionálnej štatistiky. [cit.: 2012-10-03]. Dostupné na internete: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=4>>.

Ústav inštitúcií a prognóz školstva (2011): Štatistické ročenky. Bratislava. [cit.: 2012-12-03]. Dostupné na internete: <<http://www.uips.sk/>>.

WOKOUN, R. (2007): *Regionální rozvoj a jeho management v České republice*. Praha: Vysoká škola ekonomická; 244 s.

## Kontakt:

Mgr. Marta Ševčíková  
Univerzita Komenského v Bratislave  
Prírodovedecká fakulta – rigorózne konanie  
[marta.sevcikova@gmail.com](mailto:marta.sevcikova@gmail.com)

## SUMMARY

### **Geographical differentiation of creativity in Slovakia**

This Article was focused on the analyses of the concept of the creative community from the spatial aspect, and that is from the level of Slovak Republic's regions. Human's creativity, as a current socio-economic phenomenon and as a source of economic growth, has a significant geographic dimension that is based on the mobility and concentration of creative individuals. We've been verifying the validity of west-east gradient typical for Slovak Republic in terms of the socio-economic growth through the empirical research focused on selection of appropriate indicators for the creative community's Index in Slovak Republic. The Index of creative community in Slovak Republic was consisted of eleven indicators in three domains and was calculated as the sum of all indicators. Indicators, which were observed in the first domain Level reached in creative community, were: University-educated population, Research and Development employees, Liberal professions, High-tech industry employees and Comprehensive assessment of the quality of Universities. Furthermore the indicators within the second domain Factors supporting the development of creative community were: Student of ZUS, Immigrants, Attendance of museums and galleries; and indicators within the third domain Factors threatening the development of creative community were: Unemployment of university' graduates, University' graduates working abroad and Poverty. On the basis of the study of spatial differentiations of the creative community we have placed two hypotheses. The first hypothesis was based on the dominant position of Bratislava region in terms of the spatial differentiation of the creative community in Slovak Republic. The validity of this hypothesis was confirmed by the dominant position of the Bratislava region in ten of the eleven indicators, where this region was on the first place in overall ranking of all regions. The second hypothesis was concerned with the east-west gradient's influence in terms of "high level of creativity in the West", decreasing the "low level of creativity in the East." The region of Košice has made a difference from this claim as it has been ranked in the total ranking of all regions on the fourth place; and the region of Trenčín was placed on the seventh place. By the examination of the spatial differentiation of creative community in Slovak Republic we have interconnected the human and the regional geography, which is the main goal of modern geography.

**OSUDOVOST KONKURENCESCHOPNOSTI  
A TAJEMSTVÍ KOMPLEMENTÁRNOSTI  
REGIONÁLNÍ SPOLUPRÁCE V KREATIVNÍM PRŮMYSLU**

*Fatality of the competitiveness and secrets of regional cooperation complementary in creative industry*

Jaroslav VENCÁLEK

---

**Abstrakt**

*Paradigma konkurenceschopnosti bylo zformováno v období, kdy ekonomické strategie byly odvozovány z rostoucího společenského významu průmyslové výroby. V 21. století se součástí ekonomických strategií ale stávají i nevýrobní činnosti, k nimž patří umění, kultura či kulturní dědictví. Tyto, ve značné míře subjektivní a iracionální aspekty lidského bytí se především v regionálním kontextu jeví jako dosud nevyužitý potenciál nejen k ekonomickému, ale i ke kulturnímu a duchovnímu využití. Nejedná se proto ani tak o počet aktérů činných v kreativním průmyslu či strukturu jejich vlastnictví, ale především o doplňkovost (komplementárnost) jejich aktivit, které by měly být úzce propojeny s geniem loci (regionis).*

**Klíčová slova**

*genius loci (regionis), komplementárnost, konkurenceschopnost,*

---

**Abstract**

*The paradigm of competitiveness was formed during a period when economic strategies were derived from the growing social importance of industrial production. In the 21st century non-manufacturing activities, including art, culture and cultural heritage, have become part of the economic strategy. These, largely subjective and irrational aspects of human being, appear to be untapped potential not only to economic but also cultural and spiritual recovery. It is therefore not so much the number of actors in the creative industry and ownership structure, but also the complementarity of their activities which should be closely linked to the genius loci (regionis).*

**Keywords**

*genius loci (regionis), complementarity, competitiveness*

---

**JEL Classification:** D 03

---

**ÚVOD**

Většina generací prožije své životy, aniž by se nějakým způsobem změnila principy lidského poznávání. Přelom 2. a 3. tisíciletí je ale jiný a velmi specifický. Lidé si začínají uvědomovat, že i stále probíhající transformace mají své bariéry a další změny, které by měly vyústit ve spokojenější život, jsou možné jen paradigmatickou proměnou vnímání vlastní reality. Prostorově i časově, prakticky vše objímající globalizační procesy, vedou na straně jedné k neustále zvyšující se materiálové produkci, na straně druhé k chudnutí nejširších vrstev populace. Umění, kultura, kulturní dědictví, ale i další aspekty rozvoje kreativního průmyslu se dostaly do hledáčku

ekonomických kalkulů budoucího směřování hospodářských činností. Rozvoj kreativního průmyslu by měl vycházet především ze znalosti genia daného regionu (místa). Cílem tohoto příspěvku je objasnit dva paradigmatické principy; princip konkurenceschopnosti a princip vzájemného soužití na základě vzájemné výhodnosti. Zatímco fenomén konkurenceschopnosti je osudově spojen s moderním, racionálním a mechanickým vnímáním reality, komplementární využití jednotlivých aspektů genia loci je spojeno s postmoderním paradigmatickým principem vzájemného soužití na bázi vzájemné výhodnosti. Na příkladu kulturního dědictví místa Holíč – Kopčany je případovou studií poukázáno na možné obsahové zaměření perspektiv

kreativního průmyslu a to jak ve vztahu k dané lokalitě, regionu či středoevropskému prostoru.

## 1. OSUDOVOST KONKURENCESCHOPNOSTI

Samotná představa jediného ekonomického systému by měla vzbuzovat podezření, protože vede k stírání a degradaci rozdílů mezi kulturami, které po staletí formovaly diverzitu ekonomik a politických režimů. Žádat, aby se všechny země přizpůsobily normám volného trhu, znamená od nich požadovat, aby přijaly za své ty hodnoty a zvyklosti, které se vyvinuly v některých západních zemích v průběhu posledních přibližně sto let. Je těžké si představit absurdnější požadavek, který by tak jednoznačně již předem nebyl odsouzen k neúspěchu. (Gray, 2002, s. 19).

K uvedení této citace je nutno sdělit, že diverzita není jen vlastností ekonomických a politických realit, nýbrž všech objektů a jevů, s nimiž se na planetě Zemi setkáváme. Vzhledem k tomu, že již od počátku průmyslové revoluce začaly být preferovány fenomény ekonomické a politické, které v procesu globalizace vyústily v jednoznačnou dominanci ekonomických determinant, je nutno konstatovat, že nejen ekonomika a politika, ve smyslu Johnem Grayem kritizované současnosti, je odsouzena k selhávání a permanentní krizi s dopady, které přes dostatek informačních technologií, je těžké si představit či připustit fatálnost krizového stavu pro budoucí vývoj.

Je nutno znovu se vrátit k samotné podstatě lidského bytí, které je ovlivňováno působením rozdílných povah čtyř materiálních geosfér (anorganická, anorganicko-organická, organická, antropogenní) a jedné nemateriální geosféry (antropogenní). Povrchním čtením předchozího textu bychom mohli dojít k závěru, že se dopouštíme chyby ve stanovování podstaty lidského bytí, neboť antropogenní povaha je uvedena ve dvou formách. Opak je ale pravdou. Antropogenní povaha naší existence je ukotvena jak v materiální, tak v nemateriální sféře. Jestliže materiální povahou lze rozumět fyzickou existenci lidí ve vazbě na biosféru (*Homo Sapiens Sapiens*), nemateriální složku lidského bytí lze vnímat jako noosféru (případně kybersféru). Současně je nutno vnímat tuto dvojí realitu nejen jako sumu dílčích, byť strukturálně pojatých reálií, a to jak v materiální, tak i nemateriální podobě. Fyzická podstata lidské existence není dána jen sumou fyziologických orgánů, ale k tomu, abychom existovali, abychom žili, je zapotřebí mnohem více, než mít k dispozici byť kompletní skladbu (sumu) fyziologických částí lidského těla. Život není výsledkem sumy reálií, ale jejich funkčnosti, významovosti a evoluce lidského biologického druhu. Taktéž nemateriální podstata lidské existence není dána

jen sumou rozumu a dalších složek lidského vědomí, ale je komplexně utvořena jako psychosociální sféra (nejvyšší evoluční stádium života na Zemi), která je permanentně transformována lidskou kulturou a myšlením.

Pro vědomostní poznání byla sice v průběhu posledního tisíciletí potvrzena účelnost atomizace materiálních sfér, ale taktéž pro tento účel byla potvrzena škodlivost atomizace nemateriálních aspektů lidského bytí. V průběhu 19. a především 20. století došlo k převládnutí analytického a nekomplexního vnímání člověka jako součástí krajiny. Objekty a jevy byly studovány rozhodující mírou v dichotomickém oddělení (fyzické – duchovní, objektivní – subjektivní, jedinec – společnost, racionální – iracionální). Navíc, evropská společnost stále více zesilovala tlak na dichotomické vnímání reality posilováním významu fyzicky existujících, objektivních a racionálních fenoménů, což v politicko-ekonomické praxi vedlo při vnímání vztahu základny a nadstavby k totálnímu preferování aspektů bezprostředně rozvíjejících materiální základnu (Dudinský, Dudinská, 2005, s. 110). Globalizace tyto trendy ještě více vyhrtila a přivedla lidstvo k pokraji své existence (plejáda nejrůznějších forem odcizení člověka). Podle OECD je globalizace ekonomický proces, v němž se trhy a výroba v jednotlivých zemích, v důsledku mezinárodního obchodu se zbožím, službami a pracovními silami, jakož i v důsledku pohybu kapitálu a technologií, stávají stále více na sobě závislými (Safranski, 2006, s. 16). Člověk na prahu 3. tisíciletí je tak vnímán především jako pracovní síla. Stačí si uvědomit jak fenomén „lidských zdrojů“ zakořenil ve vzdělávacích systémech Západní civilizace (ČR a SR nevyjímaje). Člověk je v těchto vzdělávacích programech vnímán na bázi racionality a analytičnosti jako antiduchovní tvůrce všech hodnot. Zbytky jeho původní spirituality jsou intenzivně vytěšňovány. Přestože tyto procesy v jednotlivostech jsou racionální, jako celek v dlouhodobých horizontech jsou nerozumné a destruktivní. Vnímání vzdělávání a vzdělanosti je názorným příkladem toho, kdy Západní civilizací uplatňovaný paradigmatický princip konkurenceschopnosti, povyšuje vzdělávání a znevažuje význam lidské vzdělanosti jako prostředku ke spokojenému bytí. Problém spočívá v tom, že vzděláváním je člověk integrován do externích sítí, které jej propojují s vnějším prostředím, zatímco vzdělanost prezentuje rozvoj vnitřních sítí, které jsou vlastní vnitřnímu prostředí každého jedince.

