

Hodnocení rozvoje a podpory kreativních průmyslů a klastrů v Rakousku

Bc. Markéta Laštůvková

Diplomová práce
2014

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Markéta Laštůvková**
Osobní číslo: **M12718**
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Hodnocení rozvoje a podpory kreativních průmyslů
a klastrů v Rakousku**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Proveďte a diskutujte vymezení kreativních průmyslů dle EU, v Rakousku a jeho sousedních zemí.
- Představte a komparujte strategie a nástroje podpory rozvoje kreativních průmyslů EU.

II. Praktická část

- Podejte základní fyzickou a sociálně-ekonomickou charakteristiku Rakouska s ohledem na jeho pozici ve Střední Evropě.
- Charakterizujte vývoj a současný stav kreativních průmyslů a klastrů v Rakousku.
- Analyzujte a vyhodnoťte strategie a metody podpory rozvoje kreativních průmyslů a klastrů v Rakousku.
- Získané poznatky aplikujte v návrhu projektu na podporu vzniku a rozvoje kreativních průmyslů ve městě Olomouci.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

ČIKÁNEK, Martin. Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku. 2., nové, rozš. a rev. vyd. Praha: Institut umění, 2013, 165 s. ISBN 978-80-7008-274-4.
FLEW, Terry. The creative industries: culture and policy. 1. vyd. London: SAGE, 2012, 232 s. ISBN 978-1-84787-576-1.
HUGGINS, Robert a Hiro IZUSHI. Competition, competitiveadvantage, and clusters: the ideas of Michael Porter. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2011, 303 s. ISBN 978-0-19-957803-0.
PAVELKOVÁ, Drahomíra. Klastry a jejich vliv na výkonnost firem. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 268 s. ISBN 978-80-247-2689-2.

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání diplomové práce: 17. února 2014
Termín odevzdání diplomové práce: 2. května 2014

Ve Zlíně dne 17. února 2014

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
dř.kovka



doc. RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
hájek@ústzov

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

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

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

- (1) Vysoká škola zveřejňuje dále: disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, a kterých předmětu obhajobou, včetně poznámek oponentů a výsledků obhajoby prostřednictvím databáze knihovnařských prací čtenou správou. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odvolání uchazečem k obhajobě musí být až nejedná pět pracovních dnů před komisí obhajoby zveřejněny. Je náležitě vyznačen v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracovních vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pobírat na své vlastní výlohy, ověřit její rozmedonek.
- (3) Pán, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

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

- (3) Do práva autorského také nezahrnuje škola nebo školská či vzdělávací zařízení, aťže-li náhodou na účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastnímu použití díla vymezené školení nebo studium ve střední školách nebo středních odborných vzdělávacích z jeho právního vztahu ke škole nebo školské či vzdělávacího zařízení (školské dílo).

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

- (1) Škola nebo školská či vzdělávací zařízení mají na obvyklých podmínkách právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 12 odst. 3). Uzavřít-li autor takového díla učitel vyučující bez vztahu díla, nebo se toto osoby školské nebo vzdělávacího zařízení jako dílo u svého. Úprava v § 35 odst. 3 vztahuje na školení.

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

Prohlašuji, že:

- jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a použité informační zdroje jsem citovala;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 25. 10. 2014

Sarka Páralová

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

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinou licenci, není-li to v rozporu s oprávněným zájmem školy nebo školního či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo škola či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výjimek jin skautského v souvislosti s tímto dílem či poskytnutím licencí podle odstavce 2 přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložil, a to podle skutečné výše; přitom se přihlíží k výši výdělků dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z této školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Hlavním cílem diplomové práce je uplatnit z existujících, úspěšných a nově vznikajících kreativních průmyslů a klastrů cenné zkušenosti, které by umožnily městu Olomouci nejen rozvoj kreativních průmyslů a klastrových iniciativ, ale i rozvoj podnikatelského prostředí.

Teoretická část vymezuje kreativní průmysly nejen podle Evropské Unie, ale také podle Rakouska a jeho sousedních zemí. S tím souvisí i prezentace strategií a nástrojů pro podporu rozvoje kreativních průmyslů v těchto zemích.

V praktické části je hlavní pozornost soustředěna na charakteristiku Rakouska, dále pak na vývoj a současný stav kreativních průmyslů a klastrů v této zemi, ale také na analyzování a vyhodnocení strategií a metod podpory rozvoje kreativních průmyslů a klastrů v Rakousku.

