



Študentská vedecká aktivita

Využitie konceptu kreatívnych miest v podmienkach Banskej Bystrice

Miroslava Juhászová

Sekcia: Verejná ekonomika a regionálny rozvoj

Konzultant: Ing. Viera Kozáková

Banská Bystrica

Obsah

Abstrakt	3
Úvod	4
1. Teoretické vymedzenie systému kreatívnej ekonomiky	5
1.1. Vymedzenie pojmu kreativita	5
1.1. Vymedzenia pojmu kreatívna ekonomika	6
1.2. Vymedzenie konceptu kreatívnych miest	8
2. Analýza ukazovateľov rozvoja a spokojnosti	11
2.1. Charakteristika mesta Banská Bystrica	11
2.2. Analýza faktorov spokojnosti	12
2.3. SWOT analýza mesta Banská Bystrica	12
3. Návrhy	14
Záver	18
Použitá literatúra	19
Prílohy	21

Abstrakt

Hlavným cieľom práce je zistiť, či je Banská Bystrica schopná aplikovať prvky kreatívnej ekonomiky vo svojich podmienkach. Pri riešení tejto problematiky sme vychádzali zo zistených faktorov rozvoja kreatívnej ekonomiky, faktorov spokojnosti obyvateľov mesta Banská Bystrica, ktoré sú výstupom dotazníkového prieskumu uskutočneného v roku 2011 a analýzy SWOT, ktorá je súčasťou Programu sociálneho a hospodárskeho rozvoja mesta Banská Bystrica. Na základe kombinácie faktorov rozvoja kreatívnej ekonomiky a faktorov spokojnosti sme sa pokúsili vytvoriť isté odporúčania pre mesto Banská Bystrica.

Práca je členená na tri kapitoly. Prvá kapitola je zameraná na zadefinovanie pojmov, ktoré úzko súvisia s kreatívnou ekonomikou, a to kreativita, kreatívna ekonomika a kreatívne mestá. Druhá kapitola sa zaoberá analýzou a vyhodnotením faktorov spokojnosti obyvateľov v meste Banská Bystrica, ale aj faktorov rozvoja kreatívnej ekonomiky v porovnaní s relevantnými oblasťami SWOT analýzy mesta Banská Bystrica. Tretia kapitola je zameraná na návrhy a odporúčania pre mesto Banská Bystrica, s aplikáciou prvkov rozvoja kreatívnej ekonomiky.

Kľúčové slová: kreativita, faktory rozvoja kreatívnej ekonomiky, faktory spokojnosti, analýza SWOT

Úvod

Kreativita, ktorá symbolizuje niečo nové, lepšie, zaujímavejšie je v dnešnej dobe vnímaná čoraz viac ako nový typ konkurenčnej výhody. V posledných desaťročiach vývoj vo svete napredoval rýchlejším tempom. Rýchly rozvoj nových technológií a intenzívna globalizácia znamenali v celosvetovom meradle výrazný prechod od tradičnej výroby k službám a inováciám. Postupne sa spoločnosť zaoberajúca sa len výrobnou činnosťou transformuje na spoločnosť kreatívnu, pre ktorú je charakteristická jej schopnosť vymýšľať, tvoriť a inovovať.

Koncept kreatívnej ekonomiky je založený na množstve atribútov, ktoré ju tvoria a dotvárajú. Kultúrny a kreatívny priemysel, ktorý spadá do oblasti kreatívnej ekonomiky sa stal v súčasnej dobe jedným z najdynamickejších sektorov v Európe. Podľa Uznesenia Európskeho parlamentu z roku 2011 sa píše, že v krajinách EÚ – 27 sa kreatívny sektor podieľa na tvorbe HDP 2,6%, vyznačuje sa vysokou mierou rastu, tento sektor sa stal poskytovateľom kvalitných pracovných miest pre približne 5 miliónov ľudí v celej EÚ-27 (Návrhový materiál, 2011).

V nadväznosti na výstupy bakalárskej práce, v ktorej som sa venovala faktorom spokojnosti obyvateľov v meste Banská Bystrica, som ako zainteresovaná osoba, jednak ako obyvateľka mesta Banská Bystrica a zároveň ako študentka Ekonomickej fakulty UMB dospela k hľadaniu riešení spokojnosti a nespokojnosti mesta. V súčasnosti sú moderné rôzne prístupy, ako čo najefektívnejšie spravovať územie. Jedným z nich, s ktorým som sa popri štúdiu v odbore Ekonomika a správa území stretla je tzv. koncept kreatívnych miest, podľa ktorého v tejto práci hľadám odporúčania pre problematické oblasti mesta Banská Bystrica.

1. Teoretické vymedzenie systému kreatívnej ekonomiky

Kreatívnu ekonomiku môžeme charakterizovať ako ekonomiku založenú na kreativite, alebo tiež na kreatívnych ideách. Výskumníci, územní plánovači, ale aj politici sa zaoberajú konceptom tzv. kreatívnych miest za účelom nájsť nové možnosti rozvoja najmä miest, ktoré si vyžadujú transformáciu, revitalizáciu, akými sú napríklad bývalé industriálne mestá.

Vymedzeniu pojmu kreatívna ekonomika sa v súčasnej dobe venuje veľa autorov. Medzi najznámejších predstaviteľov patria John Howkins a Richard Florida. John Howkins ako prvý uviedol pojem kreatívna ekonomika, vo svojej publikácii *The creative economy* (Kloudová, s. 21, 2010). Richard Florida ako prvý zadefinoval pojem kreatívna trieda a zaviedol index kreativity. Florida a jeho výskumy potvrdili, že prítomnosť tvorivých ľudí, ktorí žijú a pracujú v meste, má priamy vplyv na atraktivitu, ekonomickú výkonnosť a konkurencieschopnosť mesta. Podľa Konceptie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v SR (s. 3, 2011) „kreatívnu triedu reprezentuje skupina osôb, ktorá vytvára nové kreatívne obsahy, ktoré sú výsledkom duševnej tvorivej činnosti. Reprezentujú ju tie profesie, ktoré vyžadujú určitú intelektuálnu schopnosť, patria sem napr. vedci, inžinieri, univerzitní profesori, umelci a ďalšie profesie, ktorých cieľom je vytvoriť nové formy alebo návrhy, ktoré sú ľahko prenosné a široko uplatniteľné“.

Index kreativity je tvorený tzv. 3T – talent, technológia, tolerancia. Tieto indexy sú „merateľné na základe súboru ukazovateľov, subindexov odrážajúcich koncentráciu kreatívnych jedincov v regióne, koncentráciu a veľkosť odvetví high-tech priemyslu, inovačnú silu regiónu, ako aj otvorenosť spoločnosti a rozmanitosť prostredia“ (Florida, in Rostášová, Chrenková, s. 260, 2011).

V nasledujúcich podkapitolách sa venujeme vymedzeniu základných pojmov – kreativita, kreatívna ekonomika, kreatívne mesto.

Hlavným cieľom práce je zistiť, či je Banská Bystrica schopná aplikovať prvky kreatívnej ekonomiky vo svojich podmienkach. Hlavným zdrojom skúmania sú faktory rozvoja kreatívnej ekonomiky, nami zistené faktory spokojnosti a nespokojnosti obyvateľstva mesta Banská Bystrica a vybrané oblasti SWOT analýzy daného mesta.