To, že moderna požaduje vzdělávání a nepodporuje vzdělanost, si lidé uvědomili již před dvěma stoletími. Vzdělanec okolo roku 1800 snil o tom, že jednotlivci by se navzdory tomu mohl stát celkem, díky úplnosti v malém. Schiller se

pokusil tohoto cíle dosáhnout estetickou výchovou člověka. Jak argumentuje; člověk, který vychutnává umění nebo jej produkuje, prožívá završenou významovou souvislost, která si nárokuje a kultivuje všechny síly – síly smysluplnosti, rozumu a citu; tato významová souvislost se nevztahuje účelově na něco jiného, ale sama v sobě nese smysl a účel a proto se vyznačuje suverénní důstojností... (Safranski, 2006, s. 91). O tom, že nejen člověk, ale i společnost jako celek, ztrácí vlivem globalizace suverenity, svědčí fatální nedostatek sil, vyplývajících z existence lidských úsudků. Lidé ztrácí cit pro rozlišování toho, co se jich bytostně týká, ztrácí schopnost vnímat dosah vlastních rozhodnutí. Proto za jeden z nejvážnějších úkolů lze spolu s politologem J. Pehem považovat: pečování o vzdělanost společnosti jako hlavní předpoklad její dobré budoucnosti a posilování duchovního potenciálu mladé generace (Pehe, 2008, s. 259). Paradigma konkurenceschopnosti je osudově spojeno s moderním, racionálním a mechanickým vnímáním reality, v němž díky fatálnímu podcenění významu a funkce morálního společenského klimatu dochází k reálnému ohrožení hospodářské a politické demokracie.

## 2. TAJEMSTVÍ KOMPLEMENTÁRNOSTI

Jevy v krajině je možno vnímat i tak, že respektujeme všeobecně rozšířenou dichotomii, avšak současně usilujeme o postizení její celistvosti. Princip tohoto přístupu vychází z dvojí možnosti vnímání dichotomické existence jevů.

Pro paradigma konkurenceschopnosti je příznačné preferování jednoho aspektu před druhým. Např. jevy hlavní jsou významnější než ty vedlejší, jevy fyzické jsou významnější ty duchovní, jevy společenské jsou významnější než ty, které individuálně formují konkrétní lidskou bytost. Vyjdeme ale z předpokladu, že dichotomicky existující jevy tvoří spolu funkčně neoddelitelné součásti. Na příkladu lidské bytosti bylo prokázáno, že zatímco levá mozková hemisféra umožňuje člověku realizovat logické aspekty činnosti, pravá mozková hemisféra je fyziologicky propojena s rozvojem projektivního a imaginativního myšlení, čímž umožňuje integraci vnímaných dichotomií do komplementárně (doplňkově) utvářených komplexností.

Vyjdeme-li z předpokladu, že lidské myšlení se rozvíjí tím kultivovaněji, čím více se lidé vymaňují z nejrůznějších myšlenkových konstrukcí a schémat, tím více činí svá rozhodnutí s nadhledem, přirozeněji a lidsky důstojněji. Dochází tak k přehodnocování zažitých schémat a lidé se snaží, v nových časových a prostorových souvislostech, porozumět změněným životním situacím na bázi nových interpretací toho, co

se až doposud zdálo být neotřesitelné a přesvědčivě jasné. Bohužel, zatímco paradigmatický fenomén konkurenceschopnosti se jeví jako „věčný“, ve vztahu k schopnostem tvorby nových interpretací je pociťována značná skepse.

Schopnost problematizovat zavedená schémata je vážně narušena. Jako by se černobílé chápání světa, které si vynucoval život v komunistickém režimu, přelilo do nových poměrů – jen s opačnými znaménky. Jako by tu byla vážně oslabena schopnost intelektuálního údivu, jenž by byl natolik silný, aby nás nutil přehodnocovat staré vidění světa i naši roli v něm (Pehe, 2008, s. 258).

Komplementární vnímání reality znamená akceptování vzájemnosti obsahového rámce časoprostorově determinovaných jevů s lidskými zkušenostmi a pocity sounáležitosti obyvatel s danou realitou. Tento styl vnímání reality umožňuje překonat pouhou obsahovost studovaných jevů (determinace výchovně vzdělávacími prvky) a zejména při vnímání různosti regionálních a historických obsahů krajiny vytváří podmínky ke komplementárnímu vnímání lidských zkušeností (determinace historickou pestrostí vztahů) a intenzit prožitků v krajině žijících obyvatel (aspekty duševní a sociální blízkosti ovlivňující územní identitu).

Vnímat komplexně jakékoliv místo, znamená mít schopnost respektovat význam a funkci tohoto místa a v něm se odehrávajících sociálněekonomických aktivit na bázi prostorově více úrovnových podmíněností. Vyjdeme-li z místa samotného, jeho lokální charakter je dán místními specifiky, která svým dosahem mohou působit až v regionálním měřítku. Jeho regionální podoba je ale již dána kulturně-historickými aspekty, které zase svým dosahem mohou překračovat hranice regionu a zpravidla působí makroregionálně. A konečně jeho univerzální vzezření, vycházející z civilizačně lidských aspektů, má dosah globální. Vzhledem k celosvětově působícím globalizačním tendencím se jeví jako planetárně důležité podříditi tradiční aspekty fungování krajiny respektem k lidské kultuře a planetární biosféře. Vnímat lidskou kulturu, znamená vnímat nejen různorodost hmotných artefaktů, ale i myšlenek, úsudků, představ, vizí a plejády dalších nehmotných projevů lidského vědomí. Tajemství významu komplementárnosti lokálního, regionálního a globálního je skryto v poznání, že lidé mohou celou řadu aktivit realizovat globálně (např. komunikace, cestování), ale žít nemohou všude, nýbrž vždy jen na daném konkrétním místě (přestože i to se může v průběhu života několikrát změnit).

... opět se ukázala potřeba pozitivního hodnocení své vlasti. Čím emocionálnější je spojitost člověka s místem, tím větší je jeho schopnost a ochota být otevřený vůči světu. Hysterii aktérů mobility a



„globálních hráčů“ bychom, neměli zaměňovat se světoběžnictvím. Světoběžníkem není člověk, který zaslepeně sleduje jen své obchody, nebo cestuje jako turista. Světoběžníkem je ten, kdo se změnil díky bohatým zkušenostem ve styku se světem (Safranski, 2006, s. 23).

Komplementárnost ale není slučitelná s paradigmatickým principem konkurenceschopnosti. Je úzce svázána s jiným principem, s paradigmatickým principem vzájemného spolužití na bázi vzájemné výhodnosti. Ten se opírá o změny řízení krajiny vycházející ze studia kognitivního chování lidí (souhrny operací a pochodů, jejichž prostřednictvím si lidé uvědomují a poznávají sami sebe), dále ze studia percepce krajiny a znalosti genia krajinných míst a regionů.

Genius loci se tak stává významným svorníkem hodnotových systémů (humanita, demokracie, individuální svoboda, osobní zodpovědnost, lidská solidarita) s úsilím o dlouhodobě vnímanou demografickou, sociální (včetně světového étosu), environmentální a ekonomickou udržitelnost rozvoje (Ivanička, 2006, s. 136). Nově utvářené modely fungování Evropské unie proto vyžadují, aby se opíraly o genia loci nejen všech členských zemí, ale i jejich dílčích regionů a pochopení genia Evropy jako celku v nových, měnících se podmínkách světa na prahu 3. tisíciletí.

### 3. REGIONÁLNÍ SPOLUPRÁCE V KREATIVNÍM PRŮMYSLU

Pokud vnímáme krajinu jako jednotu rozdílností, která ve svých občanech navozuje pocity domova, pak takovou krajinu lze studovat jako nositelku důležitých částí identity a historické paměti. Prvky vytvářející její paměťovou strukturu (reliéf, klima, historická fakta, ...) mívají v jednotlivých regionech rozdílnou intenzitu. Nevýrobní činnosti, k nimž náležejí mimo jiné i umění, kultura či kulturní dědictví bývají zpravidla součástí těchto paměťových krajinných struktur. A právě o jejich komplementární využití v rámci nově se rodících odvětví kreativního průmyslu toho není v konkrétních regionech příliš mnoho známo. Není to důsledkem neznalosti těchto aspektů lidských činností, ale neznalostí jejich vlivu na tvorbu genia krajiny, tedy neznalostí dlouhodobého vlivu kulturního dědictví (kultury) na formování života mnoha generací obývajících danou krajinu.