Projektová část této práce se zaměřuje na aplikování poznatků na podporu vzniku a rozvoje kreativních průmyslů a klastrových iniciativ ve městě Olomouci.

Klíčová slova: klastry, kreativní průmysly, Rakousko, Olomouc

ABSTRACT

The main objective of this thesis is to apply the valuable experience of existing, successful and emerging creative industries and clusters. These experiences would allow the city Olomouc not only the development of creative industries and cluster initiatives, but also the development of entrepreneurial environment.

The theoretical part defines the creative industries not only by the European Union, but also by Austria and its neighbouring countries. These things are closely related to presentation of strategies and tools to support the development of creative industries in these countries.

In the practical part, the main attention is focused on the characterization of Austria as well as the development and current state of the creative industries and clusters in the country, but also to analyse and evaluate the strategies and methods of the development support of creative industries and clusters in Austria.

The project part of this work focuses on the application of knowledge to the creation and development support of creative industries and cluster initiatives in Olomouc.

Key words: clusters, creative industries, Austria, Olomouc

ABSTRACT

Das Ziel dieser Diplomarbeit ist, die wertvollen Erfahrungen der schon existierenden, erfolgreichen sowie auch der neu entstehenden Kreativwirtschaft und der Clusters zu applizieren. Sie könnten der Stadt Olomouc nicht nur die Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Clusterinitiativen, sondern auch die Entwicklung des Unternehmensraums ermöglichen.

Der theoretische Teil selektiert die Kreativwirtschaft nicht nur nach der Europäischen Union, sondern auch nach Österreich und seinen Nachbarländern. Die Präsentation der Strategien sowie auch der Instrumenten für die Unterstützung der Entwicklung von Kreativwirtschaft in diesen Ländern hängt damit.

In dem praktischen Teil wird die Aufmerksamkeit der Charakteristik Österreichs gewidmet, weiter der Entwicklung und dem heutigen Zustand der Kreativwirtschaft und den Clustern dieses Landes, sowie auch der Analyse der Strategien und Methoden, die zur Unterstützung der Entwicklung von Kreativwirtschaft und Clusters Österreichs dienen.

Das Projekt im Rahmen der Diplomarbeit orientiert sich an das praktische Ausnützen der Kenntnisse aus dem theoretischen Teil für die Entwicklung der Kreativwirtschaft und Clusterinitiative in der Stadt Olomouc.

Schlüsselwörter: Clusters, Kreativwirtschaft, Österreich, Olomouc

Chtěla bych zde poděkovat panu RNDr. Pavlu Bednáři, Ph. D. za vedení mé diplomové práce, za cenné připomínky a odborné znalosti, které mi velmi pomohly při vypracování této práce.

Taktéž bych chtěla poděkovat pracovníkům Magistrátu města Olomouce, Krajského úřadu v Olomouci a dalším odborníkům a institucím za poskytnuté informace a čas, který mi věnovali, aby tato práce mohla vzniknout.

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

OBSAH

ÚVOD.....	12
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 DEFINICE KREATIVNÍCH A KULTURNÍCH PRŮMYSLŮ	14
1.1 VÝVOJ KREATIVNÍCH A KULTURNÍCH PRŮMYSLŮ	15
1.1.1 Model Work Foundation	16
1.1.2 Kreativita a kreativní třída	17
1.2 VLASTNOSTI TVŮRČÍCH ODVĚTVÍ.....	17
1.3 VYMEZENÍ KREATIVNÍCH A KULTURNÍCH PRŮMYSLŮ PODLE EU A DALŠÍCH INSTITUCÍ	18
1.4 VYMEZENÍ KREATIVNÍCH A KULTURNÍCH PRŮMYSLŮ V RAKOUSKU A JEHO SOUSEDNÍCH ZEMÍ	21
1.4.1 Spolková republika Německo	22
1.4.2 Česká republika	24
2 STRATEGIE A NÁSTROJE PODPORY ROZVOJE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A MSP V RÁMCI EVROPSKÉ UNIE	25
2.1 PROGRAMOVACÍ OBDOBÍ 2007-2013.....	25
2.1.1 Podpora kreativních a kulturních odvětví	25
2.1.2 Podpora malých a středních podniků	26
2.2 PROGRAMOVACÍ OBDOBÍ 2014-2020.....	26
2.2.1 Podpora malých a středních podniků	26
2.2.2 Podpora kreativních a kulturních odvětví	26
3 KONCEPT KLASTRŮ A JEJICH PŘÍNOS K ROZVOJI MĚST A REGIONŮ	28
3.1 KONKURENCESCHOPNOST	31
3.2 PORTERŮV MODEL KONKURENČNÍ VÝHODY NÁRODŮ.....	32
3.3 KLASTROVÉ INICIATIVY	33
3.4 ÚLOHA UNIVERZIT PŘI VZNIKU KLASTRŮ	34
4 SPECIFIKA KREATIVNÍCH KLASTRŮ A JEJICH ÚLOHA V REGIONÁLNÍM ROZVOJI A REGENERACI MĚST	35
4.1 ZNAKY KREATIVNÍCH KLASTRŮ	36
4.2 KREATIVNÍ MĚSTA.....	37
5 PŘÍNOS MSP PRO OBLAST KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A KLASTRŮ	38
II PRAKTICKÁ ČÁST	39
6 ZÁKLADNÍ FYZICKÁ A SOCIÁLNĚ- EKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA RAKOUSKA	40
6.1 PŘEDSTAVENÍ RAKOUSKA.....	40
6.2 EKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA RAKOUSKA	41
6.3 DEMOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA RAKOUSKA	42
7 VÝVOJ A SOUČASNÝ STAV KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A KLASTRŮ V RAKOUSKU	43