1.1. Vymedzenie pojmu kreativita

Neexistuje žiadna jednoduchá definícia kreativity, ktorá by zahŕňala všetky rozmery tohto javu. V oblasti psychológie bola individuálna kreativita skúmaná najviac, no

neexistuje žiadna dohoda, či ide o ľudský atribút, alebo o proces, pri ktorom vznikajú originálne nápady.

Avšak, charakteristika tvorivosti v rôznych oblastiach ľudského snaženia môže byť členitá ako :

- a) umelecká kreativita, ktorá zahŕňa fantáziu a schopnosť vymýšľať originálne nápady, spôsoby interpretácie textu, zvuku a obrazu;
- b) vedecká kreativita, ktorá zahŕňa zvedavosť a ochotu experimentovať a hľadať nové riešenia problémov;
- c) ekonomická kreativita, ktorá je dynamickým procesom, vedúcim k inováciám v oblasti technológií, obchodných praktík, marketingu. Je úzko spojený s nadobudnutím konkurenčnej výhody v ekonomike (Creative economy, report 2010).

Podľa J. Howkinsa, ktorý ako prvý definoval pojem kreatívna ekonomika, je kreativita „schopnosť vytvoriť niečo nové, alebo tiež neuro-psychický proces, u ktorého dochádza k miešaniu emócií s radosťou, ktoré naštartujú myšlienkové pochody. Ďalej hovorí, že kreativita nie je tým istým ako inovácie, pretože kreativita často riadi inovácie, ale inovácie nikdy nemôžu riadiť kreativitu“ (Kloudová, s. 20, 2010).

1.1. Vymedzenia pojmu kreatívna ekonomika

Ako píše autorky Rostášová, Chrenková (s. 259, 2011) „koncept kreatívnej ekonómie úzko nadväzuje na teoretické koncepty, ktoré sa zaoberajú úlohou inovácií v ekonomickom raste. Východiská pre skúmanie inovácií zakladajú práce Schumpetera (1927), ktorý popisoval inovácie ako kreatívnu deštrukciu. Nepretržitý proces výroby podlieha mechanizmu inovácií, ktorý vedie permanentne k náhrade jedného produktu iným“. Sprievodným znakom tohto trendu je, že sa podstatne mení rola ľudského faktora v ekonomike v tom zmysle, že jeho produkcia sa stále viac presúva do oblasti inovácií a nápadov, do tvorivých, originálnych, netradičných spôsobov myslenia, ktoré produkuje nové idey, vytvárajúce najvyššiu pridanú hodnotu v znalostnej ekonomike (Výskumné centrum pre kreatívnu ekonomiku, 2010).

Kreatívna ekonomika je komplexná analýza novej ekonomiky, založenej na kreatívnych ľuďoch, kreatívnych priemysloch a kreatívnych mestách (Creative economy, 2007).

Kreatívna ekonomika sa dá vnímať aj ako súhrn jednotlivých podsystémov – kreatívny priemysel, kultúrny priemysel, príbuzné odvetvia a oblasť kultúry. Takéto

rozdelenie navrhuje Európska komisia v dokumente Delineating the cultural and creative sector (2006).

Podľa Európskej komisie kreatívny priemysel tvoria oblasti - reklama, architektúra, dizajn. Ďalšou podmnožinou kreatívnej ekonomiky je kultúrny priemysel.

Kultúrny priemysel tvoria oblasti - film a video, televízne a rozhlasové vysielanie, video hry, hudba, knihy a tlač.

Umenie vnímané ako jadro má kľúčové oblasti, ktorými sú – výtvarné umenie, výkonní umelci, kultúrne dedičstvo.

Podľa Európskej komisie je potrebné spomenúť aj súvisiace odvetvia, ktorými sú – výroba PC, MP3 prehrávačov, priemysel mobilných telefónov.

Podľa Kloudovej (s. 21, 2010) „kreatívna ekonomika popri tradičných zdrojoch ekonomického rastu využíva vo väčšej miere zdroj ľudskej kreativity, pričom nedeliteľnou podmienkou jeho rozvoja sa stáva sloboda a otvorenosť prostredia“.

Na lepšie ozrejmienie si celého systému kreatívneho a kultúrneho sektoru uvádzame v prílohách tabuľku 1. Pre zaujímavosť v prílohe uvádzame štruktúru kreatívneho priemyslu na Slovensku (viď. tabuľka 10).

Kreatívna ekonomika podľa Kloudovej (s. 46, 2010) „sa môže rozvíjať iba tam, kde je možné zahrnúť tri nasledujúce oblasti:

- spotrebitelia,
- pracovné sily,
- prostredie“.

Podľa Kloudovej (s. 46, 2010) „spotrebiteľ najprv utratí časť príjmu na základné potreby, ako jedlo, bývanie, obliekanie. Až po pokrytí základných potrieb začne využívať produkty kreatívnej ekonomiky ako je divadlo, film, počítačové hry. Od pracovnej sily je vyžadované kreatívne myslenie, schopnosť prichádzať s novými nápadmi, riešeniami a schopnosťami pracovať s novými technológiami. Prostredie hrá tiež kľúčovú rolu v kreatívnej ekonomike. Jedná sa predovšetkým o otvorenosť a slobodu prostredia a stupeň rozvoja inštitucionálneho a kultúrneho zabezpečenia.“

Kvôli rozsiahlosti názorov na rozvoj kreatívnej ekonomiky, uvádzame faktory podľa vybranej autorky Kloudovej (s.47, 2010), ktorá hovorí o desiatich faktoroch, ktorými sú: 1. dopyt, 2. bohatstvo spotrebiteľov, 3. vzdelanie a vedomosti, 4. schopnosť tvorby sietí pre predávanie znalostí a schopností, 5. diverzita, 6. úroveň verejného sektoru, 7. správanie inštitúcií, 8. intelektuálne bohatstvo, 9. existencia veľkých obchodných kapacít, 10. univerzity.

1.2. Vymedzenie konceptu kreatívnych miest

Pre definovanie podstaty konceptu kreatívnych miest je prvotne potrebné poznať základné charakteristiky mesta, ako územného celku so svojimi špecifickými znakmi.

Už z histórie vieme, že mestá sa spájajú so vznikom civilizácie. Mestá sa stávali centrami pokroku, vzdelanosti, kultúry a obchodu. Môžeme vidieť, že už tu existuje prítomnosť prvkov kreatívnej ekonomiky.

„Každé mesto predstavuje jedinečný a neopakovateľný sociálny a hmotný útvar s výraznými charakteristickými rysmi, ktoré získalo v priebehu svojho historického vývoja (Opplová, 1994, s. 23).

Mestá podľa Daňa a Hanulákovvej (2004, s. 892) môžeme charakterizovať ako „sídla nepoľnohospodárskeho charakteru, s určitými špecifickými znakmi, ktoré sa od iných sídel odlišujú predovšetkým svojimi funkciami. Sú priestorom, kde sa na pomerne malej ploche koncentruje obyvateľstvo a rôzne aktivity nepoľnohospodárskeho charakteru.“

Ashworth a Voogd (1990, s. 67 in Vaňová, 2006, s. 46) hovoria, že „mesto je vo svojej podstate entita, aj lokalita, súhrn atribútov, aj miesto, pričom tieto dve charakteristiky, i keď logicky odlišné, nemôžu byť v praxi oddelené“.