Na fenomén slovenského města Holíče a jeho okolí lze pohlížet lokálně (město v okrese Skalica cca 3 km vzdálené od státní hranice ČR-SR), lze jej vnímat i regionálně (jeden ze sídelních uzlů Habsburské monarchie ve Vídeňské pánvi), ale lze jej akceptovat i v úrovni makroregionální (prostor soustředění moci

Habsburské monarchie ve středoevropském prostoru vymezený Vídní, Bratislavou a Holíčem). Jak ale uchopit regionální spolupráci, chceme-li rozvíjet kreativní průmysl na bázi kulturního dědictví konkrétního krajinného fenoménu, tedy území kolem města Holíče? V této souvislosti je nutno si položit prvotní otázku. V čem spočívá genius loci této krajiny? Odpověď by mohla být znít následovně:

Tam, kde se stýká Dolnomoravský úval s Borskou nížinou a Chvojnickou pahorkatinou, nachází se město Holíč (r. 2011; 11,1 tis. obyvatel). A právě v severním výběžku Borské nížiny pojmenované Gbelským borem, rozprostírajícím se od Holíče k jižněji orientovaným Kútám, vznikl zcela ojedinělý krajinný fenomén, u jehož zrodu stál podnikatel, obchodník, bankéř, pro většinu obyvatel středoevropského regionu ale především manžel české a uherské královny Marie Terezie a zakladatel habsbursko-lotrinské dynastie František I. Štěpán Lotrinský (1708–1765). Holíčský zámek stojící v nejsevernější výspě Gbelského boru se dostal roku 1736 (v roce svatby s Marií Terezií) do hledáčku pozornosti jeho podnikatelských aktivit. František Lotrinský vytvořil plánovanými stavebními zásahy v území mezi Holíčem a Kopčany nový typ komponované krajiny. Nížinná krajina při hranici Dolnomoravského úvalu a Gbelského boru, v níž byly již Czoborovci realizovány mnohé krajinné artefakty (ovocné sady, květinové zahrady, rybníky, bažantnice), byla upravována novým barokním architektonickým způsobem zabezpečujícím dominantní postavení letního sídla Habsburků, dlouhými alejemi geometricky členěnou krajinou. Je to krajina, kde na rozdíl od nedaleké Liechtenstejny komponované krajiny Lednicko-valtického areálu (ČR) nenajdeme, altánky, malé zámečky, letohrádky, kolonády a množství dalších romantických staveb, ale propojení četných hospodářských objektů (hřebčín, kačenárna) s různými přirozenými biologickými fenomény jako jsou stromy (ať již v podobě alejí nebo solitérů) či přirozené nebo umělé vodní plochy, což bylo v souladu s potřebou zabezpečení jezdeckých a loveckých zábav pro tamní panstvo. To, že objekt zámku byl kdysi jádrem renesanční protiturecké pevnosti, připomíná dnes snad jen dobře zachovaný obranný systém hradeb a ke konci prvního desetiletí 21. století znovu vodou z Chvojnice napuštěný a pro turistické účely využívaný vodní příkop.

František I. Štěpán Lotrinský si byl zřejmě dobře vědom důležitosti geografické polohy i genia loci Holíče. Blízkost center habsburské monarchie, a to jak Vídně, tak Bratislavy byla zřejmá. Jeho podnikatelské aktivity spojené se zásobováním šlechtických sídel porcelánem (fajánsí) nemohly vést patrně nikam jinam, než do míst s pevně ukotvenými

tradicemi této hospodářské činnosti. Již v 17. století se v důsledku náboženského pronásledování usídlili na západním Slovensku novokřtenci (habáni). V roce 1546 vznikla náboženská obec novokřtěnců v Sobotišti, později v Brodském, Moravském Svätém Jánu, Dobré Vodě a jinde. Habánské dvory (ve 29 obcích Uher) s víceposchodovými domy byly tvořeny kromě obytných částí i řemeslnými dílnami, v nichž zruční řemeslníci zhotovovali keramické zboží (zejména džbány). V Holíči začala z iniciativy Františka Lotrinského působit v letech 1736–1743 císařsko-královská manufaktura, která navázala na předchozí bohatou tradici výroby majoliky. Oblíbenost zdejších výrobků (stolovací jídelní soupravy, kávové soupravy, svícny, vázy, konvičky) si vynutila roku 1755 přístavbu nové budovy ke starší manufaktuře. Výroba byla členěna na produkci fajánsi, kameniny a porcelánu. Zdejší výroba zanikla roku 1827.

Tato krajina ale přitahovala Františka Lotrinského mnohem víc než pouhou lokalizací fajánsové manufakturní produkce. V Kopčanech existoval již v letech 1660–1680 rozsáhlý hřebčín, v němž Csoborové chovali arabské a španělské koně. Genius loci tohoto místa je úzce spojen s českým hřebčínem v Kladrubech nad Labem. V roce 1765 Marie Terezie povýšila hřebčín v Kopčanech na dvorní císařský a královský hřebčín. Po celou dobu jeho fungování až do roku 1828 byly v Kopčanech chovány koně pro císařský vídeňský dvůr. Byli používáni k reprezentačním účelům jako jezdečtí, dostihoví a k honům sloužící koně, ale i pro kočárovou službu nebo koně k záprahu. Současná stavba kopčanského čtyřkřídlového hřebčince uzavírající téměř čtvercové nádvoří pochází z roku 1745. V druhé stavební etapě v letech 1752–1773 bylo nad přízemní částí stavby vybudováno nové podkroví, které činí objekt výjimečnou slovenskou stavební památkou. Přestože starostlivost o hřebčín zatím plně neodpovídá jeho významu, samotná stavba tvoří významnou součást nově koncipovaného mezinárodního projektu archeoparku Kopčany – Mikulčice.

V barokně upravené krajině zaujímal kdysi významné postvení fenomén tzv. „kačenárny“. Přestože dnes při putování po polní cestě z Holíče ke kostelíku sv. Margity Antiochijské procházíme jen kolem zboženiště bývalé hájovny, genius místa se stále váže s rokem 1753, kdy rovněž z podnikatelské iniciativy Františka Lotrinského se na holíčském panství usídlil Jacob Boden, který zde zavedl nový způsob lovu divokých kachen. Na uměle vytvořené čtvercové vodní ploše o rozloze 1,44 ha, jejíž břehy byly lemovány rákosovými porosty a stromořadím vrb, vzniklo ideální přírodní prostředí pro kachny divoké. V rozích rybníční plochy byly z vrb vybudovány jakési přírodní půlkruhové zužující se tunely z vrbového materiálu (zvané choboty), které byly ukončeny pastí –

dlouhým proutěným košem. K okraji vodní plochy a dále směrem k chobotu sypala obsluha rybníka ječmen pro hnízdící i přilétávající kachny. Vodní drůbež lapena v úzkých pastích obohacovala významným způsobem jídelníček na panských dvorech. A to nejen v Holíči, ale i ve Vídni. Podle odhadů bylo v průběhu 19. století takto každoročně uloveno 10. – 18. tis. kachen. Lov divokých kachen provozovaný tímto způsobem zanikl až v polovině 20. století.

Je zajímavé pohlížet do plánů na revitalizaci krajiny a navrácení její barokní kompozice. Nemusí to trvat dlouho, a tam, kde ještě nedávno bylo zboženiště hájovny, mělo by vzniknout sídlo správy slovenské části archeoparku Kopčany – Mikulčice. Lze si představit i přilétávající hejna divokých kachen, na něž budou čekat místo profesionálního „kačenára“ z dob Františka Lotrinského, obdivovatelé místa s ojedinělým geniem loci dolního toku Moravy.

A co znamená spojení Kopčany a archeopark?

To, že území kolem Kopčan a Holíče se výrazně podílelo ve velkomoravském období na vývoji tehdejších společenských poměrů, si zřejmě jako první uvědomil archeolog Štefan Janšák. Na základě sesbíraných materiálů v lokalitě mikulčických Valů určil toto místo jako slovanské hradiště na tzv. hrudách. Systematickým archeologickým výzkumem, vedeným od roku 1954 prof. Josefem Poulíkem, byla tato teze potvrzena. Podle Janšáka mohutné velkomoravské centrum, v němž žilo na 2 tis. obyvatel, by nemohlo existovat bez úzkých vazeb k zázemí v podobě zemědělských a řemeslnických osad. Ty se nacházely na spojnici mezi velkomoravským hradištěm a levobřežní částí řeky Moravy v horním Záhoří. Proto se zdá pravděpodobné užší sepětí velkomoravského hradiště Valy se slovenskou částí Dyjsko-moravské nivy. Navíc kamenný materiál pro stavby slovanského hradiště Valy pocházel prokazatelně z okolí Skalice (Žalostinská vrchovina tvořící nejjihnější část Bílých Karpat). Velkomoravské hradiště bylo navíc situováno na historické stezce západovýchodního směru, propojující dolní Pováží s dolním Pomoravím – tzv. České cestě. U kopčanského kostelíku sv. Margity Antiochijské jakoby se zastavil čas. Duch místa jakoby po staletí čekal na počátek 3. tisíciletí. Deset let trvající archeologický výzkum (2000–2009) přinesl unikátní objev. Kostel sv. Margity Antiochijské nepochází ze 12–13. století, jak se dříve soudilo, ale z 9. století.

Možná právě zde u kopčanského kostelíku sv. Margity Antiochijské lze velmi intenzívně vnímat genia krajiny a porozumět jejímu vývoji, který kulturně historickým propojením má mnoho společného s oblastí označovanou Francia Media,

zahrnující území od západoevropských břehů Atlantiku až ke Karpatům, kde se významným spolupůsobením křesťanství formovala idea společné, avšak vnitřně bohatě diferencované Evropy. Účastníci mezinárodního odborného symposia konaného v jihomoravském Hodoníně (2010) přijali v rámci úsilí o zapsání mimořádně hodnotného areálu velkomoravského hradiště v Dyjsko-moravské nivě Dolnomoravského úvalu do Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO, prohlášení:

*Areál slovanské sídelní aglomerace dnešní národní kulturní památky Mikulčice a národní kulturní památky Kostel sv. Margity Antiochijské a památkové zóny Kopčany je v kontextu střední Evropy areálem mimořádné a unikátní hodnoty, nespočetné kvalitou náleží s podobnými mocenskými centry 8. až 10. století ve východní části střední Evropy. Tato hodnota je skryta nejen v archeologickém potenciálu místa. Je to lokalita nepochybně spjatá s dějinami christianizace střední Evropy, stejně jako místo, kde se potkával východ Evropy se západem a svědek počátků prvního významného státu na území střední Evropy – Velké Moravy. Toto mocenské centrum bylo střediskem tvorby a šíření právních aspektů raného státu a kulturní výměny.*

Proto se počátkem 3. tisíciletí začíná prosazovat v Dyjsko-moravské nivě vize česko-slovenského archeologického parku, který by překlenul dlouhodobé opomíjení významu této krajiny a připomínal sílu jak ducha jednotlivých míst, tak i genia regionis této pozoruhodné části Dolnomoravského úvalu.

## ZÁVĚR

Jakoukoli analýzu zdrojů, forem, vyhledávání a zaměstnávání osob v kreativním průmyslu je možno odpovědně zahájit až poté, kdy se aktéři rozvoje tohoto typu, dosud málo rozvinutého odvětví hospodářských činností, dokonale seznámí s geniem loci daných lokalit a geniem regionis současných i historicky vzniklých, byť i následně mnohdy zaniklých areálů původních lidských aktivit. Přístupovat k rozvoji tohoto odvětví na bázi paradigmatu uměle přijatých modelů konkurenceschopnosti je systémově neodůvodnitelné. Přistoupit k rozvoji nejrůznějších forem kreativního průmyslu na bázi znalosti komplementárně pojatých aspektů genia krajiny naopak vytváří přirozenou a zcela ojedinělou konkurenční výhodu v ekonomicky hodnocených činnostech. V kulturním dědictví totiž platí celosvětově

uznávaný aspekt původnosti aktivity v dané lokalitě (podmínka k zápisu na listinu světového kulturního dědictví UNESCO).

