

# KREATÍVNA EKONOMIKA – POTENCIÁL KONKURENCIESCHOPNOSTI A EKONOMICKÉHO RASTU<sup>#</sup>

## CREATIVE ECONOMY – POTENTIAL OF COMPETITIVENESS AND ECONOMIC GROWTH

MÁRIA KAČÍRKOVÁ

Ing. Mária Kačírková, Ekonomický ústav SAV Bratislava, tel.: 02/5249 5453, e-mail: maria.kacirkova@savba.sk

### Abstrakt

*New information and communication technologies, hand-in-hand with globalization, formed condition for the creative economy, which is based on human creativity. Twenty years later, the concept of the creative industries, creative class and creative city and their importance, has been introduced into development policy by governments of advanced countries. The main objective of the paper is briefly survey of the concept of creative economy and their measuring in the studies of different authors. Moreover to introduce the essential strategic documents of the European Union and Slovakia connected with creative economy.*

**Key words:** Creative economy. Creative industry. Index of creativity. Strategic documents.

### 1. Úvod

Tvorivosť, iniciatíva a podnikanie patria z ekonomického hľadiska k najdôležitejším zdrojom bohatstva národa a ekonomického rastu. Kreatívna ekonomika je výsledkom synergie ľudskej tvorivosti, mobility, technologickej vyspelosti a záujmu človeka o humanizáciu spoločnosti a vytvára podmienky pre rastúcu schopnosť prijímať produkty, ktoré sú výsledkom tvorivej činnosti. Faktory a dôsledky kreatívnej ekonomiky nie sú v histórii novými vzťahmi, ale aktuálne hospodárske, sociálne a spoločenské podmienky zvyčajne ovplyvňujú ich pôsobenie v spoločnosti, pričom najmä hospodárska kríza poukázala na pozitívne vplyvy faktoru kreativity. Kreatívna ekonomika je v súčasnosti významným predmetom skúmania v ekonómii, manažmente, umení, vede a v ďalších odboroch. V rámci štruktúry priemyslu v koncepte priemyselnej politiky Európskej únie (EÚ) kreatívne odvetvie zohráva dôležitú úlohu, pretože sa jedná o sektor inovatívneho charakteru, s veľkou mierou pridanej hodnoty, s obsahom duševného vlastníctva, tvoriaci nové hodnoty, sprevádzaný sektorom sofistikovaných služieb.

### 2. Kreativita, kreatívna ekonomika a kreatívny priemysel

Kreativitu možno vysvetliť ako schopnosť tvoriť a vidieť veci v nových vzťahoch a s novým pohľadom. Kreatívny jedinec má schopnosť nachádzať nové, originálne riešenia a nové poznatky zmysluplne využívať. Každý človek disponuje určitou tvorivosťou, ktorú je možné do značnej miery ďalej rozvíjať. Kreativita ako schopnosť tvorby nových riešení a riešenia problémov sa stáva konkurenčnou výhodou pozitívne ovplyvňujúcou hospodársky a spoločenský rozvoj odvíjajúci sa od talentovaných ľudí tvoriacich kreatívnu triedu. Ak sú vytvorené vhodné podmienky v podobe tvorivého a otvoreného prostredia, kreatívni jedinci sú schopní tvoriť inovácie, nové technológie vedúce k ekonomickému rastu. Rozvoj kreatívnej ekonomiky je podmienený splnením niektorých predpokladov, a to dosiahnutie

---

<sup>#</sup> Príspevok vznikol s podporou projektu VEGA č. 2/0086/15 „Vytváranie a zhodnocovanie potenciálu znalostnej spoločnosti“

určitého stupňa vyspelosti ekonomického, technologického, sociálneho a kultúrneho prostredia.

