



Študentská vedecká aktivita

Význam kreatívnych odvetví v krajinách V4

Bc. Lucia Zelená

Sekcia: Verejná ekonomika a regionálny rozvoj

Konzultant: Ing. Katarína Vitálišová, PhD.

Banská Bystrica

2017

OBSAH

ÚVOD	3
1 KREATÍVNE ODVETVIA A ICH ÚLOHA V NÁRODNEJ EKONOMIKE	5
1.1 Kreatívne odvetvia ako súčasť kreatívnej ekonomiky	5
1.2 Národná ekonomika a jej štruktúra	12
2 POSTAVENIE KREATÍVNYCH ODVETVÍ V EKONOMIKÁCH KRAJÍN V4.16	
2.1 Kreatívne odvetvia v Slovenskej republike, ich úloha a postavenie v národnej ekonomike	16
2.2 Česká republika	21
2.3 Maďarsko	24
2.5 Poľsko	28
ZÁVER	31
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	34
PRÍLOHY	36
Príloha 1 Tabuľka 4 Počet podnikov v kreatívnych odvetviach v SR	36
Príloha 2 Tabuľka 6 Podiel zamestnaných v kreatívnych odvetviach v SR.....	37
Príloha 3 Tabuľka 7 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v SR	38
Príloha 4 Tabuľka 8 Počet podnikov v kreatívnych odvetviach v ČR.....	39
Príloha 5 Tabuľka 9 Počet zamestnaných v kreatívnych odvetviach v ČR	40
Príloha 6 Tabuľka 10 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v ČR...	41
Príloha 7 Tabuľka 12 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v HU...	42

ÚVOD

Kreatívne odvetvia, kreatívna ekonomika, kreatívne priemysly sú v súčasnej dobe vo svetových ekonomikách rastúcou oblasťou, na ktorú sa kladie čím ďalej väčší dôraz. Tento fakt je opodstatnený, pretože množstvo ekonómov a odborníkov v tejto oblasti im pripisuje väčší význam. Preto sme sa rozhodli v práci poukázať na význam kreatívnych odvetví v národnom hospodárstve Slovenska a porovnať situáciu s ostatnými krajinami V4.

Cieľom práce je teoretické vymedzenie kreatívnych odvetví a s nimi súvisiacich pojmov pomocou odbornej literatúry. Následne na to naviazať analýzou postavenia týchto odvetví v národnom hospodárstve Slovenska, od čoho sa ďalej odvíja aj pozorovanie kreatívnych odvetví v Českej republike, Maďarsku a Poľsku.

Dôvodom výberu práve krajín Vyšehradskej skupiny alebo Vyšehradskej štvorky, je skutočnosť ich podobnosti. Nie z hľadiska veľkosti, ale vyspelosti ekonomík a historického vývoja. Tieto krajiny majú veľké množstvo spoločných znakov, ktoré nás viedli k ich výberu.

V prvej kapitole sa zameriavame len na teoretické vymedzenie už spomenutých pojmov. Definujeme ich teoretickú rovinu z rôznych pohľadov odborníkov, medzi ktorých patrí napríklad Richard Florida, David Throsby či John Howkins. Pozrieme sa aj na definície Európskej Únie, z ktorých vychádza Ministerstvo kultúry SR. Okrem definícií a vymedzenia kreatívnych odvetví z teoretického hľadiska sa v tejto kapitole venujeme aj národnej ekonomike a jej štruktúre, aby sme v rámci nej vedeli presnejšie zaradiť kreatívne odvetvia.

Na to nadväzuje druhá, analytická časť, kde pozornosť venujeme postaveniu kreatívnych odvetví v národnom hospodárstve Slovenska. Podrobnejšie ich členíme podľa dostupných zdrojov a porovnávame teoretické rozdelenie so štatistickým, vychádzajúc zo štatistického úradu Slovenska. Po tomto vymedzení sa pozrieme cez makroekonomické ukazovatele na význam a vplyv kreatívnych odvetví v jednotlivých ekonomikách. Z pochopiteľných dôvodov začíname Slovenskom, od ktorého budeme postupne pokračovať Českou republikou, Maďarskom a na záver najväčšou ekonomikou, Poľskom. Medzi nami vybrané makroekonomické ukazovatele patrí počet podnikov v národnom hospodárstve, hrubý domáci produkt, zamestnanosť a priemerná mzda v jednotlivých krajinách. V tejto časti práce už budeme vychádzať zo

štatistických databáz národných štatistických úradov a z Európskeho štatistického úradu, odkiaľ sa budeme snažiť získať dáta pre našu analýzu.

V závere práce zhodnotíme naše výsledky a porovnáme si postavenie kreatívnych odvetví v jednotlivých krajinách a zhodnotíme, ktorá krajina sa pri rozdeľovaní kreatívnych odvetví v štatistikách približuje najviac teoretickej rovine.

1 KREATÍVNE ODVETVIA A ICH ÚLOHA V NÁRODNEJ EKONOMIKE

V prvej kapitole práce sa budeme venovať teoretickému vymedzeniu pojmov, s ktorými budeme ďalej pracovať a tými sú kreatívne odvetvia, kreatívna ekonomika, kreatívny priemysel, kreatívny sektor a zadefinujeme ich vzájomné vzťahy. V nasledujúcej podkapitole sa budeme venovať významu kreatívnych odvetví v kreatívnej ekonomike a zadefinujeme si význam jednotlivých pojmov, ktoré sú pre našu prácu dôležité. Na to nadviaže druhá podkapitola teoretickej časti práce, kde charakterizujeme národné hospodárstvo a jeho štruktúru.

1.1 Kreatívne odvetvia ako súčasť kreatívnej ekonomiky

Presné a jasné definovanie pojmov v kreatívnej ekonomike je veľmi náročné, nakoľko jednotlivé pojmy navzájom úzko súvisia. Preto pri definovaní jednotlivých pojmov v tejto časti práce začneme kreatívnou ekonomikou.

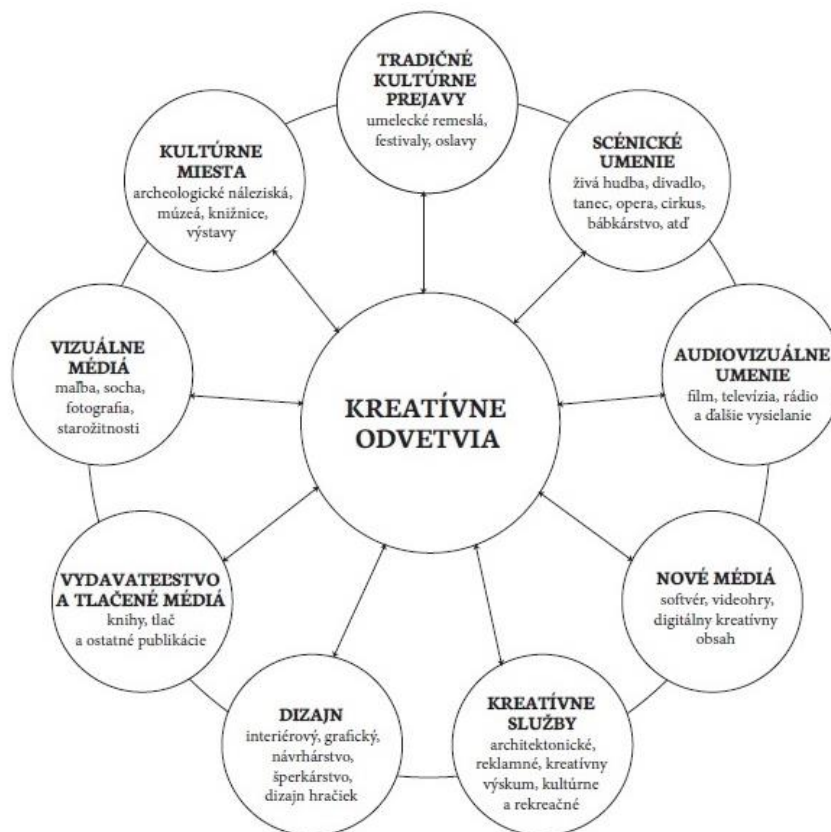
Problematike kreatívnej ekonomiky a jej jednotlivým častiam sa venovalo mnoho odborníkov, ale medzi prvých významnejších autorov patrí John Howkins, ktorý ako prvý definoval pojem kultúrne odvetvia v roku 2001 vo svojej knihe „Creative economy“. Tu Howkins rozdeľuje kreatívne odvetvia na základe duševného vlastníctva do štyroch kategórií. Prvou sú patentové priemysly, do ktorých patrí napr. farmaceutický, chemický, automobilový priemysel. Sú založené na výskume a vývoji, avšak ich zaradenie medzi kreatívne priemysly je ojedinelé. Druhou skupinou sú autorskoprávne priemysly, kde patrí napr. reklama, fotografie, architektúra, film, scénické umenie, hudobný priemysel, publikačné a tlačiarenské médiá, vývoj počítačových hier, výtvarné umenie. A poslednou skupinou je priemysel ochranných známk a dizajnové priemysly. Túto kategóriu Howkins popísal ako ťažko definovateľnú, pretože sa ťažko presne vymedzuje a je náročné ju odlíšiť od ostatných predchádzajúcich kategórií. Dôvodom je ťažké rozpoznanie presného podielu kreativity na výstupe. (Howkins, 2001)

Kreatívne odvetvia tvorí tvorba, výroba a distribúcia takých produktov a služieb, ktoré pre vznik využívajú kreativitu a intelektuálny kapitál. Tieto predstavujú súbor činností založených na vedomostiach, ktoré sú zamerané, avšak nie obmedzené na

umenie, potenciálne vytvárajúce príjmy z obchodnej činnosti a duševného vlastníctva. Zahŕňajú hmotné aj nehmotné umelecké alebo intelektuálne služby, ktorých obsah je tvorivý, majú ekonomickú hodnotu a trhovú cieľ. Stoja na križovatke remeselných, priemyselných odvetví a služieb a predstavujú nový sektor v svetovom obchodovaní.

Kreatívne odvetvia zahŕňajú: kultúrne dedičstvo, ktoré predstavuje pôvod všetkých foriem umenia a najmä dušu kultúrnych a kreatívnych odvetví. Práve kultúrne dedičstvo spája kultúrne aspekty hneď z niekoľkých hľadísk. A to z hľadiska historického, etnického, antropologického, estetického a tiež spoločenského. Výrazne ovplyvňuje kreativitu a je pôvodom mnohých kultúrnych aktivít, pamiatkových produktov a služieb. Dedičstvo rozdeľujeme do dvoch podskupín, ktorými sú tradičné kultúrne prejavy a kultúrne miesta. Medzi kultúrne prejavy patria umelecké remeslá, festivaly a oslavy. Kultúrnymi miestami môžu byť archeologické náleziská, múzeá, knižnice, výstavy, galérie a podobne. Umenie predstavuje ďalšiu skupinu kreatívnych odvetví založených len na umeleckej tvorbe a kultúre, pričom tvorba je inšpirovaná dedičstvom, hodnotami a symbolickým významom. Umenie je rovnako ako dedičstvo rozdelené do dvoch podskupín – vizuálne umenie, kam patrí maliarstvo, sochárstvo, fotografia a starožitnosti. Scénické umenie, ktoré zahŕňa živú hudbu, divadlo, tanec, operu, cirkus a podobne. Do kreatívnych odvetví rovnako patria aj médiá. Vytvárajú kreatívny obsah, ktorého cieľom je komunikovať so širšou verejnosťou. Delia sa na vydavateľstvá a printové médiá, kam patria knihy, tlač a ostatné publikácie a audiovizuálne médiá, ktoré tvorí film, televízia, rádia a ostatné vysielanie. Poslednou zložkou, ktorú zahŕňajú kreatívne odvetvia je funkčná tvorba. Je orientovaná na vytváranie tovaru a služieb s funkčným účelom. Funkčnú tvorbu delíme na dizajn, kam patria prvky interiéru, grafika, móda, šperky a hračky; nové médiá, kam patria architektonický, reklamný, kultúrny a rekreačný priemysel, kreatívny výskum a rozvoj (R&D), digitálne a ostatné kreatívne služby; kreatívne služby. (Bogen, P., Fleming, F., Loon, L., Hladký, M., Ondáš, J., Kmet', V., 2013).