Nepředstavitelně velký potenciál možností rozvoje kreativního průmyslu v příhraničním území ČR-SR (lokalita Holíč – Kopčany – Mikulčice) se nabízí v několika podobách:

- obnova fajánsové výroby s tematikou, která se váže k habánské kultuře nebo k habsburskému dvoru, zvláště pak k hospodářským činnostem Františka Lotrinského,
- obnova hřebčína s rozvojem hypoterapie a rekreačního využití jízd kočárovými spřeženími,
- obnova barokně komponované krajiny s fenoménem „kačenárny“ s chovem vodní drůbeže a gastronomickým využitím,
- propojování turistických tras orientovaných na poznávání vídeňských habsburských památek s trasami vedoucími k habsburským památkám Holíče - Kopčan,
- rekonstrukce holičského zámku jako letního sídla Marie Terezie s tematikou kulturních programů navazujících na programy vídeňského Schönbrunnu se zaměřením na trávení volného času šlechty na letním sídle,
- usilování o vybudování příhraničního archeoparku mezi ČR-SR (Mikulčice – Kopčany) s tematikou jednoty EU jako způsobu optimálního propojení dějinně vzniklých rozdílných částí Evropy (Vencálek, 2011, s. 354).

Současné reprezentace veřejné správy vnímají zajímavosti míst ve výrazné odtrženosti od charakteru jejich genia loci. Např. město Holíč nabízí na svých internetových stránkách tyto zajímavosti: městské muzeum, holičský betlém a holičské megality. Komplexní analýzu krajiny ve vztahu k odhalení jejího genia loci ale nelze dosáhnout současnými metodami a způsoby práce ani regionálních agentur, ani cestovních kanceláří, ani pragmaticky zaměřených vysokoškolských studijních programů, svíraných principy paradigmatu konkurenceschopnosti. Bez nového paradigmatického vidění reality a komplementárního přístupu k výchově nových odborníků je ale takto komplexně pojatá analýza rozvoje kreativního průmyslu nereálná.

## LITERATURA

- Dudinský, V., Dudinská, I. (2005): Environmentálny rozmer občianstva. In: *Formovanie európskej občianskej spoločnosti*. Prešov: FF PU, s. 109–112.
- Gray, J. (2002): *Marné iluze / Falešné predstavy globálneho kapitalizmu*. Košice: Paradigma.sk, 264 s.
- Ivanička, K. (2006): *Globalistika / Poznávanie a riešenie problémov súčasného sveta*. Bratislava: IURA EDITION, 288 s. ISBN 80-8078-028-5.
- Pehe, J. (2008): *Občanský aktivista a veřejný intelektuál*. In: *Máš před sebou všechny mé cesty / Sborník k 60. narozeninám Tomáše Halíka*. Praha: Lidové noviny, s. 253–261.
- Safranski, R. (2006): *Kol'ko globalizácie unesie človek?* Bratislava: Kalligram, 96 s.
- Vencálek, J. (2011): *Vliv genia loci na rozvoj cestovního ruchu v česko-slovenském příhraničním regionu*. In: *Regionální rozvoj a cestovní ruch*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická, s. 349 – 356.

## Kontakt

prof. PaedDr. Jaroslav Vencálek, CSc.  
Inštitút politológie Filozofickej fakulty  
Prešovská univerzita v Prešove  
Ul. 17. novembra 1, 080 78 Prešov  
e-mail: jaroslav.vencalek@unipo.sk

## SUMMARY

### **Fatality of the competitiveness and secrets of regional cooperation complementary in creative industry**

The paradigm of competitiveness was formed during a period when economic strategies were derived from the growing social importance of industrial production. In the 21st century non-manufacturing activities, including art, culture and cultural heritage, have become part of the economic strategy.

The paradigm of competitiveness was formed during a period when economic strategies were derived from the growing social importance of industrial production. In the 21st century non-manufacturing activities, including art, culture and cultural heritage, have become part of the economic strategy.

Any analysis of the resources in the creative industry can be successfully done only when the actors in the development of this type of economic activities become acquainted in detail with the genius loci and genius regionis. Accessing the development of this sector via the paradigm of competitiveness is not justifiable nowadays. On the contrary, an access to the development of the creative industry via knowledge of the complementary conceived aspects of the landscape gives places (regions) a natural competitive advantage. Such a comprehensive analysis leading to the discovery of the genius loci can not be achieved using current methods and procedures. An analysis conceived in this way is unrealistic without a new paradigm and complementary approach to landscape.

We present a model study of the development of the creative industry in the area of Holíč – Kopčany – Mikulčice, which is situated at the Slovak-Czech border. The region offers myriad new forms of economic activities including restoration of faience production, development of hypo-tourism, renewal of the landscape composed in Baroque style, building an archaeological park Mikulčice – Kopčany.

## POTENCIÁL KREATÍVNEHO PRIEMYSLU V REGIÓNE

## POTENTIAL OF CREATIVE INDUSTRY IN THE REGION

Sergej VOJTOVIČ

**Abstrakt**

Štúdiá sa zaoberá skúmaním stavu hospodárskeho potenciálu firiem kreatívneho priemyslu v regióne, štruktúry jeho výrobných činností, hospodárskymi výsledkami, trendmi v rozvoji a hodnotením jeho významu pre hospodársky rozvoj regiónu. Predmetom skúmania tejto štúdie sú taktiež kvalitatívne charakteristiky subjektov kreatívneho priemyslu v regióne – predmet činnosti, vzťahy s konkurentmi a zákazníkmi, formy spolupráce s inými firmami odvetvia, s verejnými a štátnymi organizáciami, hodnotenie podmienok pre rozvoj podnikania v príslušnom odvetví kreatívneho priemyslu, uvedenie si vedeniami firiem kreatívneho priemyslu spoločných problémov a spoločných záujmov. Zároveň sa analyzuje uvedenie si subjektmi kreatívneho priemyslu problematiky a významu kreatívnej výroby v sociálnom a hospodárskom rozvoji, existujúcich spoločných záujmov pre účely zistenia ich potenciálu pre tesnejšiu spoluprácu na inštitucionálnej a organizačnej úrovni vo forme kreatívneho klastra.

**Kľúčové slova**

Kreatívny priemysel, hospodársky potenciál, formy spolupráce, spoločné záujmy, klaster.

**Abstract**

This study looks into the state of economic potential of companies active within the field of creative industry in a region, further into structure of its productive activities, economic results, trends in its development and lastly it evaluates its significance for economic development of a region. Moreover it analyses qualitative characteristics of subjects from this region's creative industry – subject of their activities, relations with their competitors and customers, forms of cooperation with other companies from the same branch of industry and with public and state organizations, evaluation of conditions for the development of entrepreneurship in the given branch of creative industry and to what extent management of these companies acknowledges common interests and problems. At the same time we studied whether subjects of creative industry acknowledge the issue of creative production and its importance for the social and economic development. Lastly we look into existing common interests of companies active in the field of creative industry in order to determine their potential for closer cooperation on institutional and organizational level in the form of creative cluster.

**Key words**

Creative industry, economic potential, forms of cooperation, common interests, cluster.

**JEL Classification:** O 15; O 31.

**Úvod**

V slovenskej republike zatiaľ nie sú k dispozícii zmapovaný stav a rozvoj kreatívneho priemyslu a definovaný jeho vplyv na hospodársky rozvoj miest a regiónov. Napríklad, národný strategický referenčný rámec SR na roky 2007-2013, rozpracovaný Ministerstvom výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky, ani grantový systém Ministerstva kultúry SR v rokoch 2006-2010 neuvažovali s aktivitami v oblasti kreatívneho priemyslu. Jedinou významnou udalosťou pre danú

oblasť bola konferencia o kreatívnom priemysle "Sloboda tvorivosti /Freedom of Creativity/", ktorú v roku 2009 usporiadalo Zastúpenie Európskej komisie na Slovensku. Cieľom konferencii bolo zvýšiť povedomie o kreatívnej ekonomike a príležitostne naštartovať proces nie len jej všeobecného zviditeľňovania, ale najmä a reálnej verejnej diskusie o význame kreatívneho priemyslu pre hospodársky a sociálny rozvoj spoločnosti.

Problematika kreatívneho priemyslu je nová a malo rozpracovaná nielen v domácej, ale aj vedeckej a odbornej literatúre vyspelých krajín sveta.

Avšak problematika novej ekonomiky a ľudského kapitálu je predmetom vedeckého aj spoločenského záujmu už od konca minulého storočia (Bell, 1973; Becker, 1975; Verwaltung, 2007; Becker, et. al., 1990; Berry, Glaeser, 2005; Amabel, 1996; Bontis, 1999; Kelly, 1998; Coocce, et. al., 2000). Výrazný záujem o túto problematiku je aj na domácej vedeckej a odbornej pôde (Stewart, 1999; Kérim, 2000; Balaž, et al., 2002; Veber a kol., 2003; Krajňáková, Vojtovič, 2006). Predmetom vedeckého a odborného záujmu v 80.-90. rokoch minulého storočia vo vyspelých krajinách sa stavajú otázky špecificky riadenia ľudských zdrojov (Armstrong, 1987; Hendry, Pettigrew, (1990; French, 1990; Liebel, Oechsler, 1994; Storey, 1995; Armstrong, 2002; Larsen, Mayrhofer, 2006). Neskôr sa aktivujú tieto vedecké a publikačné činnosti predovšetkým v susednom Česku a v domácom akademickom prostredí (Kaňáková, Bláha, Babicová, 2000; Kleibl, a kol., 2001; Koubek, 2003; Krajňáková, 2004).

V poslednom desaťročí koncepcia riadenia ľudských zdrojov vedeckou a odbornou verejnosťou postupne sa vníma a spája s riadením tvorivých činností ľudí, ktorí vytvárajú nové poznatky a vedomosti, aplikovateľné v rôznych sférach hospodárskej činnosti (Halík, 2008; Vojtovič, 2011). Problematika takzvaného kreatívneho priemyslu aj samotná definícia jeho pojmu vo vedeckom prostredí sa začína prácami R. Floridy (Florida, 2002; Florida, Tinagli, 2004; Florida, 2009). A kreatívny priemysel, ktorý sa zakladá na tvorivej činnosti ľudí, ako pravidlo, sa spája s tvorbou takzvaných expresívnych hodnôt – estetických, spirituálnych, historických, symbolických a pod. (Wiesand, Sondermann, 2005; Denatele, Wassal, 2006; Woolman, 2011). Niektorí autori na základe formálnych štatistických údajov vytvárajú typológie kreatívnych miest, regiónov a krajín (Kloudová a kol., 2010).