Problematika kreatívnej ekonomiky a kreatívneho priemyslu nadobúda význam ako predmet analýzy a skúmania vo vedeckých a odborných záujmoch a adekvátne tomu aj v publikáciách (Berry, Glaeser, 2005, Denatale, Wassall, 2006, Kloudová, a kol. 2010). Kreatívny priemysel sa v týchto prácach definuje ako špecifické odvetvia výroby zahŕňajúce širokú škálu konkrétnych ľudských činností, pre ktoré je spoločným znakom takzvaná expresívna hodnota vyjadrujúca hodnotu estetickú, spirituálnu, spoločenskú, historickú, symbolickú a hodnotu pôvodnosti [6, s. 67]. Závěry všetkých štúdií sa zhodujú na fakte, že kreatívny a kultúrny sektor ekonomiky rastie rýchlejším tempom ako väčšina iných sektorov a patrí mu popredné miesto medzi ostatnými sektormi v oblasti pridanej hodnoty ku HDP krajiny. Problematikou kreatívneho priemyslu sa zaoberajú viaceré štúdie, ktoré sledujú rôznorodé faktory spojené s kreativitou a ich vplyvom na ekonomiku. Faktor momentu kreativity skúmal Ch. D. Throsby (2001), faktor komunikatívnosti kultúrneho produktu D. Hesmondhalgh (2007), faktor informačných a komunikačných technológií J. Hartley (2004), faktor duševného vlastníctva J. Howkins (2001), faktor kreatívnej triedy a faktor povolania R. Florida (2002), sociálne faktory a sieťovanie J. Potts (2008) [3]. Vplyv kreativity sa v súčasnosti posudzuje aj z pohľadu vzťahu medzi jedincami, organizovanou aktivitou a životným prostredím, kde táto aktivita prebieha, teda kreatívnou ekológiou [9, s. 4]. S problematikou kreatívnej ekonomiky významne oboznámil širšiu verejnosť R. Florida vydaním publikácie *The Rise of Creative Class* (2001). V nej zverejnil výsledky výskumov potvrdzujúce skutočnosť, že prítomnosť tvorivých ľudí žijúcich a pracujúcich v meste, má vplyv na atraktivitu, ekonomickú výkonnosť a konkurencieschopnosť mesta.

### 3. Meranie kreatívnej ekonomiky

Z dôvodu rastúceho významu kreatívnej ekonomiky vznikla potreba jej kvantifikácie vyjadrená indikátormi kreativity. Hľadanie adekvátnych indikátorov je veľmi zložitá, nakoľko neexistujú jednotné definície pojmov súvisiace s kreatívnou ekonomikou: čo je kreatívny priemysel, kultúrny priemysel, kto spadá do kreatívnej triedy atď. Najčastejšie sa stretávame s prístupom R. Florida založeného na hodnotení kreatívneho prostredia a kreatívnej triedy. Formuluje tri prejavy kreativity: umeleckú, ekonomickú a technologickú kreativitu, pričom tvorivosť meria prostredníctvom troch „T“ predstavujúcich *technologickú zručnosť, talent a toleranciu*. So spolupracovníkmi vytvoril *Index kreativity* tvorený Indexom talentu, Indexom technológií a Indexom tolerancie. Od Floridovho chápania kreatívnej spoločnosti sa výrazne odlišuje prístup D. Huia a jeho spolupracovníkov (2005), ktorí vytvorili tzv. hongkonský model 5C. Podľa ich modelu (*Outcomes of Creativity Index*) kreatívny proces priebežne ovplyvňuje spoločenský, kultúrny, štrukturálny (inštitucionálny) a ľudský kapitál, preto do štruktúry kreatívneho indexu zaradili aj sociálny kapitál [3].

Niektorí autori (Nathan, 2005) Floridov prístup kreatívnych miest považujú za aplikovateľný skôr pre americké mestá ako pre európske prostredie, čo je dané iným kultúrnym, historickým a ekonomickým zázemím Európy, ako aj dostupnosťou kompatibilných údajov. Na meranie európskej kreativity R. Florida a I. Tinagli (2004) upravili index do podoby *Euro-Creativity indexu*, zloženého z čiastkových veličín Euro-Talent Indexu, Euro-Technology Indexu a Euro-Tolerance Indexu.