Po definícii kreatívnych odvetví sa ďalej zameriame na kreatívny priemysel. Nadviažeme na už objasnené definície kreatívnych odvetví, pretože spolu úzko súvisia. Kreatívne odvetvia patria medzi časti kreatívneho priemyslu. Grafické vymedzenie kreatívnych odvetví popisuje obrázok 1, ktorý zachytáva všetky súčasti kreatívnych odvetví. A ďalej budeme pokračovať definíciou kreatívnych priemyslov, ktoré nadväzujú na kreatívne odvetvia.



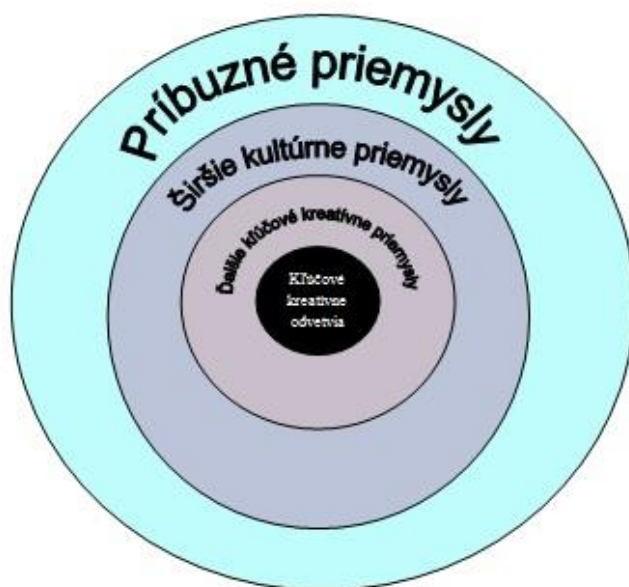
Obrázok 1 Kreatívne odvetvia

Zdroj: UNESCO, 2010, Správa o kreatívnej ekonomike 2010

Ako sme sa stretli s nejednotnosťou pojmov pri kreatívnych odvetviach, rovnako sa s týmto fenoménom stretávame aj pri kreatívnom priemysle. Existuje niekoľko autorov, ktorí sa zaoberajú oblasťou kreatívnej ekonomiky a jej jednotlivými časťami. Z množstva dostupných zdrojov sme pri definovaní kultúrneho priemyslu vybrali austrálskeho ekonóma v oblasti kultúry Charlesa Davida Throsbyho, ktorý sa venoval tejto problematike vo svojom diele „Economics and Culture“ v roku 2001. V prvom rade sa zameriaval na kultúrne produkty a služby. Podľa Throsbyho by ich definícia mala byť prvým krokom k vymedzeniu samotného kultúrneho priemyslu. Kultúrne produkty a služby sú podľa Throsbyho tie, kde je pri tvorbe použitá kreativita a stelesňujú určitý stupeň intelektuálneho vlastníctva a vyjadrujú symbolický význam. (Throsby, 2001)

Vzťah pojmov kreatívne odvetvia a kreatívny priemysel definuje Throsby vo svojej teórii, z ktorej primárne v práci vychádzame. Throsby hovorí o kreatívnych odvetviach ako o základe pre ďalšie priemysly. To znamená, že na kreatívne odvetvia, ktoré považuje za kľúčové sa nabalujú ďalšie kľúčové priemysly, následne širšie kultúrne priemysly a na záver ostatné príbuzné priemysly.

Na základe uvedeného pochopenia definoval kultúrny priemysel podľa miery vlozenej kreativity a podľa toho, do akej miery je produkt možné komerčne využívať. Na obrázku 2 môžeme vidieť Throsbyho kruhový model, ktorý zobrazuje jednotlivé skupiny odvetví a priemyslov. Sú zoradené podľa ich kultúrneho, kreatívneho a komerčného obsahu. Smerom od stredu klesá ich kultúrny a kreatívny obsah a vzrastá ich komerčný obsah. (Throsby, 2013, <http://placeinteresting.weebly.com/why-the-arts.html>, cit. 28.1.2016)



Obrázok 2 Kultúrne priemysly CH. D. Throsby

Zdroj: Throsby 2013, (<http://placeinteresting.weebly.com/why-the-arts.html>, cit. 28.1.2016), vlastné spracovanie

V strede kruhového modelu sa nachádzajú kľúčové kreatívne odvetvia (core creative arts), ktoré sú postavené na čistej kreativite. Do tejto skupiny Throsby zaradil literatúru, hudbu, muzické umenie a výtvarné umenie. Druhú skupinu tvoria ďalšie kľúčové kreatívne priemysly (other core creative industries), ktoré zahŕňajú filmy, múzeá, galérie, knižnice a fotografie. Tretou skupinou sú širšie kreatívne priemysly (wider cultural industries), ktoré tvoria pamiatky, publikačné a tlačiarenské médiá, televízia a rádio, zvukové nahrávky, videohry a počítačové hry. Posledná, štvrtá skupina sú príbuzné priemysly (related industries), ktoré určitým spôsobom súvisia s kreativitou, ale majú vyšší podiel komerčného obsahu. Do tejto skupiny patrí napríklad reklama,

architektúra, dizajn, móda a podobne. (Throsby, 2013, <http://placeinteresting.weebly.com/why-the-arts.html>, cit. 28.1.2016)

Pojem kreatívny priemysel sa prvýkrát objavil v Austrálii v roku 1944, v rámci vládnej iniciatívy „Creative Nation“. Avšak väčšej pozornosti sa tomuto termínu venovalo až v roku 1997 vo Veľkej Británii počas vlády Tonyho Blaira, ktorý zriadil pracovnú skupinu „Creative Industries Taskforce“ so zadaným cieľom objasniť a zmapovať kreatívny priemysel a jeho opodstatnenie. (Hájková, 2012)

Práve austrálsky odborník, ktorý sa špecializuje na oblasť médií, kultúrnych štúdií a kreatívnych priemyslov, John Hartley, popísal, v akých aspektoch sa líšia kreatívne priemysly od ostatných oblastí. Nie je možné zaradiť kreatívne priemysly do reťazca tradičných priemyselných odvetví, pretože kreatívny produkt sa nachádza v každej časti reťazca. Nedajú sa identifikovať na úrovni organizácií, pretože organizácie samé seba definujú ako kreatívne priemysly len veľmi zriedkavo. Kreatívne priemysly a pracovníci v nich, nie sú schopní sa zoskupovať do odborných organizácií a profesijných asociácií. A neexistuje jednotná metodológia a štatistický rámec pre podchytenie kreatívnych priemyslov. (Cikánek, 2013)

Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky definuje pojem kreatívny priemysel: „Kreatívny priemysel označuje tie časti ekonomiky, ktoré vytvárajú ekonomickú hodnotu na základe individuálneho tvorivého vkladu či umeleckého nadania. Ide o sektor postavený na zhodnocovaní duševného vlastníctva, do ktorého možno zaradiť oblasti tvorivej činnosti ako architektúra, dizajn, film, hudba, ale aj tvorba počítačových hier či reklama.“ (<http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kreativny-priemysel-165.htm>, cit. 28.12.2015)

Definičný rámec, ktorý používa Európska komisia sa nachádza v štúdiu Ekonomika kultúry z roku 2006. Táto definícia delí oblasť na kultúrny a kreatívny sektor. Kultúrny sektor tvorí oblasť tradičného umenia a oblasť kultúrneho priemyslu. Kreatívny priemysel zase kreatívny priemysel a príbuzné odvetvia. (Ministerstvo kultúry SR, 2014)

Po zadefinovaní kreatívneho priemyslu je potrebné si vymedziť kreatívnu ekonomiku, ktorá je definovaná ako rozvíjajúci sa koncept, ktorý je založený na takých kreatívnych aktivitách, ktoré generujú ekonomický rast a rozvoj. Okrem toho kreatívna ekonomika môže podporiť vytváranie pracovných miest, zisku z exportu a vytváranie príjmov a to za podpory sociálnej inklúzie, kultúrnej diverzity a ľudského rozvoja. V prípade kreatívnej ekonomiky ide o súbor znalostí, ktoré sa týkajú rozvoja

hospodárskych činností dimenziou na mikro a na makro úrovni. Kreatívna ekonomika zahŕňa niekoľko aspektov, ktoré sú vo vzájomnej pôsobnosti s technológiami, duševným vlastníctvom a cieľmi cestovného ruchu. Tieto aspekty sú ekonomické, kultúrne a sociálne. (Bogen, P., Fleming, F., Loon, L., Hladký, M., Ondáš, J., Kmet', V., 2013)

Okrem zadefinovania kreatívnej ekonomiky je dôležité nezabudnúť spomenúť v tejto súvislosti faktory jej rozvoja. Medzi tie môžeme zaradiť v prvom rade ľudí, ktorí sú neoddeliteľnou súčasťou tvorivosti a nových nápadov. Ďalej sem určite môžeme zaradiť postoj vlády a štátu, ktoré podnecujú ako sa bude kreatívna ekonomika rozvíjať v národnej ekonomike. Rovnako tak sem môžeme zaradiť aj kultúrne tradície, zemepisnú polohu a podobne.

Autor, ktorý sa ako prvý zaoberal kreatívnou ekonomikou, bol John Howkins. Tejto problematike sa venoval vo svojom diele z roku 2001 „The Creative Economy. How People Make Money from Ideas.“ Tu prvýkrát použil termín „creative economy“ a ako prvý považoval kreativitu za motor ekonomického rastu. Howkins uvádza vo svojom diele, že kreatívni pracovníci tvoria 41% pracovnej sily a podieľajú sa na vytvorení HDP až 48%. V USA bol talent a kreativita požadovaný v 40% zamestnaní a po 1998 je až v 70% zamestnaní. (Howkins, 2001)

Okrem toho sa John Howkins zaoberal rozdielom medzi kreativitou a inováciou. Kreativitu vníma ako vnútornú, osobnú a subjektívnu a inováciu zas ako vonkajší a objektívny prejav. Kreativita ako taká je schopná riadiť inovácie, ale inovácia nikdy nemôže riadiť kreativitu.

Ďalšou dôležitou osobou vo vytváraní kreatívnej ekonomiky je Richard Florida, ktorý zdôrazňuje: „Kreativita sa stáva riadiacou silou ekonomického rastu.“ (Florida, 2004 str. 5). Spolu s kreatívnou ekonomikou sa začala formovať nová pracovná trieda, kreatívna trieda. Tú definoval Richard Florida v rámci kreatívnej ekonomiky, do ktorej zaradil pracovníkov pracujúcich v reklame, architektúre, umení, remeselnej výrobe, dizajne, móde, filme, hudbe, divadle, vydavateľstve, výskume, pracovníkov vytvárajúcich nové hračky a počítačové hry, software, pracovníkov v televízii a rádiu. (Florida, 2002b)

V súčasnosti význam kreatívnej ekonomiky rastie a s ním je spojená aj potreba štatistického zachytávania výstupov kreatívneho sektora na vyspelé ekonomiky jednotlivých štátov. S týmto úzko súvisia aj snahy o kvantifikáciu a zároveň rastie potreba merania vstupov, výstupov a dopadov kreatívnej ekonomiky. Tu sa však vynára

problém, pretože nie sú jednotné a neexistujú presne stanovené a používané definície pojmov. Nenájde sa tu ani presne určené postupy čo, kreatívna ekonomika zahŕňa, čo je to kreatívny priemysel, kultúrny priemysel, ľudská kreativita, kreatívny produkt, kreatívna firma, kto patrí do kreatívnej triedy atď. Túto situáciu nejasností ovplyvňujú dva faktory: rozdiely ekonomicko-kultúrneho prostredia v jednotlivých štátoch a vnímanie kreativity. Prvý vychádza z rozdielov ekonomicko-kultúrneho prostredia jednotlivých štátov, ktoré sa snažia zachytávať kreatívnu ekonomiku. A druhým faktorom je, že kreativita ako taká nie je výstupom, ale vstupom. Snahy o vyjasnenie nájdeme v mnohých prácach významných odborníkov Hartley (2004), Florida (2002), Howkins (2001), Cikánek (2009), O'Connor (2007). Historický vývoj ovplyvnil názory jednotlivých autorov pri definovaní problematiky kreatívnej ekonomiky, čo má za následok mnohé rozdiely vnímania a prezentácie daných pojmov. Väčšina autorov prezentuje najvýraznejšie rozdiely v americkom a európskom prístupe vnímania kreatívnej ekonomiky. (Kloudová, 2010)

