

Měření podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky pomocí indexu kreativity a jeho aplikace pro Českou republiku

Monika Steigerová

Bakalářská práce
2012

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav ekonomie

akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Monika STEIGEROVÁ**
Osobní číslo: **M09974**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**

Téma práce: **Měření podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky pomocí indexu kreativity a jeho aplikace pro Českou republiku**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Provedte průzkum literárních pramenů a zpracujte základní teoretické poznatky z oblasti kreativní ekonomiky a měření jejího rozvoje.

II. Praktická část

- Na základě zjištěných poznatků zvolte metodiku výpočtu indexu kreativity s aplikací pro Českou republiku.
- Na základě výpočtů analyzujte stav a vývoj kreativního prostředí v jednotlivých krajích České republiky.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

CIKÁNEK, Martin. Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku. 1. vyd. Praha: Institut umění, 2009. 79 s. ISBN 978-80-7008-231-7.
FLORIDA, Richard L. The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books, 2004. 434 s. ISBN 0-465-02477-7.
HARTLEY, John. Creative industries. Malden: Blackwell Publishing, 2005. 414 s. ISBN 1-4051-0147-4.
KLOUDOVÁ, Jitka. Kreativní ekonomika: trendy, výzvy, příležitosti. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 218 s. ISBN 978-80-247-3608-2.
KLOUDOVÁ, Jitka. Kreativní ekonomika: vybrané ekonomické, právní, masmediální a informatizační aspekty. Bratislava: EUROKÓDEX, 2010. 216 s. ISBN 978-80-89447-20-6.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Jitka Kloudová, Ph.D.
Ústav ekonomie
Datum zadání bakalářské práce: 2. dubna 2012
Termín odevzdání bakalářské práce: 18. května 2012

Ve Zlíně dne 2. dubna 2012


prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka

L.S.


doc. Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlášení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k vyuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat náhrady chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 16.5.2012

Štípařová

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělků jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídně k výši výdělků dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Předmětem této bakalářské práce je problematika měření podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky indexem kreativity v podmínkách v České republice. Ten se skládá ze tří oblastí – talentu, technologie a tolerance. V praktické části je na základě zvolené metodiky index vypočten a poté je analyzován vztah mezi ním a vybranými ukazateli z makroekonomiky. Pozornost je také zaměřena na vztah mezi oblastmi podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky. Hlavní cílem práce bylo porovnání podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky v krajích České republiky. Praktická část je zakončena závěry a doporučeními pro vývoj v následujících letech.

Klíčová slova:

Kreativní ekonomika, Index kreativity, kreativní průmysly, kreativní třída, talent, technologie, tolerance

ABSTRACT

Subject of this bachelor thesis is the issue of measurement development conditions of Creative economy with Creativity Index in conditions in the Czech Republic. It consists of three areas – Talent, Technology and Tolerance. In the practical part is based on the selected methodology to calculate the index and then analyzed the relationship between it and selected indicators of macroeconomic. Attention is also focused on the relationship among the areas of the development conditions of Creative Economy. The main goal of the work was to compare the development conditions of Creative economy in the regions of the Czech Republic. The practical part ends with conclusions and recommendations for coming years.

Keywords:

Creative economy, creativity index, creative industries, creative class, talent, technology, tolerance

Za podporu a pomoc při zpracovávání této bakalářské práce bych chtěla poděkovat paní doc. Ing. Jitce Kloudové, PhD.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Motto:

„Our most important resource is us – or to be more precise, the creative potential that is in every human being.“

„Naším nejdůležitějším zdrojem jsme my – nebo přesněji řečeno, kreativní potenciál, který je v každé lidské bytosti.“

Richard Florida

.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 KONCEPT KREATIVNÍ EKONOMIKY	13
1.1 LIDSKÁ KREATIVITA JAKO EKONOMICKÝ ZDROJ	14
2 5 CS MODEL	17
2.1 MĚŘENÍ VÝSTUPU KREATIVNÍ EKONOMIKY	19
2.2 KREATIVNÍ PRODUKT	20
3 KREATIVNÍ TŘÍDA	21
3.1 ÚSTŘEDNÍ KREATIVNÍ TŘÍDA	21
3.2 KREATIVNÍ PROFESIONÁLOVÉ	22
3.3 DŮLEŽITOST KREATIVNÍ TŘÍDY	22
4 KREATIVNÍ PRŮMYSLY	23
5 KREATIVNÍ MĚSTO	26
6 PODMÍNKY PRO ROZVOJ KREATIVNÍ EKONOMIKY	27
7 STATISTICKÉ PODCHYCENÍ KREATIVNÍ EKONOMIKY	28
7.1 KREATIVNÍ INDEX	28
7.1.1 Matice růstu kreativního indexu.....	30
7.2 EURO-CREATIVITY INDEX.....	30
7.3 MODEL 3T PRO POUŽITÍ V PODMÍNKÁCH ČESKÉ REPUBLIKY	32
7.3.1 Talent.....	32
7.3.2 Tolerance.....	33
7.3.3 Technologie.....	34
8 VZTAH TOLERANCE A TECHNOLOGIE	35
9 SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI	36
II PRAKTICKÁ ČÁST	37
10 CÍLE PRÁCEA HYPOTÉZY	38
11 METODIKA SESTAVENÍ CZCI	39
11.1 VÝPOČET INDEXŮ	39
12 TALENT	40
13 TECHNOLOGIE	42
14 TOLERANCE	44
15 CZCI	46
16 POROVNÁNÍ	48
17 MATICE RŮSTU	49
18 SLOŽENÍ CZCI	52
18.1 OŠETŘENÍ O VLIV TOLERANCE	53
19 KORELACE	55
19.1 VÝPOČET.....	55
19.2 KORELACE CZCI	56
19.2.1 Korelace CZCI a průměrná hrubá měsíční mzda	57

19.2.2	Korelace CZCI a HDP	60
19.2.2.1	Porovnání průměrného tempa růstu CZCI a HDP	61
19.2.3	Korelace CZCI a počet kulturních akcí.....	62
19.2.4	Korelace CZCI a podíl registrovaných čtenářů v krajích.....	62
19.3	KORELACE DÍLČÍ SUB-INDEXY.....	63
20	TECHNOLOGIE A TOLERANCE	65
21	SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ A ZHODNOCENÍ HYPOTÉZ	66
22	DOPORUČENÍ.....	68
ZÁVĚR	69
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	71
23	INTERNETOVÉ ZDROJE	73
24	ZDROJE DAT	74
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	75
SEZNAM OBRÁZKŮ	76
SEZNAM TABULEK.....	77

ÚVOD

Téma této bakalářské práce bylo vybráno z několika důvodů. Primárním důvodem je bezpochyby jeho aktuálnost. V posledních letech procházejí ekonomiky většiny států zásadními zkouškami. Je tedy nezbytně nutné hledat alternativní zdroje, které umožní jejich další a především udržitelný rozvoj. A právě kreativní ekonomika se dnes stává pojmem, který bývá často zmiňován, jako možné východisko a koncept, který může být významným zdrojem potenciálu právě pro vývoj v následujících letech. Richard Florida (2011) zdůrazňuje, že v rámci dalšího vývoje bude stále více kladen důraz na kreativitu, inovace a rozvoj lidských zdrojů. Poukazuje na skutečnost, že právě regiony s vysokým podílem kreativních zaměstnání na celkové zaměstnanosti se s krizí vyrovnávají mnohem lépe, než oblasti založené na starších klasických průmyslových odvětvích. Také současná ekonomie by neměla být jen řečí čísel, dnešní doba totiž přináší neodkladný apel ke zkoumání nových oblastí, které jsou čím dál více psychologické povahy. Nové trendy ve společnosti bývají zastřešovány často pod pojem “nová ekonomika“. Jejím dynamickým prvkem je inovace, nápad. A právě ona inovace je úzce spojena s lidskou kreativitou. Hartley (2008) označil kreativitu jako hlavní motor sociálních a ekonomických změn tohoto století.

V dnešní době kreativita spolu s inovacemi a znalostmi jsou faktory, které ovlivňují nápady, produkty, služby, místa a vedou k získání konkurenčních výhod ve všech oblastech ekonomiky. (URBACT II, 2007, str. 7) Zatímco v minulém století byl dominantní průmysl závislý na materiálu, vědě a technologiích, průmysl dvacátého prvního století bude čím dál více závislý na generování znalostí prostřednictvím kreativity a inovací.

V roce 2008 zasáhla světovou ekonomiku finanční a hospodářská krize, která v rámci světové poptávky způsobila kontrakci o 12%. Avšak jak uvádí report Konference OSN o obchodu a rozvoji (2010), světový export kreativního zboží a služeb pokračoval ve svém růstu, v roce 2008 dosáhl \$592 bilionů, tedy více než dvojnásobku ve srovnání s hodnotami v roce 2002. Je tedy zřejmé, že význam kreativity bude ve všech odvětvích lidské činnosti i nadále narůstat.

Primárním cílem této bakalářské práce je prostřednictvím sestavení indexu kreativity zmapovat podmínky pro rozvoj kreativní ekonomiky v krajích České republiky a porovnat vývoj v těchto jednotlivých oblastech mezi léty 2007-2010.

V teoretické části je shrnuta základní teorie týkající se kreativní ekonomiky a způsobů měření podmínek jejího rozvoje. V praktické části bude na základě vybrané metodiky index

vypočten a po té bude dán do komparace se základními makroekonomickými veličinami a údaji, které jsou využívány pro mapování kulturní vybavenosti krajů. Také bude zkoumán vztah mezi dvěma oblastmi mapující kreativní potenciál krajů - technologií a tolerancí. V závěru práce budou zhodnoceny stanovené hypotézy a také budou navržena doporučení pro vývoj v následujících letech.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KONCEPT KREATIVNÍ EKONOMIKY

Literatura věnující se této problematice neposkytuje jednotnou teoretickou základnu. Nicméně se v ní opakují pojmy jako lidská kreativita, kreativní ekonomika, kreativní průmysl, kreativní město a další. Různých názorů a pohledů na kreativní ekonomiku je značné množství, jednotná definice pro ni neexistuje.

Pojem kreativní ekonomika poprvé použil J. Howkins (2001, str. 88–117) při analýze vztahů právě mezi kreativitou a ekonomikou. Pod tímto pojmem je podle něj zastřešeno 15 různých kreativních průmyslů zahrnující umění, divadelní umění, reklamu, architekturu, řemesla, design, módu, film, hudbu, publikování, výzkum a vývoj, software, hračky a hry, televizi a rádio a video hry.

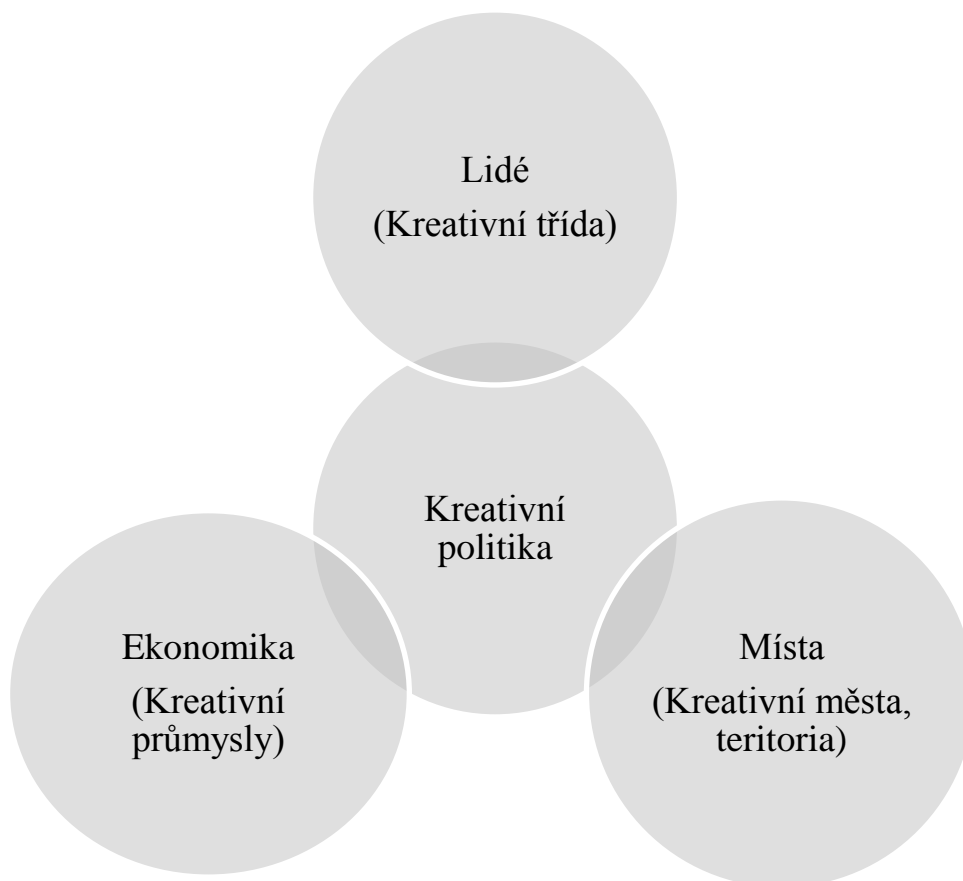
Základní teoretická východiska pro ni formuloval Richard Florida (2001) v publikaci *The Rise of the Creative Class*. Již zde označuje lidskou kreativitu jako hlavní motor budoucího rozvoje.

UNCTAD ve svém reportu o kreativní ekonomice (2010) nabízí tuto možnost jejího definování. *„Kreativní ekonomika je rozvíjející se koncept, založený na kreativních aktivech, generující ekonomický růst a rozvoj. Zahrnuje ekonomické, kulturní a sociální aspekty v interakci s technologiemi a duševním vlastnictvím. Může podpořit generování příjmů, vytváření pracovních míst a příjmy z exportu a současně i sociální začleňování, kulturní rozmanitost a rozvoj lidských zdrojů.“* (URBACT II TN5, 2007, str. 13)

British Council poskytuje následující vymezení:

„Kreativní ekonomika je nově vznikající koncept zabývající se propojením kreativity, ekonomiky, kultury a technologií. Dotýká se oblastí kreativních a kulturních průmyslů, kreativních měst a kreativní kultury. Zahrnuje kreativní lidi pracující v oblastech dovedností, výzkumu a vývoje.“

Koncept kreativní ekonomiky se skládá z několika oblastí. Tvoří ho kreativní lidé, označovaní jako kreativní třída, kreativní průmysly společně působící na kreativních místech či v kreativních městech.



Obrázek 1 Kreativní systém, Zdroj: URBACT II TN5: Creative Clusters in Low Density Urban Areas, str.

Následující kapitoly se budou blíže věnovat těmto zmíněným pojmům.

1.1 Lidská kreativita jako ekonomický zdroj

Základním elementem a zdrojem kreativní ekonomiky je lidská kreativita. Prvním krokem je nezbytně nutné definování si, co ona lidská kreativita je.

Marget A. Boden (2004, str. 1) přináší tuto definici. „*Lidská kreativita je schopnost přicházet s nápady či artefakty, které jsou nové, překvapivé a mají určitou hodnotu.*“ Zvláště nutné v této definici je ona schopnost vytvářet nové a účelné hodnoty. Kreativita je tedy schopnost produkovat smysluplné nové formy.

Howkins (2008, str. 118) označuje lidskou kreativitu jako „mít nový nápad“, za předpokladu, že splňuje 4 základní podmínky- musí být osobní, originální, smysluplný a užitečný.

Richard Florida vidí lidskou kreativitu jako hlavní ekonomický zdroj. Říká, že schopnost přicházet s novými nápady a novými lepšími řešeními, je to, co zvyšuje produktivitu, a tím

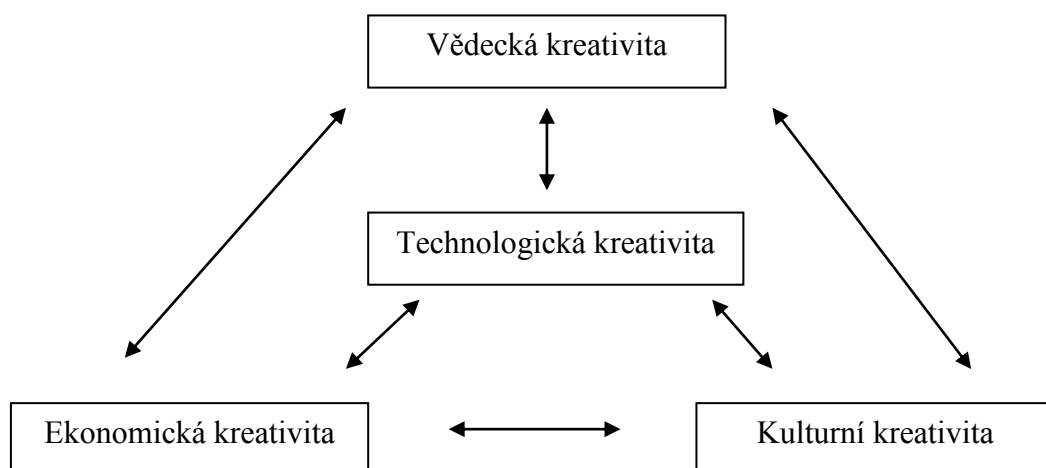
i životní standard. Považuje ji za rozhodující konkurenční výhodu současnosti. (Florida, 2002, str. 5)

Lidskou kreativitu lze na rozdíl od klasických výrobních zdrojů označit jako neomezený vstup a také těžko identifikovatelný. Kreativní ekonomika je tedy založena na potencionálu neomezeného zdroje, lidské kreativitě a jejím projevu nápadu.