V prostredí českej a slovenskej ekonomiky sa meraním kreatívnej ekonomiky zaoberala početná skupina výskumníkov. J. Kloudová (2009, 2010) zostavila český index kreativity a situačnú maticu krajov ČR, kde jednotlivé kraje zaradila do skupiny vodcovia, regióny v raste, oneskorenci a regióny strácajúce pôdu pod nohami. M. Antalová a M. Barta (2013) vychádzali z Floridovho konceptu a vytvorili *Slovak-Creativity Index*. M. Balog a kol. (2015)

predstavili dva spôsoby merania kreatívneho priemyslu, jeden založený na odvetvovej perspektíve a druhý na perspektíve povolání. A. Vaňová (2010) uplatnila marketingový pohľad na územie a navrhla tri stratégie rozvoja – stratégiu založenú na rozvoji kultúry a kreativity, stratégiu pritiahnutia nových obyvateľov a stratégiu budovania imidžu územia. R. Blahovec a O. Hudec (2012) analyzovali kreatívne odvetvia a zamestnanosť kreatívnej triedy v regiónoch SR, *Index kreatívneho kapitálu krajov SR* a geografickú mapu vytvorili F. Murgaš a M. Ševčíková (2012). Š. Rehák (2014) skúmal úlohu veľkých miest, migráciu kreatívnej triedy a lokalizáciu firiem na Slovensku, D. Brzica (2014) poukázal na komplexnosť miest v kontexte posilňovania znalostnej a kreatívnej spoločnosti a S. Klasová, I. Korobaničová a P. Burger (2017) na vplyv aglomeračných úspor na rast zamestnanosti v kreatívnych odvetviach v SR [3].

#### 4. Potenciál kreatívneho a kultúrneho priemyslu

Prvým štátom Európskej únie, ktorý inštitucionalizoval kreatívny priemysel a zahrnul ho do strategických dokumentov na najvyššej politickej úrovni, bola Veľká Británia. Prvá správa o stave kreatívneho priemyslu vo Veľkej Británii bola vypracovaná už v roku 1998 a pravidelne je aktualizovaná. Európsky parlament (EP) potvrdil potenciál kreatívneho a kultúrneho priemyslu uznesením o budúcom pokroku a potenciáli využiteľnosti kultúrnych odvetví 4. 9. 2003, druhé uznesenie o kultúrnom priemysle bolo zverejnené v apríli 2008. O význame kreatívneho priemyslu svedčí aj skutočnosť, že rok 2009 bol vyhlásený za *Európsky rok kreativity a inovácií*, čo vyjadřilo dôležitosť inovácií a podporu kreativity pre rozvoj Európy. V apríli 2010 bola za účelom konzultácií zverejnená Zelená kniha o uvoľnení potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Kniha mala podnietiť diskusiu o požiadavkách na vytvorenie stimulačného prostredia pre jeho rozvoj a identifikovať možnosti jeho lepšieho využitia pre zvýšenie ekonomického rastu v Európe. Základom pre prípravu stimulačných nástrojov kreatívneho priemyslu boli definície uvedené v Zelenej knihe. V kontexte kultúrneho prejavu (podľa Dohovoru UNESCO o ochrane a podpore rôznorodosti kultúrneho prejavu z roku 2005) sa pod „kultúrny priemysel“ zahŕňajú odvetvia vyrábajúce a distribuujuce tovar alebo služby, ktoré sa v čase ich vývoja považujú za tovar a služby osobitnej kvality, použitia alebo účelu a stelesňujúce alebo odovzdávajúce kultúrny prejav nezávisle od obchodnej hodnoty, ktorú môžu mať. V širšom chápaní, avšak už nad rámec pojmu používaného v Zelenej knihe, patrí do kreatívneho priemyslu aj odvetvie cestovného ruchu a odvetvie nových technológií vrátane informačno-komunikačných technológií. Tretie uznesenie Európskeho parlamentu o uvoľňovaní potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu bolo zverejnené 12. 5. 2011 a v tomto roku bola založená Európska aliancia kreatívneho priemyslu. Od roku 2008 je vydávaná správa *Creative Economy Report*, v septembri 2009 bola vytvorená sieť „ESSnet – kultúra“. Sieť tvoria organizácie patriace do Európskeho štatistického systému a jej úlohou je vytvoriť v EÚ porovnateľné údaje a metodický rámec štatistik v oblasti kultúry, kultúrneho a kreatívneho priemyslu, pre verejné a súkromné výdavky na kultúru a sledovať sociálny vplyv kultúry.