Okrem formovania novej triedy Florida (2002) vo svojom diele upozorňuje na to, že za posledných sto rokov nastal vo vyspelých ekonomikách a hlavne v USA výrazný rast významu kreatívnych pracovníkov na úkor robotníckych pozícií. Táto tendencia sa najvýraznejšie začala prejavovať od 80. rokov. Na základe faktorov a rozdielov medzi prístupmi USA a Európy vidíme dôvod, prečo sa Richard Florida najmä sústredil na podstatu kreatívnej ekonomiky, ktorá je najmä v jednotlivcovi. Definoval ju ako takú, zameral sa na jej prejav a definovanie kreatívnej triedy. Florida (2002a) definuje tri prejavy kreativity: umeleckú kreativitu, ekonomickú kreativitu a technologickú kreativitu. Rovnako tak podrobne popísal kreatívnu triedu, ktorej charakteristickým rysom je fakt, že členovia tejto novej triedy zastávajú takú prácu, v ktorej tvoria „zmysluplné nové formy“ a rozdelil ju do dvoch skupín. Prvou skupinou je super kreatívne jadro, kde patria profesie ako napr. vedci, vysokoškolskí profesori, básnici, spisovatelia, umelci, návrhári, architekti a ďalšie profesie s cieľom vytvorenia nových foriem alebo návrhov, ktoré sú široko uplatniteľné a ľahko prenosné. A druhou skupinou podľa Floridu sú kreatívni profesionáli, kde patria povolania, ktoré potrebujú na vykonávanie svojej činnosti intenzívnejšie znalosti. Môžu to byť ľudia vo firmách napr. high-tech firmy, finančné služby, zdravotníctvo a ďalšie, najmä tí ľudia, ktorí uplatňujú svoje znalosti na kreatívne riešenie problémov. (Florida, 2002b).

Ďalším odborníkom, ktorý sa venoval terminologickému a obsahovému vymedzeniu pojmov kreatívny a kultúrny priemysel bol Martin Cikánek, ktorý vo svojej práci

„Kreativní průmysly příležitost pro novou ekonomiku“ (2009) uviedol: „...jediná univerzálne platná definícia kreatívnych priemyslov neexistuje.“ Teda vidí dôvod nejednotnosti vymedzenia daných pojmov.

Druhý faktor nejednotnosti pojmov kreatívnej ekonomiky je nemerateľnosť kreativity, či už na vstupe tak rovnako na výstupe. Môže sa vyskytovať v rôznych procesoch na strane vstupu, ale aj na strane výstupu, kedy ide o produkt alebo určitú službu. V takomto prípade sa veľmi ťažko rozhoduje či sa pokladá za kreatívny alebo nie. Throsby (2001) uvádza, že je to moment kreativity, ktorý rozhodne či ide o výstup kreatívnej ekonomiky, ktorý sa na kreatívnom výstupe podieľa. Za druhý rozhodujúci aspekt považuje komerčnú aplikáciu daného kreatívneho výstupu. Aj napriek všetkému neuvažuje vo svojej teórii o vede a výskume ako súčasť kreatívnej ekonomiky. V Throsbyho teórii upozorňuje na nedostatok O'Connor (2007), ktorý hovorí, že jeho teória spočíva v silnom oddelovaní vzniku kreatívneho výstupu a komerčnej realizácie rovnakého kreatívneho výstupu.

1.2 Národná ekonomika a jej štruktúra

V tejto časti sa budeme venovať vymedzeniu postavenia kreatívnej ekonomiky v národnom hospodárstve. Preto je veľmi dôležité zadefinovanie národnej ekonomiky a následné popísanie jej štruktúry.

V minulosti existovalo len domáce hospodárstvo, ktoré zabezpečovalo všetky práce a aktivity. V takomto hospodárstve sa realizovala výroba a spotreba podľa požiadaviek uzatvorenej skupiny obyvateľstva. Spolu s vývojom výroby sa začala vyvíjať špecializácia v nej. Ako aj vo výmene tovaru. Postupne rovnako ako sa uplatňovali nové technológie, ktoré prehlbovali delbu práce, tak sa postupne vyvinulo trhové hospodárstvo. Miestne trhy sa spojili do celonárodného trhu a spolu s modernými národmi vzniklo národné hospodárstvo alebo teda národná ekonomika.

Pri ucelenej definícii národného hospodárstva, resp. národnej ekonomiky sa vynára podobná rozdielnosť ako pri definovaní kreatívnej ekonomiky a autori nemajú jednotné názory. Napríklad Vincúr vníma národné hospodárstvo ako historicky vzniknutú sústavu hospodárskych subjektov a ekonomických vzťahov medzi nimi, ktoré sú prepojené do relatívne samostatného, stabilného a kvalitatívneho celku na území určitého štátu. (Vincúr, 2001). Inú definíciu nájdeme od Meliška, ktorý chápe národné hospodárstvo ako zložitý organizmus, ktorý tvoria relatívne samostatné prvky, zložky

a časti, ktoré navzájom na seba pôsobia. Podľa Meliška sa na národné hospodárstvo dá pozeráť ako na systém, ktorý sa skladá z určitých subsystémov a prvkov, javov a procesov. (Melišek, 2000)

Medzi hlavné úlohy národnej ekonomiky patrí čo najlepšie uspokojovať potreby všetkých občanov štátu, ochrana a tvorba životného prostredia, zabezpečenie technického, kultúrneho a spoločenského pokroku krajiny.

Národnú ekonomiku tvoria tie subjekty, ktoré na území štátu vykonávajú ekonomické činnosti. Medzi tieto subjekty tvoriace národnú ekonomiku každej krajiny patria firmy, domácnosti a štát, ktoré sú v rámci deľby práce na sebe závislé a úzko prepojené. To na akej úrovni sa daná národná ekonomika nachádza podmieňuje mnoho faktorov, medzi ktoré patrí prírodné bohatstvo krajiny, národné bohatstvo, mentalita obyvateľstva, medzinárodná spolupráca. (Uramová, Lacová, Hronec, 2010)

Národnú ekonomiku môžeme rozdeliť na základe sektorovej štruktúry do štyroch sektorov. Primárny sektor, ktorý zahŕňa prvovýrobu a je najvýznamnejším sektorom. Sekundárny sektor, ktorý je naviazaný na primárny sektor a zahŕňa spracovateľský priemysel, ktorý vyrába hmotné statky. Terciárny sektor zahŕňajúci služby, dopravu a obchod. Pre tento, v poradí tretí sektor, je charakteristický rýchly rozvoj. A štvrtý, kvartérny sektor, ktorý sa rozmáha v literatúre v poslednom období, kde patrí školstvo, zdravotníctvo, veda a výskum. Štát sa významne podieľa na rozvoji tohto sektora, pretože ide o finančne náročné činnosti.

Na základe zadefinovania národnej ekonomiky môžeme zaradiť kreatívnu ekonomiku a jej subjekty medzi dôležitý segment národného hospodárstva každej vyspelej krajiny. V Európe a rovnako tak na Slovensku má kreatívna ekonomika a odvetvia, ktoré do nej spadajú veľký potenciál na podporu zamestnanosti a ekonomický rast. K tomu, aby boli dosiahnuté ekonomické ciele na Slovensku a v Európe, je potrebné naštartovať a využiť potenciál, ktorý kreatívne odvetvia ponúkajú. Tieto odvetvia ponúkajú vytvorenie nových pracovných pozícií, rast obchodu a s tým spojené zlepšenie životnej úrovne.

Dnes sa kreatívne odvetvia rozvíjajú rýchlejšie ako ostatné sektory. Tieto odvetvia vytvorili mnoho pracovných príležitostí a významnú hodnotu pre ekonomiku. Stále v nich je mnoho potenciálu, ktorý nebol ešte objavený a dá sa v budúcnosti využiť. Avšak, vzniká tu jeden problém. Kreatívne odvetvia pokračujú v neúspešnom využívaní rôznorodého talentu mladých ľudí, čo bráni v udržateľnej zamestnanosti

v sektore a brzdí rozvoj spoločností. (Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku, 2013)

Na lepšie objasnenie postavenia kreatívnych odvetví v národnom hospodárstve je nevyhnutné si zadať definovať a vysvetliť pojem odvetvová štruktúra národného hospodárstva.

Za štruktúru národného hospodárstva zo systémového hľadiska považujeme charakteristiku vnútorného členenia, ktoré sa vytvára vzťahmi a väzbami medzi národným hospodárstvom ako celkom a medzi jeho jednotlivými sektorovými, odvetvovými, výrobnými, sociálnymi a územnými časťami. (Melišek, 2000)

Odvetvová štruktúra je pre ekonomiku dôležitá z viacerých dôvodov. Medzi tieto významy patrí aj spôsob rozdelenia krajín podľa zamerania sa na odvetvie výroby a delíme ich na: priemyselne vyspelé krajiny, industrializujúce sa krajiny, krajiny exportujúce suroviny a rozvojové ekonomiky.

Národnú ekonomiku delíme na jednotlivé odvetvia na základe charakteru konečných výsledkov činnosti podnikov a organizácií. Odvetvovú štruktúru tvoria vzájomné väzby a vzťahy medzi jednotlivými odvetviami v národnom hospodárstve. Konkrétne odvetvie tvoria podniky, ktoré majú rovnaké alebo veľmi podobné zameranie.

Odvetvia v štruktúre hospodárstva členíme na dve časti. Na výrobnú, kde patria všetky druhy priemyslu, poľnohospodárstvo, stavebníctvo, všetky druhy nákladnej dopravy a ostatné výrobné služby. Do druhej, nevýrobnej časti patrí školstvo, zdravotníctvo, kultúra, osobná doprava a ostatné nevýrobné služby.

Pri meraní kreatívnej ekonomiky je dôležité spomenúť, že je potrebné odlišovať kreatívne priemysly od tradičných odvetví priemyslu. S týmto odlišovaním je spojené aj rozdelenie kreatívneho priemyslu a tradičného priemyslu, ktorý delíme na primárny, sekundárny a terciárny sektor, zatiaľ čo produkty kreatívneho priemyslu nie je možné rozdeliť takýmto spôsobom do skupín, pretože kreatívny výstup môžeme nájsť v každom z týchto sektorov. (Hartley, 2004)

Keďže sme vymedzili odvetvovú štruktúru, môžeme zadať definovať postavenie kreatívnych odvetví v národnom hospodárstve. Ako bolo už vyššie uvádzané pri vymedzení jednotlivých pojmov, môžeme zhodnotiť, že kreatívne odvetvia v národnom hospodárstve nájdeme zastúpené vo veľkej časti odvetví, či už ide o odvetvia výrobné alebo nevýrobné. Avšak z vyššie uvedeného vyplýva aj to, že vo väčšine prípadoch je veľmi náročné a niekedy až nemožné presne povedať, že ide o kreatívne odvetvie,

keďže aj ich samotné definovanie je nejasné a podniky, organizácie, ktorých výstupom je kreatívny produkt vo veľa prípadoch sa medzi kreatívne odvetvia neradia.