(Kloudová, 2010, str. 22)

Ve zprávě Evropské komise (2006, The Economy of Culture in Europe report) je kreativita vymezena jako komplexní proces inovací, který kombinuje tyto oblasti: nápady, schopnosti, technologie, management, výrobní procesy a také kulturu. Kreativité je zde přisuzována schopnost přinášet výhody ve všech ekonomických sektorech.

Kreativita se projevuje ve 4 základních oblastech – ekonomické, vědecké, technologické a umělecké.



Obrázek 2: Kreativita, Zdroj: UNCTAD, 2010, str. 3

Kreativita z ekonomického pohledu může být vymezena jako dynamický proces vedoucí k inovaci v oblasti technologií, obchodě, marketingu, který je úzce svázán se získáním konkurenční výhody v ekonomice. (UNCTAD Report, 2010, str. 3)

Vědecká kreativita pak zahrnuje lidskou zvědavost a ochotu experimentovat s cílem vytvářet nová propojení v rámci řešení určitého problému.

Stále větší význam je také přisuzován umělecké kreativitě. Umění se v rámci kreativní ekonomiky stává oblastí se silnou ekonomickou hodnotou a zároveň je zdrojem inspirace veškeré lidské činnosti. (Kloudová, 2010, str. 25)

V neposlední řadě jsou v rámci kreativní ekonomiky ve všech oblastech aktivně využívány moderní technologie. Samotný vývoj technologií je úzce svázán s lidskou kreativitou a tvůrčím myšlením.

2 5 CS MODEL

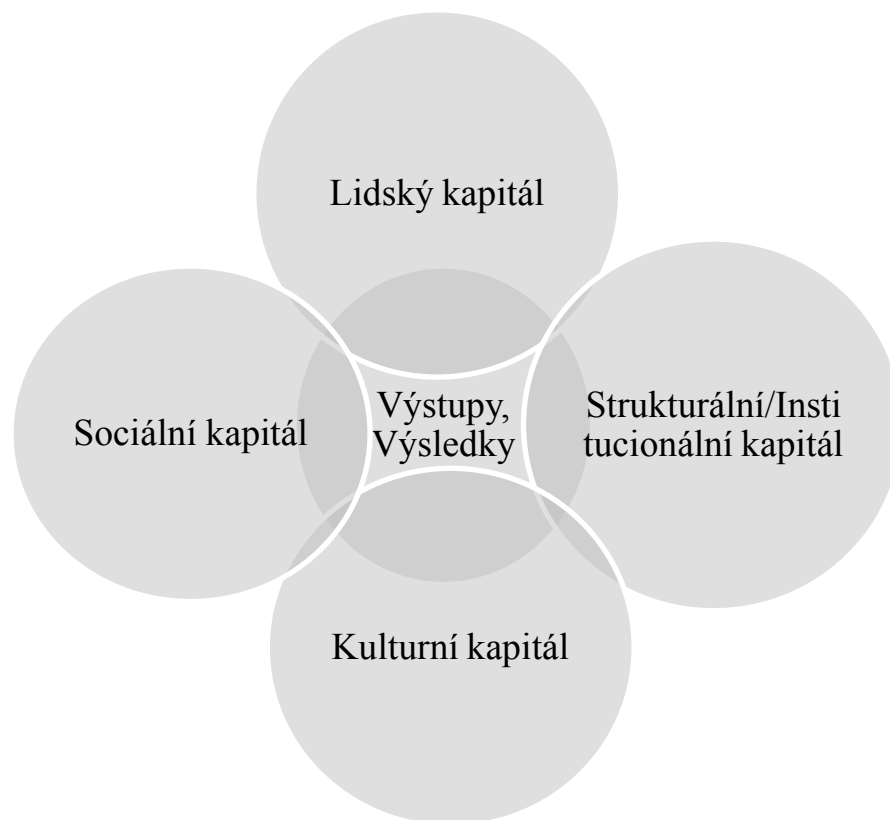
Podle publikace Study of a Creativity Index (2005) je výstup kreativity je důsledkem interakce 4 forem kapitálu:

- Strukturální/institucionální kapitál – tento kapitál tvoří podmínky pro využití a distribuci zbývajících 3 forem. Ve zmíněné studii je navrženo 8 kritérií v této oblasti, které ovlivňují růst kreativity. Patří sem: právní systém, korupce, svoboda projevu, infrastruktura informačních a komunikačních technologií, sociální a kulturní infrastruktura, komunitní zařízení, finanční infrastruktura a podnikatelská činnost.
- Lidský kapitál – je oblastí generující nové myšlenky. Na její měření této byla navržena 3 kritéria: schopnost společnosti zajistit vývoj „znanostní banky“, dostupnost vzdělaných a kvalifikovaných pracovníků a mobilitu tohoto lidského kapitálu.
- Sociální kapitál – mezi měřitelné aspekty v této oblasti je možno zařadit: obecná důvěra společnosti, důvěra vstříc institucím, participace v politice, sociální participace zahrnující dobrovolnické práce, členství v různých organizacích, intenzita sociálních vztahů, přístupy k lidským právům, přístup k zahraničním imigrantům, schopnost akceptovat rozmanitost a rozdílnost
- Kulturní kapitál – zde je rozhodující schopnost a ochota veřejného sektoru a institucí použít finanční zdroje na umění a kulturu obecně, vzdělávání v této oblasti. Také sem patří ochrana duševního vlastnictví.

Účinky těchto 4 kapitálů se ve vzájemné spolupráci posilují, jsou dynamickými determinanty růstu kreativity a jejich kumulativním působením vzniká výstup kreativity.

Kreativní aktivity negenerují pouze ekonomické výstupy, ale také různé výsledky sdílené napříč populací. Ekonomické výstupu stojí za růstem kreativní ekonomiky, zatímco ostatní výstupy reprezentují vitalitu a energičnost kreativity v daném místě.

(A Study on Creativity Index, 2005, str. 8)



Obrázek 3: Výstupy a vstupy v kreativní ekonomice, Zdroj: A Study on Creativity Index, 2005, str. 8

Tento model je založen na myšlence, že schopnost vytvářet něco nového a hodnotného je interním procesem různých sociálních aktérů. Tím jsou myšleni osoby, podniky či organizace z veřejného sektoru, které rozvíjejí své schopnosti, znalosti a zdroje a věnují svůj čas různým kreativním činnostem. Tento předpoklad, že kreativita je sociálním procesem, je zahrnut ve formě sociálního kapitálu, ale také lidského a kulturního.

2.1 Měření výstupu kreativní ekonomiky

Kreativní aktivity a inovace negenerují pouze ekonomické výstupy, které lze měřit prostřednictvím různých indikátorů (HDP, hodnota obchodů), ale také různé výsledky činností sdílené mezi lidmi. Práce Study on Creativity index (2004, str. 43) rozděluje výstupy kreativní ekonomiky na ekonomické přínosy, investice v ekonomickém sektoru a neekonomické přínosy kreativity.

Ekonomické přínosy kreativity:

- Procentuální podíl hodnoty přidané kreativními průmysly na HDP
- Podíl osob zaměstnaných v kreativních průmyslech jako procento z celkové zaměstnanosti
- Podíl kulturního zboží k celkovému exportu zboží
- Podíl kulturního zboží k celkovému importu zboží
- Procent tržeb z obchodu z prodeje zboží, služeb a informací s využitím elektronických prostředků

Investice/tvůrčí aktivity v ekonomickém sektoru:

- Schopnost lokálních podniků prodávat značkové zboží na mezinárodním trhu
- Schopnost lokálních podniků získat nové technologie
- Celkový počet patentových přihlášek na obyvatele
- Procento patentových přihlášek od místních uchazečů k jejich celkovému počtu

Neekonomické přínosy kreativní činnosti:

- Denní náklad novin na obyvatele
- Celkový počet knih a periodik nově registrovaných na obyvatele
- Počet nově vzniklých hudebních titulů na obyvatele
- Celkový počet produkováných filmů na obyvatele
- Celkový počet filmů ze strany vládních kulturních institucí na obyvatele
- Celkový počet představení ze strany vládních kulturních institucí na obyvatele
- Hrubá podlahová plocha nových budov na obyvatele

2.2 Kreativní produkt

Výstupem kreativní ekonomiky je kreativní produkt. Je produktem lidské tvůrčí práce. Musí jít nad rámec něčeho nového. Musí disponovat určitou hodnotou.

Kreativní produkt může být definován jako:

„Výstup lidské činnosti, jež v sobě obsahuje vysoký podíl kreativity, může mít podobu hmotnou, tak nehmotnou, přičemž hodnota kreativního produktu je dána především uživateli a jejich zájmem, nikoliv množstvím kreativity obsažené v produktu.“

(Kloudová, 2010, str. 28)

Mohou být tedy hmotného charakteru, mnohdy však vznikají právě ve formě nehmotné, například ideje, obrazové představy či pocitové vjemy.

Kreativní produkt či služba splňují několik základních charakteristik:

- Jejich produkce vyžaduje vstup lidské kreativity
- Jsou prostředkem symbolického sdělení těm, kteří je spotřebovávají
- Obsahují, i když někdy jen v potencionálním slova smyslu, duševní vlastnictví

(Unctad Report, 2010, str. 4)

Hodnota, jakou konkrétní kreativní produkty představují pro jednotlivé zákazníky, je známa až v okamžiku, kdy zákazník tento produkt spotřebuje. Dokonce u některých případech ani v tento okamžik si zákazníci nemusí být jisti jeho hodnotou.

3 KREATIVNÍ TŘÍDA

Kreativní třídu zavádí Richard Florida jako novou společenskou vrstvu skládající se z profesionálů v nejrůznějších pracovních odvětvích, jejichž společným znakem je, že v rámci své obživy aplikují svoji vlastní kreativitu v nejrůznějších kontextech. Kreativní lidé neboli kreativní třída, generují ekonomickou, sociální a kulturní dynamiku, mají schopnost vytvářet nové nápady, technologie a nový obsah a prostřednictvím své kreativity vytvářejí ekonomickou přidanou hodnotu. Tuto třídu zavádí Florida vedle pracující třídy servisní třídy a třídy vlastníků výrobních prostředků.

Co odlišuje kreativní třídu od společenských vrstev pracující ve výrobních odvětvích nebo ve službách je především obsah práce, za kterou jsou placeni. Druzí jmenovaní jsou placeni za to, aby se pokud možno co nejméně vychýlili od jim stanoveného pracovního úkolu při jeho realizaci. Naproti tomu kreativní třídě je v tomto ohledu ponechána možnost větší flexibility a autonomie.

(URBACT II TN5, 2007, str. 11)

Do popředí zájmu se také dostává rozdílný přístup v motivaci k práci. Předpokladem spokojeného pracovníka, je uspokojení potřeb seberealizace a svobody rozhodování.

V této oblasti je zaváděn nový koncept pracovního procesu: no-collar workplace (pracoviště bez límečků). Kreativní třída většinou nepracuje v tradičním hierarchickém uspořádání. Velmi často je zde využíváno metody sebeřízení. Název je odvozen ze způsobu práce, kdy pracovníci většinou nerespektují tradiční normy pro oblékání a nemají klasickou pevnou pracovní dobu.

(Cikánek, 2009, str. 42)

3.1 Ústřední kreativní třída

Florida (2002, str. 5) pak kreativní společenskou třídu rozděluje na taková povolání, jejichž hlavní ekonomickou funkcí je přicházet s novými myšlenkami, novými technologiemi či novým kreativním obsahem. Do této skupiny jsou zařazováni vědci, inženýři pracující ve výzkumu a vývoji, architekti, designéři, pedagogové, umělci a hudebníci, básníci, spisovatelé, návrháři a další pracující v uměleckém průmyslu. Tato skupina je pak zastřešena pod názvem ústřední kreativní třída. (neboli super-kreativní jádro, super-creative core)

3.2 Kreativní profesionálové

Nad rámec této třídy je druhá, sdružující širší skupinu kreativních profesionálů, kteří pracují v obchodu, financích, právní sféře, zdravotnictví a v dalších oblastech lidské činnosti. Na rozdíl od té první, je hlavní ekonomickou funkcí této širší skupiny řešit komplexní problémy, které vyžadují vysokou míru vlastního úsudku v interakci s vysokou úrovní dosaženého vzdělání. Ti tedy využívají svoji kreativitu za účelem kreativního řešení problémů. (creative professionals)

3.3 Důležitost kreativní třídy

Regionální růst a rozvoj čerpá ze schopnosti dané oblasti přilákat podniky nebo vybudování klastrů a průmyslů. Podle Floridy jsou hnací silou regionálního rozvoje a ekonomického růstu kreativní lidé, kteří upřednostňují místa, která jsou odlišná, tolerantní a otevřená novým nápadům. (Florida, 2002, str. 249)

Kreativní třída je společenská vrstva určující společenské normy dneška. Normy kreativní třídy jsou však velmi odlišné od norem tříd převládající v minulosti. Kreativní třída vyznává individualitu, sebevyjádření, otevřenost a respekt vůči odlišnostem.

Florida konstatuje (2002), že kreativní třída bude v následujících letech vedoucí silou ekonomického růstu. Očekává v USA v následující dekádě růst o více jak 10 milionů pracovních míst, což by v roce 2012 zahrnovalo více jak 40% celkové populace.

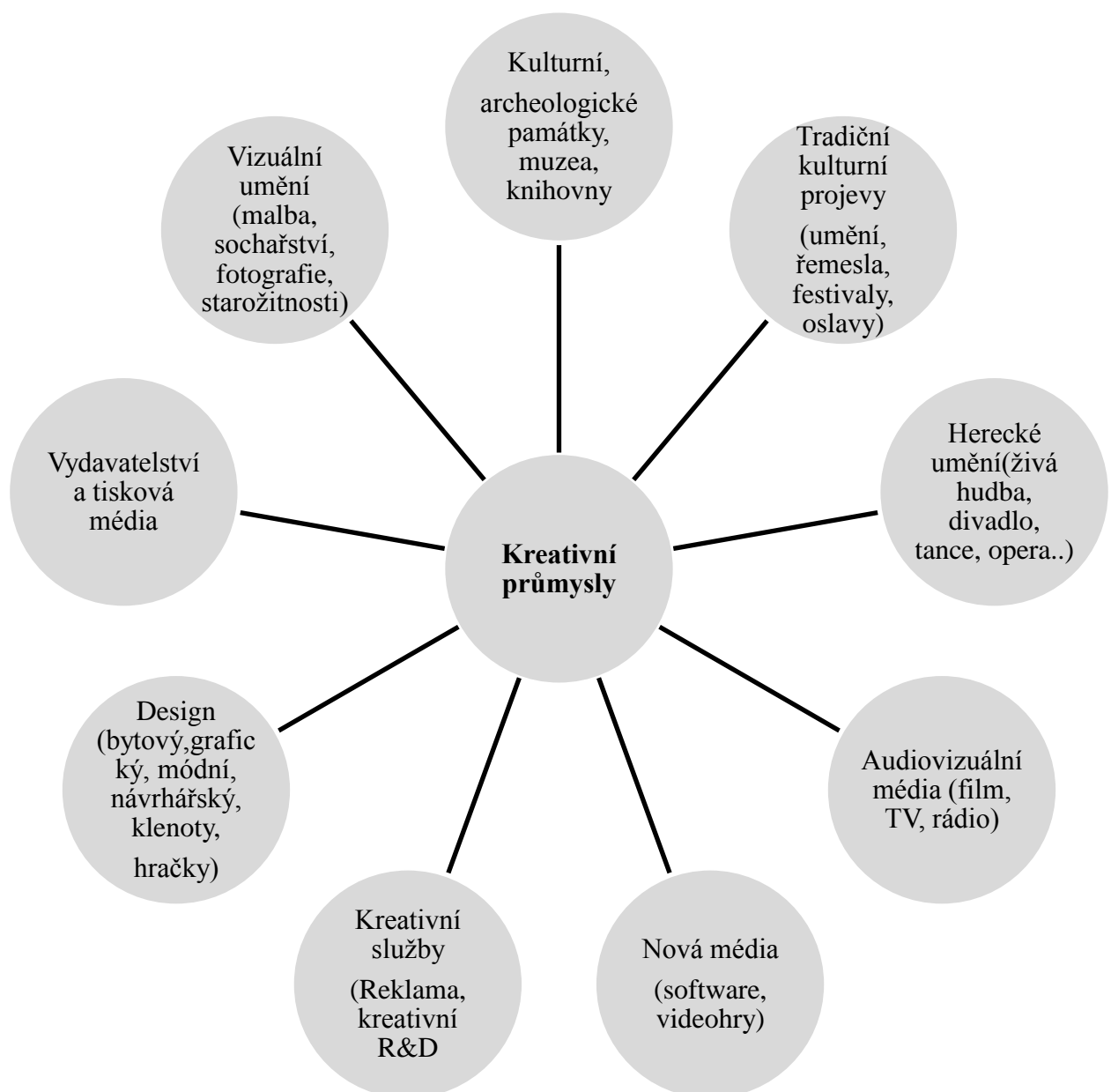
(Florida, 2002, str. 9)

V praktické části pak bude zkoumáno, zda podíl kreativních zaměstnání na celkovém počtu pracujících v jednotlivých regionech v rámci České republiky narůstá, či nikoliv.