Kreatívny a kultúrny priemysel patrí medzi najrýchlejšie sa rozvíjajúce odvetvia vo svete. O jeho významnom podiele na svetovom hospodárstve informovala parížska konferencia 5. decembra 2015, kde bol prezentovaný historicky prvý prieskum mapujúci dopad kultúrneho a kreatívneho priemyslu na svetové hospodárstvo. Podľa informácií z konferencie kultúrny a kreatívny priemysel tvorí 3 % svetového HDP a patrí medzi najvýznamnejších svetových zamestnávateľov (1 % aktívnej populácie sveta). Komplexná štúdia spoločnosti EY „Éra kultúry – prvá globálna mapa KKP“ analyzuje 11 odvetví KKP naprieč Európou, Severnou Amerikou, Latinskou Amerikou, Áziou a Tichomorím, Afrikou a Stredným východom.

V každom svetovom regióne má kultúrny a kreatívny priemysel svoj vplyv, tak ako uvádza tabuľka 1.

Tabuľka 1 Kreatívny a kultúrny priemysel vo svetových regiónoch

| Región                  | % celosvetových tržieb KKP | % pracovných miest v KKP | Poznámka                                                              |
|-------------------------|----------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Európa                  | 32                         | 26                       | silná verejná podpora, vysoká koncentrácia kreatívcov                 |
| Severná Amerika         | 28                         | 16                       | vedúce postavenie v kinematografii, TV priemysle a múzických umeniach |
| Latinská Amerika        | 6                          | 7                        | TV, hudobná a tanečná produkcia                                       |
| Ázia a Tichomorie       | 31                         | 43                       | odevný priemysel, rast kinematografie a knižníctva                    |
| Afrika a Stredný východ | 3                          | 8                        | rast filmovej, televíznej a hudobnej produkcie                        |

Zdroj: CISAC, 2015.

## 5. Kultúrny a kreatívny priemysel na Slovensku

Kultúrny a kreatívny priemysel na Slovensku má v kompetencii Ministerstvo kultúry SR, Ministerstvo hospodárstva SR, avšak spolupracujú i s rezortom financií, školstva, práce a regionálneho rozvoja. Vymedzenie kreatívneho sektora na Slovensku bolo oficiálne uvedené vo vládnom materiáli „*Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike*“, schváleného vládou SR v roku 2011. Definícia kreatívneho priemyslu na Slovensku vychádza z definícií používaných v oficiálnych politikách iných štátov, resp. medzinárodných organizácií a je prispôbená slovenským pomerom. Na východiskový materiál z roku 2011 nadviazala „*Stratégia rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike*“ a „*Akčný plán na roky 2015 – 2017 k Stratégii rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike na roky 2014 – 2020*“. Obidva materiály boli vypracované pod gesciou ministerstva kultúry a ministerstva hospodárstva. Podľa stratégie kreatívne a kultúrne odvetvia zahŕňajú tvorbu, výrobu a distribúciu produktov a služieb využívajúcich tvorivosť, kreativitu a intelektuálny kapitál ako primárne vstupy. Taktiež súbor činností založených na znalostiach, zameraných, ale nie limitovaných umením, potenciálne vytvárajúcich príjmy z obchodu a duševného vlastníctva a hmotné a nehmotné intelektuálne alebo umelecké služby s kreatívnym obsahom, ekonomickou hodnotou a trhovými cieľmi. Z hľadiska lepšieho poznania kreatívneho priemyslu na Slovensku ho možno rozdeliť podľa oblasti tovaru a služieb, ktoré sú jeho tovarom, na: a) oblasť kultúry a umenia, b) oblasť súvisiacu s využívaním kreatívnej činnosti a c) oblasť predaja alebo vytvárania prístupu k tovarom alebo službám z predchádzajúcich oblastí spotrebiteľom [11].