Ako pravidlo, k odvetviám kreatívneho priemyslu sa zahŕňa výroba hodnôt v sfére kultúry, úžitkového umenia, hudby, tvorba video, rádio a televíznych programov a vysielaní, počítačovým programovaním, tvorbou internetových portálov, reklamy, podnikateľským, marketingovým poradenstvom a marketingovým výskumom, písaním a vydávaním kníh, tvorivé umelecké a zábavné činnosti a pod. (KEA, 2006; The Economy, 2006; Higgs, et. al., 2008; Cikánek, 2009). Často sem zahŕňajú také činnosti, ako napríklad tlačenie a rozmnožovanie nahraných nosičov alebo vydavateľská činnosť, ktoré veľmi malo súvisia s tvorivosťou a jednoznačne sú opakovateľnými výrobnými činnosťami. Samozrejme samotné písanie kníh, tvorba videa, programov, inscenácií a pod. jednoznačne je tvorivou činnosťou. Avšak ich množenie samozrejme je už klasickou

opakovanou výrobou tovarov a služieb (Mazlová 2002).

Vychádzajúc z toho za hlavný cieľ tejto štúdie bolo určené uskutočniť empirický prieskum firiem kreatívneho priemyslu v regióne metódou štruktúrovaného interview a na základe získaných informácií zistiť stav kreatívneho priemyslu v regióne a potenciál jeho rozvoja.

Pre dosiahnutie tohto cieľa boli definované nasledovné úlohy:

- uskutočniť analýzu firiem kreatívneho priemyslu a definovať štruktúru jeho výrobných činností;
- zistiť formy spolupráce firiem kreatívneho priemyslu medzi sebou, vzťahy so zákazníkmi a s konkurentmi;
- uskutočniť analýzu stavu a trendov podnikaní firiem kreatívneho priemyslu a zistiť potenciál pre jeho rozvoj a napredovanie;
- určiť aktuálny význam a vplyv kreatívneho priemyslu na sociálny a hospodársky rozvoj miest a kraja a na zamestnávanie ľudí.

Výskumné metódy, ktoré sú použité v danej štúdii, sa zakladajú na realizácii empirického prieskumu organizácií kreatívneho priemyslu metódou štruktúrovaného interview. Zároveň sa používajú tradičné vedecké metódy komparácie, zovšeobecnenia, indukcie, dedukcie a celá rada štatistických výpočtov.

Vedecká originalita štúdie:

Vedecká originalita výsledkov analýzy a skúmania potenciálu kreatívneho priemyslu v regióne spočíva v zistení jeho aktuálneho stavu a trendov v rozvoji s účelom zvýšiť význam kreatívnej výroby v tvorbe hrubého domáceho produktu, v zamestnávaní ľudí a celkovom rozvoji regiónu.

Praktický význam získaných výsledkov štúdie:

- výsledky analýzy a skúmania potenciálu kreatívneho priemyslu umožnia definovať aktuálne problémy a navrhnúť mechanizmy a zdroje ich riešenia a tým pozitívne ovplyvniť jeho rozvoj a napredovanie;
- skúmanie potenciálu a problémov rozvoja kreatívneho priemyslu dovoľí definovať význam a úlohy takých subjektov ako štát a orgány samosprávy v rozvoji kreatívneho priemyslu a jeho vplyvu na hospodársky rozvoj regiónu a zamestnanosť ľudí;
- definovanie potenciálu firiem pre spoluprácu umožní zapojiť ich do tesnejšej inštitucionálnej spolupráce vo forme kreatívneho klastra.

## 1 Charakteristika kreatívnych činností v regióne a ich skúmanie

Výber subjektov pre realizáciu štruktúrovaného interview bol uskutočnený náhodným spôsobom v počte 130 firiem z celkového počtu 1 239, evidovaných v systéme „Klasifikácie ekonomických činností (SK-NACE)“ a ekonomický činných. Tieto firmy sme hodnotili ako základný súbor. V procese realizácie interview bolo zistené, že aj z tohto počtu firiem sa vyskytuje určité množstvo ekonomicky nečinných - napriek štatistickej evidencii v systéme „Klasifikácie ekonomických činností (SK-NACE)“, už skončili svoju podnikateľskú činnosť alebo po evidencii na príslušných organoch nezačali svoje podnikateľské aktivity. A to znamená, že aj nezamestnávajú pracovníkov.

Pre zachovanie „čistoty“ (náhodnosti a reprezentatívnosti) výskumného súboru počet náhodne vybraných subjektov (výskumného súboru) pre realizáciu štruktúrovaného interview nebol navýšený. Preto interview bolo uskutočnené s predstaviteľmi vrcholového manažmentu (alebo majiteľmi) 67 firiem. Navyše hlavnou úlohou nášho

prieskumu bolo nie spresnenie ich štatistiky, ale predovšetkým kvalitatívne charakteristiky subjektov kreatívneho priemyslu v regióne – predmet činnosti, vzťahy s konkurentmi a zákazníkmi, spolupráca s inými firmami, s verejnými a štátnymi organizáciami, hodnotenie podmienok pre rozvoj podnikania v príslušnom odvetví kreatívneho priemyslu, definovanie problémov, uvedenie si problematiky a záujmov odvetvia alebo záujmov celkového kreatívneho priemyslu.

Korektnosť nášho výberového súboru sa potvrdzuje porovnaním počtu základného súboru a pomeru v jednotlivých kategóriách tržieb podľa štatistických ukazovateľov systému „Klasifikácia ekonomických činností (SK-NACE)“ a výsledkov nášho prieskumu, kde v dotazníku štruktúrovaného interview bola položená otázka o tržbách vybraných a oslovených subjektov kreatívneho priemyslu. V systéme „Klasifikácii ekonomických činností (SK-NACE)“ spomedzi 1239 subjektov 65 % patria do skupiny s tržbami do 1 mil. EUR, 20 % do skupiny od 1 do 5 mil. a 14 % - do skupiny od 5 a viac mil. EUR. Adekvátne tomu výberový súbor sa delí na 62 %, 20 % a 16 % (pozri tab. 1).

Tab. č. 1 Reprezentatívnosť výberového súboru

Tržby	Základný súbor		Výberový súbor	
	Počet podľa SK-NACE	Pomer v %	Počet oslovených	Pomer v %
do 1 mil. EUR	813	66	42	63
od 1 do 5 mil. EUR	249	20	14	21
od 5 mil. EUR	177	14	11	16
Spolu	1239	100	67	100

Podnikateľské aktivity oslovených firiem kreatívneho priemyslu kraja sa zakladajú prevažne na kultúrno-historických tradíciách regiónu alebo jednotlivých miest (29 % oslovených firiem) a na rozvoji moderných kreatívnych činností a technológií (71 %). Podľa našich zistení, absolútna väčšina oslovených firiem (63 %) podniká v reklame, architektúre, grafickom dizajne, hudbe a zábave, vizuálnom umení a starožitnostiach, v poskytovaní video a audiovizuálnych produktov, vzdelávacích a voľno-časových software. Pri tom najväčší počet oslovených sa zaoberá reklamou (14 %) a nikto z nich nepôsobí v sfére vizuálneho umenia a starožitností. Zvyšok okolo 50 % oslovených firiem kreatívneho priemyslu sú rozdelené medzi architektúrou, grafickým dizajnom, vzdelávacím a voľno-časovým software – po 8 % umeleckým a dizajnovým nábytkom, hudobným umením a zábavou, tele-, rozhlasovým, internetovým vysielaním, písaním a publikovaním – po 4 %. Podnikateľské aktivity

ostatných z celkového počtu oslovených firiem (37 %) nepatria k vymedzeným v štatistickej klasifikácii odvetviam kreatívneho priemyslu.

Podiel firiem s výškou tržieb do 1 mil. EUR v trencianskom kraji tesne koreluje s počtom zamestnaných. Ide tu predovšetkým o malé firmy. Keď ich pomer podľa tržieb v našom prieskume je 62 %, tak s počtom zamestnaných do 15 ľudí ich je 52 %, podnikajú sami a nezamestnávajú žiadnych pracovníkov - 19 %, zamestnávajú do 50 ľudí 19 % firiem a viac ako 50 zamestnaných má 8 % oslovených firiem. Nepriama korelácia sa vyskytuje medzi veľkosťou firiem a počtom rokov ich pôsobenia na trhu.

Všetci predstavitelia oslovených firiem kreatívneho priemyslu v kraji sú si vedomí aktivít svojich konkurentov ako v meste pôsobenia, v kraji, tak aj na Slovensku a v zahraničí. Absolútna väčšina z nich má indiferentný vzťah k svojim konkurentom (43 %). Pozorujú činnosť konkurentov s účelom



predísť možným komplikáciám v dôsledku aktivít konkurentov 17 % oslovených firiem. Len 4 % z nich zaujímajú aktívnu pozíciu voči konkurentom – snažia sa uplatňovať určité opatrenia proti konkurentom. A 7 % firiem sa spája s inými podnikateľmi, s účelom odporovať dominantným konkurentom.

Pravidelne spolupracujú s inými firmami 73 % oslovených firiem, občas alebo náhodne spolupracujú len 5 %, a spolupracujú na úrovni vytvorenia inštitucionálnych spolkov 12% z nich. Nespolupracuje so žiadnou inou firmou alebo organizáciou 10 % oslovených firiem kreatívneho priemyslu. Táto skutočnosť predovšetkým nasvedčuje, že absolútna väčšina firiem kreatívneho priemyslu si uvedomuje potrebu vzájomnej spolupráce a zároveň aj ju v rôznych formách aj uskutočňuje. A hlavne čo vyplýva z tohto zistenia je, že väčšina oslovených firiem (61 %) uskutočňuje spoluprácu s firmami s podobnými aktivitami, s inými firmami kreatívneho priemyslu 9 %, ďalších 9 % s priamymi konkurentmi a 28 % s organizáciami priemyslu a služieb. To znamená, že nevnímajú ich ako konkurentov ale predovšetkým ako partnerov, uvedomujú si a nachádzajú spoločný záujem aj preto realizujú spoločné aktivity. Zároveň to môžeme vnímať ako určitý hodnotový potenciál, ktorý je nevyhnutný pre ponímanie potreby združovania sa vo forme klastra a prípadne zapojenia sa do klastrových aktivít.