4 KREATIVNÍ PRŮMYSLY

Ve středu kreativní ekonomiky stojí kreativní průmysly. Tento koncept se poprvé objevil v 90. letech, a to v reportu publikovaném Odborem kultury, médií a sportu ve Velké Británii (DCMS). Tento úřad pak ve své zprávě nazvané The Creative Industries Mapping Document (2001) definuje kreativní průmysly jako:

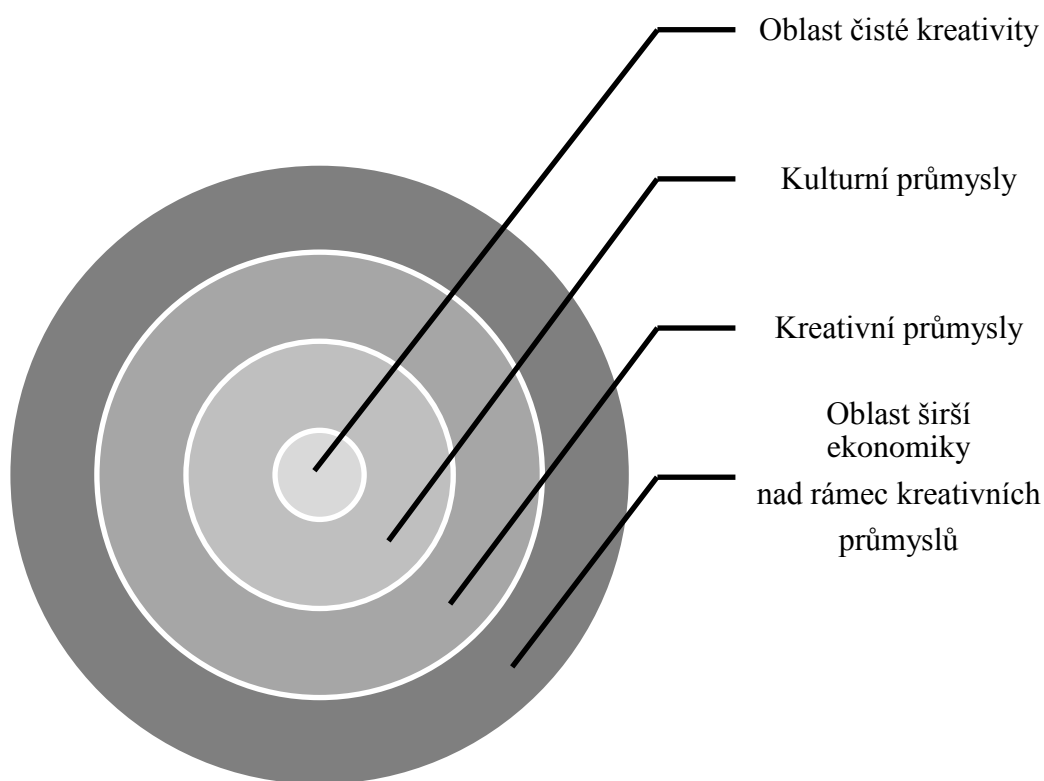
„ta odvětví, která mají svůj původ v individuální kreativitě, schopnosti a talentu, a ta, která mají potenciál pro bohatství a tvorbu pracovních míst prostřednictvím generování a využívání duševního vlastnictví.“



Obrázek 4: Kreativní průmysly, Zdroj: UNCTAD (2008) Creative Economy Report

Hartley (2008, str. 5) vymezuje kreativní průmysly do několika oblastí, a to: reklama, architektura, design, interaktivní software, film a televize, hudba, publikování a umění.

Kreativní průmysly se staly revitalizačním řešením pro města a regiony s upadajícím těžkým průmyslem, či pro lokality, kde se nevyvinula silná základna tradičních průmyslových odvětví, nebo pro města, která byla později vystavena negativním vlivům úpadku průmyslu informačních technologií. (Cikánek, str. 20)



Obrázek 5: Model Work Foundation, Zdroj: Cikánek, 2009, str. 39

V centru tohoto modelu jsou podle Throsbyho umístěna umění založená na ryzí kreativitě (literatura, hudba, jevištní a divadelní umění). Okolo středu je rozložena oblast kulturních průmyslů zahrnující film, muzea a knihovny. Nad rámec této oblasti je postaven sektor širších kreativních průmyslů, kde jsou podle stejného autora zahrnuty činnosti jako památ-

ková péče, nakladatelský průmysl, pořizování zvukových záznamů, televize, rozhlas, videohry a počítačové hry.

Nad tím vším ční oblast širší ekonomiky, kde jsou obsaženy odvětví jako reklamní průmysl, architektura, design a módní průmysl.

(Cikánek, 2009, str. 24)

Kreativní průmysly jsou v mnoha vyspělých ekonomikách nejdynamičtěji se rozvíjejícími se odvětvími. Jako příklad je možné uvést například Velkou Británii, kde mezi lety 1997-2007 vzrostly o zhruba 4%, což převyšuje o více než jeden procentní bod růst ostatních odvětví.

(Institut umění, 2011, str. 6)

5 KREATIVNÍ MĚSTO

První myšlenka kreativního města se objevila na konci 80. let. Pod pojmem kreativní město lze chápat vymezený urbanistický celek, kde kulturní aktivity různých druhů jsou integrální součástí jeho ekonomické a sociální činnosti. V těchto městech je obecně kladen silný důraz na vybudování rozsáhlé sociální a kulturní infrastruktury za účelem získání vysoké koncentrace kreativních lidí.

Na kreativní město může být pohlíženo z 2 různých hledisek. Z kulturního může být kreativní město definováno jako místo plné rozmanitosti zahrnující umění a kulturu. Z pohledu ekonomického pak jako místo ekonomických inovací, kreativního talentu a kreativních průmyslů.

(Smith, Warfield, 2007, str. 3)

Kreativní města mají jeden rozhodující zdroj – lidi. Lidská chytrost, touhy motivace, představitivost a kreativita v určitém měřítku nahrazují lokaci, přírodní zdroje a přístup na trh jako nový zdroj.

Landry (2000, str. 173) definuje kreativní město jako koncept, který je založený na myšlence, že kultura, způsob života, a formy expresního projevu představují půdu, ze které kreativita se vyvíjí a roste a poskytuje tak impuls pro rozvoj.

Kreativní města se také vyznačují svojí rozmanitostí, tolerancí. Města, která nejen, že dlouhodobě investují do technologií a výzkumu, ale i poskytují velkou škálu kulturních zážitků.

Florida (2012) vidí klíč k rozpoutání lidské kreativity právě ve městech. V nich dochází ke koncentraci myslitelů, vědců, umělců a podnikatelů.

6 PODMÍNKY PRO ROZVOJ KREATIVNÍ EKONOMIKY

Aby mohlo dojít k výraznějšímu rozvoji kreativní ekonomiky, je nejprve nutné, aby daná oblast disponovala infrastrukturou pro její vznik a rozvoj.

Třemi základními pilíři jejího rozvoje jsou:

- dostupný rizikový kapitál – finanční prostředky jsou důležité pro financování výzkumu a vývoje, vznik a rozvoj firem a různé komerční inovace a investice a také rozvoj školství
- kreativní továrna a modulární způsob výroby – pojem kreativní továrna je Richardem Floridou používána pro označení takového způsobu výroby, kdy na všech jejích stupních je zaměstnancům poskytnuta možnost se kreativně projevit. Modulárním způsobem výroby je myšlena taková výroba, v rámci které dochází využívání úzce specializovaných externích dodavatelů. Tak se podniku dostane většího časového prostoru na produkci inovací a generování kreativních myšlenek a produktů a nemusí tak věnovat přílišné množství samotnému výrobnímu procesu
- společenské a kulturní prostředí rozvíjející kreativitu a přitahující kreativní třídu (Cikánek, 2009, str. 43)

Lze rozlišit 10 základních faktorů, které podporují rozvoj kreativní ekonomiky:

- existující a dostatečně vysoká poptávka po kreativních produktech
- bohatství spotřebitelů jako předpoklad vysoké poptávky
- vzdělání a dovednosti, a to v oblasti kulturní, estetické a technologické
- schopnost tvorby sítí pro předávání znalostí a dovedností
- diverzita, rozmanitost regionu
- úroveň veřejného sektoru, který je strategickou rolí v budování vhodného prostředí pro kreativní ekonomiku
- chování institucí v rámci podpory kreativního prostředí i v oblasti zadávání veřejných zakázek v této oblasti
- intelektuální bohatství ve smyslu nutné ochrany duševního vlastnictví
- existence velkých obchodních kapacit
- univerzity, (Kloudová, 2010, str. 47)

7 STATISTICKÉ PODCHYCENÍ KREATIVNÍ EKONOMIKY

Nejprve je nutné konstatovat, že stávající statistické nástroje neumožňují vyhodnotit kreativní ekonomiku a měření jejího výstupu je velice obtížné, a to jednak v důsledku nejednotnosti využívaných metodik a pojmového aparátu a také z důvodu, že lidská kreativita není výstupem kreativní ekonomiky ale jejím vstupem. Z tohoto důvodu je pozornost zaměřena na měření podmínek jejího rozvoje. (Kloudová, 2010, str. 41-43)

V dnešní ekonomice je kreativita všudypřítomná a její efekt na hospodářské výsledky spočívá v tom, co Richard Florida označuje jako 3T's ekonomického rozvoje. V roce 2002 formuluje Richard Florida základy pro měření kreativního prostředí ve svém díle *Rise of the Creative Class*. Jeho teorie je založena na modelu "3Ts" – Talent, Technologie a Tolerance. Každá z těchto oblastí je nezbytná, nicméně k přilákání kreativních lidí, generování inovací a stimulaci ekonomického růstu, musí vybraná oblast disponovat všemi třemi. (Florida, 2002, str. 249)

Florida konstatuje, že lidé budou preferovat právě ty místa, která jsou různorodá, tolerantní a otevřená novým nápadům, a že přítomnost a koncentrace kreativního kapitálu v regionu povede k vyšší míře inovací, k rozvoji obchodu s high-technologemi, tvorbě pracovních míst a ekonomickému růstu.

7.1 Kreativní index

Ve své knize *Creative Class* z roku 2002 prezentuje Richard Florida ukazatel, který pojmenovává jako kreativní index. Jeho úkolem je vyjádřit schopnost vymezeného regionu přitáhnout kreativní třídu a jejím prostřednictvím přetavit její potenciál v reálné výstupy kreativní ekonomiky. Jak již bylo zmíněno, je složen z 3 oblastí- talentu, technologií a tolerance.

Tabulka 1: Kreativní index, Zdroj: Florida, 2002

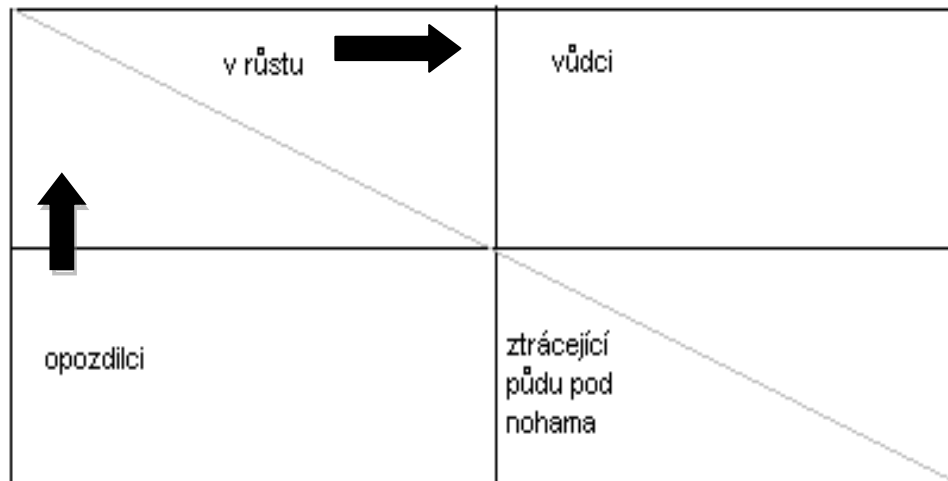
Oblast 3T	Název indexu	Výpočet
Talent	Index lidského kapitálu	Procento populace s vysokoškolským titulem
	Index kreativní třídy	Koncentrace kreativní třídy v regionu
Technologie	Index inovace	Pročet patentů na osobu
	High-tech index	Procento výstupu odvětví high-tech oblasti na celkovém výstupu
Tolerance	Gay index	Počet gayů v regionu na celkový počet obyvatel regionu
	Bohemian index	Populace s uměleckým zaměřením v regionu
	Index imigrace	Procento imigrantů v regionu

Oblasti talentu, technologie a tolerance jsou si rovnocenné. Celkové hodnoty Indexu kreativity vypovídají jednak o jak si vede v kreativní ekonomice a také předpovídá dlouhodobější ekonomický potenciál daného regionu.

Ty regiony, které dosáhnou měřením prostřednictvím tohoto indexu dobrých výsledků, jsou obecně označovány jako kreativní centra, a ty Florida vyzdvihuje jako regiony budoucnosti. Tyto regiony přitahují kreativní třídu, která pak zapříčiňuje v dané oblasti pozitivní ekonomické a sociální efekty. (Cikánek, 2009, str. 45)

7.1.1 Matice růstu kreativního indexu

Po vypočtení hodnot kreativního indexu lze vypočíst jeho průměrné tempo růstu ve vymezeném časovém úseku v jednotlivých regionech. Ze zjištěných hodnot je pak možné sestavit matici růstu kreativního indexu, kdy jsou pozorované oblasti rozdělené do 4 polí.



Obrázek 6: Matice růstu kreativního indexu, Zdroj: Kloudová, Ambrožová, Doubková, 2008

7.2 Euro-creativity index

V roce 2004 (Florida a Tinagli) vyšla publikace A study on creativity index, která upravuje metodiku stanovenou Richardem Floridou v aplikaci pro použití v podmínkách evropských států.

Skládá se ze 3 oblastí – Euro-Talent, Euro-Technology a Euro-tolerance. Euro-talent je také založen na indexu kreativní třídy, nicméně je dále doplněn o index lidského kapitálu a index vědeckého talentu. Index kreativní třídy vychází z metodiky ILO, International Labour Organisation, a zahrnuje vědce, inženýry, umělce, muzikanty, architekty, manažery, profesionály a další profese zabývající se kreativní činností.

Od klasického modelu 3T se liší Euro index kreativity především oblastí tolerance a to z důvodu obtížné zjistitelnosti údajů v podmínkách zemí Evropy. Mapování tolerance je tedy založeno na širších průzkumech názorů a postojů občanů. Je to index postojů, identi-

fikující vztahy k menšinám, index hodnot, který mapuje vztah občanů k tradičním hodnotám a index sebevyjádření, který zjišťuje přístup obyvatel k individuálním právům a vyjadřování jedince.

(Kloudová, 2010, str. 46), (A study on Creativity Index, 2004, str. 31)

Výpočty dílčích indexů Euro-creativity indexu nastiňuje následující tabulka:

Tabulka 2: Euro-creativity index, Zdroj: A study on Creativity Index, 2004, str. 31

Euro-Talent index	Index kreativní třídy	Míra kreativních zaměstnání (Podle ILO databáze pro státy Evropy)
	Index lidského kapitálu	Procento populace ve věku 24-64 s vysokoškolským titulem
	Index vědeckého kapitálu	Procento vědeckých pracovníků a inženýrů na 1000 dělníků
Euro-Technology index	Index inovací	Podíl patentů na milion obyvatel
	High-tech index inovací	Podíl patentů v oblasti high-technologií na milion obyvatel
	R&D index	Podíl nákladů na výzkum a vývoj k HDP
Euro-Tolerance index	Index postojů	Měří postoje k minoritám, na základě Eurobarometer Study
	Index hodnot	Odraz tradic v hodnotách obyvatel (náboženství, rodina, ženská práva, rozvodovost)
	Index sebevyjádření	Měří postoje k individuálnímu vyjádření a právům (kvalita života, demokracie, důvěra, zába-va a kultura)

7.3 Model 3T pro použití v podmínkách České republiky

Pro mapování podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky v podmínkách v České republice bude využita metodika navržená v práci Kloudová, J. Ambrožová, V. Doubková, M. (2008). Ta upravuje metodiku výpočtu kreativních indexu použitou Richardem Floridou a Euro-indexu kreativity.

Také je založena na analýze 3 oblastí- talentu, technologie a tolerance:

7.3.1 Talent

Talent je vysoce mobilní hodnotou, přesunuje se za možnostmi na zajímavá místa. Dochází ke stěhování talentovaných lidí za ekonomickými možnostmi. Talentovaní lidé chtějí žít ve městě, které je zajímavé nejen ekonomicky ale i kulturně a společensky. (Richard Florida, 2009, str. 44)

Koncentrace kreativního lidského kapitálu je pak předpokladem pro inovace, high-technologie a v neposlední řadě generování ekonomického růstu.

Pro zmapování koncentrace talentu v jednotlivých krajích jsou využívány 2 indexy:

- **Index lidského kapitálu** – HCI, který je dán procentuálním podílem vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva na celkovém počtu obyvatel.

[1]

- **Index kreativní třídy** – CCI, který je dán procentuálním podílem zaměstnaných osob ve 2. klasifikační třídě podle klasifikace zaměstnání KZAM, kde jsou podle metodiky Českého statistického úřadu zahrnuti vědečtí a odborní duševní pracovníci, na celkovém počtu zaměstnaných v kraji.

[2]

7.3.2 Tolerance

Dalším z faktorů je otevřenost daného místa. Lidé hledají místa, která jsou tolerantní, multikulturní a taková, která jim dají možnost projevit se a být sami sebou. Předpokladem pro kreativitu je obecně možnost a schopnost projevit se. Kreativita naopak může být účelně potlačována a omezována.