Na základe preštudovanej odbornej a vedeckej literatúry nie je možné nájsť jednu ucelenú definíciu mesta, keďže mesto je definované z rôznych uhlov pohľadu. Aj podľa toho je možné považovať tento sídelný útvar, ako ho niektorí hore uvedení autori pomenúvajú, za súbor hmotných statkov, tradícií, zvykov, obyvateľov, ktorí tvoria a v neposlednom rade aj dotvárajú.

Koncept kreatívneho mesta sa väčšinou spája s urbánnym rozvojom, čo má za následok aj nárast obyvateľov v mestách. Predstavuje posun od fyzickej infraštruktúry k zlepšovaniu mäkkej infraštruktúry miest. V literatúre sa uvádza súvislosť rozvoja územia s kreatívnou ekonomikou aj prostredníctvom konceptu kreatívneho prostredia, milieu a štvrtí.

Kreatívne mestá

V rámci systému kreatívnej ekonomiky sa objavuje koncept kreatívnych miest, ktorý zohráva dôležitú úlohu pri rozvoji nielen daného mesta, ale aj celého regiónu. Vyvinul sa z potrieb súčasných miest a ich spravovania, keďže mestá v tejto dobe sú vystavené iným podmienkam, aké boli v minulosti. Tento koncept sa stáva istou reakciou

na rozvoj samotného mesta, ale má dopad aj na celý región, v ktorom sa dané mesto nachádza.

Podľa Kloudovej (s. 37, 2010) kreatívne mesto je „miesto, kde človek rád žije, nachádza sa tu kreatívne, kultúrne a športové prostredie, k čomu veľkou mierou prispievajú miestne úrady. Takéto miesto sa vyznačuje otvorenosťou, tolerantnosťou, kultúrnym zázemím, nekorupčným prostredím a vyššou koncentráciou kreatívnych jedincov“.

Kreatívne mesto podľa Správy Creative Economy (UNCTAD, 2010) je chápané, ako urbanistický celok, kde kultúrne aktivity rôzneho druhu sú neoddeliteľnou súčasťou hospodárskej a sociálnej funkčnosti mesta.

Podľa Charlesa Landryho (in Zlatá, 2011) je kreatívne mesto také, „ktorému sa darí nachádzať inovatívne riešenia na problémy v súčasnom modernom meste, čo sa však nemôže uskutočniť, pokiaľ sa nezmení starý systém chápania rozvoja mesta. V kreatívnom meste má prostredníctvom adekvátnej verejnej politiky spoločne fungovať a spolupracovať mestská kultúra, médiá, zábavný priemysel, šport a vzdelávanie. Kreatívne mesto funguje za hranicami kultúrnych aktivít a kultúrnych inštitúcií, aj keď ich prirodzene inkorporuje do svojho systému fungovania. Nevyhnutnou podmienkou pre nové vytvorenie mesta a jeho imidž je participácia rôznych aktérov, ako lokálnych verejných činiteľov, predstaviteľov biznisu, či tretieho sektora aj s dobrovoľníkmi“.

Kreatívne prostredie – kreatívne milieu

Prelínanie kreatívnej ekonomiky s rozvojom územia popisuje aj koncept kreatívneho prostredia, resp. kreatívneho milieu.

Landry (in Rumpel, Slach, Koutský, s. 54, 2008) chápe kreatívne milieu ako „miesto, mestskú štvrť, lokalitu či región, ktoré disponuje základným predpokladom, tzn. existenciou tvrdej a mäkkej infraštruktúry“. Ďalej píše, že „vďaka tejto infraštruktúre umožňuje daný priestor vo zvýšenej miere generovať nové myšlienky, nápady a inovácie“.

Kreatívne prostredie Landry (in Rumpel, Slach, Koutský, s. 54, 2008) charakterizuje ako „priestor s vysokou frekvenciou stretávania sa množstva podnikateľov, sociálnych aktivistov, umelcov, administratívnych pracovníkov, aktérov disponujúcich politickou mocou, aj študentov a ich vzájomná otvorená komunikácia a osobná interakcia prináša nové myšlienky, podnety, produkty, služby a inštitúcie“.

Znaky kreatívneho prostredia

Podľa viacerých autorov ako Landry(2000), Hall(2000), Maeir(2005) (in Rumpel, Slach, Koutský, s. 55, 2008), je možné uviesť znaky kreatívneho prostredia nasledovne:

- široké možnosti neformálnej a spontánnej komunikácie medzi aktérmi ako vo vnútri prostredia, tak aj navonok;
- existencia originálnych, autentických a zakorenených znalostí;
- komunity disponujúce schopnosťami, kompetenciami a aktérmi schopnými a ochotnými vzájomne otvorene komunikovať;
- silné finančné zázemie, podporujúce investície do vedy a výskumu;
- existencia nerovnováhy medzi deklarovanými potrebami lídrov, podnikateľov, umelcov, vedcov na strane jednej a súčasne možnosťami na strane druhej;
- schopnosť aktérov identifikovať sa a flexibilne reagovať, prípadne permanentne sa adaptovať na zmeny a neistotu vo vývoji v oblasti kultúry, vedy a technológií;
- dynamicky synergické a multidisciplinárne milieu, charakteristické hlavne pre oblasť vedy a kultúry;
- veľký počet malých autentických obchodov nezávislých poskytovateľov služieb, na rozdiel od etablovaných veľkých nákupných centier.

Európske hlavné mesto kultúry ako krok ku kreatívnej ekonomike

Je možné vidieť, že nielen v rámci Európskeho kontinentu, ale aj v ďalších častiach sveta sa v oblasti rozvoja kreatívnej ekonomiky v posledných rokoch veľa nielen hovorí, ale aj koná. Príkladom toho je projekt Európske hlavné mesto kultúry. Tento projekt vznikol na podnet Rady ministrov EÚ. Prvotným cieľom projektu bolo skvalitnenie kultúrneho života mesta, ale v súčasnosti má aj ďalšie prínosy týkajúce sa rozvoja miest a regiónov. V tom roku, kedy mesto užíva tento titul, sa očakáva nárast návštevnosti, s čím je spojené budovanie infraštruktúry. Mesto sa dostáva do zoznamu kultúrnych agentúr a cestovných kancelárií, čím sa zvýši turistický ruch. Konkurenčná výhoda víťazného mesta sa týmto stáva silnejšou.

O titul Európske hlavné mesto kultúry sa uchádzalo v podmienkach SR deväť slovenských miest. Banská Bystrica, Bratislava, Dolný Kubín, Košice, Martin, Nitra, Prešov, Trenčín a Trnava. Nakoniec sa na základe rozhodnutia komisie stalo Európskym hlavným mestom kultúry pre rok 2013 mesto Košice.

Aj keď Banská Bystrica nebola vybraná spomedzi uchádzačov za Európske hlavné

mesto kultúry 2013, chceme v tejto práci zistiť, či na základe menovaných znakov kreatívneho mesta a faktorov rozvoja má potenciál sa stať kreatívnym mestom aj bez už spomínaného titulu.