2 POSTAVENIE KREATÍVNYCH ODVETVÍ V EKONOMIKÁCH KRAJÍN V4

V tejto časti práce sa budeme venovať stručnému popisu jednotlivých krajín patriacich do V4, ich ekonomickej situácii a následne na to naviažeme porovnaním kreatívnych odvetví v týchto krajinách vo vzťahu k Slovensku, od ktorého sa budeme odvíjať. Makroekonomické ukazovatele, na ktoré sa zameriame v našej analýze, sú: počet podnikov pôsobiacich v kreatívnych odvetviach, podiel kreatívnych odvetví na HDP, podiel kreatívnych odvetví na tržbách, počet zamestnaných v kreatívnych odvetviach, v spojení so zamestnanosťou sa pokúsime pozrieť aj na výšku mzdy. Tieto ukazovatele budeme sledovať v nami zvolenom časovom období, ktorým sú roky 2004 – 2015. Našou snahou bolo získať údaje za každú krajinu, za celé časové obdobie. Dôvodom výberu takéhoto obdobia je fakt, že 1. mája 2004 všetky štyri krajiny vstúpili do Európskej Únie a to môže zanechať výrazne zmeny v hodnotách ukazovateľov, rovnako tak, ako aj obdobie hospodárskej krízy.

2.1 Kreatívne odvetvia v Slovenskej republike, ich úloha a postavenie v národnej ekonomike

Prvou krajinou, ktorej ukazovatele budeme popisovať, je z pochopiteľných dôvodov práve Slovensko. Jeho geografickú polohu, historický vývoj či ekonomickú situáciu popisovať nie je potrebné. Slovensko budeme považovať za východiskovú krajinu, ku ktorej budeme porovnávať ostatné krajiny V4.

Najprv vymedzíme postavenie kreatívnych odvetví v podmienkach Slovenska a porovnáme si štatistické delenie s teoretickým vymedzením, pričom budeme vychádzať zo Štatistického úradu SR. Niektoré zo zistení budeme demonštrovať na niekoľkých makroekonomických ukazovateľoch, o ktoré sa budeme opierať aj v ďalšej kapitole práce, kde ich porovnáme s ostatnými krajinami V 4.

Z teórie vieme, že medzi kreatívne odvetvia patrí vydavateľstvo a tlačéné médiá (knihy, tlač a ostatné publikácie), dizajn (interiérový, grafický, návrhárstvo, šperkárstvo, dizajn hračiek), kreatívne služby (architektonické, reklamné, kreatívny výskum, kultúrne a rekreačné služby), nové médiá (softvér, video a počítačové hry, digitálny kreatívny obsah), audiovizuálne umenie (film, TV, rádio), scénické umenie

(divadlo, živá hudba, tanec, opera a pod.), tradičné kultúrne prejavy (umelecké remeslá, festivaly, oslavy), kultúrne miesta (knížnice, múzeá, výstavy, archeologické náleziská), vizuálne médiá (maľba, sochy, fotografie, starožitnosti).

Do kreatívnych odvetví vyskytujúcich sa na Slovensku patrí na základe analogického vymedzenia v komparácii s teoretickými východiskami audiovizuálna produkcia, vydavateľský priemysel, trh s umením, scénické umenie, hudobný priemysel, umelecké remeslá, tradičné a ľudové remeslá, dizajn, odevný a textilný priemysel, architektúra, reklamný priemysel, kreatívne odvetvia v digitálnom prostredí.

Na toto teoretické rozdelenie naviažeme rozdelením kreatívnych odvetví v podmienkach Slovenska zo štatistického hľadiska. Z toho môžeme konštatovať, že delenie na Slovensku sa v niektorých prípadoch výrazne líši od teoretického. V databázach Štatistického úradu SR nájdeme rôzne rozdelenia odvetví. Delenie sa líši najmä podľa toho, aký údaj sledujeme. Keď sa chceme zamerať na HDP alebo počet podnikov v kreatívnych odvetviach, musíme vychádzať z oveľa širšieho, všeobecného členenia. V tomto prípade odvetvia delíme na umenie, zábavu, rekreáciu a ostatné služby; informácie a telekomunikácie; odborné, vedecké a technické činnosti. Takéto členenie je príliš všeobecné a zapríčini nám to čiastočne nepresné a skreslené výsledky. Avšak, keď siahame po iných dátach napr. priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach alebo zamestnanosti či hrubej pridanej hodnote nájdeme oveľa detailnejšie členenie. V tomto prípade, Štatistický úrad SR poskytuje členenie kreatívnych odvetví na architektonické a inžinierske činnosti; reklama a prieskum trhu; umenie, zábava a rekreácia; nakladateľské činnosti; výroba filmov, TV programov a pod.; televízne a rozhlasové vysielanie; telekomunikácie; PC programovanie a s tým spojené služby; informačné služby. Členenie odvetví totožné s teoretickým vymedzením je ojedinelé. Problém rozdielnosti delenia kreatívnych odvetví v podmienkach Slovenska je najmä v tom, že v žiadnej zo štatistík neexistuje pojem kreatívne odvetvia. Preto sme museli v každom z uvedených prípadov použiť len postup dedukcie a následne pri vyhodnotení vybraných ekonomických ukazovateľov napočítavanie vybraných hodnôt za jednotlivé kreatívne odvetvia.

Lepšie vizuálne porovnanie teoretického rozdelenia kreatívnych odvetví a reálne členenia máme zobrazené v tabuľke 3.

Tabuľka 3 Rozdelenie kreatívnych odvetví

Teoretické rozdelenie kreatívnych odvetví	Reálne rozdelenie kreatívnych odvetví
Vydavateľstvo a tlačené médiá	Nakladateľské činnosti
Dizajn	-
Kreatívne služby	Architektonické a inžinierske činnosti; reklama a prieskum trhu; rekreácia;
Nové médiá	PC programovanie a s tým spojené služby; telekomunikácie; informačné služby
Audiovizuálne umenie	Výroba filmov a TV programov; televízne a rozhlasové vysielanie
Scénické umenie	Umenie a zábava
Tradičné kultúrne prejavy	Umenie a zábava
Kultúrne miesta	Umenie a zábava
Vizuálne umenie	Umenie a zábava

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Štatistického úradu SR (15.3.2017)

V tabuľke 3 vidíme na jednej strane teoretické rozdelenie kreatívnych odvetví a na druhej k nim priradené reálne delenie kreatívnych odvetví v podmienkach Slovenska podľa Štatistického úradu SR. V rámci možností sme priradili reálne rozdelenie kreatívnych odvetví a ako uvádza tabuľka tak členenie v praxi má niekoľko nedostatkov. Jediné, čo je jednoznačne a rovnako začlenené, je vydavateľský priemysel alebo nakladateľské činnosti a audiovizuálne umenie. V ostatných prípadoch je náročné v praxi získať presné údaje zhodné s teóriou. V prípade dizajnu Štatistický úrad SR vôbec nedisponuje ani obdobnou položkou vo svojich štatistikách. Jediné odkiaľ je možné čerpať údaje, v prípade dizajnu je Slovenské centrum dizajnu, ktoré však nemá dostupné dáta na svojej stránke. Ďalším odvetvím, ktoré sa pomerne zhoduje, sú kreatívne služby, do ktorých patria služby architektonické, reklamné, kreatívny výskum, kultúrne a rekreačné služby, avšak aj tu môžu byť dáta do určitej miery nepresné kvôli rekreácii, ktorá v štatistikách je uvádzaná spoločne s umením a zábavou ako jedna položka. Nové médiá sa tiež odlišujú len minimálne, odchýlky môžu zapríčiniť telekomunikácie. Najväčšie nejasnosti sú v prípade scénického umenia, tradičných kultúrnych prejavov, kultúrnych miest a vizuálneho umenia, pretože toto všetko spadá v rámci štatistík len do skupiny umenie a zábava. V prípade tradičných kultúrnych prejavov je možné čerpať určité dáta z ÚLUV-u (Ústredie ľudovej umeleckej tvorby), avšak ani táto inštitúcia nedisponuje dostatočnými dátami. V konečnom dôsledku, po oslovení nevedel ÚLUV potrebné údaje poskytnúť k spracovaniu.

Okrem nepresnosti dát, ďalším problémom v určovaní kreatívnych odvetví v podmienkach Slovenska je aj nedostatok údajov. Tento fakt budeme demonštrovať v nasledujúcej časti práce, kde sa pozrieme na jednotlivé makroekonomické ukazovatele, ktoré sme sa rozhodli sledovať na území Slovenska a zároveň ich porovnať s ostatnými krajinami patriacimi do Vyšehradskej štvorky.

Prejdime na prvý hodnotený ukazovateľ, ktorým je počet podnikov podnikajúcich v kreatívnych odvetviach. V tomto prípade sa pozeráme na ich počet a následne na ich podiel v rámci Slovenska. Ako sme už vyššie naznačili, v mnohých prípadoch sa stáva, že nami zvolené zdroje nedisponujú dátami za celé sledované obdobie. S touto skutočnosťou sa stretávame hneď v prvom prípade, kde je možné za Slovensko sledovať počet podnikov v kreatívnych odvetviach len za obdobie 2009 – 2014. Tieto údaje máme uvedené v nasledujúcej tabuľke 4, ktorú nájdeme v prílohe 1, kde sú zachytené podniky v rámci celého Slovenska, následne v jednotlivých sektoroch kreatívnych odvetví, potom uvádzame celkový počet podnikov v kreatívnych odvetviach a medziročnú zmenu podnikov v kreatívnych odvetviach a ich podiel na celkovom množstve podnikov na Slovensku.

V tabuľke 4 vidíme ako sa vyvíja počet podnikov v rámci všetkých sektorov na Slovensku. Z tohto hľadiska sledujeme nárast od roku 2009 a rovnako tak pozorujeme aj nárast podnikov v kreatívnych odvetviach. Avšak, musíme spomenúť výrazné skreslenie údajov, pretože v tomto prípade máme výrazne odlišné reálne členenie odvetví od teoretického. Štatistický úrad SR nevedie v žiadnej zo svojich štatistík pojem kreatívne odvetvia alebo podniky v kreatívnych odvetviach. Z výsledkov môžeme konštatovať 2,51% nárast podielu podnikov kreatívnych odvetví na Slovensku v sledovanom období 2009 – 2014. Medzi jednotlivými rokmi vidíme, že najvýraznejšia zmena bola medzi rokmi 2009 a 2010, kedy sa začali viesť štatistiky v rámci týchto odvetví podnikov.

Ďalším dôležitým makroekonomickým ukazovateľom je hrubý domáci produkt – HDP. Kreatívne odvetvia patria do národného hospodárstva a samozrejme sa podieľajú aj na tvorbe HDP Slovenska. V prípade HDP Štatistický úrad SR disponuje s najširšou škálou dostupných dát. V tomto prípade pokrýva celé nami sledované obdobie 2005 – 2015. Avšak, rozdelenie kreatívnych odvetví je rovnaké ako v prípade počtu podnikov. To znamená, že dáta sú do určitej miery skreslené, pretože sem spadajú odvetvia informácií a telekomunikácií, odborné, vedecké a technické činnosti a umenie, zábava

a rekreácia. V tabuľke 5 môžeme sledovať vývoj celkového HDP na Slovensku a HDP v kreatívnych odvetviach a z toho určený percentuálny podiel.

Tabuľka 1 Podiel kreatívnych odvetví na HDP

	Celkové HDP SR (v tis. eur)	HDP - Informácie a komunikácie (v tis. eur)	HDP- Odborné, vedecké a technické činnosti (v tis. eur)	HDP - Umenie, zábava a rekreácia (v tis. eur)	HDP KO spolu (v tis. eur)	Podiel KO na HDP SR %
2005	50 250,6	1 753,2	2 662,0	1 191,9	5 607,1	11,16
2006	56 107,0	1 986,6	3 154,3	1 294,4	6 435,3	11,47
2007	62 884,5	2 326,5	3 714,3	1 584,7	7 625,5	12,13
2008	68 322,5	2 495,0	4 347,6	1 334,1	8 176,7	11,97
2009	63 818,5	2 748,1	4 355,8	1 811,6	8 915,5	13,97
2010	67 387,1	2 752,4	4 553,0	1 873,5	9 178,9	13,62
2011	70 443,5	2 832,6	4 574,8	2 066,7	9 474,1	13,45
2012	72 420,0	3 120,1	4 784,3	2 268,5	10 172,9	14,05
2013	73 835,1	2 879,4	5 118,8	2 310,2	10 308,4	13,96
2014	75 560,5	3 001,1	5 062,9	2 471,7	10 535,7	13,94
2015	78 070,8	3 192,7	5 081,4	2 505,6	10 779,7	13,81

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Štatistického úradu SR. (15.3.2017)

Z tabuľky 5 je evidentný nárast HDP od roku 2005 do roku 2008. V roku 2009 sledujeme pokles z dôvodu finančnej krízy, ktorá sa prejavila na slovenskom trhu. V nasledujúcom roku sa situácia zmenila a HDP začalo opäť rásť, avšak jeho rast už nie je taký výrazný ako do roku 2008, pretože trh sa spamätáva z dopadov krízy. Paradoxne výška HDP kreatívnych odvetví aj počas krízy stúpala a stúpa až dodnes. Práve to svedčí o náraste významu kreatívnych odvetví v ekonomike Slovenska.