Toto potvrdzujú aj údaje o účelnosti spolupráce skúmaných firiem kreatívneho priemyslu. S účelom vytvorenia spoločnej distribučnej cesty alebo spoločného predaja spolupracuje 33 % oslovených firiem, s účelom realizácie spoločných marketingových aktivít (napríklad pre prieskum trhu, reklamu, PR a pod.) 18 %, s účelom realizácie spoločnej cenovej politiky 7 % a rovnako 7 % s účelom spojenia finančných prostriedkov pre investície.

V odpovediach na hypotetickú otázku s firmami z akých krajín by ste uprednostnili spoluprácu, 34 % predstaviteľov podnikov kreatívneho priemyslu sa vyjadrili v prospech Slovenska, 28 % v prospech Českej republiky, rovnako po 14 % - v prospech Poľska a iných krajín a 10 % - v prospech Maďarska. Ako aj v iných hospodárskych aktivitách, čo je známo, uprednostňovaným lídrom je Česká republika. Absencia jazykovej bariéry, blízkosť kultúry, histórie a pod. vytvárajú priaznivé podmienky pre komunikáciu a spoluprácu, čo aj v našom prípade má výhodu pre formovanie klastra kreatívneho priemyslu.

Čo sa týka prítomnosti problémov v procese spolupráce so zahraničnými firmami, tak viac ako tretina oslovených firiem kreatívneho priemyslu (38 %) sú si vedomí toho, že neexistujú žiadne

prekážky v kooperácii a spolupráci s firmami v zahraničí a rovnako 38 % predstaviteľov oslovených firiem nevedeli sa vyjadriť jednoznačne. Len predstavitelia 24 % firiem sú presvedčení, že pre spoluprácu so zahraničnými firmami sú určité prekážky. Táto skutočnosť taktiež svedčí o tom, že vo vedomí absolútnej väčšiny predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu neexistujú vytvorené psychologické bariéry pre spoluprácu s firmami v zahraničí, čo taktiež zvyšuje možnosti pre formovanie klastra kreatívneho priemyslu.

## 2 Stav a rozvoj podnikateľských aktivít firiem kreatívneho priemyslu

V celkovom hodnotení podnikania v odvetviach kreatívneho priemyslu len 7 % predstaviteľov oslovených firiem kreatívneho priemyslu poznamenali, že táto podnikateľská činnosť bez ohľadu na hospodársku recesiu už dlhodobo je v úpadku. Avšak 39 % odpovedí vyjadrujú presvedčenie, že v tejto činnosti vždy zostanú šance pre podnikanie a 22 % - že dlhodobo sa prejavuje len mierny rast podnikateľských aktivít. Takmer tretina (29 %) sú tohto názoru, že v podnikaní v sfére kreatívneho priemyslu sa dlhodobo prejavuje stagnácia. Za príčinu tohto stavu takmer polovica predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu (43%) považujú hospodárske problémy (napríklad pokles dopytu, problémy financovania, investovania a pod.). Ďalšou dôležitou príčinou je absencia podpory zo strany štátu (24 %), legislatívne problémy – 16 %, absencia podpory zo strany orgánov samosprávy – 15 %. Len 2 % predstaviteľov oslovených firiem uviedli odlišné od pomenovaných vyššie problém podnikania v odvetviach kreatívneho priemyslu.

Čo sa týka skúseností s finančnou podporou podnikania v sfére kreatívneho priemyslu zo strany štátu, orgánov samosprávy alebo z fondov EÚ, to absolútna väčšina firiem kreatívneho priemyslu (55 %) nemala žiadne skúsenosti, avšak 25 % predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu poznamenali, že sa uchádzali o podporu zo strany štátu, samosprávy alebo z fondov EÚ a zároveň boli úspešní. Len 20 % oslovených firiem kreatívneho priemyslu majú negatívne skúsenosti – uchádzali sa o podporu, ale neboli úspešní.

Dôležitým pre potenciál tvorby klastra kreatívneho priemyslu je uvedomenie si subjektmi (firmami a výrobnými podnikmi) problematiky kreatívneho priemyslu v sociálnom a hospodárskom rozvoji. Žiaľ, podľa nášho prieskumu, takmer polovica oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu (8 %) nie sú oboznámení s problematikou kreatívneho priemyslu. A ďalších 30 % oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu len čítali o tejto

problematike v odbornej literatúre alebo počuli v masovokomunikačných prostriedkoch. Zvyšok, celkom 22 %, sa dozvedeli o problematike kreatívneho priemyslu na konferenciách alebo seminároch, usporiadaných organmi štátnej správy alebo samosprávy (15 %) alebo na odborných podujatiach, organizovanými vysokými školami a inými odbornými inštitúciami (7 %).

Približne podobne sú na tom predstavy a informovanosť o význame a perspektívach kreatívneho priemyslu v sociálnom a hospodárskom rozvoji jednotlivých miest, Trenčianskeho kraja a Slovenskej republiky. Nevedia o tom posúdiť 48 % oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu, nepoznajú ani rozsah, ani reálny vplyv kreatívneho priemyslu na hospodársky rozvoj 11 % oslovených predstaviteľov, nepoznajú jeho význam, ale sú si vedomí jeho dôležitosti 5 % a len 36 % oslovených predstaviteľov firiem sú si vedomí toho, že kreatívny priemysel má vplyv na prosperitu hospodárskeho rozvoja.

Je pochopiteľným a samozrejším, že absolútna väčšina oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu nemôže posúdiť o vplyve kreatívneho priemyslu na tvorbu hrubého domáceho produktu. Táto informácia zatiaľ nemohla sa objaviť ani v odbornej literatúre, ani v masovokomunikačných prostriedkoch, ani na odborných konferenciách alebo seminároch, usporiadaných organmi štátnej správy a samosprávy alebo vysokými školami a inými odbornými inštitúciami. Nevedia vôbec o tom posúdiť 10 % oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu, 5 % z nich si myslia, že podiel kreatívneho priemyslu v tvorbe hrubého domáceho produktu a v zamestnanosti je zanedbateľná. Takmer rovnaký počet oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu (14 %) považuje, že napriek malému významu kreatívneho priemyslu je potrebné využiť každú príležitosť pre rozvoj mesta a kraja a pre zamestnávanie ľudí a 59% oslovených zdôraznili potrebu rozvíjať tieto podnikateľské aktivity kvôli ich významu v budúcom rozvoji mesta a kraja. To znamená, že aktuálny význam a vplyv kreatívneho priemyslu na sociálny a hospodársky rozvoj miest a kraja a na zamestnávanie ľudí je irelevantný v aktuálnych predstavách a v povedomí prevažne vrcholových predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu Trenčianskeho kraja.

V uskutočnenom interview predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu Trenčianskeho kraja sme prosili o vyjadrenie nakoľko si samosprávy miest a kraja uvedomujú problematiku a význam kreatívneho priemyslu v sociálnom a hospodárskom rozvoji. Podľa zistení, len 7 % oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu

považuje, že vedenie samospráv miest a kraja je si vedomé toho problému a adekvátne tomu sa snaží správať. Podľa 14 % oslovených problematika kreatívneho priemyslu je realizovaná v programových vyhláseniach a plánoch sociálno-ekonomického rozvoja miest a kraja. Pre 16 % oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu problematika kreatívneho priemyslu len občas sa zdôrazňuje vo verejných prejavoch vedení samospráv miest a kraja alebo na verejných podujatiach. Zvyšok oslovených predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu, a je ich absolútna väčšina (63 %), nevedela sa vyjadriť na túto otázku.

Z tohto vyplýva, že nielen predstavitelia firiem kreatívneho priemyslu kraja sú slabo informovaní o problematike kreatívneho priemyslu, jeho vplyvu na tvorbu hrubého domáceho produktu a význam kreatívneho priemyslu pre sociálny a hospodársky rozvoj miest a kraja a pre zamestnávanie ľudí. Zrejme táto situácia je ovplyvnená aj tým, že vedenie samospráv miest a kraja v rovnakej miere si neuvedomuje problematiku kreatívneho priemyslu a jeho význam v tvorbe hrubého domáceho produktu, v sociálnom a hospodárskom rozvoji miest a kraja a v zamestnávaní ľudí.

Na záver je potrebné zdôrazniť, že táto zistená skutočnosť predovšetkým nasvedčuje o nízkom hodnotovom potenciáli subjektov kreatívneho priemyslu kraja pre ich zapájanie do tvorby cezhraničného klastra kreatívneho priemyslu. Neadekvátne uvedomenie a predstava o slabom potenciáli kreatívneho priemyslu a jeho význame pre sociálny a hospodársky rozvoj miest a kraja môže výrazne ovplyvniť rozhodnutia firiem kreatívneho priemyslu o potrebe a zmysle ich zapájania do tvorby cezhraničného alebo len krajského klastra kreatívneho priemyslu a jeho významu pre ich podnikanie.

Zároveň, ako sa zdôrazňuje v tejto analýze potenciálu kreatívneho priemyslu, silná orientácia na spoluprácu s inými podnikmi kreatívneho priemyslu a inými organizáciami vytvára vysoký hodnotový potenciál firiem kreatívneho priemyslu Trenčianskeho kraja pre ich uvedomenie si významu spolupráce s inými firmami a organizáciami a ich rozhodnutie pre zapojenie do tvorby klastra kreatívneho priemyslu.

## Záver

Uskutočnená analýza firiem kreatívneho priemyslu Trenčianskeho kraja je výsledkom predovšetkým primárneho empirického výskumu reálnej situácie kreatívneho priemyslu v regióne. Táto analýza a zistenia svedčia o tom, že typickým znakom firiem kreatívneho priemyslu v Trenčianskom kraji je prevažujúci počet malých podnikov a živnostníkov. V segmente kreatívnej výroby sa výrazne prejavuje

silné zastúpenie podnikov modernej výroby, napr. tlač, nahrávanie video, textových a zvukových záznamov na elektronické nosiče, hudobné štúdiá a pod. Výrazne silný potenciál, ktorý si zaslúži byť predmetom ďalšieho skúmania, má kultúrny sektor, ktorý je doteraz riadený tradičnými formami bez užšieho systémového prepojenia s ostatnými sektormi kreatívneho priemyslu.