Ako vzor nás zaujal príklad španielskeho mesta Bilbao, z ktorého sa vďaka Guggenheimovmu múzeu podarilo z post industriálnej metropoly pretransformovať na atraktívnu turistickú destináciu globálneho významu (Horodníková, Rybár 2012). Práve toto mesto je pekným príkladom toho, že stať sa kreatívnym mestom je možné aj napriek tomu, že nevyhralo už spomínaný titul o Európske hlavné mesto kultúry. Týmto je zároveň možné vidieť iniciatívu zo strany EÚ pomôcť európskym mestám stať sa kreatívnymi. Banská Bystrica by si mala zobrať príklad z takéhoto mesta, hľadať a vyťažiť zo svojich historických a kultúrnych pamiatok o niečo viac, ako doteraz.

2. Analýza ukazovateľov rozvoja a spokojnosti

V úvode druhej kapitoly stručne charakterizujeme mesto Banská Bystrica, metodológiu marketingového výskumu, ktorý sme realizovali formou dotazníkového prieskumu, s cieľom zistiť faktory spokojnosti obyvateľov so životom v meste Banská Bystrica.

2.1. Charakteristika mesta Banská Bystrica

Mesto Banská Bystrica sa rozprestiera medzi Kremnickými vrchmi, Starohorskými vrchmi a Poľanou. Cez mesto preteká rieka Hron. Banská Bystrica je označovaná za stred stredného Slovenska. Momentálne je Banská Bystrica podľa počtu obyvateľov šieste najväčšie mesto Slovenska.

Prvá písomná zmienka o Banskej Bystrici je z roku 1255, kedy kráľ Belo IV. udelil nemeckým kolonistom, baníkom rozsiahle mestské práva. Na rozhraní 15. a 16. storočia Banská Bystrica zásobovala banskobystrickou meďou európske trhy.

Metropola stredného Slovenska má aj svoju novodobú históriu, medzi najvýznamnejšie medzníky patrí 29. august 1944, kedy v Banskej Bystrici bolo vyhlásené Slovenské národné povstanie a Banská Bystrica sa na dva mesiace stala hlavným mestom oslobodeného Slovenska.

Dnes je Banská Bystrica modernou metropolou Banskobystrického samosprávneho kraja, so satelitmi sídlisk, vysokými školami, kultúrnymi a športovými zariadeniami, kde práve univerzita a nemocnica patrí medzi najväčších zamestnávateľov v okrese. (Bárta, 2010).

2.2. Analýza faktorov spokojnosti

Na základe dotazníkového prieskumu uskutočneného v roku 2011 na reprezentatívnej vzorke 50 respondentov sme dospeli ku percentuálnym hodnotám miery spokojnosti v jednotlivých faktoch. Pri tvorbe dotazníka sme použili formu uzavretej otázky, pomocou tzv. likertovej škály, prostredníctvom nej respondent vyjadruje mieru súhlasu alebo nesúhlasu. Respondenti mali k dispozícii dotazník s 51 otázkami (viď. prílohy graf 1), kde mohli vyjadriť svoj názor. Dotazník tvoril 11 oblastí, zisťujúcich mieru spokojnosti so životom v meste: kultúra, voľný čas, bývanie, bezpečnosť, životné prostredie, politika v meste, služby poskytované v meste, či už verejného alebo súkromného charakteru, školstvo, zdravotníctvo, infraštruktúra, pracovné prostredie. Faktory spokojnosti sledované v zostavenom dotazníku a faktory kreatívnej ekonomiky sa viac menej zhodujú.

V najväčšej miere sú obyvatelia Banskej Bystrice spokojní s geografickou polohou (88%); dostupnosťou základných škôl (86%); s dostupnosťou stredných škôl (84%); s kvalitou vody (84%); s historickým významom mesta (82%); s možnosťami športovania (78%); disponibilitou atraktívnymi domami, bytmi a stavebnými pozemkami (76%); s možnosťami nakupovania (76%); s rekreačnými možnosťami v blízkom okolí (74%); s dostupnosťou zdravotných zariadení, lekára, lekární (72%); s kvalitou stredných škôl (72%); s kvalitou bývania (72%).

Najväčšiu nespokojnosť občania Banskej Bystrice vyjadrili s dopravnou zaťaženosťou miestnych komunikácií (88%); údržbou ciest (88%); dopravnou infraštruktúrou (84%); platovou úrovňou v zamestnaní (84%); čistotou ulíc a verejných priestranstiev (82%); s možnosťami parkovania (80%); cenami tovarov dennej spotreby (78%); finančnými nákladmi na bývanie/nájomné (78%); pracovnými príležitosťami (78%); aktivitami v oblasti ochrany životného prostredia (76%); s prácou a činnosť miestnej samosprávy (70%).

2.3. SWOT analýza mesta Banská Bystrica

Na základe analýzy SWOT, ktorá je súčasťou Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta uvedeného na webovej stránke Banskej Bystrice a faktorov, ktoré ovplyvňujú kreatívne prostredie, môžeme predpokladať, že mesto Banská Bystrica sa môže stať kreatívnym mestom. Pri tomto tvrdení vychádzame zo silných stránok, ktoré pôsobia vo vnútri prostredia a z príležitosti, ktoré vplývajú na mesto z vonkajšieho prostredia.

Z celkovej analýzy SWOT, ktorá je rozdelená do piatich oblastí, a to ekonomická oblasť, oblasť ľudských zdrojov, sociálna oblasť, oblasť životného prostredia a technickej infraštruktúry, sme sa zamerali predovšetkým na tie, ktoré sú predpokladom pre rozvoj kreatívneho mesta Banská Bystrica.

Ekonomická oblasť je prvotným potenciálom pre rozvoj kreatívnej ekonomiky v našom meste. Jej silné stránky, ako sú napríklad dobré podmienky pre rozvoj kvalifikovanej pracovnej sily, ale aj kultúrna vybavenosť a samozrejme aj príležitosti, z ktorých je najvýraznejšia podpora inovácií z viacerých zdrojov, je dôležitým východiskom pre rozvoj kreatívnej ekonomiky v Banskej Bystrici (viď. prílohy tabuľka 2).

V oblasti ľudských zdrojov je v analýze SWOT najviac silných stránok a príležitosti, a aj pre naše spracovanie je to najdôležitejšia časť, pretože ľudský potenciál je jeden z najdôležitejších súčastí kreatívnej ekonomiky (viď. prílohy tabuľka 3).

Ako sme už v kapitole o kreatívnej ekonomike spomínali, ľudský potenciál v kreatívnej ekonomike zastupuje predovšetkým kreatívna trieda. V nasledujúcej tabuľke 4 môžeme vidieť, že v okrese Banská Bystrica je kreatívne prostredie pracovnou silou bohato zastúpené. V roku 2009 v kreatívnych zamestnaniach podľa Štatistického úradu SR pracovalo 13 478 obyvateľov. Na porovnanie uvádzame Košický okres, ktorého centrum, mesto Košice sa víťazne uchádzalo o titul Európske hlavné mesto kultúry 2013. Z tabuľky 4 je možné vidieť, že pomer počtu obyvateľov a počet zamestnaných v kreatívnych zamestnaniach v roku 2009 je priaznivejší pre Banskú Bystricu. A práve aj táto štatistika ukazuje, že Banská Bystrica ma potenciál sa stať kreatívnym mestom.