Tolerantní společnost je taková, která poskytuje všem svým členům rovné šance a nedochází v ní k diskriminaci z jakéhokoliv důvodu.

Oproti technologiím a talentu, se indexy měřící toleranci v konkrétním regionu, snaží zachytit méně hmatatelné. Studie Richarda Floridy nicméně poukazuje souvislost mezi tolerantním prostředím a indikátory talentu a technologií. Tento vztah bude v dalších částech práce podroben bližšímu zkoumání.

Pro zmapování tolerance slouží 2 indexy:

- Gay Index – GI, který je dán podílem uzavřených registrovaných partnerství k počtu obyvatel kraje.

[3]

- Index imigrace – IIM, který je dán podílem počtu zahraničních cizinců žijících v kraji k počtu obyvatel kraje.

[4]

7.3.3 Technologie

K mapování oblasti technologií jsou využívány 2 indexy:

- Index R&D – IRD, neboli Index výzkumu a vývoje, který je dán podílem nákladů na výzkum a vývoj k HDP kraje.

[5]

- Index inovací – INI, který je dán podílem počtu patentů udělených přihlašovatelům z ČR k počtu obyvatel kraje. Index měří inovační sílu obyvatelstva.

[6]

8 VZTAH TOLERANCE A TECHNOLOGIE

Již ve studii Richarda Floridy z roku 2002 byla prokázána silná závislost mezi otevřeností regionu, tolerantností vůči gayům, bohémům a imigrantům a schopností regionu inovovat, produkovat v oblasti high-tech průmyslu a zabezpečit vysokou přidanou hodnotu ekonomického růstu.

Přítomnost imigrantů a lidí z jiného regionu, může být stimulem ekonomického růstu. Lidé pracující v oblasti technologií jsou přitahováni na místa známá svou rozmanitostí myšlení a otevřeným smýšlením.

Richard Florida ve své studii *The Importance of Diversity to High-Technology Growth* z roku 2002 analyzoval souvislost jejich souvislost v 50 metropolitních oblastech. Dospěl k několika zajímavým závěrům. Pět metropolí s nejvyšším počtem registrovaných partnerství patřilo zároveň mezi 15 nevýznamnějších oblastí v high-technologiích. (San Francisco, Atlanta)

Florida dokonce konstatuje, že gayové nejsou jen předpokladem pro předpovídání koncentrace high-tech průmyslu, jsou i předpokladem jeho růstu. Také vysoké hodnoty koncentrace umělců v regionu byly shledány jako významný předpoklad pro vysokou úroveň tohoto odvětví průmyslu. 10 metropolit patří mezi 15 nejlepších na základě Bohemian indexu patřilo i zároveň mezi 15 nejlepších v oblasti technologií. (Seattle, Los Angeles, New York)

Také 8 z 10 metropolit disponující největším podílem imigrantů se zařadilo mezi 15 nejlepších v oblasti technologií.

Celkově tedy bylo dojito k závěru, že celková rozmanitost regionu je silným indikátorem úspěchu v oblasti high-technologií.

9 SHRNU TÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

V teoretické části byly nejprve předneseny základní definice jednotlivých pojmů zasahující do oblasti kreativní ekonomiky. Kreativní ekonomika je relativně nový pojem. Je konceptem složeným z kreativních lidí, kreativních průmyslů působící na území kreativních měst za nutné podpory veřejných institucí. Jejím primárním zdroje je lidská kreativita, která v dnešní době bývá označována jako hlavní ekonomický zdroj, kterému bude v následujících letech přisuzován stále větší význam.

Výstupy, ať už ty ekonomického i toho neekonomického charakteru, kreativní ekonomiky vznikají za vzájemné interakce 4 forem kapitálu – strukturálního, nebo také institucionálního, dále sociálního, kulturního a lidského.

Základním kamenem kreativní ekonomiky je kreativní třída. Je to nová společenská třída, jejichž společným znakem je, že její členové v rámci své obživy aplikují svoji vlastní kreativitu v nejrůznějších kontextech. Lze předpokládat, že její význam v následujících letech poroste, neboť její podíl na celkové zaměstnanosti neustále celosvětově roste. Skládá se ze dvou skupin – super kreativního jádra a skupiny kreativních profesionálů.

V srdci kreativní ekonomiky stojí kreativní průmysly. Je mnoho přístupů k jejich přesnému vymezení, nicméně společným znakem je, že jejich součástí jsou ta odvětví, která mají svůj původ v individuální lidské kreativitě. Především ve vyspělých zemích se stávají nejdynamičtější se rozvíjejícími se odvětvími.

Opakem klasických průmyslových měst se stává koncept města kreativního. Jeho základem je široká kulturní, sociální a vědecká infrastruktura, lákající kreativní třídu.

Nejednotnost pojmového aparátu, ale také rozdílné přístupy v různých zemích výrazně ztěžují možnost měření kreativní ekonomiky a jejího výstupu. Pozornost tedy je zaměřena na měření podmínek jejího rozvoje. První metodiku navrhl Richard Florida (2002) a to pomocí indexu kreativity mapující 3 oblasti- talent, technologii a toleranci. Tato metodika byla následně upravována tak, aby vyhovovala podmínkám v jednotlivých zemích. Vznikla metodika měření podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky v podmínkách v zemích Evropy – Euro-Creativity Index a v této práci bude využita metodika upravena na míru podmínkám možnosti zjišťování potřebných dat panujících v České republice.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

10 CÍLE PRÁCE A HYPOTÉZY

V praktické části bude pozornost nejprve věnována sestavení indexu kreativity, dále jen CZCI, v krajích České republiky mezi roky 2007-2010. Primárním cílem práce bude porovnání podmínek v jednotlivých krajích, jejich rozdílný vývoj ve všech oblastech kreativního prostředí. Kraje budou na základě tempa růstu indexu kreativity rozčleněny do 4 kvadrantů matice růstu.

CZCI pak bude porovnán s dalšími indikátory, které jsou obecně využívány k měření rozvoje ať už ekonomické nebo kulturní oblasti. Bude zkoumán předpoklad, zda regiony které na základě těchto ukazatelů patří mezi ty "lepší" v rámci ČR, vystupují na prvních pozicích i na základě měření prostřednictvím zmíněného indexu kreativity.

Pro práci byly využity data zveřejňovaná na internetových stránkách Českého statistického úřadu (www.czso.cz). Pro patentovou statistiku byl použit portál Úřadu průmyslového vlastnictví (www.upv.cz). Za účelem zjištění počtu registrovaných partnerství v regionech ČR byl využit portál Gay iniciativa (www.gay.iniciativa.cz). Data ke korelaci z oblasti kultury byla získána z portálu Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (www.nipos-mk.cz).

Práce bude založena na zkoumání několika hypotéz, k čemuž budou aplikovány statistické metod korelační a regresní analýzy, které pak budou ve výsledcích práce potvrzeny či vyvráceny na zvolené hladině statistické významnosti.

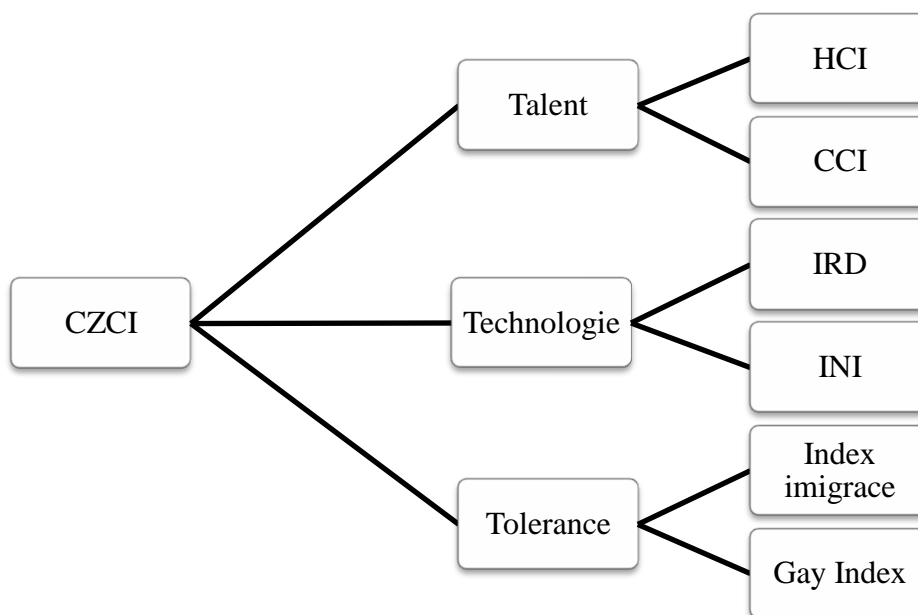
Budou statisticky otestovány vybrané předpoklady:

- Existuje přímá závislost mezi CZCI, dílčími sub-indexy a ukazateli z makroekonomiky a z kultury
- Existuje vztah mezi tolerancí a technologiemi v regionech
- Podíl kreativní třídy na celkové zaměstnanosti v rámci krajů i celé ČR roste
- Existuje souvislost mezi nárůstem hodnot HDP a nárůstem hodnot kreativního indexu

11 METODIKA SESTAVENÍ CZCI

Celkový Index kreativity značen CZCI (Creativity index) v aplikaci pro použití v podmínkách v České republice vychází z metodiky použité v práci Kloudová, J. Ambrožová, V. Doubková, M. (2008).

K měření podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky jsou mapovány 3 oblasti - talent, technologie a tolerance. V každé z těchto oblastí jsou využity 2 sub-indexy. Složení je následující:



Obrázek 7: Složení CZCI, zdroj: Kloudová, J. Ambrožová, V. Doubková, M. (2008)

11.1 Výpočet indexů

Každý z indexů je vypočten na základě procentuálního podílu, kdy po jeho vypočtení je kraji s největší hodnotou přiřazeno skóre 14,00, a to z důvodu existence 14 krajů v rámci České republiky. Pokud pak podělíme index některého vybraného kraje indexem kraje s indexem nejvyšším, a tento podíl vynásobíme číslem 14, vypočítáme skóre ostatních krajů. Ostatním krajům bylo tedy přiděleno takové ohodnocení, které odpovídá jejich vzdálenosti od kraje nejlepšího.

Celkový CZCI dostaneme sečtením jednotlivých sub-indexů. Každému z nich byla přidělena stejná váha. Přičemž nejvyšší hodnota je brána jako nejlepší výsledek v rámci hodnocení podmínek pro rozvoj kreativní ekonomiky.

12 TALENT

Tabulka 3: HCI a CCI v jednotlivých letech, Zdroje dat: www.czso.cz, vlastní výpočet

Kraj		2007		2008		2009		2010	
		HCI	CCI	HCI	CCI	HCI	CCI	HCI	CCI
Praha	PHA	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
Středočeský	STC	4,93	4,90	5,26	5,33	5,35	5,82	5,76	6,95
Jihomoravský	JIM	7,47	6,32	8,25	6,91	7,44	7,46	8,30	8,21
Liberecký	LBK	4,50	4,76	4,62	4,42	4,08	4,07	4,74	4,45
Moravskoslezský	MSK	5,36	5,13	5,71	5,36	5,14	5,08	6,09	6,54
Pardubický	PAK	5,36	4,51	5,00	4,35	5,22	5,12	5,85	5,65
Královéhradecký	HKK	6,18	5,64	6,03	5,08	5,74	6,13	6,14	6,55
Jihočeský	JHC	5,86	5,24	6,16	5,06	5,43	4,59	6,12	5,72
Zlínský	ZLK	5,43	4,49	6,10	5,52	5,91	5,04	6,10	5,90
Olomoucký	OLK	6,01	5,34	6,23	5,29	5,30	5,34	5,05	5,91
Plzeňský	PLK	5,18	4,81	6,11	4,93	5,80	5,62	6,26	6,35
Ústecký	ULK	3,78	4,04	3,24	3,57	2,86	3,25	3,48	4,06
Vysočina	VYS	5,08	4,56	5,38	4,45	5,10	5,03	5,15	4,74
Karlovarský	KVK	3,96	4,10	4,24	3,86	3,40	4,09	4,44	4,92

Ve všech letech zaujímá Praha první místo a to s poměrně velkým náskokem před krajem Jihomoravským, a to v rámci obou indexů. Jednak jsou Praha a Brno města s vysokým počtem vysokých škol, a také je zde zřejmý trend, kdy se obyvatelstvo ve velkém počtu stěhuje zejména za prací do velkých měst. Naopak na druhém konci pořadí jsou vždy kraje Ústecký a Karlovarský. U Ústeckého kraje je především nízký podíl vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva. V posledním zkoumaném roce pouhých 5,58%, při průměrné hodnotě v rámci celé ČR 10,92%, v Praze dokonce 22,43%.

V rámci HCI jsou velmi překvapivé nízké hodnoty u kraje Středočeského a Libereckého. Naopak u CCI došlo u Středočeského kraje k výraznému postupu z výchozí sedmé pozice na pozici třetí. U ostatních krajů jsou hodnoty obou indexů poměrně vyrovnané.

U některých krajů byl zaznamenán poměrně vysoký nárůst kreativní třídy, tedy počtu zaměstnaných ve 2. klasifikační třídě podle KZAM k celkovému počtu zaměstnaných v kraji. Například Středočeský +10,31%, Plzeňský +7,73% Zlínský +7,55%. Naopak k největšímu poklesu došlo u kraje Libereckého -3,99% a u hlavního města Prahy -1,81%.

Celkový podíl zaměstnaných ve 2. klasifikační třídě podle KZAM v rámci celé ČR roste. Lze očekávat, že v následujících letech se bude tento podíl nadále zvyšovat. Tento trend popisuje následující tabulka, kdy uvedená čísla v posledním řádku vyjadřují procentuální podíl zaměstnaných ve druhé klasifikační třídě na celkovém počtu zaměstnaných.:

Tabulka 4: Trend CCI v rámci ČR, Zdroje dat: www.czso.cz,

vlastní výpočty

	2007	2008	2009	2010
2.klas.třída dle KZAM	519 498	543 640	556 609	582 390
Celkový počet zaměstnaných	5 199 358	5 198 325	5 232 327	5 286 458
CCI v %	9,99	10,46	10,64	11,02

13 TECHNOLOGIE

Tabulka 5: IRD a INI v jednotlivých letech, zdroje dat: www.czso.cz a www.upv.cz, vlastní výpočty

Kraj		2007		2008		2009		2010	
		IRD	INI	IRD	INI	IRD	INI	IRD	INI
Praha	PHA	13,84	14,00	13,12	14,00	13,67	14,00	12,18	14,00
Středočeský	STC	14,00	2,80	14,00	3,32	14,00	4,03	14,00	3,29
Jihomoravský	JIM	8,83	4,84	8,07	3,33	9,04	3,81	11,56	4,79
Liberecký	LBK	7,62	11,03	5,76	8,28	7,47	3,63	6,30	7,75
Moravskoslezský	MSK	9,56	3,51	3,88	3,03	4,02	2,54	4,56	1,69
Pardubický	PAK	8,19	2,16	6,94	5,07	7,71	9,63	7,19	6,59
Královéhradecký	HKK	3,80	3,33	3,97	3,62	4,15	6,44	5,30	2,33
Jihočeský	JHC	5,42	3,77	4,80	1,89	5,97	2,81	5,99	2,02
Zlínský	ZLK	6,16	2,48	5,26	2,03	5,24	3,02	4,82	1,99
Olomoucký	OLK	5,05	3,14	4,68	4,04	4,82	0,62	5,18	3,47
Plzeňský	PLK	4,55	2,64	3,96	6,40	5,89	4,18	4,99	1,44
Ústecký	ULK	1,57	2,22	1,53	0,24	1,95	2,37	1,44	1,68
Vysočina	VYS	2,17	2,14	1,83	2,33	2,72	1,93	2,36	1,82
Karlovarský	KVK	0,56	3,00	0,50	1,30	0,71	2,57	0,62	0,76

Index IRD je jedinou oblastí, ve které Praha přenechává první místo Středočeskému kraji, nejde však o markantní rozdíl. Naopak u INI je na tom kraj Středočeský o poznání hůře. Zde má naopak velmi dobré postavení kraj Liberecký, který každoročně zaznamenává vysoký podíl udělených patentů k počtu obyvatel.

Dále došlo k vyčlenění několika krajů, které se viditelně v oblasti technologií pohybují pod průměrem v ČR. Jedná se o kraj Karlovarský, kraj Vysočina a kraj Ústecký. U kraje Kar-

lovarského se například náklady na výzkum a vývoj pohybují každoročně v rozmezí cca 70-90mil. Kč, přičemž průměrné náklady na výzkum a vývoj byly například v roce 2009 3954 mil. Kč.

V rámci IRD je nutno pozitivně zhodnotit vývoj zejména v krajích Královéhradeckém a Jihomoravském. U prvního jmenovaného činil nárůst nákladů na výzkum a vývoj ve zkoumaných letech 18,79% a u druhého 17,13%.

Naopak k výraznému poklesu došlo u kraje Moravskoslezského, který se posunul z 3. místa v roce 2007 na místo 11. (během sledovaných 4 roků zde poklesly náklady na výzkum a vývoj o 18,20%).