Bolo zistené, že v aktuálnych predstavách a v povedomí väčšiny vedúcich predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu význam a vplyv kreatívneho priemyslu na sociálny a hospodársky rozvoj miest a kraja a na zamestnávanie ľudí je irelevantný. Podľa ich názoru aj vedenie samospráv miest a kraja si neuvedomuje problematiku kreatívneho priemyslu a jeho význam v tvorbe hrubého domáceho produktu, v sociálnom a hospodárskom rozvoji miest a kraja a v zamestnávaní ľudí.

Neadekvátne uvedomenie si a predstava o nízkom potenciáli kreatívneho priemyslu a jeho význame pre

sociálny a hospodársky rozvoj miest a kraja a neadekvátne uvedomenie si tohto problému samosprávami miest a kraja môže výrazne negatívne ovplyvniť rozhodnutia firiem kreatívneho priemyslu o potrebe a zmysle ich zapájania do spolupráce a tvorby cezhraničného klastra kreatívneho priemyslu.

Výsledky analýzy zároveň poukazujú aj na protikladný trend. Silná orientácia subjektov kreatívneho priemyslu kraja na spoluprácu s inými podnikmi a inými organizáciami a absencia vo vedomí absolútnej väčšiny predstaviteľov firiem kreatívneho priemyslu psychologických bariér pre spoluprácu s firmami v zahraničí, vytvára vysoký hodnotový potenciál firiem kreatívneho priemyslu Trenčianskeho kraja pre ich rozhodnutie o zapojení do užšej spolupráce na inštitucionálnej a organizačnej úrovni vo forme cezhraničného klastra kreatívneho priemyslu.

## Literatúra

Amabiel, T.M. (1996): *Creativity in Context*. Colorado: Westview Press.

Armstrong, M. (1987): Human resource management: a case of the emperor's new clothes'. In: *Personnel Management*, August, 1987, pp. 30-35.

Armstrong, M. (2002): *Řízení lidských zdrojů*. Praha, Grada Publishing.

Balaž, P., Verček, P. (2002): *Globalizácia a nová ekonomika*. Bratislava: Sprint vrfa.

Becker, G.S. (1975): *Human Capital*. New York: Columbia University Press.

Becker, G.S., Murphy, K.M., Tamura, R. (1990): Human Capital, Fertility, and Economics Growth. In: *Journal of Political Economy* 98, pp.12-37.

Bell, D. (1973): *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.

Berry, C.R., Glaeser, E.L. (2005): The Divergence of Human Capital Levels Across Cities. *Regional Science. Regional Science Association International*. Vol.84, Iss.3, pp.407– 444.

Bontis, N. (1999): Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. In: *J. Technology Management*, Vol. 18, Nos. 5/6/7/8.

Cikánek, M. (2009). *Kreativní průmysly příležitost pro novou ekonomiku*. Institut umění – Divadelní ústav.

Cooce, Ph., Boekholt, P., Tödtling, F (2000): *The Governance of Innovation in Europe*. London: Pinter.

Denatele, D., Wassal, G. H. (2006): The Creative Economy: A New Definition. New England Foundation for the Arts (NEFA). In: *UNCTAD. The Creative Economy Report 2008*. [2012.05.16] Available at:

[http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)

Florida, R., (2002): *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. 1<sup>st</sup> edition. New York: Basic Books.

Florida, R., Tinagli, I. (2004). *Europe in the Creative Age*. [2012.06.21] Dostupný na:

[http://creativeclass.com/rfcdgb/articles/Europe\\_in\\_the\\_Creative\\_Age\\_2004.pdf](http://creativeclass.com/rfcdgb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf).

Florida, R. (2009): *Who is your city? How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Design of Your Life*. New York: Basic Books.

French, W. (1990): *Human Resource Management*. Boston. Houghton Mifflin Co.

Halík, J. (2008): *Vedení a řízení lidských zdrojů*. Praha: Grada Publishing.

Hendry, C., Pettigrew, A. (1990): Human resource management: an agenda for the 1990s'. In: *International*

*Journal of Human Resource Management*, 1 (3), pp. 17-43.

Kaňáková, Z., Bláha, J., Babicová, J. (2000): *Řízení lidských zdrojů*. Ostrava: J. A. Komenského.

KEA European Commission. (2006). *The Impact of Culture on Creativity*. [2012.07.26] Available at: <http://www.keanet.eu/impactcreativityculture.html>.

Kelly, K. (1998): *New Rules for the New Economy*. New York: Viking.

- Kérim L. (2000): Globálna výzva. In: *Fórum občianskej spoločnosti*, č.10.
- Kleibl, J., Dvořáková, Z., Šubrt, B. (2001): *Řízení lidských zdrojů*. Praha: C.H. Beck.
- Kloudová, J. a kol. (2010): *Kreativní ekonomika : trendy, výzvy, příležitosti*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 218 s.
- Koubek, J. (2003): *Řízení lidských zdrojů. Základy moderní personalistiky*. Praha: Management Press.
- Krajnáková, E. (2004). Flexibilné formy zamestnávania na európskom trhu práce. *Sociálno-ekonomická revue*. (1), 40 - 48.
- Krajnáková, E., Vojtovič, S. (2006): O suštině „nove ekonomike“. *Anali ekonomskogo fakulteta u Subotici*. Subotica, Broj 16, pp.. 13-22.
- Larsen, H. H., Mayrhofer, W. (2006): *Managing Human Resources in Europe*. Abington.
- Liebel, H.J., Oechsler, W.A. (1994): *Handbuch Human Resource Management*. Wiesbaden.
- Mazlová T. (2002): Komplexní správa údajů o výrobku, *IT Systems*, 10/2002. ISSN 1802-615X
- Stewart, T.A. (1999): Intelektuální kapitál a management znalostí. In: *Moderní řízení*, č.3.
- Storey, J. (1995): *Human Resource Management: A Critical Text*. London: Routledge.
- The Economy of Culture (2006): [2012.06.96] Available at: [http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc885\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc885_en.pdf)
- Veber, J. a kol. (2003): *Management. Základy, prosperita, globalizace*. Praha: Management Press.
- Verwaltung innovativ*. (2007): Linz: TRAUNER Druck GmbH.
- Vojtovič, S. (2011): *Koncepce personálního řízení a řízení lidských zdrojů*. Praha: Grada Publishing.
- Wiesand, A., Sondermann, M. (2005): *The creative sector – an engine for diversity, growth and jobs in Europe*. European cultural foundation.
- Woolman, N. (2011): *Investment in creative industries is not high risk - Demos. The Stage News*. [2012.07.19] Available at: <http://www.thestage.co.uk/news/newsstory.php/33827/investment-in-creative-industries-is-not-high>

#### Autor

Sergej Vojtovič, doc., DrSc.  
 Trenčianska univerzita A.Dubčeka  
 Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov  
 Katedra manažmentu a rozvoja ľudských zdrojov  
 Študentská, 3  
 911 50 Trenčín  
 Tel: +032 7400401  
 E-mail: [sergej.vojtovic@tnuni.sk](mailto:sergej.vojtovic@tnuni.sk)

## SUMMARY

### Potential of creative industry in the region

This study analyses productive potential of companies active within creative industry in Trenčín municipality, structure of its productive activities, its economic results, trends in the development and evaluation of its importance for the economic development of the region. At the same time we look into how management of these companies evaluates state of development of creative industry in the region, and how it sees its economic, financial and organizational problems. Attention is given to a certain economic, social and organizational factors, which most significantly influence trends in the development of creative production on the region. An empiric research has been conducted, during which coincidentally chosen high executives of companies active in the creative industry were interviewed through the method of structured interview.

Based on this research we have found out that a typical characteristic of creative industry in Trenčín municipality is quantitative dominance of small companies. Particularly strong representation in this segment have companies of modern production, like for instance print, music studios, making of video or audio tracks and so on. Important place in the structure of this region's creative industry belongs to cultural sphere, which is to this time managed by traditional forms without closer systemic interconnection with other sectors of creative industry.

Data obtained through this empiric research point out that significance and influence of creative industry on social and economic development and employment of cities and region is currently perceived as irrelevant by most of high executives of companies active in this industry in Trenčín region. Similarly, management of municipality does not acknowledge the issue of creative industry and its importance in the creation of gross domestic product, in the social and economic development of the region and in the employment. Based on these findings this study emphasises that inadequate acknowledgement and perception about a weak potential of creative industry and its significance for social and economic development of the region combined with inadequate acknowledgment of this problem by the municipality itself can negatively influence decisions of companies about the need and the point of their participation on the creation of international cluster.

## INFORMÁCIE PRE AUTOROV

**Časopis** je zameraný na aktuálne problémy ekonomickej teórie, hospodárskeho rozvoja, sociálne, právne, politické, environmentálne a kultúrne aspekty ekonómie, financií a manažmentu. Termíny redakčných uzávierok pre prijímanie príspevkov: 31.03., 30.06., 30.09. a 31.12. príslušného kalendárneho roku.

**Rukopisy prechádzajú nezávislým, anonymným recenzným konaním.** Za originalitu, odbornú a metodologickú úroveň, formálnu a jazykovú úpravu príspevku zodpovedá autor. Recenzent musí pochádzať z inej vysokej školy alebo univerzity, ako pracovisko autora príspevku. Recenzenti o.i. posudzujú aktuálnosť témy, vedeckú originalitu, metodologickú a odbornú úroveň predloženého článku, jeho formálnu a jazykovú úpravu. Recenzent odporúča zverejnenie príspevku bez výhrad, s menšími úpravami, s prepracovaním a opätovným predložením textu k posúdeniu recenzentom alebo príspevok k publikovaniu neodporúča. O vhodnosti témy a prijatia textu do recenzného konania rozhoduje redakcia. Redakčná rada si vyhradzuje pravo príspevok odmietnuť. O výsledku upovedomí redakcia autora písomne alebo telefonicky. Pokiaľ nie je príspevok prijatý, je redakcia oprávnená si ponechať jeden jeho výtlačok. Na uverejnenie príspevku neexistuje právny nárok.

**Príspevok musí byť pôvodný**, tzn. že originálne vypracovaný autorom a doposiaľ nebol ponúknutý k publikácii inému vydavateľovi.