Tabuľka 4 Počet pracujúcich v hospodárstve SR – kreatívne zamestnania a počet obyvateľov v roku 2009

Okres	Odborné, vedecké a technické činnosti	Vzdelávanie	Umenie, zábava a rekreácia	Spolu	Počet obyvateľov v 2009
Banská Bystrica	2217	9242	2019	13478	79003
Košice	4563	13376	3741	21680	238725

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z databázy regionálnej štatistiky ŠÚ SR

Sociálna oblasť je podľa nášho uváženia tiež jednou z dôležitých súčastí analýzy SWOT, ktorá je potrebná pre naše spracovanie a preto je nevyhnutné pozrieť sa aj na túto oblasť. Tu môžeme hlavne vyzdvihnúť vysokú vzdelanostnú úroveň a existenciu vedeckého potenciálu hlavne v tom, že sa tu nachádza pobočka Slovenskej akadémie vied a vysoké školy. Na druhej strane, príležitosti od Európskej únie v podobe rôznych

podporných programov a projektov môžu tieto silné stránky ešte viac posilniť (viď. prílohy tabuľka 5).

3. Návrhy

Z pohľadu obyvateľov mesta, ktorí sa vyjadrovali v dotazníku k jednotlivým faktorom spokojnosti môžeme vybrať tie, ktoré úzko súvisia s kreatívnou ekonomikou. Spomínané faktory spokojnosti sú uvedené v nasledujúcej tabuľke 6, ktorá je rozdelená na dve časti. Prvú časť tvoria faktory s ktorými sú obyvatelia mesta Banská Bystrica spokojní a v druhej časti sa nachádzajú faktory, s ktorými sú opýtaní respondenti nespokojní.

Tabuľka 6: Faktory spokojnosti a nespokojnosti

Faktory spokojnosti	Faktory nespokojnosti
geografická poloha	modernizácia mesta
dostupnosť a kvalita vzdelávacích zariadení - základné, stredné, vysoké školstvo	imidž regiónu
možnosti športovania	práca a činnosť miestnej samosprávy
možnosti nakupovania	pracovné príležitosti
rekreačné možnosti v meste a tiež v jeho blízkom okolí	platová úroveň v zamestnaní
atmosféra v meste	
možnosti kultúrneho vyžitia	
kvalita kultúrnych zariadení	

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov dotazníkového prieskumu

Práve tieto faktory, s ktorými obyvatelia mesta Banská Bystrica neboli spokojní, môžeme označiť ako výzvy pre rozvoj kreatívnej ekonomiky, a práve prostredníctvom tohto, tak povediac nového oboru sa snažiť pomôcť vyriešiť nedostatky v spomínaných faktoroch, s ktorými boli obyvatelia nespokojní.

Ako príklad môžeme uviesť návrh riešenia faktoru nespokojnosti - modernizácia mesta. Kreatívna ekonomika v koncepte kreatívnych miest sa problematikou modernizácie zaoberá. Spôsobov, ako modernizovať prostredie je mnoho, stačí si vybrať. Skrášlenie verejných priestorov, zlepšenie fyzického prostredia, obnova nepoužívaných priestorov a budov nielen zlepši imidž mesta, ale má aj širšie dopady. Môže podporiť tvorbu nových pracovných miest v oblasti cestovného ruchu, kultúry, kreatívneho a kultúrneho priemyslu. Do daného mesta, a teda aj regiónu by pri takýchto možnostiach prichádzalo viac turistov (zákazníkov), ktorí by zároveň prinášali do územia viac finančných zdrojov.

Nižšie uvedená tabuľka 7 nám ukazuje ako jednotlivé faktory rozvoja kreatívnej ekonomiky sú, resp. nie sú v súlade na jednej strane s faktormi spokojnosti a nespokojnosti

zo strany občanov a na druhej strane s jednotlivými oblasťami Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta. Dopyt pokladajú obidve zainteresované strany podľa nášho názoru za dostačujúce. Vzdelávanie a vedomosti ako ďalší nástroj rozvoja kreatívnej ekonomiky je tiež podľa obyvateľov a mesta dostačujúci, čo sa prejavuje hlavne na spokojnosti obyvateľov s množstvom a kvalitou vzdelávacích zariadení, a tiež je na to poukázané v analýze SWOT v časti či už ekonomickej, v oblasti ľudských zdrojov, alebo v sociálnej oblasti. Ďalším faktorom schopnosť tvorby sietí pre predávanie znalostí a schopnosti je tiež pozitívnym faktorom z pohľadu obyvateľov aj mesta. Diverzita je podľa dotazníkového prieskumu a PHSR tiež dostatočne rozvinutá. Intelektuálne bohatstvo v Banskej Bystrici je bohato zastúpené, keďže sa dá o Banskej Bystrici povedať, že je študentským mestom aj vďaka tomu, že tu majú sídlo tri vysoké školy. Jedna z nich je dokonca zameraná na výchovu a vzdelávanie budúcich tzv. kreatívcov. Obchodné kapacity sú z pohľadu obyvateľov aj mesta v dobrom a kvalitnom zastúpení aj napriek tomu, že podľa nášho názoru je veľkou škodou, že historické námestie, ktorého súčasťou už od pradávna bolo bohaté zastúpenie tradičných obchodíkov s rôznym zameraním zaniká a obchody sa presúvajú pod jednu strechu nákupného centra. Faktor rozvoja kreatívnej ekonomiky, ktorým sú univerzity, je, ako sme už vyššie uviedli bohato zastúpený. Na záver tejto tabuľky nemôžeme vynechať tie, ktoré z pohľadu obyvateľov nie sú až tak pozitívne. Sú nimi faktory rozvoja: bohatstvo spotrebiteľov, úroveň verejného sektora a správanie inštitúcií. Veľmi zaujímavým faktom je, že z pohľadu mesta spomínané faktory vyšli v pozitívnom svetle. Tu je možné vidieť, že mesto nevidí nedostatky v týchto oblastiach a malo by byť schopné hľadať riešenia, aby spokojnosť obyvateľov v týchto oblastiach rástla.

Tabuľka 7 Faktory kreatívnej ekonomiky z pohľadu obyvateľov a z hľadiska mesta

Faktory kreatívnej ekonomiky	dopyt	bohatstvo spotrebiteľov	vzdelanie a vedomosti	schopnosť tvorby sietí pre predávanie znalostí a schopnosti	diverzita	úroveň verejného sektora	správanie inštitúcií	intelektuálne bohatstvo	obchodné kapacity	univerzity
Z pohľadu obyvateľov	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
Z pohľadu mesta	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníka a analýzy SWOT

Ako bolo už v analytickej časti spomínané, kreatívna ekonomika sa rozvíja tam, kde sú zastúpené tri zložky, a to spotrebitelia, pracovné sily a v neposlednom rade prostredie, kde sa to všetko uskutočňuje.