7.1	VÝVOJ A SOUČASNÝ STAV KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ	43
7.1.1	Případová studie kampusu Dornbirn	45
7.2	VÝVOJ A SOUČASNÝ STAV KLASTRŮ V RAKOUSKU	46
8	ANALYZOVÁNÍ A VYHODNOCENÍ STRATEGIÍ A METOD PODPORY ROZVOJE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A KLASTRŮ V RAKOUSKU	48
9	CHARAKTERISTIKA MĚSTA OLOMOUCE.....	49
9.1	SOCIODEMOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA OLOMOUCE A OLOMOUCKÉHO KRAJE	51
9.2	UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI	53
9.2.1	Vědeckotechnický park Univerzity Palackého	54
9.3	SOUČASNÁ PODPORA ROZVOJE MĚSTA OLOMOUCE	55
9.4	KLASTRY V OLOMOUCKÉM KRAJI	57
9.5	ROZHOVORY S PRACOVNÍKY MAGISTRÁTU MĚSTA OLOMOUCE, KRAJSKÉHO ÚŘADU OLOMOUC A DALŠÍMI ORGANIZACEMI.....	59
10	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	63
11	NÁVRHY PROJEKTŮ NA PODPORU VZNIKU A ROZVOJE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A KLASTRŮ VE MĚSTĚ OLOMOUCI	65
11.1	NÁVRH REVITALIZACE AREÁLU PIVOVARU A SLADOVNY V OLOMOUCI- HOLICÍCH	66
11.2	NÁVRH VZNIKU KLASTRU OPTIKY	70
	ZÁVĚR	73
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	75
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	81
	SEZNAM OBRÁZKŮ	83
	SEZNAM TABULEK.....	84
	SEZNAM PŘÍLOH.....	85

ÚVOD

V současnosti můžeme být svědky zvětšujícího se zájmu o odborné pojmy, kterými jsou kreativní průmysly a klastry. Na toto téma bylo již zpracováno a vydáno mnoho odborných publikací. Zaměření se na hodnocení rozvoje a podpory již existujících, úspěšných a nově vznikajících kreativních průmyslů, klastrů a klastrových iniciativ bylo stěžejní krokem v rámci zpracovávání celé diplomové práce.

V návaznosti na zkoumanou problematiku byl stanoven hlavní cíl, a to využití znalostí klastrů a kreativních průmyslů ze zkoumaných evropských zemí pro rozvoj města Olomouce. Díky umožnění rozhovorů s pracovníky Magistrátu města Olomouce, Krajského úřadu v Olomouci, ale i dalších institucí a organizací bylo možné zmapovat současný stav klastrů a kreativních průmyslů v tomto městě a navrhnout koncept pro jeho budoucí rozvoj.

Statutární město Olomouc má dlouholetou pověst kulturního, duchovního a univerzitního centra Moravy. Bezpočet muzeí, galerií, divadel, festivalů a dalších historických, kulturních a sakrálních staveb svědčí o skutečné kulturní základně, kterou město Olomouc disponuje a na které může zakládat svoji prezentaci jako potenciálního kreativního města.