V oblasti štatistiky pre meranie kreatívneho priemyslu možno vychádzať zo štruktúrovaných NACE kódov pre kreatívny priemysel a zapojení sa do siete ESSnet-kultúra. Vzhľadom na zloženie slovenského priemyslu a novo navrhnutú metodiku európskeho štatistického rámca v oblasti kultúry, ktorá nesleduje sektory softvéru a softvérových aplikácií, telekomunikácie, voľno časové aktivity (hry, zábavné aktivity, hazardné hry atď.) a cestovný ruch, prírodné rezervácie, zoologické záhrady a botanické záhrady, výrobu ozdobných výrobkov (keramika, šperky atď.), bolo by vhodné vytvoriť dvojúrovňovú metodiku, a to vrátane týchto vylúčených oblastí významne sa podieľajúcich na tvorbe slovenských inovácií [10, s.167].

Slovensko má tvorivý potenciál na rozvoj kultúrneho a kreatívneho priemyslu a jeho výhodou sú medzi sektorové väzby. K nástrojom rozvojovej politiky v oblasti kreatívnej ekonomiky patrí podpora rozvoja ľudského kapitálu, najmä prostredníctvom vzdelávania. Systémy vzdelávania často nie sú nastavené na podporu kreatívnej triedy, nakoľko nie je dostatočne definované, čo sú požadované schopnosti alebo vlastnosti kreatívnej triedy. Ďalším aspektom potrebným brať do úvahy pri podpore vzdelávania, je nutnosť prepojenia podnikateľských schopností a kreativity a uplatňovanie výchovy ku kreativite na všetkých stupňoch škôl. Vzdelávanie by sa malo tiež orientovať na zlepšenie schopnosti tvorby sietí a sociálnu interakciu a okrem podnikateľských zručností aj na zlepšenie komunikačných zručností. Na Slovensku zatiaľ neexistuje systematizovaná podpora kreatívnej ekonomiky, avšak predpoklady rozvoja kreatívneho priemyslu vytvára strategický materiál *Poznatkami k prosperite – Stratégia výskumu a inovácií pre inteligentnú špecializáciu Slovenskej republiky*, schválený Vládou SR dňa 13. 11. 2013. Stratégia je podmienkou pre čerpanie európskych štrukturálnych a investičných fondov v rokoch 2014 – 2020 a za jednu z priorit určuje práve kreatívny priemysel [1].

## Záver

Kreatívnu ekonomiku môžeme v súčasnosti vnímať ako nový globalizačný trend v modernej spoločnosti, ktorý vznikol už koncom 20. storočia. Vyznačuje sa zmenou prechodu od priemyselnej ekonomiky k ekonomike znalostí, založenej na komplexnom využívaní vedeckých poznatkov, vzdelania a informačných technológií. Hlavným znakom celosvetového vývoja je, podstatná zmena v postavení ľudského faktora v ekonomike v tom zmysle, že produkcia sa stále viac presúva do oblasti inovácií a nápadov, do tvorivých, originálnych, netradičných spôsobov myslenia, ktoré produkuje nové idey, a tie vytvárajú najvyššiu pridanú hodnotu. Prínos kreatívneho a kultúrneho priemyslu spočíva v jeho medzi sektorovom rozmere s minimálnym teritoriálnym obmedzením. Slovensko disponuje tvorivým potenciálom na rozvoj kreatívneho priemyslu a s ohľadom na obmedzené prírodné nerastné bohatstvo je vhodné orientovať sa na kreatívnu ekonomiku nezávislú od vyčerpatelných zdrojov. Vypracovaním strategických dokumentov sa krajina zapojila do podpory kreatívneho a kultúrneho priemyslu. Nové programové obdobie dáva príležitosť podporiť kultúru a kreativitu nielen v rámci rozvoja infraštruktúry a služieb, ale aj ako základného komponentu ekonomiky 21. storočia.