Tabuľka 8 Znamky kreatívneho prostredia z pohľadu obyvateľov a mesta

Znamky kreatívneho prostredia	široké možnosti neformálnej a spontánnej komunikácie	existencia originálnych, autentických a zakorenených znalostí	komunity disponujúce schopnosťami, kompetenciami a aktívnymi schopnosťami a ochotnými vzájomne otvorené komunikovať	silné finančné zázemie, podporujúce investície do vedy a výskumu	existencia nerovnováhy medzi deklarovanými potrebami lídrov, podnikateľov, umelcov, vedcov na strane jednej a súčasne možnosťami na strane druhej	schopnosť aktérov identifikovať sa a flexibilne reagovať, prípadne permanentne sa adaptovať na zmeny	dynamicky synergické a multidisciplinárne milieum, charakteristické hlavne pre oblasť vedy a kultúry	veľký počet malých obchodov, nezávislých poskytovateľov služieb, na rozdiel od veľkých nákupných centier
Z pohľadu obyvateľov	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓ ✗	✓ ✗
Z pohľadu mesta	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníka a analýzy SWOT

Hore uvedená tabuľka 8, poukazuje na znamky kreatívneho prostredia a hodnotenia z pohľadu obyvateľov a mesta Banská Bystrica. Tu je možné sa pozrieť na tie, ktoré sú z pohľadu obyvateľov negatívne ohodnotené. Patria sem silné finančné zázemie, podporujúce investície do vedy a výskumu, ďalej existencia nerovnováhy medzi deklarovanými potrebami lídrov, podnikateľov, umelcov, vedcov na strane jednej a súčasne možnosťami na strane druhej, ale aj tie, ktoré sú podľa nášho názoru nie jednoznačne pozitívne alebo negatívne z pohľadu obyvateľov. Patria k nim, dynamicky synergické a multidisciplinárne milieum, charakteristické hlavne pre oblasť vedy a kultúry; veľký počet malých obchodov, nezávislých poskytovateľov služieb, na rozdiel od veľkých nákupných centier.

Vysvetlivky:



súhlasia (obe zainteresované strany)

✗ nesúhlasia (obe zainteresované strany)

Poznámka 1: z pohľadu obyvateľov sme vychádzali z dotazníkového prieskumu faktorov spokojnosti a nespokojnosti obyvateľov mesta Banská Bystrica

Poznámka 2: z pohľadu mesta sme vychádzali z analýzy SWOT mesta Banská Bystrica

Na základe uvedených tabuliek usudzujeme, že mesto Banská Bystrica má výrazný predpoklad stať sa kreatívnym mestom s rozvíjajúcou sa štruktúrou kreatívnej ekonomiky. Z pohľadu obyvateľov sa objavujú mnohé preferencie. Treba poznamenať, že dotazník

nebol zameraný na problematiku kreatívnej ekonomiky, ale faktory spokojnosti a nespokojnosti, ktoré z dotazníkového prieskumu vyplynuli naznačujú, že Banská Bystrica má potenciál pre rozvoj kreativity.

Podobne, aj SWOT analýza nemala ešte začlenenú takúto problematiku, ale týmto by sme chceli navrhnúť kompetentným aktérom mesta Banská Bystrica, aby sa tým zaoberali. Zo silných stránok, ktoré mesto má a disponuje nimi vyplynulo, že kreatívna ekonomika a jej koncept kreatívnych miest, je pre mesto Banská Bystrica reálny.

Záver

Práca je zameraná na koncept kreatívnych miest, konkrétne v podmienkach mesta Banská Bystrica. Zaoberá sa otázkou, či je okresné a zároveň krajské mesto schopné stať sa kreatívnym mestom na základe splnenia jednotlivých faktorov rozvoja kreatívnej ekonomiky. Rozvoj kreatívnej ekonomiky má vplyv na budúci ekonomický rast, nie len na úrovni regionálnej, ale aj celonárodnej. Dôležitým hnacím motorom v rozvoji kreatívnej ekonomiky sú kreatívni ľudia a prostredie, v ktorom sa rozvoj uskutočňuje. Preto je dôležité zosúladiť všetky týchto zložiek. K odporúčaniam do budúcnosti možno ešte dodať, snažiť sa viac zameriavať na obyvateľov a ich názory.

Použitá literatúra

1. Bárta, Vladimír : Banská Bystrica a okolie, AB ART press, Slovenská Ľupča, 2010, s. 80, ISBN 978-80-89270-30-9
2. Daňo, F., Hanuláková, E.: Marketingový prístup k riadeniu a rozvoju miest. In: Ekonomický časopis, ročník 52, 2004, č. 7, s. 891-900, ISSN 0013-3035
3. Kloudová, Jitka: Kreativní ekonomika, Trendy, výzvy, příležitosti, Eurokódex, 2010, s. 224, ISBN 978-80-247-3608-2
4. Kloudová, Jitka a kol.: Kreativní ekonomika, vybrané ekonomické, právní, masmediální a informatizační aspekty, Eurokódex, s.r.o., 2010, s. 216, ISBN 978-80-89447-20-6
5. Opplová, Marta: Životní prostředí měst a regionu, Praha : Vysoká škola ekonomická, 1994, s. 238, ISBN 80-7079-580-8
6. Rumpel P., Slach O., Koutský J.: Měkké faktory regionálního rozvoje, Ostravská univerzita, 2008, s. 186, ISBN 978-80-7368-435-8
7. Vaňová, Anna: Strategické marketingové plánovanie rozvoja územia, Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici v spolupráci s OZ Ekonómia, 2006, s. 140, ISBN 80-8083-301-X
8. Výskumné centrum pre kreatívnu ekonomiku 2010, [online], získané [4. 3.2012], dostupné na internete <http://www.creative-economy.cz>)
9. The creative economy [online], získané [4. 3.2012], dostupné na internete: <http://www.creativeeconomy.com/book.htm>
10. Význam ľudského potenciálu v regionálnom rozvoji, zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencii, M. Rostášová, A. Chrenková, Východoeurópska agentúra pre rozvoj n.o., Eastern European Development Agency n.o., 2011, s. 384, ISBN 978-80-970277-8-0, Dostupné na internete: http://www.eeda.termal-podhajska.sk/publikacie/zborniky/ludsky_potencial_2011.pdf
11. Zlatá, Denisa: Kreatívne mesto a kreatívne klástre, 2011, [online], získané [4. 3.2012], dostupné na internete: <http://www.jetotak.sk/autonomna-zona/kreativne-mesto-a-kreativne-klastre>,
12. SME, O titul mesta kultúry chce Banská Bystrica bojovať ako európske BaBy, 2007, [online], získané [4. 3.2012], dostupné na internete: <http://www.sme.sk/c/3293230/o-titul-mesta-kultury-chce-banska-bystrica-bojovat-ako-europske-baby.html>

13. Návrhový materiál o podpore kultúrneho a kreatívneho v SR odoslaný na rokovanie vlády SR , Koncepcia na podporu rozvoja kultúrneho a kreatívneho priemyslu , 2011, [online], získané [4. 3.2012], dostupné na internete:
http://www.1snsc.sk/Navrh_materialu_o_podpore_kulturneho_a_kreativneho_priemyslu_v_SR_odoslany_na_rokovanie_vlady_SR
14. The creative economy report 2010, UNICTAD, ISBN 978-0-9816619-0-2, [online], získané [4. 3.2012], dostupné na internete:
http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf
15. Definovanie podmienok pre rozvoj kreatívnej ekonomiky na Slovensku,2012, Horodníková, Rybár, [online], získané [4. 3.2012], dostupné na internete:
<http://www.logistickymonitor.sk/images/prispevky/horodnikova-2-2012.pdf>
16. Delineating the cultural and creative sector, [online], získané [5. 3.2012], dostupné na internete: http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm
17. Štatistický úrad