Součástí teoretické části této diplomové práce je vymezení kreativních průmyslů podle Evropské unie, Rakouska a jeho sousedících států. S uvedenou problematikou souvisí vymezení strategií a nástrojů pro podporu rozvoje kreativních průmyslů.

V praktické části jsou prezentovány fyzické a sociálně-ekonomické charakteristiky Rakouska. Důležitým krokem k jejich předložení byla nejen charakteristika vývoje a současného stavu klastrů, klastrových iniciativ a kreativních průmyslů v tomto státě, ale i analýza a vyhodnocení strategií a metod pro podporu rozvoje kreativních průmyslů a klastrů v Rakousku.

V návrhu projektu jsou uvedeny možnosti na podporu vzniku a rozvoje kreativních průmyslů a klastrů ve městě Olomouci.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DEFINICE KREATIVNÍCH A KULTURNÍCH PRŮMYSLŮ

Během uplynulých několika let se do popředí zájmu dostala oblast nejen kreativních a kulturních průmyslů (dále jen KKP), ale také klastrů. O to víc je důležité poznamenat, že se o toto téma začali zajímat, mimo akademickou půdu, i přední političtí představitelé zemí po celém světě. Nicméně prozatím není k dispozici jednoznačně ucelená definice pro KKP. Existuje zde zajisté řada vysvětlení či charakteristik pro tuto odvětví ekonomiky, nicméně záleží na každém odborníkovi, politickém představiteli či na zástupcích terciárního vzdělávání, jak samotnou definici přijímají a pro své účely upravují. (Cikánek, 2013)

Barrowclough & Kozul-Wright (2008) uvádějí, že oblast kreativních průmyslů je jednou z nejdynamičtěji se rozvíjejících sektorů světové ekonomiky, kde kreativita, znalosti a další nehmotné hodnoty slouží jako základní produktivní prostředky. Jedná se o oblast, ve které je nutností dobře zvolená strategie v rámci budování konkurenčních výhod. Tito dva autoři uvedli dva charakteristické znaky kreativních průmyslů a to nedefinovatelnost a hmatatelnost. Kreativní průmysly tvoří základy nehmotnými myšlenkami a kreativitou, na druhé straně je reprezentují hmatatelné věci- například knihy či časopisy. Kreativní průmysly také ukazují na vysoký stupeň rozlišnosti mezi výslednými produkty, které jsou založeny na silné inovační aktivitě. Inovace je tedy základním nástrojem kreativních průmyslů.

Na otázku, které konkrétní činnosti vymezuje oblast KKP, odpověděl Cikánek v knize: Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku II. Uvedl, že ty oblasti, které souvisí s kreativními průmysly, jsou reprezentovány lidskou kreativitou, dovednostmi a talentem. Mezi diskutované oblasti je zahrnuta architektura, hudba, film, design, knihy, tisk, literatura, výtvarné a scénické umění, videohry, řemesla, kulturní dědictví či informační služby. Kreativní průmysly tedy pomáhají při ekonomickém a společenském růstu. Dále pak při snížení nezaměstnanosti, rozvoji informačních a komunikačních technologií. Kreativní odvětví představuje vysoce přidanou hodnotu, jelikož se rozvíjí rychleji, než ostatní odvětví ekonomiky a přispívá ke zlepšení kvality života. Mezi další pozitiva kreativních průmyslů je zařazena jejich schopnost nabídnout možná řešení v rámci tzv. společenských změn, za které lze považovat stárnutí populace, klimatické změny nebo problémy sociálního vyloučení určité skupiny obyvatel.

(Barrowclough & Kozul-Wright 2008; Cikánek, 2013)

1.1 Vývoj kreativních a kulturních průmyslů

Jaký byl vývoj KKP? To nastiňuje v této podkapitole Cikánek (2013) a Flew (2012). Během 20. st. došlo k největší změně ve vnímání těchto pojmů. Mezi prvními, kteří se zabývali kulturním průmyslem, byli členové Frankfurtské školy Theodor Adorno a Max Horkheimer. V důsledku silícího vlivu nacistické ideologie odešli z Německa a jejich útočištěm se stala Amerika. V nové zemi byli překvapeni tamějším způsobem života, přirovnávali ho k totalitnímu nacistickému systému z důvodu americké kulturní povrchnosti. Oba dva měli odlišný pohled na to, jak by měla kultura vypadat. Oba autoři nakonec usoudili, že kultura v té době již není prostředkem utopické kritiky tehdejší společnosti, jelikož bylo možné kulturu kupovat a prodávat. Podle nich byly pojmy kultura a průmysl úplně odlišné věci, avšak v době, ve které žili, došlo ke spojení těchto pojmů do podoby kulturního průmyslu. Pokračovatelé Frankfurtské školy se obávali toho, jak velký vliv mají média na demokratický způsob života.