14 TOLERANCE

Tabulka 6: Gay index a IIM v jednotlivých letech, zdroje dat: www.czso.cz a www.gay.iniciativa.cz, vlastní výpočty

Kraj		2007		2008		2009		2010	
		GI	IIM	GI	IIM	GI	IIM	GI	IIM
Praha	PHA	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
Středočeský	STC	4,60	5,82	4,20	5,50	4,74	5,95	3,62	5,53
Jihomoravský	JIM	4,59	3,97	5,23	3,76	4,87	3,78	4,90	3,78
Liberecký	LBK	6,03	4,91	3,70	4,63	8,71	4,82	8,35	4,65
Moravskoslezský	MSK	3,74	2,65	3,30	2,42	3,86	2,48	2,49	2,24
Pardubický	PAK	3,28	2,43	3,14	2,72	0,00	2,97	3,82	2,74
Královéhradecký	HKK	3,22	3,90	2,91	3,70	1,83	3,63	4,58	3,25
Jihočeský	JHC	2,48	3,21	3,98	3,15	1,60	3,17	3,54	2,85
Zlínský	ZLK	1,59	1,80	0,78	1,70	2,15	1,73	0,95	1,62
Olomoucký	OLK	3,09	2,13	3,57	2,12	3,95	1,88	3,51	1,74
Plzeňský	PLK	2,81	4,47	3,27	4,92	4,90	5,91	4,44	5,69
Ústecký	ULK	5,94	5,14	4,97	5,23	4,86	5,16	6,41	4,52
Vysočina	VYS	1,42	2,20	1,79	2,24	0,49	2,31	2,19	1,97
Karlovarský	KVK	3,41	8,48	9,70	8,31	5,76	8,02	5,50	7,54

V prvním roce byl použit počet uzavřených registrovaných partnerství za období 1.7.2006 - 31.12.2007. Zvláště co se týká cizinců v příslušném kraji, je jasné, že Praha bude mít jednoznačně vedoucí pozici. Na první místa se v oblasti tolerance dostává kraj Ústecký, Liberecký a Karlovarský. Tabulku pak uzavírá v jednotlivých letech kraj Vysočina nebo kraj Zlínský. V něm je evidován nejnižší podíl cizinců na celkový počet obyvatel v rámci celé ČR. Například k 31.12.2009 zde bylo evidováno 8133 cizinců z celkového počtu obyvatel 591 042.

Pro srovnání u kraje Karlovarského to bylo ve stejném roce 19 643 cizinců na 307 636 obyvatel kraje. Karlovarský kraj zaujímá v rámci IIM ve všech letech druhé místo v žebříčku krajů. Tyto čísla se však nedají srovnávat s Prahou, kde bylo ke stejnému dni evidováno 148 123 cizinců.

Obecně můžeme říct, že nejvyšších hodnot IIM dosahují kraje ležící u západní hranice České republiky – kraj Plzeňský, Karlovarský a Ústecký.

U registrovaných partnerství stojí za povšimnutí několik faktů. Jejich nízký počet je evidován v kraji Pardubickém (v roce 2009 0 registrovaných partnerství). Trvale nízký počet je charakteristický i pro kraj Zlínský (v posledním zkoumaném roce 2 registrovaná partnerství na 591 042 obyvatel). Pro srovnání v Praze v téže roce - 62 registrovaných partnerství na 1 249 026 obyvatel, nebo kraj Liberecký – 13 registrovaných partnerství na 439 027 obyvatel.

15 CZCI

Celkový Index kreativity CZCI získáme sečtením všech sub-indexů, každému z nich je přiřazena stejná váha.

Tabulka 7: CZCI , Zdroj: Vlastní výpočty

Kraj		CZCI 2007	CZCI 2008	CZCI 2009	CZCI 2010
Praha	PHA	83,84	83,12	83,67	82,18
Středočeský	STC	37,06	37,61	39,89	39,15
Jihomoravský	JIM	36,02	35,54	36,40	41,54
Liberecký	LBK	38,85	31,41	32,78	36,25
Moravskoslezský	MSK	29,96	23,71	23,12	23,61
Pardubický	PAK	25,92	27,23	30,65	31,84
Královéhradecký	HKK	26,06	25,31	27,93	28,14
Jihočeský	JHC	25,98	25,04	23,57	26,25
Zlínský	ZLK	21,94	21,39	23,09	21,38
Olomoucký	OLK	24,76	25,92	21,91	24,87
Plzeňský	PLK	24,47	29,59	32,29	29,17
Ústecký	ULK	22,69	18,78	20,46	21,59
Vysočina	VYS	17,57	18,01	17,57	18,22
Karlovarský	KVK	23,52	27,90	24,56	23,79

Pořadí všech krajů v jednotlivých letech pak znázorňuje následující tabulka:

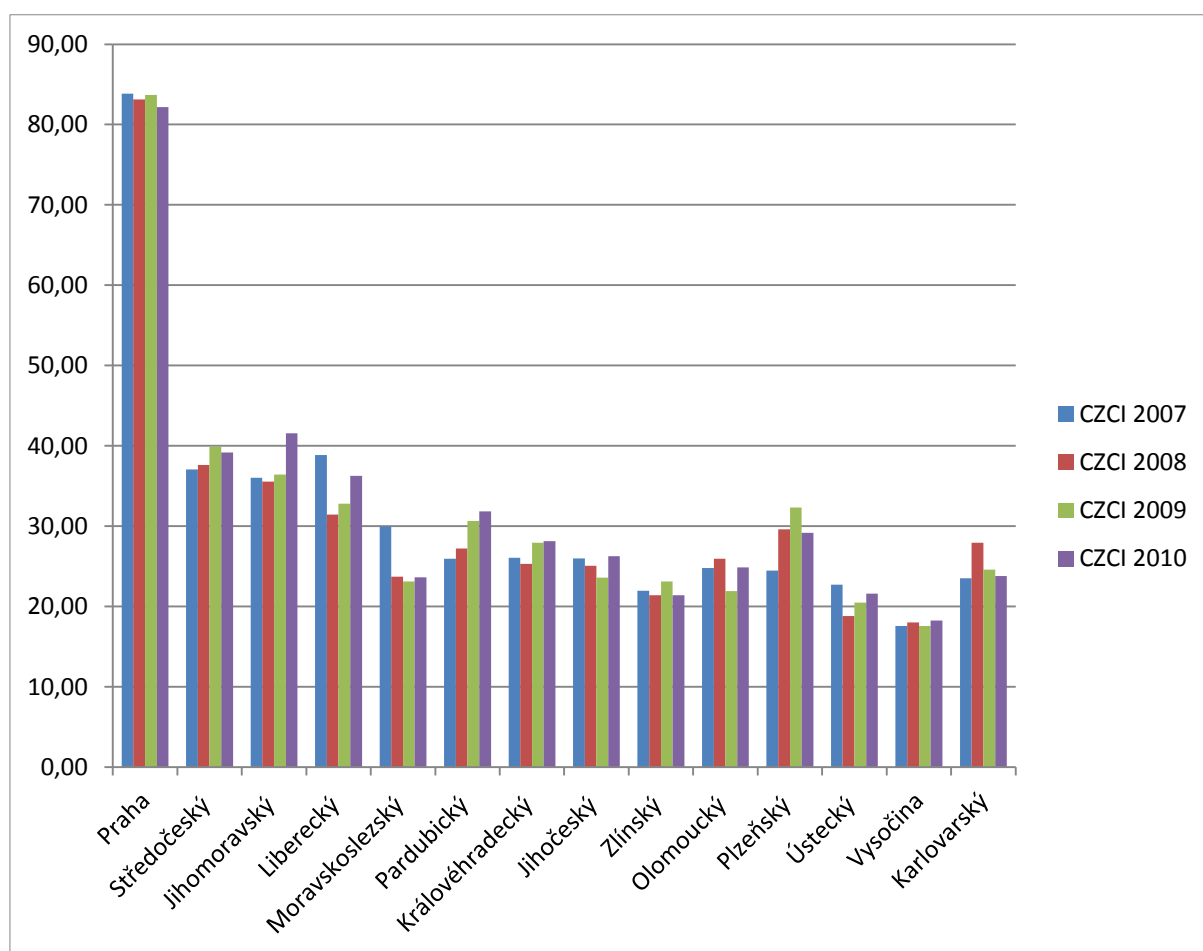
Tabulka 8: Pořadí krajů, Zdroj: Vlastní

Kraj		Pořadí 2007	Pořadí 2008	Pořadí 2009	Pořadí 2010
Praha	PHA	1	1	1	1
Středočeský	STC	3	2	2	3
Jihomoravský	JIM	4	3	3	2
Liberecký	LBK	2	4	4	4
Moravskoslezský	MSK	5	11	10	11
Pardubický	PAK	8	7	6	5
Královéhradecký	HKK	6	9	7	7
Jihočeský	JHC	7	10	9	8
Zlínský	ZLK	13	12	11	13
Olomoucký	OLK	9	8	12	9
Plzeňský	PLK	10	5	5	6
Ústecký	ULK	12	13	13	12
Vysočina	VYS	14	14	14	14
Karlovarský	KVK	11	6	8	10

Ve zvoleném časovém úseku se nemění situace na prvním (Praha) a posledním místě (kraj Vysočina). Podle předpokladu Praha má mezi ostatními kraji výrazný náskok. Na 2. až 4. místě se střídají kraje Středočeský, Jihomoravský a Liberecký. K výraznému posunu nahoru došlo zejména u kraje Plzeňského a Pardubického. Naopak pohoršil si kraj Moravskoslezský, což je dáno především nízkými hodnotami v rámci technologií a tolerance.

16 POROVNÁNÍ

Pokud graficky znázorníme vývoj CZCI v jednotlivých letech, můžeme vypočítat některé zajímavé skutečnosti. Praha si i za mírného poklesu neustále udržuje své vedoucí postavení. Mezi kraje, které naopak zaznamenaly růst, můžeme zařadit kraj Jihomoravský, Pardubický či Plzeňský. Naopak největší pokles byl zjištěn u kraje Moravskoslezského. Některé kraje si udržují svoji konstantní pozici – kraj Zlínský, Vysočina nebo kraj Královéhradecký.



Graf 1: Meziroční srovnání, vlastní zpracování

17 MATICE RŮSTU

Pro další porovnávání krajů byl zvolen výpočet koeficientu průměrného růstu celkového Indexu kreativity za roky 2007-2010. Koeficient průměrného růstu je geometrickým průměrem z jednotlivých koeficientů růstu. Vycházíme z obecného vztahu:

$$\bar{k} = \sqrt[n-1]{\prod_{t=2}^n k_t} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}} \quad [7]$$

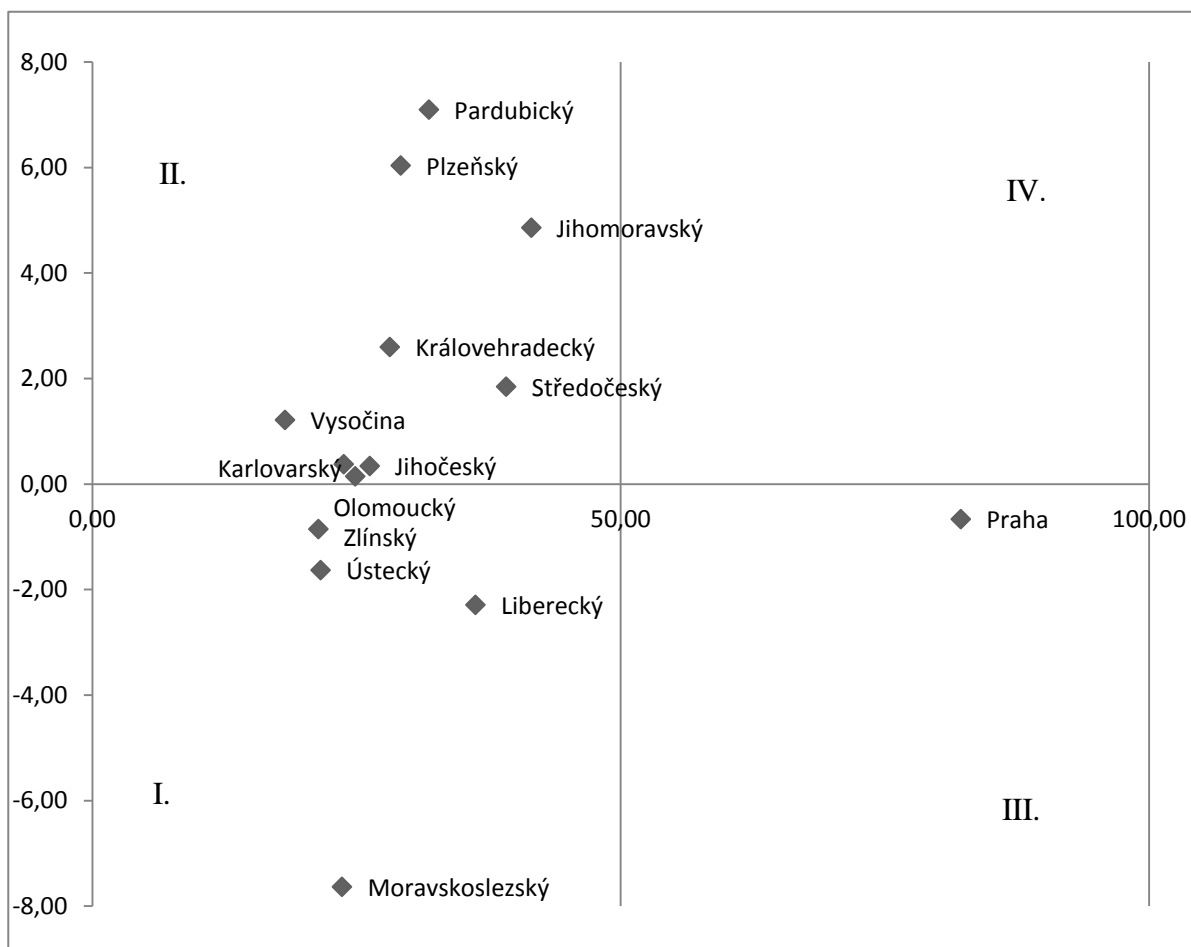
Tabulka 9: Průměrné tempo růstu, Zdroj:vlastní výpočty

Kraj		Průměrné tempo růstu
Pardubický	PAK	7,098
Plzeňský	PLK	6,039
Jihomoravský	JIM	4,861
Královéhradecký	HKK	2,598
Středočeský	STC	1,848
Vysočina	VYS	1,217
Karlovarský	KVK	0,377
Jihočeský	JHC	0,343
Olomoucký	OLK	0,148
Praha	PHA	-0,664
Zlínský	ZLK	-0,852
Ústecký	ULK	-1,630
Liberecký	LBK	-2,288
Moravskoslezský	MSK	-7,632

Největší tempo růstu bylo zaznamenáno u kraje Pardubického a Plzeňského. Naopak největší pokles vykazuje kraj Moravskoslezský. Pro názornost využijeme získané hodnoty v matici růst/podíl, kde na osu x byly vyneseny hodnoty CZCI a na osu y právě hodnoty průměrného tempa růstu.

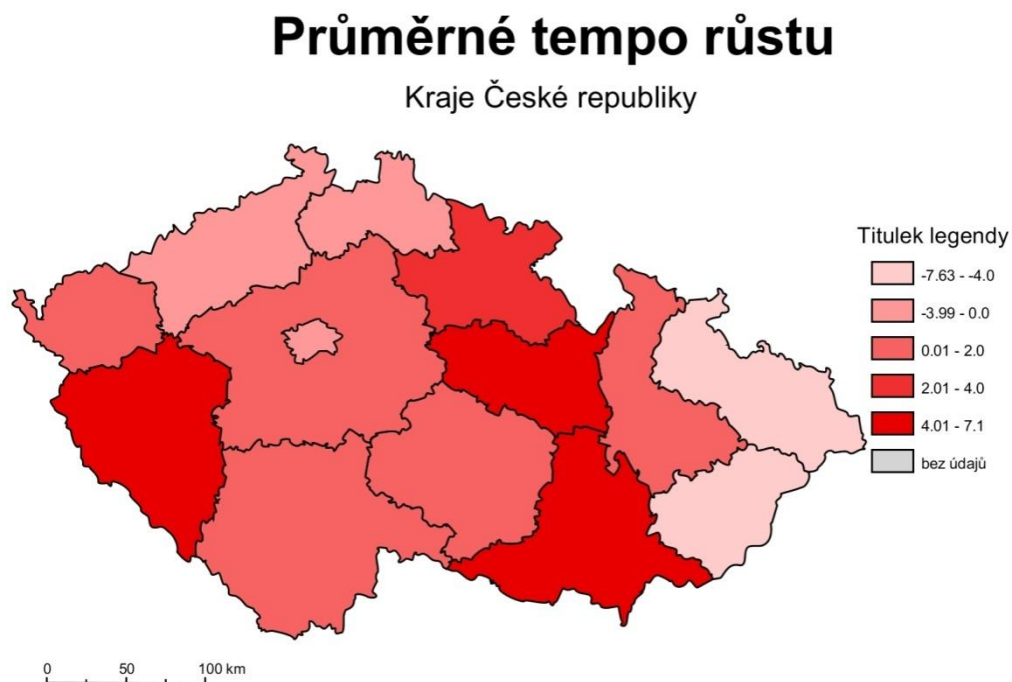
Na základě srovnání těchto dvou hodnot můžeme rozčlenit kraje do 4 skupin podle 4 kvadrantů grafu.