Ďalším dôležitým makroekonomickým ukazovateľom je zamestnanosť. Kreatívne odvetvia tvoria za posledných 5 rokov v priemere 4,2% celkovej zamestnanosti na Slovensku. V tabuľke 6, ktorú uvádzame v prílohe 2, sledujeme počet zamestnaných na Slovensku a priamo v kreatívnych odvetviach a percentuálny podiel zamestnaných v kreatívnych odvetviach. Údaje sú dostupné za obdobie rokov 2010 – 2014.

Tabuľka 6 poukazuje na počet zamestnaných na Slovensku v období 2010 – 2014. Z uvedeného môžeme poukázať na nárast zamestnaných okrem roku 2013, kedy došlo k miernemu poklesu zamestnanosti. Spolu s celkovou zamestnanosťou vzrastá aj počet zamestnaných v kreatívnych odvetviach. Medziročný nárast zamestnanosti v kreatívnych odvetviach bol najvýraznejší v roku 2011, kedy počet zamestnaných

vzrástol až o 12%. Nárast počtu zamestnaných v kreatívnych odvetviach bol od roku 2011 už len mierny. Z toho vyplýva, že kreatívne odvetvia a kreatívna ekonomika napreduje a rozvíja sa aj v zamestnanosti. Z pohľadu jednotlivých odvetví k najvýraznejším zmenám dochádzalo v sledovanom období 2010 – 2014 v odvetví výroby filmov a TV programov a televíznom a rozhlasovom vysielaní, kde pozorujeme výrazné zmeny najmä v roku 2014, kedy došlo vo výrobe filmov a TV programov k nárastu počtu zamestnaných až o 94%.

Zaujímavým faktorom pri kreatívnych odvetviach je finančné ohodnotenie zamestnancov pracujúcich v niektorej z týchto oblastí. Priemerná mesačná mzda nepatrí medzi základné makroekonomické ukazovatele, avšak od nej závisí mnoho ďalších ukazovateľov, ako napríklad životná úroveň, kúpyschopnosť obyvateľov, ktoré prispievajú na rozvoj ekonomiky štátu. Priemerná mesačná mzda v jednotlivých kreatívnych odvetviach je zobrazená v tabuľke 7, v prílohe 3.

Z tabuľky 7 vidieť výrazne vyššiu priemernú mesačnú mzdu v kreatívnych odvetviach v porovnaní s priemernou mzdou v rámci celého Slovenska. Mesačná mzda v kreatívnych odvetviach sa pohybuje v priemere okolo 1300€ v porovnaní s priemernou mzdou na Slovensku, ktorá je približne 800€ je to o 62% viac. Okrem toho môžeme konštatovať, že najvyššia mzda je v telekomunikáciách a samozrejme v počítačovom programovaní. Z tabuľky 7 vyplýva výrazná kolísavosť mesačnej mzdy v každom z kreatívnych odvetví, ale aj napriek tejto skutočnosti sa stále udržiavajú vysoko nad priemernou mzdou na Slovensku. Z toho vyplýva, že kreatívne odvetvia napredujú a ľudia pracujúci práve v tomto sektore majú príjem vyšší ako priemerná mzda. Avšak, je potrebné spomenúť aj to, že nie je tomu tak vo všetkých kreatívnych odvetviach. Najviac zaostáva umenie, zábava a rekreácia, kde sa mzda pohybuje pod priemernou mesačnou mzdou na Slovensku a nevykazuje ani žiadny nárast v blízkej budúcnosti.

2.2 Česká republika

Na našu analýzu v podmienkach Slovenska vychádzajúc zo Štatistického úradu SR naviažeme našim najbližším susedom a to Českou republikou, s ktorou máme v porovnaní s ostatnými krajinami V4 najbližší vzťah, nakoľko sme v minulosti určitý čas tvorili jeden štát. V porovnaní so Slovenskom je Česká republika v rámci rozlohy väčšia, má väčší počet obyvateľov a leží na západ od Slovenska. Do Európskej Únie

vstupovali spolu s nami, 1. mája 2004, avšak Česká republika dodnes ešte nevstúpila do eurozóny, takže stále jej menou je česká koruna.

V Českej republike, v porovnaní so Slovenskom nájdeme oveľa viac autorov a odborníkov, ktorí sa venujú skúmaniu problematike kreatívnych odvetví a kreatívnej ekonomike. Avšak všetci autori vo svojich teóriách a prístupoch vychádzajú od autorov napr. Richard Florida a David Throsby, ktorí položili prvé poznatky a definície o vnímaní kreatívnych odvetví.

V tomto prípade budeme vychádzať v čerpaní zdrojov z Českého štatistického úradu a z Eurostatu a hodnoty, ktoré sú uvádzane v mene ako napr. HDP, priemerné mzdy a pod. budeme prepočítavať aktuálnym konverzným kurzom na eurá, aby v závere bolo možné zhodnotiť podobnosť alebo rozdielnosť v kreatívnych odvetviach jednotlivých krajín.

Postupnosť popisu jednotlivých ukazovateľov bude rovnaká ako v prípade Slovenska. Takže začneme najskôr počtom podnikov v jednotlivých odvetviach a v celkového počtu v ekonomike Čiech. Tento ukazovateľ máme znázornený v nasledujúcej tabuľke 8, ktorá zachytáva jednotlivé hodnoty – uvádzame ju v prílohe 4. Už hneď v prvom prípade sa stretávame s rozdielom v dostupnosti dát. Nakoľko sme v prípade tohto makroekonomického ukazovateľa nepoužili rovnaký zdroj čerpania dát, pretože vychádzame z národných štatistických úradov, môžeme konštatovať, že Česká republika má v porovnaní so Slovenskom oveľa lepšie rozdelenie kreatívnych odvetví v prípade počtu podnikov v nadväznosti na teoretické vymedzenie.

V tabuľke 8 vidíme, ako sa vyvíja počet podnikov v rámci všetkých sektorov v Čechách. Avšak, tento vývoj môžeme sledovať len od roku 2010, pretože v štatistikách viac údajov nebolo možné nájsť. V porovnaní so Slovenskom musíme pozitívne ohodnotiť lepšie rozdelenie kreatívnych odvetví v štatistikách, aj keď neobsahujú úplne presné rozdelenia ako sú v teórii, ale s tým sa je v praxi stretnúť veľmi náročné až nemožné. Vychádzajúc z tabuľky, môžeme konštatovať, že najväčší počet podnikov je v odvetví informácií a komunikácie. Naopak najmenej podnikov je v tvorbe programov a vysielaní. Nárast počtu podnikov v kreatívnych odvetviach vidíme do roku 2009, avšak pred tým pozorujeme malý pokles. Po roku 2009 nastalo obdobie krízy, ktorá ovplyvnila aj vývoj podnikov v kreatívnych odvetviach a tento pokles môžeme sledovať až do roku 2012. Najvýraznejší pokles bol do roku 2011 o - 0,047%. Od 2012 opäť sledujeme rast počtu podnikov až do roku 2014. Najväčší podiel podnikov bol v roku 2010 a v roku 2014 a to 2,67% na celkovom počte podnikov.

Ďalším ukazovateľom, na ktorý sme sa zamerali v našej analýze, je HDP Českej republiky, kde sme vychádzali zo štatistického úradu Čiech a z Eurostatu. Z týchto dvoch inštitúcií sa nám podarilo získať údaje len celkového HDP. Samozrejme, v databázach európskeho a Českého štatistického úradu je možné nájsť informácie aj za jednotlivé sektory hospodárstva, avšak to nám pri nami skúmanej problematike nepomôže z toho dôvodu, že je to príliš všeobecne rozdelené. Ani v jednej z uvedených databáz sa neuvádzalo aspoň približné rozdelenie kreatívnych odvetví. Z toho vyplýva, že nemáme akým spôsobom vypočítať a dokázať vplyv kreatívnych odvetví na národné hospodárstvo.

V prípade počtu zamestnaných v kreatívnych odvetviach sa stretávame už s lepšou dostupnosťou údajov. Tu sa nám podaril získať dáta aj z Českého štatistického úradu aj z Eurostatu. Avšak, je rozdiel v členení jednotlivých oblastí. Z Eurostatu máme údaje za celkovú zamestnanosť v Čechách a to za tri oblasti, ktoré je možné priblížiť ku kreatívnym odvetviam, a tými sú oblasť: informácií a komunikácií (information and communication), odborné, vedecké a technické činnosti a zároveň je sem priradená aj oblasť administratívy a podpory (professional, scientific and technical activities; administrative and support service activities) a poslednú oblasť tvorí umenie, zábava a rekreácia, aj tá je rozšírená o ďalšie služby, aktivity domácností a ďalších územných organizácií (arts, entertainment and recreation; activities of household and extra-territorial organizations and bodies). Mohli by sme to prispôbiť našim štatistikám, avšak budeme stále sledovať odchýlky a rozdiely z dôvodu, že tu sú obsiahnuté aj ďalšie činnosti. Okrem Eurostatu sme vychádzali aj z Českého štatistického úradu, ktoré je bližšie teoretickému vymedzeniu kreatívnych odvetví. Pozrieme sa na získané dáta v nasledujúcej tabuľke 9, v prílohe 5, ktorá nám znázorňuje tieto informácie.

Z tabuľky 9 vidíme, ako sa vyvíjal počet zamestnaných v jednotlivých odvetviach. Môžeme vidieť, že najväčší a stály pokles zamestnancov evidujeme v telekomunikačných činnostiach, kde môžeme pozorovať od roku 2005 až do roku 2014 pokles o 21,6%. Ďalšou oblasťou, kde pozorujeme pokles, sú aj nakladateľské činnosti. V tomto prípade je pokles v roku 2007 a 2008 a následný pokles prišiel opäť od roku 2011 až do roku 2014. Môže to byť spojené aj s používaním väčšieho množstva elektronických podôb kníh, časopisov a podobne. Z celkového počtu zamestnaných v kreatívnych odvetviach sledujeme každoročný nárast. V roku 2014 v porovnaní s 2004 ide o 24% nárast počtu zamestnaných. Spolu s tým v obdobiach, kedy nám to údaje umožňujú, môžeme hovoriť o neustálom raste podielu zamestnaných

v kreatívnych odvetviach. To môže znamenať veľký potenciál práve v týchto oblastiach.

Ďalším ukazovateľom a zároveň posledným je priemerná mzda v kreatívnych odvetviach. V tomto prípade opäť vychádzame z Českého štatistického úradu, nakoľko nám poskytuje relatívne dobré prerozdelenie kreatívnych odvetví aj pri tomto ukazovateli. Nehovoríme o dokonalom členení, pretože stále chýba zastúpenie niekoľkých segmentov, ale približuje sa to najviac tomu, čo sme popisovali v teórii. V tabuľke 10 máme bližšie informácie o mzdách v Čechách, uvedenú v prílohe 6.

Z tabuľky 10 môžeme konštatovať, že takmer v každom odvetví sledujeme nárast priemernej mesačnej mzdy. Jedine v období krízy bol v niektorých prípadoch spozorovaný pokles a to v prípade nakladateľských činností a neskôr v informačných službách, informáciách a komunikácii a informačných technológiách. Vo výrobe filmov sledujeme pokles v roku 2007, 2013 a 2014. Tento pokles môže byť spôsobený aj nižším záujmom o české filmy ako v minulosti. Z analýzy tohto ukazovateľa môžeme konštatovať, že mzdy v kreatívnych odvetviach z údajov, ktoré sme mali k dispozícii, že mesačná mzda sa pohybuje priemerne o 76% nad priemernou mzdou v Českej republike.