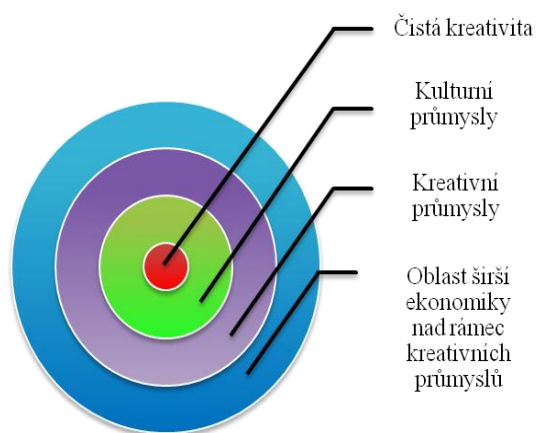
Od konce 60. let minulého st. bylo již zřejmé, že společnost společně s kulturou a byznysem na sebe navzájem navazují. Dokázali to francouzští sociologové - Morin, Huete a Miège. Přeměnili kulturní průmysl na kulturní průmysly, jelikož právě kreativní průmysly představují široké spektrum lidských činností, nikoli pouze jednu. Na tuto francouzskou školu později navázala mezinárodní organizace UNESCO, která později zveřejnila program o kulturních průmyslech. Francouzští sociologové také uvedli, že s industrializací byl zaznamenán přínos nových technologií, v důsledku čehož došlo i k prezentování nových uměleckých možností či inovací v kulturních produkcích. (Cikánek, 2013; Flew, 2012)

Velká Británie se v 80. letech minulého století snažila zmapovat ekonomické výkony v kulturním sektoru. Výsledkem byla mimo jiné studie ovlivňující po další desetiletí pohled na vývoj kulturních politik po celém světě, která čerpala informace z tzv. nekomerčního umění (vysokého) a komerčního umění (z oblasti kulturních průmyslů). Autor této studie, Myerscough, se zasloužil o nový trend, tzv. „*cultural quarter policies*“, kdy se vzájemně propojily kulturní průmysly s kulturními politikami. Díky tomuto propojení mohou nastat dvě situace, kdy je i v současnosti patrné, že financování kultury z veřejných rozpočtů by mělo mít co největší vliv na vkus obyvatel, kteří na kulturu přispívají svými daněmi a rovněž i na situaci, kdy se kultura a umění mohou stát důležitými ekonomickými činiteli v oblasti regenerace upadajících městských částí a regionů. Základní myšlenka kulturních politik je založena na aktivním přístupu měst, která díky naplánovanému strategic-

kému rozvoji umění a kultury, financovaného z veřejného rozpočtu, dokáže uskutečnit návrhy řešení ekonomických či sociálních problémů. Díky úspěchům, které kulturní politiky dokázaly ve změně města Glasgow a dalších projektů, se brzy rozšířily i do dalších koutů světa a stály tak u zrodu nového fenoménu kreativních průmyslů. Myerscough a někteří další odborníci se domnívali, že právě sloučení komerčního a nekomerčního umění vede ke zjištění, že jedna oblast nemůže být bez druhé. Kreativní průmysly tedy představují řešení pro revitalizaci měst a regionů, kde převládá upadající průmysl nebo kde prozatím nebyl nalezen prostor pro tradiční průmyslové odvětví. (Cikánek, 2013, s. 17- 19; Flew, 2012).