- Kvadrant první – záporné tempo růstu, hodnoty CZCI do 50 bodů - opozdilci
- Kvadrant druhý – kladné tempo růstu, hodnoty CZCI do 50 bodů – regiony v růstu
- Kvadrant třetí – záporné tempo růstu, hodnoty CZCI nad 50 bodů – regiony ztrácející půdu pod nohama
- Kvadrant čtvrtý – kladné tempo růstu, hodnoty CZCI nad 50 bodů – vůdci



Graf 2: Matice Index kreativity / průměrné tempo růstu CZCI

Z této matice lze soudit, že náskok hlavního města se bude v následujících letech pravděpodobně snižovat. Je zřejmé, že kraje jako například Pardubický, Plzeňský, Jihomoravský, Středočeský nebo kraj Královéhradecký budou v dalších letech Prahu více dotahovat. Naopak jak již bylo zmíněno, velký pokles zaznamenal kraj Moravskoslezský. Za povšimnutí stojí také větší seskupení krajů na hranici nulového růstu a hodnot CZCI cca 25.

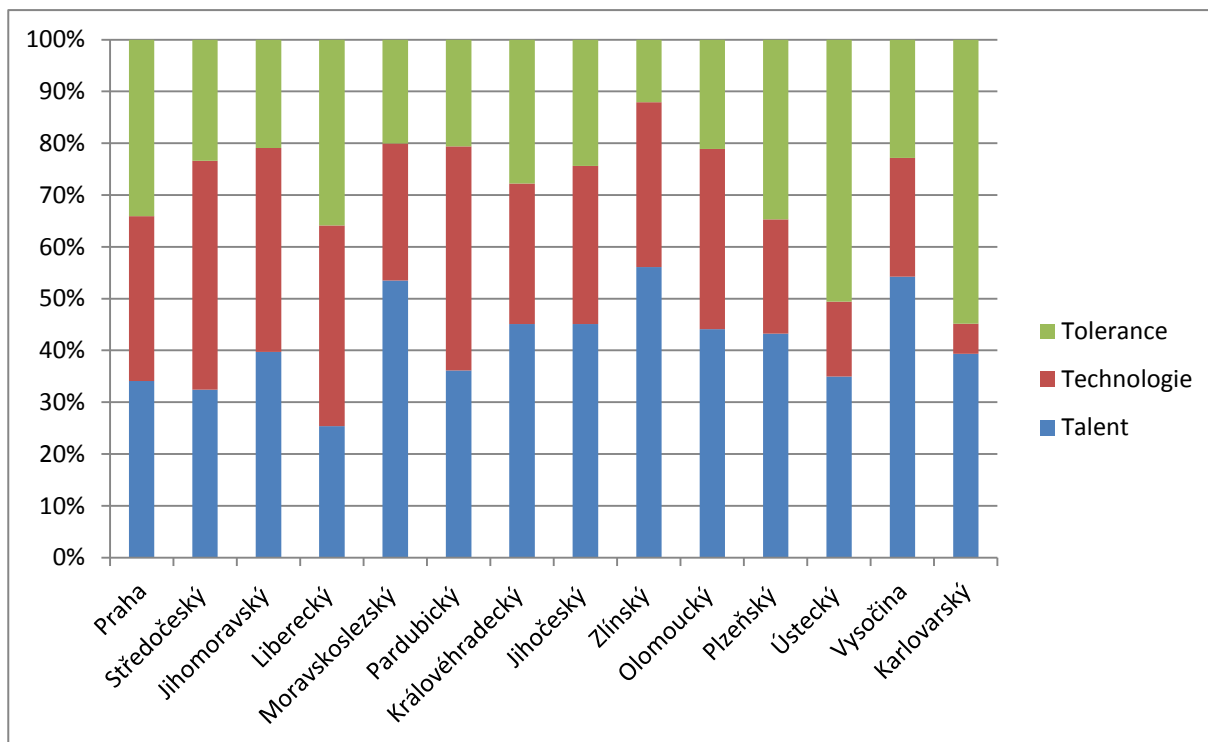


Tiráž

Obrázek 8: Průměrné tempo růstu, zpracováno v programu Mapový generátor

18 SLOŽENÍ CZCI

Zajímavý pohled na problematiku CZCI dává také zkoumání, z kolika procent se na celkovém ukazateli podílejí jednotlivé sub-indexy. Tedy zda se na kreativním prostředí nejvíce podílí talent, technologie nebo tolerance. V roce 2010 situace vypadala následovně:



Graf 3: Složení CZCI

Pro vedoucí kraje je charakteristické více či méně rovnoměrné rozložení talentu, technologií a tolerance, na druhé straně u některých krajů dochází ke značnému nevyrovnanému podílu jednotlivých indexů na celkovém CZCI. U Prahy je v tomto roce složení celkového CZCI: 34% ukazatelé talentu, cca 32% ukazatelé technologií a 34% ukazatelé tolerance.

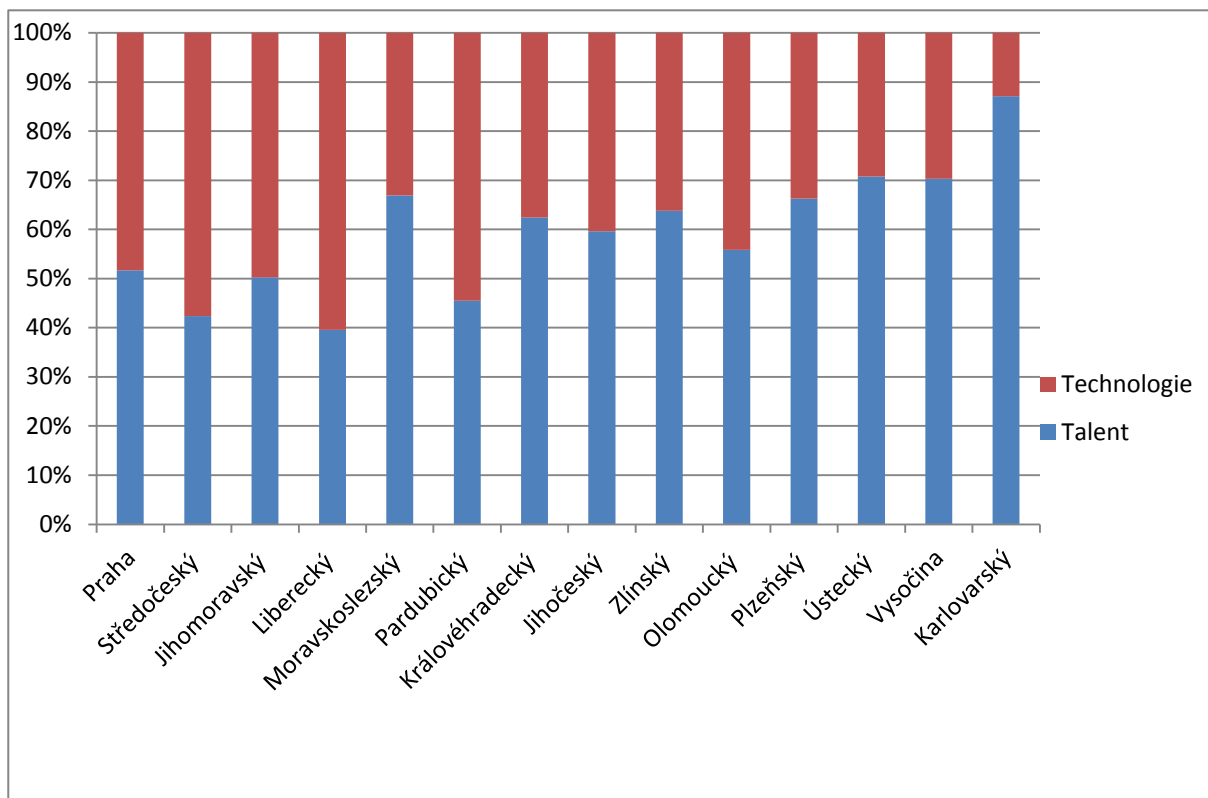
Například kraje Karlovarský a Ústecký se vyznačují velkým podílem cizinců žijících v kraji k počtu obyvatel, a kraj Ústecký také vysokým podílem počtu registrovaných partnerství k počtu obyvatel. U kraje Karlovarského je podíl ukazatelů technologií na celkovém CZCI pouhých 5,83%, zatímco tolerance se na něm podílí z 54,82%.

Naopak na celkový index kreativity Zlínského kraje má tolerance jasně negativní vliv. A to jak z důvodu velice nízkého počtu uzavřených registrovaných partnerství, i také z nízkého podílu cizinců z celkového počtu obyvatel (1,38% cizinců z celkového počtu obyvatelstva, nejnižší podíl v rámci celé ČR). CZCI Zlínského kraje tvoří z 56,10% talent, zatímco tole-

rance pouhých 12,06%. Podobná situace je například u kraje Moravskoslezského, kdy se na celkovém CZCI podílí nejvíce talent, 53,51%.

Z tohoto důvodu byla analýza provedena znovu, ale tentokrát již bylo šetření očištěno o vliv tolerance.

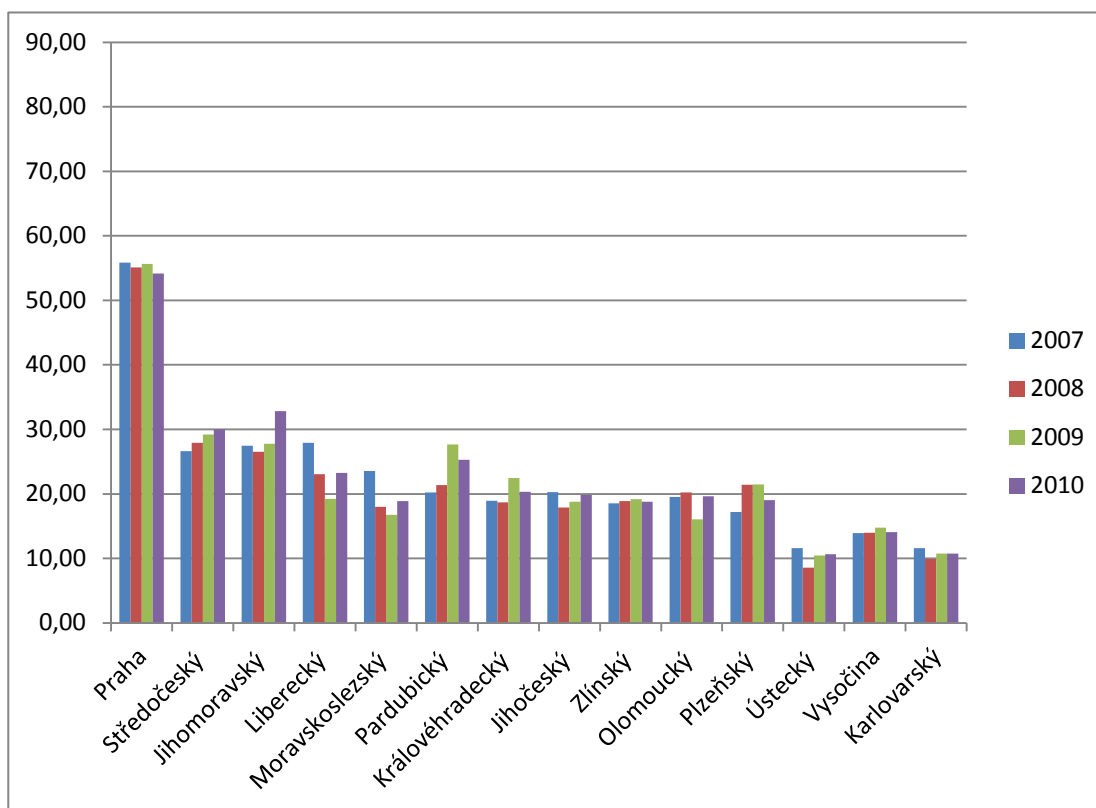
18.1 Ošetření o vliv Tolerance



Graf 4: Složení CZCI, očištěno o vliv Tolerance

Zejména u kraje Karlovarského, dále pak kraje Vysočina a kraje Ústeckého jsou zřetelné nedostatky v oblasti technologií. Celkem překvapivé je umístění kraje Moravskoslezského vždy mezi kraji s nižším Indexem výzkumu a vývoje a INI. Na druhé straně kraj Pardubický má každoročně relativně velké výdaje na výzkum a vývoj (v roce 2010 1 939mil. Kč, při HDP 148 528mil. Kč.)

Nyní sestojíme stejný graf, který byl použit při mapování vývoje celkového CZCI krajích v jednotlivých letech.



Graf 5: Vývoj v jednotlivých letech, očištěno o vliv Tolerance

Po vyloučení tolerance dochází k zajímavým efektům. Došlo k jasnému vyčlenění 3 posledních krajů – Ústecký, Vysočina, Karlovarský. Nadále je zřejmý odstup Prahy. Ta je však následována 3 kraji – Středočeský, Jihomoravský a Pardubický. Zbylé kraje se pak pohybují zhruba na stejné úrovni.

19 KORELACE

V další části práce bude zkoumáno, zda existuje závislost mezi Indexem kreativity CZCI nebo jednotlivými dílčími sub-indexy a vybranými ukazateli z makroekonomiky a údaji z kultury. Pokusím se statisticky otestovat předpoklad, že u regionů, v rámci kterých byly evidovány lepší podmínky pro rozvoj kreativní ekonomiky, lze očekávat dobré výsledky i v jiných oblastech, jako je např. HDP, počet kulturních akcí atd.

K matematickému popisu statistických závislostí budou sloužit metody regresní a korelační analýzy. Bude zkoumán jednak průběh závislostí, a také jejich intenzita.

Pro korelaci byla vybrána následující data:

- HDP k počtu obyvatel kraje
- Průměrná hrubá měsíční mzda v kraji
- Počet kulturních akcí na 1000 obyvatel v kraji
- Podíl registrovaných čtenářů v knihovnách k počtu obyvatel kraje

19.1 Výpočet

Pro vyjádření míry těsnosti vztahu těchto veličin byl použit korelační koeficient, který je obecně značen písmenem r a je dán vztahem:

$$r = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{\left[\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n} \right] \left[\sum y_i^2 - \frac{(\sum y_i)^2}{n} \right]}} \quad [8]$$

Korelační koeficient je bezrozměrná veličina, která charakterizuje těsnost lineární závislosti dvou proměnných (x a y). Definiční obor nabývá hodnot $-1 \leq r \leq 1$. Hodnoty ± 1 značí absolutní závislost. Pokud $r = 0$, hodnoty jsou nezávislé. Je-li $r_{xy} > 0$, jde o přímou závislost, je-li $r_{xy} < 0$, jde o závislost nepřímou.

19.2 Korelace CZCI

Jako první bude provedena korelační analýza mezi celkovým CZCI za rok 2010 a vybranými ukazateli. Hodnoty ve vybraném roce znázorňuje následující tabulka:

Tabulka 10: Údaje ke korelaci, zdroje dat: www.czso.cz a www.nipos-mk.cz

	CZCI 2010	HDP k počtu obyv	Průměrná hrubá mě- síční mzda	Počet kul- turních akcí na 1000 obyv.	Podíl registro- vaných čtená- řů v knihov- nách
Praha	82,18	684 502,32	31 173,00	3,32	20,16
Středočeský	39,15	303 892,61	22 811,00	1,20	11,35
Jihomoravský	41,54	296 734,93	21 583,00	1,30	14,53
Liberecký	36,25	264 920,82	20 645,00	0,74	12,20
Moravskoslezský	23,61	271 767,96	20 811,00	0,88	13,77
Pardubický	31,84	272 462,29	19 943,00	1,10	15,25
Královéhradecký	28,14	276 606,82	20 087,00	1,60	15,33
Jihočeský	26,25	294 249,58	20 070,00	1,11	14,80
Zlínský	21,38	265 570,77	20 220,00	0,86	15,58
Olomoucký	24,87	240 838,33	20 923,00	1,18	12,92
Plzeňský	29,17	309 905,38	21 719,00	1,65	14,40
Ústecký	21,59	267 406,00	21 399,00	0,76	9,79
Vysočina	18,22	272 978,33	19 988,00	1,33	14,72
Karlovarský	23,79	243 872,33	20 778,00	1,89	15,84

Podle výše uvedeného vztahu byl vypočten korelační koeficient mezi CZCI a jednotlivými proměnnými:

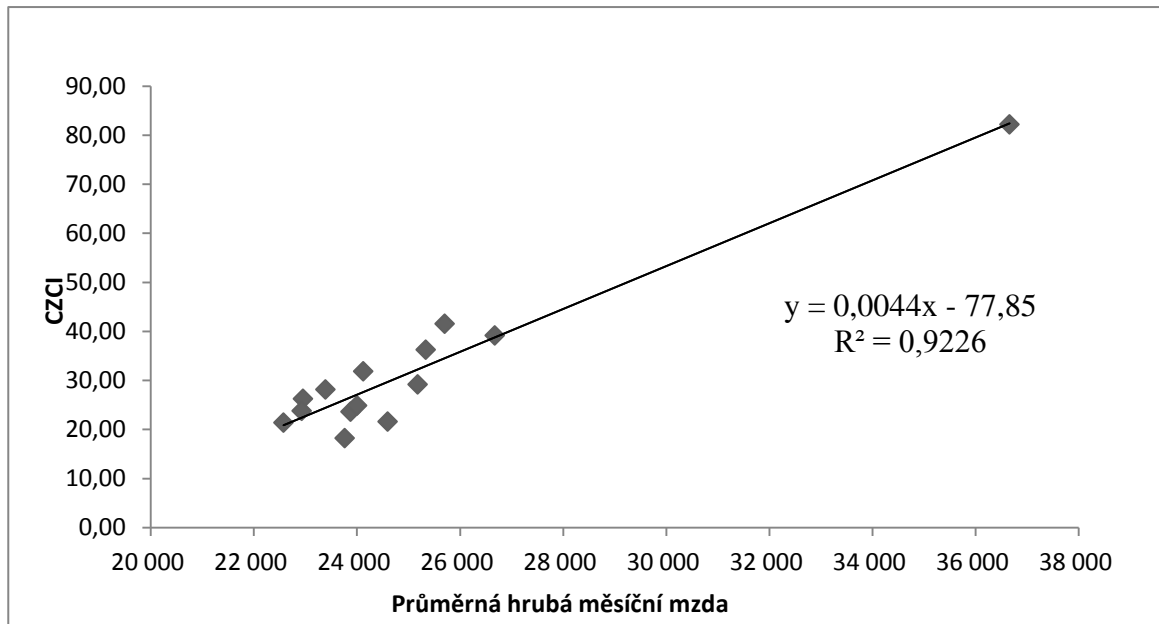
Tabulka 11: Korelační koeficient, CZCI

	r
HDP k počtu obyvatel kraje	0,92
Průměrná hrubá měsíční mzda	0,96
Počet kulturních akcí na 1000 obyvatel kraje	0,77
Podíl registrovaných čtenářů v knihovnách na počet obyvatel	0,35

Nejvyšší hodnoty korelačního koeficientu byly zjištěny mezi CZCI a průměrnou hrubou měsíční mzdou. Silná závislost byla také evidována mezi CZCI a HDP k počtu obyvatel kraje. Nejnižší hodnota korelačního koeficientu byla vypočtena při zkoumání závislosti mezi CZCI a podílem registrovaných čtenářů v knihovnách na počet obyvatel kraje, i je ale určitá závislost zřejmá.