Prílohy

Tabuľka 1 Kultúrny a kreatívny sektor

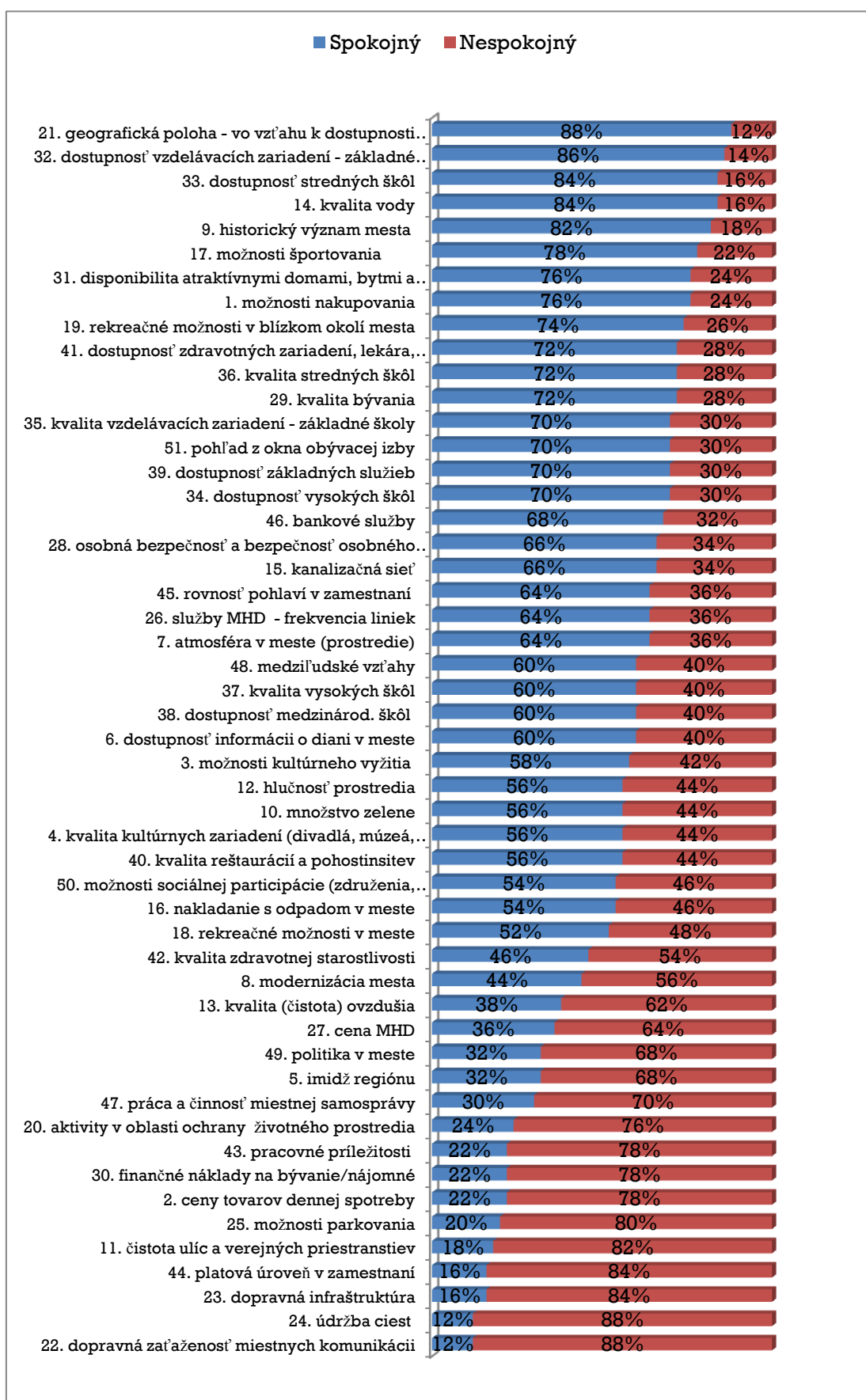
Náčrt kultúrneho a kreatívneho sektoru

Okruhy	Sektory	Podsektory	Charakteristika
Kľúčové odvetvia umenia	Výtvarné (vizuálne) umenie	Remeslá Malba, sochárstvo, fotografia	- Nie priemyselné aktivity - Výstupy sú prototypy a potenciálne autorské diela (t.j. tieto diela majú vysoký vstup kreativity, vďaka ktorému by mohli byť považované za autorské, avšak nie sú systematicky za také označované, napríklad výsledky remeselnej činnosti).
	Výkonní umelci	Divadlo, tanec, cirkus, festivaly	
	Kultúrne dedičstvo	Múzeá, knižnice, archeologické náleziská, archívy	
Okruh 1 Kultúrny priemysel	Film a video		- Aktivity priemyslu zamerané na masovú reprodukciu - Výstupy sú založené na autorskom práve
	Televízne a rozhlasové vysielanie		
	Video hry		
	Hudba	Trh hudobných vydavateľstiev, živé predvedenia hudby, príjmy OKS z hudobného sektora	
	Knihy a tlač	Knižné vydavateľstvo, časopisy a tlač	
Okruh 2 Kreatívny priemysel a aktivity	Dizajn	Módny dizajn, grafický dizajn, interiérový dizajn a priemyselný dizajn	- Aktivity nie sú nevyhnutne priemyselného charakteru a môže ísť o prototypy - Aj keď sú výstupy založené na autorskom práve, môžu zahŕňať aj iné vstupy z oblasti práva duševného vlastníctva (napríklad ochranné známky) - Využitie kreativity (kreatívne zručnosti a kreatívnych profesionálov z oblasti umenia) je podstatné pre výkon týchto nie kultúrnych sektorov
	Architektúra		
	Reklama		
Okruh 3 Súvisiaci priemysel	Výroba PC, MP3 prehrávačov, priemysel mobilných telefónov atď.		- Táto kategória je široká a nie je ju možné vymedziť na základe jednoznačných kritérií. - Zahŕňa mnoho ďalších hospodárskych sektorov, ktoré sú závislé na predchádzajúcich "okruhoch" ako napríklad IKT sektor.

	kultúrny sektor
	kreatívny sektor

Zdroj: The Economy of Culture (2006) KEA, MKW, Turun Kauppakorkeakoulu in Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike, 2011

Graf 1 Miera spokojnosti s faktormi kvality života (v %)



Zdroj: Vlastné spracovanie

Tabuľka 2 Analýza SWOT – ekonomická oblasť

SWOT	
Ekonomická oblasť	
Silné stránky	Príležitosti
geografická poloha	existencia národných a nadnárodných inštitúcií a sietí, prostredníctvom ktorých je možné propagovať mesto a jeho zámery (SACR, Europe Direct, Dom regiónov v Bruseli at.)
silné zastúpenie administratívnych inštitúcií (zastúpenie s celoštátnou pôsobnosťou)	potenciál prímestských rekreačných oblastí
dobré podmienky pre rozvoj kvalifikovanej pracovnej sily – široké spektrum odborov na stredných školách a UMB	rast vzdelanosti posilňuje vo sfére turizmu kultúrno-poznávací prvok, významné sa stávajú formy kultúrneho turizmu a mestského turizmu
budovanie OC Europa ako významného komplexu obchodu, voľného času	produktívnosť investícií do technológií (1% investície do technológií povzbudí ekonomický rast o 0,1 %) (SAV)
dobré podmienky pre rozvoj kvalifikovanej pracovnej sily- široké spektrum odborov na stredných školách a UMB	poznatková ekonomika, podpora inovácií a podpora konkurencieschopnosti budú prioritou vlády, bude podporovať vzdelávacie, vedecko-výskumné, informačné a inovačné aktivity škôl, súkromných a firemných vývojových pracovísk, podnikateľských subjektov s väzbou na verejné a súkromné zdroje
kultúrne dedičstvo, kultúrno-historické pamiatky, atraktívne námestie ako spoločenský prvok, podmienky pre variabilné športovorekreačné aktivity v meste	
veľký počet ľudí a inštitúcií pôsobiach v kultúre ako potenciál pre rozvoj ponuky pre cestovný ruch	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta BB