2.3 Maďarsko

Nasledovnou krajinou patriacou do V4 je Maďarsko. Táto krajina vstúpila do Európskej Únie spolu s nami, t. j. 1.mája 2004, avšak ešte dodnes nevstúpila do eurozóny a nevymenila svoje forinty za euro. Leží na juhu od Slovenska, to znamená, že má priaznivejšie podmienky pre poľnohospodárstvo kvôli svojim klimatickým podmienkam a veľmi kvalitným pôdam. Z toho vyplýva, že v hospodárstve Maďarska prevláda poľnohospodárstvo, na ktoré je naviazaný aj potravinársky priemysel. Vzhľadom na zameranie zo zverejnených dostupných informácií o prehľade stave národného hospodárstva nie je možné určiť vplyv a význam kreatívnych odvetví na národné hospodárstvo Maďarska. Aj napriek tomu sa o to pokúsime a pri jednotlivých ukazovateľoch popíšeme, ktoré dáta sú k dispozícii, s ktorými je možné pracovať a ktoré nie. V našej analýze budeme vychádzať zo Štatistického úradu Maďarska a z Eurostatu.

V oblasti kreatívnych odvetví Maďarsko v teoretickej rovine vychádza od nami popísaných autorov Florida a Tinagli. Zameriavajú sa najmä na oblasť hlavného mesta a jeho okolie, kde je situovaných aj najviac pracovných príležitostí v tejto oblasti. Okrem toho vychádzajú aj z teórií a prístupov Európskej únie ku kreatívnym odvetviám, v ktorých vidia perspektívu v budúcom rozvoji územia a národného hospodárstva. Veľkým nedostatkom je najmä zber dát, ktoré z dostupných zdrojov neumožňujú podrobnejšie sledovanie vývoja kreatívnych odvetví.

Prvým ukazovateľom aj v prípade Maďarska je rozdelenie a počet podnikov v ekonomike. Vychádzajúc zo štatistického úradu Maďarska máme k dispozícii len počet všetkých podnikov registrovaných v krajine. V rámci štatistík má Maďarsko bohaté rozdelenie sektorov, v ktorých jednotlivé podniky pôsobia, avšak pri tomto ukazovateli nemajú žiadnym spôsobom vymedzené kreatívne odvetvia. To znamená, že môžeme analyzovať počet podnikov v poľnohospodárstve podľa toho či ide napr. o chov dobytku, chov ošípaných, pestovanie zeleniny a pod. Rovnako tak môžeme určiť počet podnikov v oblasti manufaktúr, priemyslu celkovo, ale aj jednotlivé oblasti napr. ťažký priemysel, automobilový a pod. Okrem toho sú v databázach štatistického úradu Maďarska podniky zaoberajúce sa službami, poisťovníctvom, administratívnymi aktivitami, avšak samostatne nenájdeme ani umenie, rekreáciu a zábavu, rovnako tak nenájdeme výskumných pracovníkov, technické aktivity a podniky, ktoré sa zaoberajú podobnými činnosťami. Jediné, čo pri tomto ukazovateli je dostupné v databázach, je oblasť informácií a komunikácií, avšak nie je dostupný počet podnikov len počet pôšt na území Maďarska alebo domácností s pripojením na internet. Z uvedených faktov môžeme konštatovať, že na území Maďarska nemôžeme určiť počet a podiel podnikov, ktoré pôsobia v oblasti kreatívnych odvetví z nami zvolených a dostupných databáz národného štatistického úradu a Eurostatu.

Ďalším makroekonomickým ukazovateľom, ktorý sledujeme v našej práci pri každej krajine je HDP. V prípade Maďarska môžeme konštatovať obdobný problém ako v prípade Českej republiky. Na rozdiel od Čiech, maďarský štatistický úrad disponuje údajmi o HDP v jednotlivých sektoroch, ale nie je možné z toho vyčleniť kreatívne odvetvia. To znamená, že nedokážeme určiť podiel HDP, ktorý je vyprodukovaný kreatívnymi odvetviami k celkovému HDP a teda nemôžeme určiť ako sa kreatívne odvetvia podieľajú na produkcii celkového hrubého domáceho produktu.

Iný pohľad na situáciu v oblasti kreatívnych odvetví nám poskytuje makroekonomický ukazovateľ zamestnanosť. V tomto prípade databázy poskytujú viac

údajov ako v predchádzajúcich ukazovateľoch. Nemáme k dispozícii presné dáta podľa teórie ani nie sú dostupné za celé nami sledované obdobie. Dostupnosť dát je za obdobie od roku 2008 do roku 2015, za oblasť informácií a komunikácií (information and communication), vedecké, výskumné a technické aktivity, ktoré zahŕňajú aj ďalšie administratívne a podporné služby (professional, scientific and technical activities; administrative and support service activities) a umenie, zábavu a rekreáciu, kde okrem toho patrí aj ostatné služby, činnosti domácností a okolitých organizácií (art, entertainment and recreation; other service activities; activities of households and extra-territorial organization and bodies). S rovnakým rozdelením sme sa stretli aj v prípade Českej republiky, avšak Český štatistický úrad poskytoval lepšie rozdelenie a práve preto sme použili dáta z národného štatistického úradu a nie z Eurostatu. V prípade Maďarska národné štatistiky tieto dáta nemajú k dispozícii. Prehľadnejší popis získaných dát je uvedený v nasledujúcej tabuľke 11.

Tabuľka 11 Počet zamestnaných v kreatívnych odvetviach v HU

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Informácie a komunikácie	95 500	89 700	94 400	89 800	102 000	111 000	102 761
Vedci a technické aktivity	145 400	137 000	135 300	134 200	131 100	148 800	151 608
Umenie, zábava a rekreácia	64 100	57 700	58 100	59 900	63 100	56 100	63 152
Celkovo zamestnaní v HU	3 848 310	3 747 828	3 732 383	3 759 018	3 827 215	3 892 760	4 100 839
Zamestnaní v KO v HU	305 000	284 400	287 800	283 900	296 200	315 900	317 521
% podiel zamestnaných v KO	7,9%	7,6%	7,7%	7,6%	7,7%	8,1%	7,7%

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu. (19.3.2017)

Tabuľka 11 popisuje situáciu zamestnanosti v oblasti kreatívnych odvetví v Maďarsku. V ekonomike Maďarska sa kríza prejavila výraznejšie ako v ostatných krajinách V4 a jej následky pretrvávajú až dodnes. To môžeme sledovať aj v počte

zamestnaných. V prípade informácií a komunikácií je viditeľný pokles počtu zamestnaných v roku 2009, 2011 a 2014, avšak keď si porovnáme obdobie 2008 a 2014 tak môžeme sledovať nárast o približne 7,5%. Podobný vývoj môžeme sledovať aj v prípade vedcov a technických aktivít, kde od roku 2009 do roku 2013 pozorujeme pokles a až v posledných dvoch rokoch je viditeľný rast zamestnaných v tejto oblasti. A napriek tomu sledujeme rast takmer o 4% v roku 2014 voči roku 2008. Môžeme povedať, že najlepšie je na tom oblasť umenia, zábavy a rekreácie, kde bol pokles len v roku 2013, avšak musíme pripomenúť fakt, že obsahuje ďalšie oblasti, ktoré sú zahrnuté v dátach a to spôsobuje skreslenie interpretovaných údajov.

Posledným a relatívne najlepšie spracovaným z hľadiska dostupnosti dát je ukazovateľ mzdy, kde sledujeme priemernú mzdu za celé územie Maďarsko vo všetkých oblastiach a porovnávame s priemernou mzdou v kreatívnych odvetviach. V tomto prípade sme využili na spracovanie ukazovateľa údaje dostupné v štatistikách národného štatistického úradu. Neposkytuje podrobné členenie ako v našich podmienkach. Stretávame sa tu s jednoduchým delením ako vo väčšine prípadov v našej analýze. To znamená, že máme rozdelenie na informácie a komunikácie, odborné, vedecké a technické činnosti a umenie, zábavu a rekreáciu. Získané dáta sú uvedené v tabuľke 12, v prílohe 7.

Tabuľka 12 zachytáva vývoj výšky miezd v kreatívnych odvetviach a priemernej mzdy v Maďarsku. Vychádzajúc z tabuľky 12 môžeme konštatovať, že v Maďarsku je vývoj priemernej výšky mzdy priaznivý, aj keď je nižší v porovnaní so Slovenskom alebo Českou republikou. Rovnako tak je to aj v prípade kreatívnych odvetví. Pozorujeme výrazný rozdiel medzi priemernou mzdou a mzdou v kreatívnych odvetviach, ale aj tu je priemerná mzda nižšia ako vo vyššie spomínaných krajinách. V oblasti informácií a komunikácií za celé obdobie sledujeme rast, ktorý spôsobil nárast mzdy do roku 2014 až o 60% v porovnaní s rokom 2005. Pri odborných, vedeckých a technických činnostiach je pozorovaný pokles mzdy v roku 2013, inak rovnako ako pri informáciách a komunikáciách mzdy rástli. Nárast do roku 2014 bol až o 76% oproti roku 2005. V poslednej oblasti, v umení, zábave a rekreácii sú mzdy najnižšie a najviac sa približujú priemernej mzde v krajine. Tiež tu evidujeme v jednom roku mierny pokles a to v roku 2008, inak môžeme konštatovať nárast o 56% do roku 2014. Rast je možné zachytiť aj v priemernej mzde na území celej krajiny a rovnako tak aj v kreatívnych odvetviach. Význam a dôležitosť kreatívnych odvetví nám

potvrďuje v tomto prípade aj vyššie platové ohodnotenie, ktoré tvorí rozdiel o takmer 26% v porovnaní s priemernou mzdou v krajine.

2.5 Poľsko

Poslednou krajinou V4 je najsevernejšie ležiace Poľsko, ktoré je rozlohou najväčšia krajina V4 a rovnako tak aj z pohľadu počtu obyvateľov. Rovnako ako už spomenuté krajiny, Poľsko vstúpilo do Európskej únie 1. mája 2004 a do dnešného dňa neprijalo euro. Z geografického pohľadu je Poľsko rovinatá krajina ležiaca severne od Slovenska, hraničiaci okrem nás s Českou republikou, Nemeckom, Ukrajinou, Ruskom, Litvou a Bieloruskom a okrem toho má prístup k Baltskému moru. Z pohľadu národného hospodárstva je to jedna z najväčších ekonomík v Európe zameraná najmä na poľnohospodárstvo, ktoré zamestnáva takmer 14%. V prípade Poľska využívame pri analýze ukazovateľov dáta z národného štatistického úradu a z Eurostatu.

Poľsko v prístupe ku kreatívnym odvetviam vychádza prioritne z definícií Európskej únie a na to nadväzuje niekoľko odborníkov, ktorí sa venujú problematike kreatívnych odvetví a ich vymedzeniu vychádzajúc rovnako ako v predchádzajúcich prípadoch z prístupov svetových špičiek, medzi ktoré patrí napr. Richard Florida, David Throsby a ďalší. Štúdie, odborné články, diela a analýzy tejto problematiky sú publikované len v posledných rokoch, aj keď Poliaci sa snažia o rozvoj kreatívnych odvetví cez oblasť kultúry, tvorby filmov a umenia prostredníctvom konania rôznych podujatí, ktoré sú zamerané aj na mladých, kreatívnych a rozvíjajúcich sa mladých ľudí. Okrem toho nájdeme rôzne programy v spolupráci s EÚ na rozvoj práve kreatívnych odvetví. Z toho vyplýva, že Poľsko vidí potenciál a príležitosť v tejto oblasti, ako podporiť a obohatiť svoju ekonomiku práve novým smerom, ktorý má vysoký potenciál v rozvoji celej krajiny.