**Dĺžka príspevku** by nemala presiahnuť 22 normovaných strán A4 (1 AH).

**Rukopisy sa predkladajú** v anglickom, slovenskom alebo českom jazyku v dvoch vytlačených exemplároch a v identickej elektronickej verzii vo formáte *doc* (e-mailom na: revue@tuni.sk, alebo na pamäťovom médiu). Aspoň jeden vytlačený rukopis musí byť **podpísaný autorom**, ktorý tým potvrdzuje, že vydavateľovi bezplatne poskytol právo k publikovaniu textu v tlačenej aj elektronickej verzii (vo formáte *pdf*) a že príspevok vytvoril vlastnou tvorivou činnosťou a neexistujú k nemu autorské práva iných osôb.

**Každý príspevok musí obsahovať tieto základné prvky:**

- nadpis príspevku – veľké tučné písmena (12 Times New Roman Bold) zarovnaný na stred;
- Meno autora (autorov) - bez titulov (písmeno 12 Times New Roman *Italics*) zarovnaný na stred;
- Abstrakt (8 - 10 riadkov) - v slovenčine (češtine) a angličtine (písmeno 10,5 Times New Roman *Italics*);
- Kľúčové slová (min. 5) - v slovenčine (češtine) a angličtine (písmeno 10,5 Times New Roman *Italics*).

**Vlastný text:** *Úvod* (vrátane definovania problému, reflexie literatúry, vymedzenia cieľa, úloh, metód a predmetnej oblasti skúmania, vedeckej originality, resp. praktického významu); *Text* je vhodne členiť do kapitol. Názvy kapitol sa čísľujú, píšú tučným písmenom veľkosti 10,5 a zarovnávajú do ľavého okraja; *Záver*; *Poznámkový aparát*. Požiadavky k spracovaniu textu:

- zarovnanie do bloku,
- typ a veľkosť písma: 10,5 Times New Roman,
- riadkovanie jednoduché,
- odsadenie nového odstavca 0,5 cm,
- stránky nečíslovať.

**Tabuľky a grafy** majú byť výlučne čiernobiele, sa čísľujú a v texte na ne musia byť odkazy. Názov tabuľky (Tab.1), grafu (Graf 1) alebo obrázku (Obr.1) sa píšú písmenom 10,5 Times New Roman *Bold Italics*. Pod každým obrázkom tabuľkou alebo grafom má byť uvedený zdroj, z ktorého autor čerpal údaje (8 Times New Roman). **Vzorce** sa označujú číslom v guľatých zátvorkách.

**Zhrnutie (summary)** na separátnej strane na konci príspevku v angličtine pre príspevky v slovenskom a českom jazyku a v slovenčine (češtine) pre príspevky v anglickom jazyku v rozsahu 2600 - 3000 znakov (s medzerami): nadpis príspevku – veľké písmena 11 Times New Roman Bold) zarovnaný na stred.; meno autora (autorov) bez titulov - písmeno 10,5 Times New Roman *Italics*); text - písmeno 10,5 Times New Roman, zarovnaný do bloku, jednoduché riadkovanie; JEL Klasifikácia (vid: [http://www.aeaweb.org/journal/jel\\_class\\_system.html](http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.html)).

**Literatúra v zoznamu na konci príspevku** sa zariaďuje v abecednom poriadku podľa priezviska a mena autora a v súlade s platnými v SR normami. Pri citovaní v texte na príslušnom mieste v zátvorkách sa uvádza priezvisko autora (resp. prvého autora), rok vydania a čísla citovaných stránok diela (Drucer, 2005, S. 87), ktoré je uvedené na konci príspevku v zozname použitej literatúry (vid' vzor). Poznámky pod čiarou sú neprípustné.

Priezvisko, M., Druhe, P. (2009): *Názov publikácie*. Miesto vydania: Vydavateľ., 136 s. ISBN X - Times New Rom. 10.

**Adresa autora (autorov):** plné meno s titulmi, názov VŠ, fakulty, katedry, adresa, telefón, e-mail.

**K príspevku priložte** svoj krátky odborný životopis (cca 6-8 riadkov), vrátane uvedenia plného mena s titulmi a vedeckými hodnosťami, poštové a e-mailové adresy a telefónneho čísla.

## INFORMATIONS FOR AUTHORS

The **magazine** is focused on the actual issues of economic theory, economic development, social, law, political, environmental and cultural aspects of economics, finance and management. Deadlines for papers accepting are as follows: of 31.03., 30.06., 30.09. and 31.12. particular year.

**Papers are subjected to the independent, anonymous review procedure.** Author of the paper is in charge of its originality, professional and methodological level, and formal and language conception. The reviewer has to come from institution or university different from the author's workplace. The reviewers take into account following aspects: the importance of the topic of submitted paper, its professional level, methodology, formal and language level. The reviewer recommends the submitted article to be published without objections, after being worked out within the remarks (the paper must be reviewed once again), or the paper is to be void. The executive board of the journal decides if the topic is suitable to be published and if the paper is subject for the reviewing procedure. The Editor's board has the right the paper to be rejected. The author(s) will be informed about their decision in written. If the paper is not accepted for publication, the editorial office is authorized to keep the hard copy. The claim to the publication of the paper is not legally enforceable.

The paper must be **authentic**, it means originally worked out by the author and never been nor is supposed to be published anywhere else.

The **recommended length** of articles is about 15 standard pages of A4 format.

**Papers are submitted** in English, Slovak or Czech language in one hard copy and in the identical electronic form in doc or docx format (by e-mail to the address: [revue@tuni.sk](mailto:revue@tuni.sk) or on a data carrier). The hard copy should be **signed by the author** who will confirm in this way that he/she transfers free of charge to the publisher the copyright to the manuscript publication in printed and electronic form (pdf format) and that the paper is an outcome of his/her own creative activity and that there are no other holders of the copyright to this paper.

**Each paper must contain following fundamental parts:**

- Title of the paper – should be written in Slovak (or Czech) and in English languages in font size 12 Times New Roman Bold style, arrange to the middle;
- The author's name – without degrees, in font size 12 TNR Italics style, arranged to the middle;
- Abstract (8 - 10 lines) is to be written in Slovak (or Czech) and in English languages, font size 10,5 italics New Times Roman style;
- Key words (at least 5 words) are to be written below the abstract in Slovak (or Czech) and in English languages and typed in font size 10,5; Italics New Times Roman style.

**Text of the article:** *Introduction* (including problem definition, literature reflexion, goal determination and methodology of particular research area, scientific novelty or practical meaning and so on); It is appreciated to segment the *Body text* into the chapters being numbered, in bold font and arranged to the left side; *Conclusion; Remarks*. Requirements regarding the text formatting:

- arranging the text into the block,
- font size 10,5 Times New Roman,
- single spacing,
- new chapter spacing with 3 pt,
- no page numbers.

**Tables and graphs** are supposed to be black and white only, numbered and with references in the text. The table name (Tab.1), graph (Graph 1) or picture (Pic.1) are written by 10,5 Times New Roman *Bold Italics*. Under the each Picture, table or graph has to be the source of the author's data (8 Times New Roman). **Formulas** are numbered and marked in parenthesis.

**Summary** arranged at the end of the article on a separate page along with the English headline in English language for papers in Slovak or Czech languages ranging in 2600 - 3000 marks (with blank): title – capitals 11 Times New Roman Bold centered to the middle; author's name(s) with no titles - 10,5 Times New Roman *Italics*); text - 10,5 Times New Roman, centered to the block, single spacing ; JEL Classification ([http://www.aeaweb.org/journal/jel\\_class\\_system.html](http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.html)).

**References to literature:** sources (list of the references to literature at the end of the article) must be listed alphabetically and in accordance to the valid Slovak norm. While quoted, at the particular place in the text in parenthesis are: author's name, year of issue and numbers of quoted pages of the publication (Drucer, 2005, P. 87), being listed at end in references. Footnotes are unacceptable.

Surname, N., Second, N. (2009): *Title*. Place: Publishing house., 136 p. ISBN X - Times new roman (10).

**Author's address:** full name and surname with academic degrees, post address of the institution, tel. and e-mail.

The article is supposed to be accompanied by **the short professional curriculum vitae (cca6-8 lines)**, including the full name and surname with academic degrees, post address of the institution, telephone and e-mail contact.

## Formulár pre zadávanie príspevkov

**NÁZOV PRÍSPEVKU (Times new roman BODY TEXT ALL CAPS VEĽKOSŤ 12)**

*Názov príspevku v AJ (Times new roman Body text Italics 11)*

Meno Priezvisko autora ( bez titulov Times new roman veľkosť 12)

---

**Abstrakt Times new roman Italics Body text (10,5)**

*Text Times new roman Italics (10,5)*

**Kľúčové slová Times new roman Italics Body text (10,5)**

*Text Times new roman Italics (10,5)*

---

**Abstract Times new roman Italics Body text (10,5)**

*Text Times new roman Italics (10,5)*

**Key words Times new roman Italics Body text (10,5)**

*Text Times new roman Italics (10,5)*

---

**Úvod Times new roman Body text (10,5)**

Text Times new roman (10,5)

**Nadpis kapitoly Times new roman Body text (10,5)**

Text Times new roman (10,5)

**Nadpis subkapitoly Times new roman Body text 10,5)**

Text Times new roman (10,5)

**Dosiahnuté výsledky Times new roman Body text (10,5)**

Text Times new roman (10,5)

**Záver Times new roman Body text (10)**

Text Times new roman (10,5)

**Literatúra (Times new roman Body text (10,5)**

Priezvisko, M. : *Názov publikácie*. Miesto vydania: Vydavateľ 2002 . s. 111 . ISBN X - Times new roman (10)

**Kontakt Times new roman Body text (10,5)**

Katedra  
Fakulta  
Univerzita  
Adresa  
Tel.:

E-mail: Times new roman (10,5)

**SUMMARY (Times new roman Body text (12)**

**Title of the Paper (Times new roman Body text (10,5)**

Text Times new roman (10,5)

---



Číslo 2 / jún 2012, Ročník 10 vedeckého časopisu

## Sociálno-ekonomická revue

pozostáva z príspevkov prednesených vo vedeckej sekcii v rámci  
medzinárodnej konferencie

### „ĽUDSKÉ ZDROJE A KREATÍVNY PRIEMYSEL“

v Trenčíne, 20. - 21. apríl 2012

*organizovanej v rámci projektu:*

**Cezhraničná klastrová iniciatíva pre rozvoj kreatívneho priemyslu**  
*reg. č. 22410420020,*  
*ktorý je financovaný Operačným programom Cezhraničnej spolupráce*  
*Slovenská republika – Česká republika 2007 – 2013.*

Vydanie čísla 2 / jún 2012 časopisu je hradené z finančných prostriedkov projektu  
„Cezhraničná klastrová iniciatíva pre rozvoj kreatívneho priemyslu“