1.1.1 Model Work Foundation

Grafické vyjádření modelu Work Foundation znázorňuje kruhy, které na sebe navzájem navazují. Uprostřed se nachází oblast, která představuje čistě kreativní výstupy a to s vysokou expresní hodnotou. V této oblasti působí filmaři, skladatelé, spisovatelé, herci, tanečníci a programátoři. Oblast kulturních průmyslů navazující na oblast čisté kreativity představuje televizní a rozhlasové vysílání, hudbu, filmový průmysl, nakladatelství či počítačové hry. Oblast kulturních průmyslů se především soustřeďuje na komerční využití expresivní hodnoty. Mezi výstupy oblasti kreativních průmyslů se řadí funkční a expresivní hodnota. Pro kombinaci těchto hodnot je charakteristická klasifikace do těchto oblastí: reklama, módní průmysl, design, architektura či softwarové služby. Poslední oblast modelu Work Foundation představuje širší oblast ekonomiky pohybující se nad rámeček kreativních průmyslů. Jedná se o oblast, ze které jsou čerpány produkty s expresní hodnotou, tzn. vytvořeny kreativními průmysly. (Cikánek, 2013; Flew 2012)



Obrázek 1: Vlastní zpracování modelu Work Foundation

(Zdroj: Cikánek, 2013, str. 39)

1.1.2 Kreativita a kreativní třída

Vztah mezi kreativitou a kreativní třídou definoval profesor Florida (2002), když kreativitu označil jako za důležitou výhodu konkurenceschopnosti. Toto vysvětlení je platné právě v současné době. Zdůraznil, že díky kreativitě mohla vzniknout nová společenská vrstva, kterou označil pod názvem kreativní třída. Dále pak specifikuje tzv. ústřední kreativní třídu, pro kterou je typické vymýšlení nových technologických postupů či nových nápadů. Do této skupiny zařazuje architekty, designéry, umělce, pedagogy, hudebníky, umělce, ale především vědce. (Cikánek, 2013)

1.2 Vlastnosti tvůrčích odvětví

Flew (2012) se ve své knize (*The creative industries: culture and policy*) zabývá charakteristikou kreativních průmyslů, které se mohou nazývat i tvůrčími odvětvími. Tomuto autorovi se jeví značně nejistá pravděpodobnost poptávky po konkrétním kreativním produktu a to především z důvodu druhu produktu, jelikož se u kreativních produktů jedná o tzv. zážitkové zboží, kde kupujícímu před spotřebou chybějí informace. Navíc je spokojenost konzumenta odvozena do značné míry od subjektivního aspektu. Mezi další vlastnosti tvůrčího odvětví patří kreativní produkce a potřeba rozvíjet a udržovat tvůrčí týmy s různými dovednostmi, které často mají také různé zájmy a očekávání, týkající se konečného produktu. Dalším znakem tvůrčích odvětví je to, že kreativní produkty jsou opravdu rozmanité a lze se s nimi setkat ve formě různých druhů dostupných kreativních produktů. Mezi poslední dvě vlastnosti, které dokážou charakterizovat tvůrčí odvětví, patří potřeba koordinovat různé tvůrčí činnosti v relativně krátkém a často i omezeném časovém horizontu a nakonec životnost mnoha kulturních produktů a kapacita jejich výrobců, aby bylo možné i nadále získávat ekonomický profit, jako jsou autorská práva a licenční platby vyplácené dlouho po období vzniku produktu.

1.3 Vymezení kreativních a kulturních průmyslů podle EU a dalších institucí

V roce 2010 vydala Evropská komise dokument nesoucí název Zelená kniha: Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví. Obsah dokumentu byl zaměřen především na podporu tzv. kulturních a tvůrčích odvětví. V této zprávě bylo uvedeno, že v čele kulturních a tvůrčích odvětví stojí vysoce inovativní společnosti mající vysoký hospodářský potenciál a zároveň patří mezi nejdynamičtější sektory v Evropě. Dokument Zelená kniha definuje zmíněné odvětví následovně:

- kulturní odvětví: tato odvětví vytváří produkty a služby, které jsou v momentě vzniku charakteristické určitou povahou, využitím či účelem a zároveň jsou prostředkem kulturních pojmů a to nezávisle na obchodní hodnotě, které mohou tyto služby a produkty mít. Patří sem kulturní dědictví, vizuální umění, scénické umění, film, DVD, video, televize, rozhlas, videohry;
- tvůrčí odvětví: tato odvětví mají kulturní rozměr a kulturu používají jako vstupní prvek a následná výstupní hodnota pak vypovídá o funkčnosti. Mezi tvůrčí odvětví se řadí architektura, design, móda a reklama.

Aby mohla kulturní a tvůrčí odvětví využít svého potenciálu, je nutné vytvořit vhodné prostředky, aby byl dosažený potenciál využit (inovace, experimenty, podnikání). Dále pak je žádoucí podpořit tato odvětví na místní a regionální úrovni. Je třeba posilovat vztah mezi vzděláváním, odbornou přípravou a kulturními a tvůrčími odvětvími a také maximalizovat možnost růstu malých a středních podniků (dále jen MSP) v těchto odvětvích.