## Literatúra

- [1] BALOG, M. a kol. 2014. Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku. Slovenská inovačná a energetická agentúra, Bratislava 2014. 66 s. ISBN 978-80-88823-57-5.
- [2] FLORIDA, R. 2002. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. Basic Books. 2002. ISBN-13: 978-1864032567.
- [3] KAČÍRKOVÁ, M. 2017. Kreativita v kontexte znalostnej spoločnosti. Bratislava: Ekonomický ústav SAV, 2017. 37. s. ISSN 1337-5598 (elektronická verzia)
- [4] BRZICA, D. 2014. Mestá ako komplexné entity a globálni aktéri: dynamika ich rozvoja a faktory zmien. In: PAUHOFOVÁ, I., ŽELINSKÝ, T. (eds.). Paradigmy budúcich zmien v 21. storočí: Globálny svet – spolupráca alebo konfrontácia? Zborník statí, s. 50 – 60. [on-line.] <[http://www.ekonom.sav.sk/uploads/journals/247\\_pauhofova\\_zelinsky\\_zbornik\\_2014.pdf](http://www.ekonom.sav.sk/uploads/journals/247_pauhofova_zelinsky_zbornik_2014.pdf)>

- [5] SALAJOVÁ, S. 2014. Prečo kreatívna ekonomika? [on-line]. 2011. [cit. 2017-10.19]. Dostupné na internete: <<http://iconference.eu/Icondoc/seminarsvk.pdf>>
- [6] SOCIÁLNO-EKONOMICKÁ REVUE. 2012. Ľudské zdroje a kreatívny priemysel / 02-2012, ročník 10. In Zborník príspevkov z vedeckej konferencie 20. – 21. apríl 2012, Trenčín. [on-line]. [cit. 2017-10.24]. s. 1 – 145. ISSN – 1336-3727. Dostupné na internete: <[https://fsev.tnuni.sk/fileadmin/veda\\_a\\_vyskum/SER/2012/Socialno\\_ekonomicka\\_revue\\_volume\\_2\\_2012.pdf](https://fsev.tnuni.sk/fileadmin/veda_a_vyskum/SER/2012/Socialno_ekonomicka_revue_volume_2_2012.pdf)>
- [7] CISAC 2015. Nová globálna štúdia o kultúrnom a kreatívnom priemysle. [on-line]. Paríž 2015. [cit. 2017-10.23]. Dostupné na internete: <<http://www.soza.sk/aktuality/85/cisac-nova-globalna-studia-o-kulturnom-a-kreativnom-priemysle>>
- [8] EK, 2010. Zelená kniha. Uvoľnenie potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu. [on-line]. Brusel, 27. 4. 2010 KOM(2010) 183 v konečnom znení. [cit. 2017-10.23.]. Dostupné na internete: <[http://www.svu.sk/data/other/Zelena\\_kniha.pdf](http://www.svu.sk/data/other/Zelena_kniha.pdf)>
- [9] MK SR, 2011. Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike. [on-line]. Číslo materiálu: UV-40861/2011. [cit. 2017-10.30.]. Dostupné na internete: <<http://www.rokovania.sk/Rokovanie.aspx/BodRokovaniaDetail?idMaterial=20575>>
- [10] MK SR, 2013. Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku. [on-line]. [cit. 2017-10.30]. Dostupné na internete: <<http://www.culture.gov.sk/aktuality-36.html?id=440>>
- [11] MK SR, 2014. Akčný plán na roky 2015 – 2017 k Stratégii rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike na roky 2014 – 2020. [on-line]. Uznesenie č. 11/2015. [cit. 2017-10.30]. Dostupné na internete: <<http://www.rokovania.sk/Rokovanie.aspx/BodRokovaniaDetail?idMaterial=24172>>