19.2.1 Korelace CZCI a průměrná hrubá měsíční mzda

Korelační koeficient vyjadřující závislost mezi Indexem kreativity a průměrnou hrubou měsíční mzdou je roven 0,96. Tato hodnota může být nadhodnocena vlivem odlehlých hodnot. Pro lepší názornost byl sestaven bodový graf těchto dvou veličin, kdy na osu x byly vyneseny hodnoty Indexu kreativity kraje a na osu y odpovídající hodnoty průměrné hrubé měsíční mzdy v kraji.



Graf 6: Lineární regresní přímka popisující vztah CZCI a průměrné hrubé měsíční mzdy v krajích ČR

Z bodového diagramu je patrná lineární závislost mezi oběma proměnnými, to znamená, že vyšším hodnotám CZCI odpovídají i vyšší hodnoty průměrné hrubé měsíční mzdy. Kromě jednotlivých bodů, které zobrazují kombinace hodnot námi sledovaných proměnných je v grafu zobrazena regresní přímka (lineární křivka), která vystihuje závislost mezi proměnnými. Nahoře je uvedena rovnice regrese $y = 211x + 18371$, a také hodnotu indexu determinace $R^2 = 0,9226$. Z rovnice regrese lze odhadnout hodnoty proměnné y (průměrné hrubé měsíční mzdy), při dosazení určité hodnoty CZCI za x . Index determinace je druhou mocninou koeficientu korelace. Platí vztah:

—

[9]

Index determinace vyjadřuje podíl variability závisle proměnné vysvětlené příslušnou regresní přímkou. Vynásobený stem udává v procentech, jaký podíl variability hodnot proměnné y lze vysvětlit regresní funkcí. Vyjadřuje kvalitu regresního modelu, tedy kolik procent rozptylu vysvětlované proměnné je vysvětleno modelem a kolik zůstalo nevysvětleno. Nabývá hodnot od nuly do jedné, přičemž hodnoty blízké nule značí špatnou kvalitu regresního modelu; hodnoty blízké jedné značí dobro kvalitu regresního modelu. Z tohoto můžeme usoudit, že zvolený regresní model má dobré vypovídající schopnosti.

Nutné je konstatovat, že závisle proměnnou může být kterákoliv ze dvou uvažovaných proměnných. Významná párová korelace není také důkazem příčinné souvislosti. Proto

nelze s jistotou konstatovat, že vysokým hodnotám CZCI v kraji vždy odpovídají vysoké hodnoty průměrné hrubé měsíční mzdy.

Přesto je závislost mezi těmito proměnnými velmi těsná a bude zřejmě statisticky významná. Toto tvrzení, se pokusím statisticky otestovat. Testuji hypotéza $H_0: r = 0$ proti alternativní hypotéze $H_1: r > 0$.

Test bude proveden na základě testové statistiky:

$$\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}} \quad [10]$$

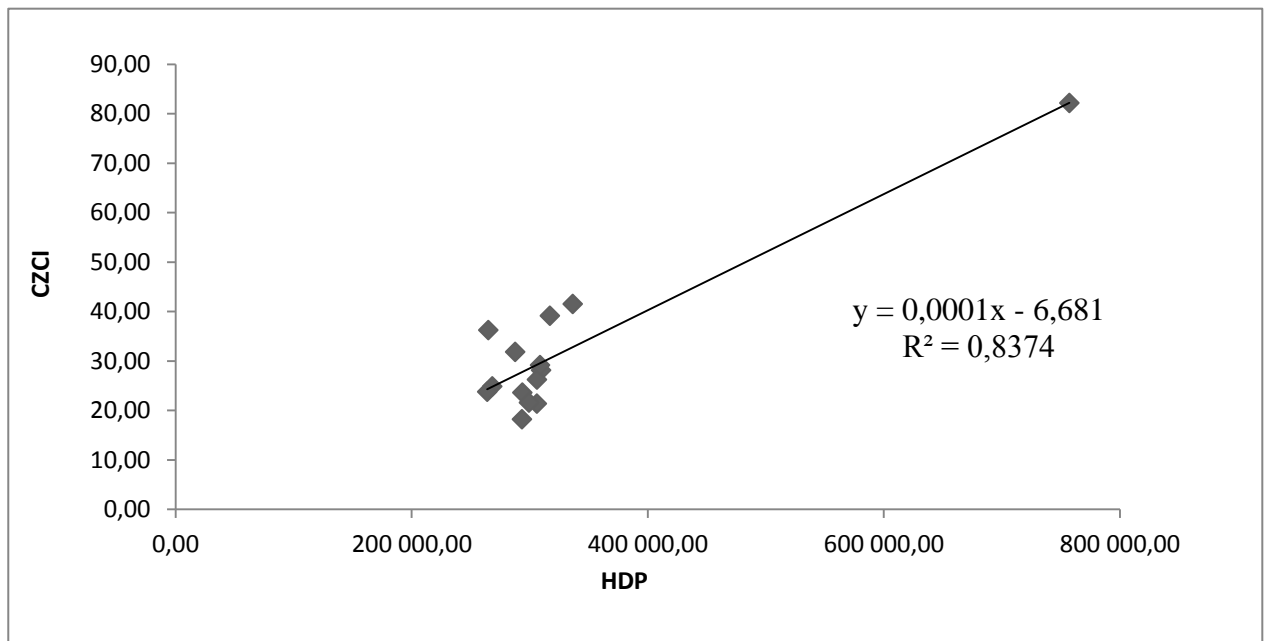
Na hladině významnosti $\alpha=0,05$ je dolní hranice kritického oboru vymezena o $n-2$ stupních volnosti 1,782. Protože vypočtená hodnota testové statistiky leží v kritickém oboru, můžeme zamítnout hypotézu H_0 na hladině významnosti 0,05.

Závěr tedy je, že mezi CZCI a průměrnou hrubou měsíční mzdou existuje statisticky významná závislost na hladině spolehlivosti $\alpha=0,05$.

..

19.2.2 Korelace CZCI a HDP

Druhá nejsilnější závislost byla zjištěna mezi CZCI a HDP kraje, kdy korelační koeficient $r=0,92$. Také zde byl sestaven bodový graf.



Graf 7: Lineární regresní přímka popisující vztah CZCI a HDP

Znovu provedeme test významnosti koeficientu korelace pomocí testu hypotézy o nulovém korelačním koeficientu, kdy testujeme hypotézu $H_0: r = 0$ proti alternativní $H_1: r > 0$. Testové kritérium po dosazení vychází:

$$\frac{\dots}{\dots} \quad [11]$$

Kritický obor pro hladinu významnosti $\alpha=0,05$ je vymezen dolní hranicí o $n-2$ stupních volnosti 1,782. I nyní můžeme konstatovat, že vypočtená hodnota testové statistiky leží v kritickém oboru, můžeme tedy zamítnout hypotézu H_0 na hladině významnosti 0,05. Mezi HDP a CZCI existuje přímá lineární závislost. Na hladině významnosti 0,01 je výsledek stejný.

Z grafu je však patrné, že jednotlivé body jsou od lineárního regresního modelu vzdáleny více, než tomu bylo u průměrné hrubé měsíční mzdy. V tomto případě můžeme konstatovat, že korelační koeficient je zřejmě nadhodnocen, a to vlivem odlehlých hodnot. O tom ostatně vypovídá i nižší hodnota indexu determinace, než tomu bylo u průměrné hrubé měsíční mzdy. Regresní model v tomto případě není tak přesný.

19.2.2.1 Porovnání průměrného tempa růstu CZCI a HDP

K bližší analýze tohoto vztahu bylo předmětem dalšího zkoumání porovnání průměrného tempa růstu obou veličin v letech 2007 až 2010. Vypočtené hodnoty pak ukazuje tato tabulka.

Tabulka 12: Průměrné tempo růstu, zdroj: vlastní výpočty

Kraj	Průměrné tempo růstu CZCI	Průměrné tempo růstu HDP
PHA	-0,664	3,423
STC	1,848	1,425
JIM	4,861	4,275
LBK	-2,288	-0,003
MSK	-7,632	2,626
PAK	7,098	1,826
HKK	2,598	3,831
JHC	0,343	1,327
ZLK	-0,852	4,842
OLK	0,148	3,663
PLK	6,039	-0,126
ULK	-1,630	3,831
VYS	1,217	2,434
KVK	0,377	2,678

Korelační koeficient v tomto případě vyšel záporný, -0,16. Z tabulky je zřejmé, že není možné usuzovat, že meziroční nárůst hodnot HDP je předpokladem nárůstu hodnot indexu kreativity v tom samém období. Například u kraje Zlínského bylo zaznamenáno průměrné tempo růstu HDP 7,842, u Indexu kreativity došlo k poklesu o -0,852. Stejný trend byl zaznamenán i kraje Moravskoslezského. Na druhou stranu u některých krajů došlo k poměrně vy-

rovnanému nárůstu obou veličin, zejména u krajů Jihomoravského, Středočeského či kraje Vysočina. Poslední skupinu tvoří kraje, kde tempo růstu Indexu kreativity výrazně převyšuje tempo růstu HDP. Jedná se o kraje Pardubický a Plzeňský.

19.2.3 Korelace CZCI a počet kulturních akcí

Při zkoumání tohoto vztahu byl vypočten korelační koeficient $r = 0,77$. I nyní bude použit test významnosti koeficientu korelace pomocí testu hypotézy o nulovém korelačním koeficientu. Testována je hypotéza H_0 , která předpokládá $r=0$, oproti alternativní hypotéze H_1 , kdy $r > 0$. Testové kritérium vypočteme následovně:

$$t = \frac{r}{\sqrt{1-r^2}} \sqrt{n-2} = \frac{0,77}{\sqrt{1-0,77^2}} \sqrt{14-2} = 4,18 \quad [12]$$

Kritický obor pro hladinu významnosti $\alpha=0,05$ je vymezen dolní hranicí o $n-2$ stupních volnosti 1,782. I v tomto případě můžeme konstatovat, že vypočtená hodnota testové statistiky leží v kritickém oboru, můžeme tedy zamítnout hypotézu H_0 na hladině významnosti 0,05. Mezi počtem kulturních akcí na tisíc obyvatel kraje a hodnotami CZCI v krajích ČR existuje přímá lineární závislost.

19.2.4 Korelace CZCI a podíl registrovaných čtenářů v krajích

V tomto případě byl vypočten korelační koeficient $r = 0,35$. Znovu bude proveden test jeho významnosti:

$$t = \frac{r}{\sqrt{1-r^2}} \sqrt{n-2} = \frac{0,35}{\sqrt{1-0,35^2}} \sqrt{14-2} = 1,29 \quad [13]$$

Kritický obor pro hladinu významnosti $\alpha=0,05$ je vymezen dolní hranicí o $n-2$ stupních volnosti 1,782. Na rozdíl od předchozích případů vypočtená hodnota testové statistiky neleží v kritickém oboru, proto na hladině významnosti $\alpha=0,05$ nemůžeme zamítnout hypotézu H_0 . Mezi CZCI a podílem registrovaných čtenářů nebyla evidována statisticky významná závislost.

19.3 Korelace dílčí sub-indexy

Nyní bude zkoumána závislost mezi více proměnnými - jednotlivými sub-indexy CZCI a HDP. Byly vypočítány párové korelační koeficienty, které byly sestaveny do tzv. korelační matice, která je symetrická podle hlavní diagonály.

Tabulka 13: Korelační matice s HDP

	HCI	CCI	IRD	IN	IG	IIM	HDP
HCI	x	0,98	0,64	0,77	0,65	0,70	0,94
CCI	0,98	X	0,68	0,74	0,65	0,73	0,93
IRD	0,64	0,68	X	0,61	0,34	0,37	0,51
IN	0,77	0,74	0,61	X	0,82	0,66	0,79
IG	0,65	0,65	0,34	0,82	X	0,88	0,78
IIM	0,70	0,73	0,37	0,66	0,88	x	0,83
HDP	0,94	0,93	0,51	0,79	0,78	0,83	X

Byla zjištěna velmi silná závislost mezi HDP kraje a ukazateli talentu, silná korelace mezi HDP a tolerancí a INI a korelace střední mezi HDP a IRD. Mezi jednotlivými ukazateli CZCI je zřejmá nejvyšší závislost mezi INI a Gay indexem ($r=0,82$).

Dále byla zkoumána závislost mezi jednotlivými ukazateli a průměrnou hrubou měsíční mzdou, počtem kulturních akcí na 1000 obyvatel kraje a podílem registrovaných čtenářů v knihovnách na počet obyvatel kraje.

Tabulka 14: Korelační koeficient, Zdroj: Vlastní výpočty

2010	Průměrná hrubá měsíční mzda 2009	Počet kulturních akcí na 1000 obyvatel kraje	Podíl registrovaných čtenářů v knihovnách na počet obyvatel kraje
HCI	0,87	0,80	0,56
CCI	0,89	0,81	0,47
IRD	0,62	0,43	-0,02
IN	0,86	0,58	0,34
IG	0,85	0,67	0,25
IIM	0,86	0,79	0,34

U průměrné hrubé měsíční mzdy vyšla u všech ukazatelů silná závislost, nejnižší pak u IRD. Jelikož nám již dříve vyšel vysoký korelační koeficient při zkoumání závislosti mezi celkovými CZCI a průměrnou hrubou měsíční mzdou, dala se předpokládat i závislost mezi dílčími indexy a touto veličinou. U všech sub-indexů byly vypočteny vysoké hodnoty korelačního koeficientu, nejvyšší pak u ukazatelů talentu, nejnižší u IRD. U kulturních akcí na 1000 obyvatel kraje byla zaznamenána závislost v rámci všech sub-indexů, zvláště pak mezi ukazateli talentu. Obdobně silná korelaci pak vykazují i ukazatelé tolerance a v tomto ohledu nejslabší, ale i tak poměrně velké hodnoty koeficientu r byly zjištěny u indexů mapující technologie. Jako poslední byla zkoumána závislost mezi jednotlivými ukazateli CZCI a podílem registrovaných čtenářů v knihovnách na počet obyvatel kraje. Oproti ostatním ukazatelům lze konstatovat, že zde byla zjištěna spíše slabší závislost, u IRD dokonce záporná. Nejvyšších hodnot nabývá korelační koeficient r u ukazatelů talentu.

20 TECHNOLOGIE A TOLERANCE

Jak bylo zmíněno v teoretické části, Richard Florida (2002) ve svém studiu prokázal silnou závislost mezi oblastmi technologií a tolerance.

Nyní tedy bude zkoumána hypotéza, zda vysoké hodnoty v oblasti tolerance, jsou předpokladem vysokých hodnot technologií, a naopak.

Tabulka 15: Tolerance a technologie, zdroj: Vlastní

Kraj	Pořadí Technologie 2010	Pořadí Tolerance 2010
PHA	1	1
STC	2	6
JIM	3	7
LBK	4	3
MSK	11	12
PAK	5	9
HKK	8	8
JHC	7	10
ZLK	9	14
OLK	6	11
PLK	10	5
ULK	13	4
VYS	12	13
KVK	14	2

V našem případě nelze říci, že regiony které dosahují vysokých hodnot v rámci tolerance, patří mezi vedoucí kraje i v oblasti technologií. K jiným závěrům bylo dojito zřejmě z důvodu vysokých hodnot v rámci tolerance u západně položených příhraničních regionů, které sice disponují velkým počtem imigrantů, nicméně oblast high-tech průmyslu v nich není na vyšší úrovni v porovnání s kraji ostatními.

21 SHRNUÍ VÝSLEDKŮ A ZHODNOCENÍ HYPOTÉZ

Na základě zvolené metodiky byl sestaven Index kreativity v aplikaci pro použití v podmínkách v ČR. Prostřednictvím dílčích sub-indexů byly zmapovány 3 oblasti – talent, technologie a tolerance.

Ne zcela překvapivě se s velkým náskokem na první příčce v sestaveném žebříčku ve všech sledovaných letech umístila Praha. Ta zaujala místo ve všech dílčích kategoriích, kromě indexu IRD, kde ji nahradil kraj Středočeský.