(Zelená kniha, 2010)

Cikánek (2013) uvádí, že se lze setkat s kreativními průmysly nejen na úrovni jednotlivých národních ekonomik, ale také na úrovni světové ekonomiky. Z tohoto důvodu se na uvedené oblasti soustřeďují i následující mezinárodní organizace:

UNESCO

Tato organizace definuje KKP jako odvětví průmyslu vytvářející nebo distribuující kulturní služby a produkty. Kulturní služby, produkty a aktivity označuje za takové, které prezentují určité vlastnosti nebo možnosti využití a jsou také prostředkem určitého kulturního sdělení. Při definování kreativních klastrů upozorňuje tato organizace na tržní sílu, která může v některých případech zastínit kulturní hodnotu.

UNESCO pochopilo kulturu jako operační aktivity napříč šesti přímými doménami a dvěma souvisejícími oblastmi. Přímé domény byly stanoveny takto:

- 1) Kulturní a přírodní dědictví: muzea, archeologické a historické památky;
- 2) Představení a slavnosti: múzická umění, hudba a festivaly, veletrhy a slavnosti;
- 3) Vizuální umění a řemesla: výtvarné umění, fotografie, řemesla;
- 4) Knihy a tisková média: knihy, noviny a časopisy, ostatní tiskoviny, vizuální publikování, knihovny, knižní veletrhy;
- 5) Audiovizuální a interaktivní média: film a video, televizní a rozhlasové stanice, TV, internet, videohry;
- 6) Design a kreativní služby: módní design, grafický design, interiérový design, architektonické služby, reklamní služby.

(Flew, 2012)

WIPO

Jedná se o světovou organizaci duševního vlastnictví. Vysvětluje kreativní podnikání jako prostředek, který přispívá ke společenskému, kulturnímu a ekonomickému rozvoji národů. Ve své definici WIPO rovněž zmiňuje roli kreativních podnikatelů. Kreativní průmysly tedy udržují odlišné kulturní tradice a společenské hodnoty, snaží se však i o lepší možnosti pracovního uplatnění a podporu obchodu. (Cikánek, 2013)

NESTA

Rozděluje kreativní průmysly do čtyř skupin:

- kreativní dodavatele: reklamní agentury, poradenství v oblasti designu nebo poradenství v oblasti architektury;
- kreativní produkci: TV, film, videohry, módní návrháře, hudební vydavatelství;
- kreativní a zkušené dodavatele: divadlo, opera, taneční vystoupení;
- kreativní a originální produkci: zaměření se na menší produkční výrobce.

(Flew, 2012)

EVROPSKÁ KOMISE

Evropská komise ve své definici kreativních průmyslů nejdříve tuto oblast rozděluje na kreativní a kulturní sektor, přičemž kulturní sektor představuje tradiční umění a také oblast kulturních průmyslů. Kreativní sektor pak definuje jako další aktivity a odvětví využívající kulturu a umění jako přidanou hodnotu při nabízení služeb a produktů, které nespádají do oblasti kultury a umění. (Cikánek, 2013)

Tabulka číslo 1: Přehled kulturního a kreativního sektoru podle Evropské komise

OBLASTI	ODVĚTVÍ	PODODVĚTVÍ
Oblasti tradičního umění	Výtvarné odvětví	Řemesla, malířství, sochařství
	Scénická umění	Divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	Kulturní dědictví	Muzea, knihovny, archivy, archeologická naleziště
Oblast kulturních průmyslů	Film a video	
	Televize a rozhlas	
	Videohry	
	Hudba	Hudební průmysly, živá hudební vystoupení
	Knihy a tisk	
Oblast kreativních průmyslů	Design	Módní průmysl, grafický design, design interiérů, průmyslový design
	Architektura	
	Reklamní průmysl	
Oblast příbuzných odvětví	Výrobci PC	

	Označení kulturního sektoru
	Označení kreativního sektoru

(Zdroj: Cikánek, 2013, s. 53)

1.4 Vymezení kreativních a kulturních průmyslů v Rakousku a jeho sousedních zemí

Rakousko nemělo po dlouhou dobu navrženou a uznanou definici kreativních průmyslů v rámci všech spolkových zemí. Nicméně od roku 2000 byly zřízeny kreativní průmysly na území Rakouska a staly se tak významnou součástí rakouského hospodářství. Tato země se snaží vydávat v pravidelných intervalech zprávy o stavu kreativních průmyslů v Rakousku. V návaznosti na zprávu z roku 2010 je oblast kreativních průmyslů charakterizována tak, že se kreativní průmysly z velké části zaměřují na zisk jednotlivých podnikatelských subjektů činných v oblasti vzniku, produkce a distribuce KKP a služeb.