Nakoľko sa Poľsko snaží podporovať rozvoj kreatívnych odvetví, pozrieme sa ako sa im darí viesť aj štatistické záznamy o ich napredovaní v databázach. Prvý ukazovateľ, na ktorý sa zameriame, je počet podnikov. V prípade prvého nami sledovaného ukazovateľa nachádzame dáta v národnom štatistickom úrade, kde je rozdelenie podnikov podľa sektorov pôsobnosti. V štatistikách nájdeme až 20 sektorov, do ktorých je rozdelená ekonomika. Z týchto 20 sektorov pre našu analýzu môžeme použiť 3, ktoré zahŕňajú informácie a komunikáciu, odborné, vedecké a technické činnosti, umenie, zábavu a rekreáciu. Čiže sa stretávame s takmer rovnakým

rozdelením ako v predchádzajúcich prípadoch. Musíme ešte spomenúť dostupnosť dát len od roku 2009 do roku 2015. Tabuľka 13 zachytáva daný ukazovateľ.

Tabuľka 13 Počet podnikov v kreatívnom odvetví v PL

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Informácie a komunikácie	84 188	95 163	100 706	108 392	116 971	123 906	132 971
Odborné, vedecké a technické činnosti	311 681	332 231	336 822	352 023	371 498	387 134	404 606
Umenie, zábava a rekreácia	64 767	67 085	67 207	68 864	71 233	72 833	74 638
Počet podnikov v PL	3 742 673	3 909 802	3 869 897	3 975 334	4 070 259	4 119 671	4 184 409
Počet podnikov v KO spolu	460 636	494 479	504 735	529 279	559 702	583 873	612 215
Medziročná zmena podnikov v KO %	-	34%	39%	27%	44%	42%	48%
Podiel podnikov KO % na počte všetkých podnikov SR	12,31%	12,65%	13,04%	13,31%	13,75%	14,17%	14,63%

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov štatistického úradu PL. (23.3.2017)

V tabuľke 13 môžeme sledovať pozitívny vývoj v počte podnikov v ekonomike Poľska. V rámci kreatívnych odvetví je viditeľný stály rast, jedine môžeme hovoriť o miernom poklese v prípade celkového počtu podnikov v roku 2011. Rovnako tak rastie počas celého sledovaného obdobia podiel podnikov kreatívnych odvetví. V prípade informácií a komunikácií pozorujeme nárast do roku 2015 takmer o 58% v porovnaní s rokom 2009. Pri odborných, vedeckých a technických činnostiach ide tiež o 30% nárast do roku 2015. V prípade umenia, zábavy a rekreácie len o 15% nárast. Z uvedených skutočností môžeme konštatovať, že kreatívne odvetvia z pohľadu počtu podnikov prinášajú do poľskej ekonomiky priaznivý vplyv a ich počet každým rokom rastie.

Ďalším nami skúmaným ukazovateľom je HDP v poľskej ekonomike. Pri tomto ukazovateli sa stretávame s problémom ako v predchádzajúcich krajinách. To znamená, že nie sú k dispozícii dáta za nami sledované odvetvia. Databázy umožňujú sledovanie poľnohospodárstva, priemyslu či služieb, avšak ani jeden sektor v prípade ukazovateľa HDP sa nepribližuje nášmu rozdeleniu, teda kreatívnym odvetviám.

Iný, oveľa lepší pohľad na kreatívne odvetvia nám poskytuje ukazovateľ zamestnanosť. Pri analýze zamestnanosti vychádzame z databáz Eurostatu, ako v prípade Maďarska, to znamená, že máme rovnaké rozdelenie odvetví. Avšak to zapríčiňuje nepresné, skreslené dáta, nakoľko sú tam zahrnuté aj iné oblasti ako nami vymedzené kreatívne odvetvia. Tabuľka 14 poskytuje získané údaje z databáz Eurostatu.

Tabuľka 14 Počet zamestnaných v kreatívnych odvetviach v PL

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Informácie a komunikácie	294400	316600	300500	297200	313200	328700	353600
Vedci a technické aktivity	752300	820100	844600	894000	914000	909700	974500
Umenie, zábava a rekreácia	430900	437900	443100	433800	436900	450300	460800
Celkovo zamestnaní v PL	15 557 400	15 629 500	15 233 000	15 312 800	15 340 300	15 313 300	15 591 000
Zamestnaní v KO v PL	1 477600	1 574600	1 588200	1 625000	1 664100	1 688700	1 788900
% podiel zamestnaných v KO	9,50%	10,07%	10,43%	10,61%	10,85%	11,03%	11,47%

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu. (23.3.2017)

Z tabuľky 14 vidíme, že počet zamestnaných v kreatívnych odvetviach každým rokom vzrastá, aj v období kedy celková zamestnanosť v Poľsku zaznamenávala pokles. Z toho vyplýva celkový nárast zamestnaných v kreatívnych odvetviach o 21%.

Jediným odvetvím, kde je zaznamenaný pokles, sú informácie a komunikácie v rokoch 2010 a 2011, ale aj napriek tomu, za celé sledované obdobie evidujeme nárast o 20%. Jedine v celkovej zamestnanosti môžeme sledovať od roku 2008 do roku 2014 minimálny nárast a to len o 0,22%.

Lepšiu dostupnosť dát, v porovnaní s HDP poskytuje makroekonomický ukazovateľ priemerná mzda, avšak databáza obsahuje rozdelenie hospodárstva do jednotlivých oblastí, v ktorých nájdeme len priemernú mzdu pre odbornú, vedeckú a technickú činnosť. Delenie obsahuje ešte ostatné služby, ale to je príliš všeobecné a patria tam všetky poskytované služby. Z toho dôvodu v tabuľke 14 uvádzame len priemernú mzdu v Poľsku a mzdu v tejto oblasti aspoň pre ilustráciu rozdielu.

Tabuľka 15 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach

v eurách	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Odborná, vedecká a technická činnosť = priemerná mzda v KO	922	995	1060	1203	1270	1242	1244	1256	1298	1350	1426
Priemerná mesačná mzda na PL	587	618	671	740	777	805	849	877	908	938	972
% rozdiel priemernej mesačnej mzdy v HU a v KO	57,07%	61,19%	57,94%	62,64%	63,56%	54,35%	46,46%	43,25%	42,95%	43,95%	46,64%

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov štatistického úradu PL. (23.3.2017)

Z tabuľky 15 vyplýva, že v Poľsku sa mzdy vyvíjajú pozitívnym smerom, pretože sledujeme každoročný nárast priemernej mzdy v krajine. Ďalším faktom je to, čo sa prejavilo aj v predchádzajúcich krajinách, priemerná mzda v kreatívnych odvetviach je v priemere o približne 52% vyššia ako sa pohybuje priemerná mzda v krajine.

ZÁVER

Na základe analýzy kreatívnych odvetví v krajinách V4 – Slovensko, Česká republika, Maďarsko, Poľsko, môžeme vymedziť najvýznamnejšie zistenia aktuálneho stavu a ich vzájomného porovnania. Všetky krajiny, ktoré sme popisovali vnímajú kreatívne odvetvia a ich postavenie v národnom hospodárstve. Avšak, ani jedna z krajín V4 nie je pripravená na určenie presnej klasifikácie kreatívnych odvetví, ich významu a najmä vplyvu na ekonomiku ako celku podľa makroekonomických ukazovateľov. To je prvý a najzávažnejší problém, ktorý vidíme v prípade krajín V4. Ani jedna z krajín nemá v štatistických databázach dostatočne rozdelené kreatívne odvetvia, aby bolo možné ich merať a určovať ich význam v ekonomike a vplyv na národné hospodárstvo.

Ďalším závažným nedostatkom národných štatistických databáz a databáz Eurostatu je nedostatok dát. V mnohých prípadoch nastane skutočnosť, že máme k dispozícii len určité časové obdobia, ktoré sa vôbec nezhodujú s tými, ktoré sledujeme. Z toho dôvodu aj v našej analýze máme rôzne časové obdobia, za ktoré sme získali dáta pri jednotlivých ukazovateľoch. Jedným faktorom, ktorý ovplyvňuje obdobie, za ktoré získame dáta je zdroj štatistík, z ktorého vychádzame, druhým faktorom je ukazovateľ, ktorý chceme sledovať. Ďalej musíme zohľadniť aj to, že niektoré delenia boli zavedené len nedávno do praxe a preto databázy štatistických úradov nie sú ešte prispôbené.

Z pohľadu jednotlivých nami sledovaných ukazovateľov môžeme konštatovať nasledovné. V prípade prvého sledovaného ukazovateľa – počet podnikov, musíme podotknúť, že ide o rozdielne prerozdelenie podnikov v jednotlivých krajinách. V prípade Slovenska a Poľska máme rovnaké rozdelenie kreatívnych odvetví v štatistikách, v prípade Českej republiky ide o podrobnejšie rozdelenie odvetví a v maďarských databázach počet podnikov rozdelených podľa odvetví síce nájdeme, avšak v nich nenájdeme kreatívne odvetvia, resp. nájdeme, ale sú to skreslené údaje. Z toho, čo sa nám podarilo získať môžeme len konštatovať, že vo všetkých krajinách, ktoré majú k dispozícii dáta o počte podnikov podľa odvetví sledujeme v sledovanom období nárast počtu podnikov v kreatívnych odvetviach. V podiely počtu podnikov v kreatívnych odvetviach z krajín V4 dominuje Slovensko s najvyšším podielom 16,19%, naopak krajinou s najnižším podielom podnikov je Česká republika s necelými 3%.

Ďalším ukazovateľom, ktorému venujeme pozornosť v našej práci je HDP. Pri tomto ukazovateli máme dáta len za Slovensko. Ostatné krajiny nemajú HDP prerozdelené podľa odvetví, resp. majú avšak len za oblasti ako je napr. poľnohospodárstvo alebo priemysel.

V prípade zamestnanosti národné štatistiky disponovali vypovedateľnejšími dátami ako v prípade iných ukazovateľov. Avšak, ani napriek tomu nemôžeme presne povedať, ktorá z ekonomík má aké zastúpenie, pretože SR a ČR má podrobnejšie rozdelenie a teda aj presnejšie dáta voči Maďarsku a Poľsku, kde vychádzame len z Eurostatu. Preto stav zamestnanosti v jednotlivých krajinách len odhadujeme. Podľa našich odhadov dominuje v podiely zamestnaných v kreatívnych odvetviach Poľsko s 10,5% a naopak najnižší podiel má Slovensko len 4,2%.

Posledným ukazovateľom, ktorý sme skúmali, je priemerná mzda v krajine k priemernej mzde v kreatívnych odvetviach. Z tohto hľadiska konštatujeme, že v každej krajine je mzda v kreatívnych odvetviach relatívne vysoko nad priemernou mzdou – približne o 60%. Zo získaných dát môžeme povedať, ktorá krajina má najvyšší a najnižší rozdiel medzi priemernou mzdou v krajine a priemernou mzdou v kreatívnych odvetviach. Česká republika dominuje v rozdiely vo výške mzdy, pretože priemerná mzda v kreatívnych odvetviach je približne 76% nad priemernou mzdou. Naopak v Maďarsku, sa tento ukazovateľ vykazuje hodnotu najnižšiu, len približne 26% nad priemernou mzdou v krajine.

Získané dáta nepovažujeme za detailné s vysokou vypovedaciu hodnotu už z vyššie spomenutých dôvodov. Považujeme ich za dostatočne orientačné pre získanie prehľadu o situácii vo vývoji kreatívnych odvetví v krajinách V4 a základné porovnanie medzi nimi. Okrem toho musíme zdôrazniť ten najdôležitejší aspekt skúmania a tým je nerovnaké rozdelenie kreatívnych odvetví. Presnejšie povedané, takmer žiadne rozdelenie kreatívnych odvetví v národných štatistikách a štatistikách Eurostatu.

Cieľ práce sa nám podarilo naplniť a dokázali sme popísať orientačne prístup krajín V4 ku kreatívnym odvetviám a ich postavenie v jednotlivých národných ekonomikách na základe dostupných údajov Eurostatu a národných štatistických úradov.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

CIKÁNEK, M. 2013. Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II. Nové, rozš. a rev. vyd. V Praze : Institut umění. 2013. 165 s., ISBN 978-80-7008-274-4.