Nicméně analýza průměrného tempa růstu a následné sestavení matice Růst/CZCI ukázali, že náskok hlavního města se bude zřejmě v dalších letech snižovat. Některé regiony, zejména kraje Pardubický, Plzeňský a Jihomoravský mají velký potenciál stát se vůdci mezi ostatními kraji.

Byly zjištěny podstatné rozdíly mezi kraji ve složení celkového CZCI. Faktor, který v tomto ohledu měl největší vliv, byli ukazatelé tolerance. U některých regionů se tyto ukazatelé podíleli na celkovém CZCI i z více jak 50 procent. Pro vůdčí regiony bylo charakteristické spíše rovnoměrné rozložení talentu, technologií i tolerance. Proto by měl být pro jednotlivé kraje primárním cílem podporovat právě ty oblasti, ve kterých nedosahují tak dobrých výsledků.

Byl vyzorován globální rostoucí trend podílu kreativních zaměstnání v rámci celé České republiky. Jejich podíl roste lineárním trendem, a lze předpokládat, že tento vývoj bude pokračovat i v dalších letech.

Na základě statistických metod byla potvrzena statisticky významná souvislost mezi indexem kreativity a HDP a průměrnou hrubou měsíční mzdou v krajích. Byla také zjištěna statistická závislost mezi CZCI, i dílčími ukazateli a počtem kulturních a jiných výchovných akcí. Naopak závislost nebyla prokázána u počtu registrovaných čtenářů v krajích.

Z těchto vztahů a závislostí lze vyvodit několik závěrů. Především k výraznému rozvoji podmínek pro kreativní ekonomiku dochází u těch krajů, kde byly evidovány vysoké hodnoty průměrné hrubé měsíční mzdy. Jsou to většinou regiony, jejichž součástí je větší město přitahující obyvatele pracovními příležitostmi. Také vyšší příjmy obyvatelstva umožňují utrácet za nadstandardní služby, kulturní tedy i kreativní produkty a služby. Co se vysokých hodnot HDP týče, lze usuzovat, že jsou nejvíce svázány s rozvojem technologií a výzkumu a vývoje v dané oblasti. Nelze však přímo konstatovat, že regiony, které nedosa-

hují mezi ostatními vysokých hodnot HDP, se nemohou stát kreativními centry. Jedná se především o kraj Pardubický, jehož hodnota HDP k počtu obyvatel kraje patří spíše k podprůměrným, nicméně patří mezi oblasti, které se mohou stát kreativními centry.

Je možné konstatovat, že kreativní města budou disponovat větší počtem různých kulturních akcí, výchovných přednášek a dalších. Je zřejmé, že existuje určitý vztah mezi ekonomickou výkonností regionu a přítomností talentu. Je to mimo jiné dáno větší možností přísunu investic na rozvoj vědy a vzdělání.

Jako poslední bylo zkoumáno, zda lze předpokládat, že, za situace, kdy je v regionu tolerance, jsou tam i technologie. Tento předpoklad byl zamítnut. Není možné globálně v rámci ČR usuzovat o vztahu otevřenosti regionu a přítomností technologií.

22 DOPORUČENÍ

Jelikož je tato problematika poměrně nová, ale podle mého názoru velmi aktuální a důležitá, je také pravděpodobné předpokládat, že jí bude v následujících letech věnována čím dál větší pozornost. Problémy současnosti, které byly nastíněny v úvodu této práce, budou muset být neodkladně řešeny a je spíše otázkou budoucnosti, zda řešením bude právě rozvíjející se kreativní prostředí nabízející kreativní zaměstnání a produkující nové kreativní produkty a služby.

Osobně si myslím, že primárním cílem ať už států či dílčích regionů musí být neustálé zlepšování školství, podpora výzkumu a vývoje a investování v takových oblastech, které přitáhnou kreativní pracovní sílu. Tím jsou myšleny například i investice do kulturního potenciálu regionů a volnočasových aktivit. Taková opatření, která učiní daný region pro tuto skupinu přitažlivým. Jen taková města mohou přilákat kreativní třídu.

Kreativní oblast charakterizovat následujícími fakty: region, který je ekonomicky výkonný, a tuto přidanou hodnotu efektivně dislokuje do kreativní a kulturní infrastruktury, tak cíleně vytváří podmínky pro nový způsob života charakteristický pro kreativní třídu. Ve vyspělých ekonomikách, kde mají lidé zabezpečeny základní potřeby, se totiž otevírá prostor pro uspokojování těch vyšších.

Rozdílem mezi klasickým výrobním podnikem a společností kreativní, je v tom, že kreativní společnost se nikam do jiných států odstěhovat nemůže. Bude mít sídlo tam, kde je její primární výrobní faktor- kreativní pracovní síla. A aby se v daném regionu tyto společnosti vyskytovali, musí daný region tuto pracovní sílu přilákat a udržet si ji.

Nutným předpokladem je rozvinutá sféra veřejného sektoru a společensky odpovědné jednání institucí. Tento sektor hraje v rozvoji kreativní ekonomiky důležitou roli. Mnoho výchovných akcí, kulturních a uměleckých sdružení a vzdělávacích zařízení se bez jeho podpory neobejde. Je tedy úkolem odpovědných osob v této oblasti zaměřit svoji pozornost i na oblast kulturních a kreativních průmyslů, protože v dnešní době je spíše zaměřena na podporu klasických průmyslových odvětví, které mnohdy již nejsou tak výkonné, jako tomu bylo v minulosti. Je nutné si také uvědomit, že výrazným zdrojem potenciálu regionu jsou univerzity. Nejen, že produkují vzdělanou pracovní sílu, ale jsou také generátorem výzkumu a vývoje. Mělo by docházet k účelné spolupráci právě mezi vzdělávacími zařízeními, veřejným a soukromým sektorem.

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo zmapovat podmínky pro rozvoj kreativní ekonomiky v krajích České republiky pomocí zvolené metodiky sestavení indexu kreativity.

V České republice mezi ostatními kraji zaujímá jednoznačné vedoucí postavení Praha. Nicméně z analýzy vývoje v posledních letech lze vyvodit, že její náskok se bude pravděpodobně zmenšovat. Dobrých výsledků dosáhly především kraje Středočeský a Jihomoravský.

Mezi kraji se vyčlenila skupina, ve které byl zaznamenán výrazně rostoucí trend indexu kreativity – kraje Pardubický, Plzeňský a Jihomoravský. Tyto kraje mají potenciál stát se vedle Prahy kreativními středisky České republiky. Naopak výrazně horší výsledky byly zjištěny u krajů – Vysočina, kraje Ústeckého a kraje Zlínského. Markantně si ve sledovaném období pohoršil kraj Moravskoslezský, který zaznamenal propad především v oblastech technologií a tolerance.

Na základě výpočtu průměrného tempa růstu celkového indexu kreativity byly kraje rozděleny do 4 kvadrantů. Do oblasti vůdců nebyl zařazen žádný z krajů, nicméně především kraje Plzeňský, Pardubický a Jihomoravský se pohybují v jeho blízkosti.

Praha byla zařazena do kvadrantu regionů, které ztrácejí půdu pod nohama. Meziroční propad hodnot však byl minimální.

V kvadrantu opozdílů byly zařazeny kraje Moravskoslezský, Liberecký a Ústecký.

Na hranici mezi kvadranty regionů v růstu a opozdílů se pohybuje skupina krajů, udržující si meziročně spíše konstantní postavení – Olomoucký, Zlínský, Jihočeský, Karlovarský kraj a kraj Vysočina.

K zajímavým výsledkům vedlo zkoumání, z kolika procent se na celkovém indexu kreativity podílejí jednotlivé oblasti. U vedoucích krajů bylo zaznamenáno spíše jejich rovnoměrné rozložení. U krajů pohybujících se na druhé straně pořadí dochází k výrazným rozdílům. K největším rozdílům ve složení celkového indexu přispívala především oblast tolerance. Zatímco u kraje Karlovarského tvořila celých 54%, u kraje Zlínského pouhých 12%. Bylo tedy provedeno porovnání krajů očištěním o vliv tolerance. Postavení krajů se vyrovnalo, Praha si i nadále udržela vedoucí postavení a došlo k jasnému vyčlenění 3 posledních krajů – Ústeckého, Vysočiny a Karlovarského.

V druhé části práce byl dán kreativní index i jeho části do komparace s vybranými makroekonomickými údaji a údaji z kultury. Byl zjištěn statisticky významný vztah mezi indexem kreativity a HDP kraje a také průměrnou hrubou měsíční mzdou v kraji. Při zkoumání vztahu mezi indexem kreativity a počtem kulturních akcí v kraji byla také evidována určitá závislost, nicméně ne tak silná jak v prvních dvou pozorováních. Mezi indexem kreativity a podílem registrovaných čtenářů v knihovnách na počet obyvatel kraje nebyla prokázána žádná souvislost. Také není možné usuzovat, že meziroční nárůst hodnot HDP je předpokladem nárůstu hodnot indexu kreativity v tom samém období.

Poslední zkoumání podrobilo analýze předpoklad stanovený Richardem Floridou, který konstatuje (2002): „Kde je tolerance, tam jsou i technologie“. Dané tvrzení nebylo nakonec potvrzeno.

Práci bych zakončila konstatováním: I když je koncept kreativní ekonomiky poměrně mladý, je již teď zřejmé, že rozhodujícím zdrojem budoucnosti bude lidský kapitál disponující kreativitou. Ta generuje nápady, které jsou zdrojem inovací. Inovace se dnes stává synonymem úspěchu. Proto si myslím, že je primárně nutné tuto oblast podporovat a dále rozvíjet.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BODEN, Margaret A. 2004. *The creative mind myths and mechanisms*. Second edition. London: Routledge. ISBN 0-203-34008-6.

CIKÁNEK, Martin. 2009. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku*. 1. vyd. Praha: Institut umění. 79 s. ISBN 978-80-7008-231-7

CYHELSKÝ, Lubomír, KAHOUNOVÁ, Jana a HINDLS, Richard. 1996. *Elementární statistická analýza*. 1. vydání. Praha: Management Press. 303 s. ISBN 80-85943-18-2

FLORIDA, Richard L. 2004. *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books. 434 s. ISBN 0-465-02477-7

HARTLEY, John. 2005. *Creative industries*. Malden: Blackwell Publishing. 414 s. ISBN 1-4051-0147-4

HINDLS, Richard, HRONOVÁ, Stanislava, SEGER, Jan a FISCHER, Jakub. 2006. *Statistika pro ekonomy*. 7. Vydání. Praha: Professional Publishing. 415 s. ISBN 80-86946-16-9

HOWKINS, J. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguins Books, 288 s. ISBN: 978-0140287943

KLOUDOVÁ, J., AMBROŽOVÁ, V. a DOUBKOVÁ, M. 2008. *Role kreativity a kreativní ekonomiky v regionálním rozvoji*. [Výzkumná studie.] Zlín: Univerzita T. Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky

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

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

LANDRY, Charles. 2000. *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Bournes Green: Earthscan publications, 303 s. ISBN 1-85383-613-3.

MAREK, Luboš a kol. 2007. *Statistika pro ekonomy: Aplikace*. Druhé vydání. Praha: Professional Publishing, 485 s. ISBN 978-80-86946-40-5

PAVELKA, František a KLÍMEK, Petr. 2000. *Aplikovaná statistika*. Vydání první. VUT v Brně, Fakulta managementu a ekonomiky ve Zlíně, 131 s. ISBN 80-214-1545-2

RYTÍŘ, Vladimír a STRÍŽ, Pavel a KLÍMEK, Petr a KASAL, Roman. 2005. *Přednášky z metod statistické analýzy*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. 118 s. ISBN 80-7318-353-6

23 INTERNETOVÉ ZDROJE

Creative clusters in low density urban areas. 2008. URBACT II THEMATIC NETWORK. In: [online]. [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://urbact.eu/fileadmin/Projects/Creative_Clusters/02_-_Baseline_Creative_Clusters.pdf>.

Creative Industries/Creative economy. 2008. *British council: Creative cities* [online]. [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <<http://creativecities.britishcouncil.org/creative-industries/>>.

FLORIDA, Richard a Gary GATES. 2002. *Technology and Tolerance: The Importance of Diversity to High-Technology Growth*. [online]. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.urban.org/UploadedPDF/1000492_tech_and_tolerance.pdf>.

HUI, D. a CHUNG-HUNG, N. G. a MOK, P. 2004. *A study on Creativity Index*. [online]., 100 s. [cit.2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf>.

Kreativita a inovace ve městech a regionech České republiky. 2011. *Sborník odborných příspěvků z konference*. 1. vydání. Praha: institut umění – Divadelní ústav a British council. ISBN 978-80-7008-273-7. Dostupné z: <http://new.institutumeni.cz/media/document/kreativita_a_inovace__ve_mestech_a_regionech_cr.pdf>.

SMITH, Richard a WARFIELD. 2007. *The Creative City: a matter of values*. [online]. [cit.2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.utoronto.ca/isrn/publications/WorkingPapers/Working07/Smith07_CreativeCity.pdf>.

UNITED NATIONS. 2010. *Creative economy: Report 2010, A Feasible Development Option* [online]., vyd. 2010 [cit. 2012-03-19]. ISBN 978-0-9816619-0-2. Dostupné z: <http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf>.

24 ZDROJE DAT

Český statistický úřad [online]. 2011 [cit. 2011-12-17]. Dostupné z: <http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/regiony_mesta_obce_souhrn/>.

Gay iniciativa. [online]. [cit. 2011-12-17] Dostupné z:

<<http://www.gay.iniciativa.cz/www/index.php?page=clanek&id=74/>>.

Národní informační a poradenské středisko pro kulturu. [online]. [cit. 2011-12-17] Dostupné z: <<http://www.nipos-mk.cz/?cat=126/>>.

Úřad průmyslového vlastnictví. [online]. [cit. 2011-12-17]. Dostupné z:

<<http://www.upv.cz/>>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CCI	Index kreativní třídy
CZCI	Index kreativity pro kraje České republiky
IG	Gay index
HCI	Index lidského kapitálu
HDP	Hrubý domácí produkt
HKK	Královéhradecký kraj
IIM	Index imigrace
INI	Index inovací
IRD	Index výzkumu a vývoje
JHC	Jihočeský kraj
JIM	Jihomoravský kraj
KVK	Karlovarský kraj
LBK	Liberecký kraj
MSK	Moravskoslezský kraj
OLK	Olomoucký kraj
PAK	Pardubický kraj
PLK	Plzeňský kraj
PHA	Praha
STC	Středočeský kraj
ULK	Ústecký kraj
VYS	Kraj Vysočina

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Kreativní systém, Zdroj: URBACT II TN5: Creative Clusters in Low Density Urban Areas, str.	14
Obrázek 2: Kreativita, Zdroj: UNCTAD, 2010, str. 3	15
Obrázek 3: Výstupy a vstupy v kreativní ekonomice, Zdroj: A Study on Creativity Index, 2005, str. 8.....	18
Obrázek 4:Kreativní průmysly, Zdroj: UNCTAD (2008) Creative Economy Report - The Challenging of Assessing the Creative Economy, str. 14	23
Obrázek 5: Model Work Foundation, Zdroj: Cikánek, 2009, str. 39.....	24
Obrázek 6: Matice růstu kreativního indexu, Zdroj: Kloudová, Ambrožová, Doubková, 2008	30
Obrázek 7: Složení CZCI, zdroj: Kloudová, J. Ambrožová, V. Doubková, M. (2008)	39
Obrázek 8: Průměrné tempo růstu, zpracováno v programu Mapový generátor.....	51
Graf 1: Meziroční srovnání, vlastní zpracování.....	48
Graf 2: Matice Index kreativity / průměrné tempo růstu CZCI.....	50
Graf 3: Složení CZCI.....	52
Graf 4: Složení CZCI, očištěno o vliv Tolerance	53
Graf 5: Vývoj v jednotlivých letech, očištěno o vliv Tolerance	54
Graf 6: Lineární regresní přímka popisující vztah CZCI a průměrné hrubé měsíční mzdy v krajích ČR.....	58
Graf 7: Lineární regresní přímka popisující vztah CZCI a HDP	60

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Kreativní index, Zdroj: Florida, 2002.....	29
Tabulka 2: Euro-creativity index, Zdroj: A study on Creativity Index, 2004, str. 31	31
Tabulka 3: HCI a CCI v jednotlivých letech, Zdroje dat: www.czso.cz, vlastní výpočet	40
Tabulka 4: Trend CCI v rámci ČR, Zdroje dat: www.czso.cz,.....	41
Tabulka 5: IRD a INI v jednotlivých letech, zdroje dat: www.czso.cz a www.upv.cz, vlastní výpočty	42
Tabulka 6: Gay index a IIM v jednotlivých letech, zdroje dat: www.czso.cz a www.gay.iniciativa.cz , vlastní výpočty.....	44
Tabulka 7: CZCI , Zdroj: Vlastní výpočty.....	46
Tabulka 8: Pořadí krajů, Zdroj: Vlastní	47
Tabulka 9: Průměrné tempo růstu, Zdroj:vlastní výpočty	49
Tabulka 10: Údaje ke korelaci, zdroje dat: www.czso.cz a www.nipos-mk.cz.....	56
Tabulka 11: Korelační koeficient, CZCI	57
Tabulka 12: Průměrné tempo růstu, zdroj: vlastní výpočty.....	61
Tabulka 13: Korelační matice s HDP	63
Tabulka 14: Korelační koeficient, Zdroj: Vlastní výpočty	64
Tabulka 15: Tolerance a technologie, zdroj: Vlastní	65