Tabuľka 3 Analýza SWOT – oblasť ľudských zdrojov

SWOT	
Oblasť ľudských zdrojov	
Silné stránky	Príležitosti
tradície v oblasti vzdelávania, kultúry, športu, zdravotníctva, rekreácie,	čerpanie štrukturálnych fondov na , podporu inovácií a podporu konkurencieschopnosti
Banská Bystrica je sídlom VÚC a štátnych inštitúcií, má dobrú strategickú polohu	podpora zo strany vlády vo vzdelávacích, vedeckovýskumných, informačných a inovačných aktivitách škôl, pracovísk SAV, súkromných a firemných vývojových pracovísk, podnikateľských subjektov s väzbou na verejné a súkromné zdroje

v meste pôsobia skupiny šikovných, aktívnych mladých ľudí, dobrovoľníkov	moderný integrovaný vzdelávací systém zabezpečujúci celoživotné vzdelávanie
početná skupina študentov v meste (v období školského roku)	
sila rovesníckych skupín, v meste existuje dostatočný počet všetkých typov škôl v dostatočnej štruktúre	
vyhovujúci stav vysokého školstva	
Banská Bystrica je na 2. mieste v SR v počte organizovaných kultúrnych podujatí	
dostatok plôch a zariadení v športe	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta BB

Tabuľka 5 analýza SWOT – sociálna oblasť

SWOT	
Sociálna oblasť	
Silné stránky	Príležitosti
vysoká vzdelanostná úroveň a sociálna skladba občanov mesta	programy EÚ podporujúce medzinárodnú spoluprácu
široká záchytná sieť sociálnych služieb	európska podpora znalostnej ekonomiky – existencia veľkých pilotných projektov(možnosť zapojenia)
rozvoj služieb podporovaného zamestnávania pre marginalizované skupiny obyvateľov	
rozvoj vysokého školstva najmä v odboroch s uplatnením na trhu práce	
existencia vedeckého potenciálu pre sociálny rozvoj v meste	
Banská Bystrica je prirodzeným centrom regiónu, dostupnosť moderných informačných technológií	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta BB

Tabuľka 10 Štruktúra kreatívneho priemyslu Slovenska

Oblasť (odvetvie)	Poznámka (oblasť zahŕňa aj)
Architektúra	interiérový dizajn a záhradnú architektúru
Divadlo	dramatikov, choreografov a ďalších autorov dramatických a hudobnodramatických diel, ako aj nehudobné interpretačné umenie (herci, tanečníci, mímovia, atď.)
Dizajn	priemyselný dizajn a umelecký dizajn, ako aj úžitkové umenie
Film a video	audiovizuálny priemysel vrátane filmového priemyslu (tak výrobcov originálov audiovizuálnych diel, ako aj vydavateľov ich rozmnoženín), ako aj súvisiace povolania a poskytovanie audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie
Hardvér a súvisiace služby	vývoj, výroba, dovoz, vývoz a predaj súvisiaceho hardvéru (o. i. PC, mobilné zariadenia, televízory), nosičov a poskytovanie súvisiacej technologickej základne (o. i. webhosting)
Podporné služby	umelecké agentúry, eventové agentúry, organizácie kolektívnej správy práv, poradenské spoločnosti, copyright clearing a pod.
Hudba	hudobných skladateľov i hudobných interpretov (speváci, hudobníci), ako i textárov; rovnako i hudobný priemysel (výrobcovia zvukových záznamov hudobných diel a vydavateľstvá hudobných diel)
Informačno-komunikačné technológie	elektronické komunikácie a poskytovanie služieb informačnej spoločnosti, ako aj špecifických obsahových služieb (o. i. retransmisia, direct to home (DTH), multiplex)
Komunikačné médiá	mediálny priemysel vrátane rozhlasového a televízneho vysielania, tlačových agentúr, vydávania periodickej tlače a poskytovania e-news, ako aj súvisiace povolania (o.i. novinári, reportéri, dokumentárni a reportážni fotografi); nezahŕňa audiovizuálne mediálne služby na požiadanie (napr. video na požiadanie (VoD) a služby informačnej spoločnosti)
Kultúrne dedičstvo a prírodné dedičstvo	pamiatkové rezervácie, pamiatkové zóny, nehnuteľné kultúrne pamiatky, hnutelné kultúrne pamiatky, nehmotné kultúrne dedičstvo, archeologické nálezy, archeologické náleziská, prírodné pamiatky, chránené krajinné prvky, jaskyne, prírodné vodopády, hvezdárne a planetária, skanzeny, arboréta, botanické záhrady, mestské záhrady a parky, hrady, zámky, kaštiele a významné sakrálné stavby
Literatúra a knižný trh	spisovateľov, editorov, prekladateľov, redaktorov a vydavateľov neperiodických publikácií, ako aj vydavateľov audiokníh
Módny priemysel	haute couture a parfumérstvo, ako aj návrhárstvo v súvisiacich oblastiach (napr. nechťový dizajn), a súvisiace povolania (štylisti, aranžéri, floristi a pod.)
Multimediálny priemysel	herný priemysel, ako aj vydávanie multimediálnych diel a počítačových a konzolových hier
Pamäťové inštitúcie	zbierkové predmety a fondy múzeí, knižníc, galérií, archívov, Slovenského filmového ústavu, Ústavu pamäti národa a Rozhlas a televízia Slovenska
Reklamný priemysel	reklamné agentúry, mediálne agentúry, marketing a Public Relation
Remeslá	remeslá tradičnej ľudovej a mestskej kultúry
Softvér	vývoj a výrobu softvéru; nezahŕňa vývoj a výrobu počítačových hier a konzolových hier
Trh s umením	legálny trh so starožitnosťami a aukčné spoločnosti, ako aj súvisiace povolania (napr. reštaurátori)
Vizuálne umenie	všetky formy výtvarného umenia, umeleckej fotografie a svetelného dizajnu, ako aj nové formy multimediálnych inštalácií atď.
Zábavný priemysel	zoologické záhrady a voľnočasové aktivity inde neuvedené (o. i. varieté,

kabaret, cirkus, lunapark, zábavné a športové podujatia, amatérska
umelecká tvorba, kurzy zručností), vývoj hračiek

Zdroj:http://www.1snc.sk/Navrh_materialu_o_podpore_kulturneho_a_kreativneho_priemyslu_v_SR_odosla_ny_na_rokovanie_vlady_SR