FLORIDA R. (2002 b). The Rise of the Creative Class: And how It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York : Basic Books. 2002. 404 s., ISBN 9780465024766

FLORIDA, R. (2002 a) The Rise of The Creative Class. New York: Basic Books. 2002. 512 s., ISBN 0-465-02477-7

HÁJKOVÁ, A. Zmapování koncentrace kreativních průmyslů ve městě Brně, identifikace klastrů a potřeb kreativní třídy. Brno, 2012. Diplomová práce. Janáčkova akademie múzických umění v Brně, Divadelní fakulta, Ateliér divadelního manažerství a jevištní technologie.

HARTLEY, J. 2004. Creative industries, Wiley – Blackwell. 2004. 432 s., ISBN 978-14-0510-148-6.

HOWKINS, J. 2001. The creative economy: how people make money from ideas. Updated edition. London : Penguin. 2001. 288 s., ISBN 978-014-0287-943.

KLOUDOVÁ, J. et al. 2010. Kreativní ekonomika. Praha : Tiskárna PROTISK, s.r.o. 2010. 224 s., ISBN 978-80-247-3608-2.

MELIŠEK, F. a kol. 2000. Stratégia štruktúrneho rozvoja. Bratislava: EKONÓM. 2000. 177 s., ISBN 80-225-1203-6.

THROSBY, C. 2001. Economics and culture: essays on the geography of image-producing industries. Vyd. 1. York: Cambridge University Press. 2001. 208 s., ISBN 05-215-8406-X.

THROSBY, D. Why the arts are a central force in the economy, [on-line] [cit. 28.1.2016]. Dostupné na < <http://placeinteresting.weebly.com/why-the-arts.html> >

URAMOVÁ, M., LACOVÁ, Ž., HRONEC, M. 2010. Makroekonómia I. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta. 2010. 277 s. ISBN 978-80-557-0043-4.

UNCTAD. 2010. Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option. Geneva. [on-line] [cit. 28.12.2015] Dostupné na <http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>

Masterplan mesta Košice 2013 – 2015, [on-line] [cit. 23.1.2016] Dostupné na <<http://data.cike.sk/cik/download/masterplansk-web1.pdf>>

Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky, [on-line] [cit. 23.4.2016] Dostupné na <<http://www.culture.gov.sk/>>

Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensko. [on-line] [cit. 23.11.2016] Dostupné na <http://www.culture.gov.sk/aktuality-36.html?id=440>

Štatistický úrad Slovenskej republiky. Dostupné dáta v online databázach. [on-line] [cit. 23.3.2016] Dostupné na <<http://datacube.statistics.sk/TM1WebSK/TM1WebLogin.aspx>>

Štatistický úrad Poľska. Dostupné dáta v online databázach. [on-line] [cit. 23.3.2017] Dostupné na <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat>

Štatistický úrad Českej republiky. Dostupné dáta v online databázach. [on-line] [cit. 23.3.2017] Dostupné na <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky>

Štatistický úrad Maďarska. Dostupné dáta v online databázach. [on-line] [cit. 23.3.2017] Dostupné na https://www.ksh.hu/stadat_annual_7

PRÍLOHY

Príloha 1 Tabuľka 4 Počet podnikov v kreatívnych odvetviach v SR

Tabuľka 2 Počet podnikov v kreatívnych odvetviach v SR

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Počet podnikov na SR	593 219	607 397	612 412	610 381	624 173	628 569
Informácie a komunikácie	15 435	16 668	17 391	18 098	19 145	19 687
Odborné, vedecké a technické činnosti	58 789	63 396	66 148	68 418	71 302	72 975
Umenie, zábava a rekreácia	13 378	14 025	14 525	14 910	15 423	15 928
Počet podnikov v kreatívnych odvetviach spolu	87 602	94 089	98 064	101 426	105 870	108 590
Podiel podnikov KO % na počte všetkých podnikov SR	14,77	15,49	16,01	16,62	16,96	17,28

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov štatistického úradu SR (20.3.2017)

Príloha 2 Tabuľka 6 Podiel zamestnaných v kreatívnych odvetviach v SR

Tabuľka 6 Podiel zamestnaných v kreatívnych odvetviach

	2010		2011		2012		2013		2014	
Celkovo zamestnaní v SR	1 262 574		1 293 397		1 307 830		1 305 169		1 366 894	
Nakladateľské činnosti	8 398	-	5 693	-32%	6 210	+9%	4 971	-20%	5 636	+13%
Výroba filmov, TV programov apod.	2 021	-	1 692	-16%	1 330	-21%	920	-30%	1 788	+94%
TV a rozhlasové vysielanie	501	-	769	+53%	667	-13%	641	-4%	513	-20%
Telekomunikácie	9 542	-	9 526	-0,2%	9 445	-1%	10 221	+8%	10 315	+0,9%
PC programovanie a s tým spojené služby	12 179	-	20 416	+67%	21 868	+7%	21 600	-1%	23 728	+9%
Informačné služby	6 646	-	5 771	-13%	6 130	+6%	6 683	+9%	7 231	+8%
Umenie, zábava a rekreácia	8433	-	9860	+16%	10583	+7%	11348	+7%	11633	+2%
Zamestnaní v KO v SR	47 720	-	53 727	+12%	56 233	+4%	56 384	+0,2%	60 844	+7%
% podiel zamestnaných v KO	3,78 %		4,15 %		4,30 %		4,32 %		4,45 %	

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu (17.3.2017)

Príloha 3 Tabuľka 7 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v SR

Tabuľka 7 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v SR

v eurách	2010		2011		2012		2013		2014	
Nakladateľské činnosti	778	-	1252	+60%	1238	-1%	1194	-3%	1153	-3%
Výroba filmov, TV programov apod.	520	-	1254	+141%	1249	-0,3%	1237	-0,9%	931	-24%
TV a rozhlasové vysielanie	1626	-	1511	-7%	1542	+2%	1685	+9%	1599	-5%
Telekomunikácie	1720	-	1776	+3%	1929	+8%	1826	-5%	1961	+7%
PC programovanie a s tým spojené služby	1986	-	1798	-10%	1822	+1%	1853	+1%	1757	-5%
Umenie, zábava, rekreácia	630	-	640	+1%	639	-0,1%	630	-1%	601	-4%
Odborné, vedecké a technické činnosti	1072	-	1070	-0,2%	1075	+0,4%	1079	+0,3%	1042	-3%
Informačné služby	1407	-	1484	+5%	1826	+23%	1744	-5%	1785	+2%
Priemerná mesačná mzda v KO	1217	-	1348	+10%	1372	+1%	1406	+2%	1353	-3%
Priemerná mesačná mzda na SR	770		786		805		824		858	
% rozdiel priemernej mes. mzdy KO a na SR	58%		71%		70%		70%		58%	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Štatistického úradu SR. (17.3.2017)

Príloha 4 Tabuľka 8 Počet podnikov v kreatívnych odvetviach v ČR

Tabuľka 8 Počet podnikov v kreatívnych odvetviach v ČR

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Počet podnikov v ČR	-	-	-	-	2 637 551	2 703 444	2 727 654	2 694 737	2 733 459
Informačné činnosti	4 625	5 084	4 885	4 971	4 929	4 810	4 724	4 523	4 409
Informačné technológie	16 326	17 350	17 396	18 417	19 310	19 778	20 015	20 226	21 314
Telekomunikačné činnosti	1 137	1 210	828	868	888	902	885	954	1 010
Tvorba programov a vysielanie	397	389	195	192	179	171	174	159	161
Vydavateľské činnosti	4 400	4 695	5 138	5 713	6 288	6 171	6 126	5 928	5 877
Výroba filmu, hudba	3 006	3 083	3 118	3 499	3 667	3 670	3 728	3 730	3 653
Informácie a komunikácie	29 891	31 811	31 560	33 660	35 261	35 502	35 652	35 520	36 424
Počet podnikov v KO spolu	59 782	63 622	63 120	67 320	70 522	71 004	71 304	71 040	72 848
Medziročná zmena podnikov v KO v %	-	-	-	-	-	-0,047 %	-0,012 %	+ 0,022 %	+ 0,029 %
Podiel podnikov KO % na počte všetkých podnikov ČR	-	-	-	-	2,67 %	2,63 %	2,61 %	2,64 %	2,67 %

Zdroj: Vlastné spracovanie údajov štatistického úradu ČR a Eurostatu. (21.3.2017)

Príloha 5 Tabuľka 9 Počet zamestnaných v kreatívnych odvetviach v ČR

Tabuľka 9 Počet zamestnaných v kreatívnych odvetviach v ČR

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nakladateľské činnosti	17 149	18 560	17 953	17 188	17 495	17 644	17 312	16 988	16 505	15 841
Telekomunikačné činnosti	23 200	23 145	22 660	21 657	21 410	21 261	19 822	18 722	18 191	18 189
Informácie a komunikácie	92 750	97 680	102 899	107 803	109 392	112 655	114 082	115 384	116 580	118 593
Informačné činnosti	9 114	9 213	10 574	11 154	11 178	11 612	11 784	11 816	11 923	12 457
Informačné technológie	36 753	41 126	45 584	51 687	53 061	55 949	59 372	62 030	64 145	66 510
Tvorba programov	1 112	1 071	1 518	1 682	1 641	1 448	1 344	1 480	1 453	1 339
Výroba filmov, hudba	5 423	4 564	4 610	4 434	4 607	4 741	4 447	4 349	4 364	4 257
Zamestnaní celkom v KO	185 500	195 359	205 797	215 605	218 784	225 310	228 163	230 769	233 161	237 187
Zamestnaní celkom v ČR (v tis.)	-	-	-	4 933,5	4 857,2	4 809,6	4 796,4	4 810,3	4 845,9	4 883,5
% podiel zamestnaných v KO	-	-	-	4,4%	4,5%	4,7%	4,8%	4,8%	4,8%	4,9%

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov štatistického úradu ČR. (21.3.2017)

Príloha 6 Tabuľka 10 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v ČR

Tabuľka 10 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v ČR

v eurách	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nakladateľské činnosti	985	1 078	1 110	1 262	1 221	1 209	1 253	1 352	1 330	1 413
Telekom. činnosti	1 415	1 459	1 490	1 617	1 644	1 667	1 709	1 794	1 685	1 762
Informačné služby	1 236	1 386	1 431	1 527	1 683	1 662	1 690	1 766	1 745	1 824
Informácie a komunikácia	1 272	1 358	1 456	1 596	1 656	1 648	1 707	1 755	1 729	1 788
Informačné technológie	1 354	1 448	1 607	1 736	1 824	1 784	1 847	1 855	1 849	1 892
Tvorba programov a vysielanie	1 116	1 169	1 606	1 680	1 712	1 742	1 768	1 797	1 873	1 837
Výroba filmov a hudba	958	1 029	924	967	971	1 151	1 181	1 231	1 095	1 064
Priemerná mesačná mzda v KO	1 191	1 276	1 375	1 484	1 530	1 552	1 594	1 650	1 615	1 654
Priemerná mesačná mzda na ČR	678	723	775	840	869	886	900	929	930	951
% rozdiel priemernej mesačnej mzdy v ČR a v KO	75,7 %	76,5 %	77,4 %	76,7 %	76,1 %	75,2 %	77,1 %	77,6 %	73,7 %	73,9 %

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov štatistického úradu ČR. (21.3.2017)

Príloha 7 Tabuľka 12 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v HU

Tabuľka 12 Priemerná mesačná mzda v kreatívnych odvetviach v HU

v eurách	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Informácie a komunikácie	815	860	965	1028	1075	1090	1152	1209	1266	1304
Odborné, vedecké a technické činnosti	583	619	721	827	870	889	891	984	967	1026
Umenie, zábava a rekreácia	439	463	523	513	526	537	583	639	656	685
Priemerná mesačná mzda v HU	511	553	597	642	645	654	688	720	745	767
Priemerná mesačná mzda v KO	612	648	737	789	824	838	875	944	963	1005
% rozdiel priemernej mesačnej mzdy v HU a v KO	19,8%	17,1%	23,3%	22,9%	27,7%	28,3%	27,3%	31,1%	29,3%	31%

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov štatistického úradu HU. (23.3.2017)