(Fünfter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2013)

Tabulka číslo 2: Oblasti kreativních průmyslů v Rakousku

OBLASTI	TRHY
Architektura	Architektonické kanceláře
Design	Textilní designéři, šperkaři, grafici
Hudba, knihy a umělecké činnosti	Maloobchod s knihami, hudebními nástroji a uměleckými díly Nahrávací studia Umělecké a výtvarné vyučování Umělecké a spisovatelské činnosti
Rozhlas a televize	Rozhlasoví a televizní podnikatelé
Software a počítačové hry	Programování, IT služby Vydávání počítačových her a dalšího softwaru
Vydavatelství	Vydávání knih, časopisů a novin
Video a film	Výroba a zpracování filmů a televizních programů Kina
Reklama	Tvorba a rozšiřování reklamy
Knihovny, muzea, botanické a zoologické zahrady	Knihovny, muzea, botanické a zoologické zahrady

(Vlastní zpracování podle Institutu umění- Divadelního ústavu, 2012)

Další charakteristika kreativních a kulturních průmyslů na území Rakouska bude vymezena v praktické části této diplomové práce.

1.4.1 Spolková republika Německo

Pojmy kreativní a kulturní průmysly nesou v Německé spolkové republice (dále jen SRN) označení: *Kultur- und Kreativwirtschaft*. V 2007 se konala na úrovni Spolkové vlády diskuze na vymezení těchto odborných pojmů. Konečné vymezení rozdělení kulturního a kreativního sektoru znázorňuje níže uvedená tabulka.

(Kulturní a kreativní průmysly v Německu, 2012)

Tabulka číslo 3: Přehled kulturního a kreativního průmyslu v Německu

SEKTOR	KULTURNÍ A KREATIVNÍ SEKTOR	
SUBSEKTORY	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly
DÍLČÍ DÍLY	Hudební průmysl	Reklamní trh
	Knižní trh	Trh softwaru a počítačových her
	Trh výtvarného umění	
	Filmový průmysl	
	Televizní a rozhlasový trh	
	Trh scénického umění	
	Trh designu	
	Trh architektury	
	Trh s tiskem	
	Ostatní	

(Vlastní zpracování KKP v Německu
podle Institutu umění- Divadelního ústavu, 2012)

V roce 1992 byla vytvořena první zpráva o ekonomickém potencionálu kreativních a kulturních odvětví na území spolkové země Severní Porýní- Vestfálsko, kde převládá těžební a hutní průmysl a kde došlo k poklesu pracovních míst právě v těchto průmyslových odvětvích. V současné době je možno setkat se s různými strategiemi na podporu růstu ekonomiky, vzniku inovací a nových pracovních míst a v neposlední řadě i ke zvýšení konkurenceschopnosti na území jednotlivých německých měst, regionů a spolkových zemí. Význam KKP v rámci německé spolkové ekonomiky je silný. Tato odvětví v roce 2008 dosáhla obratu 132 miliard eur, což představuje 2,5 % HDP SRN. Oblasti německých KKP jsou schopny nabídnout až 1 milion pracovních míst. Počet podnikatelských subjektů, které působí v oblasti KKP, je přibližně 238 000. Tato oblast nového odvětví ekonomiky je považována na rostoucí sektor, ve kterém působí 97% malých podniků, lépe řečeno samo-

statně výdělečně činných jednotlivců. Podnikání v těchto oblastech může představovat rizika, která jsou spojená s nízkými příjmy.

Z tohoto důvodu se angažovalo Spolkové ministerstvo průmyslu a technologií SRN a navrhlo *Iniciativu pro podporu kulturních a kreativních průmyslů*. Výše finanční podpory v této iniciativě činila 3,7 milionu eur za rok. Hlavním cílem iniciativy je podpora spolupráce mezi jednotlivými německými ministerstvy v rámci legislativního procesu, každý rok zmapovat stav kulturního a kreativního odvětví v SRN, investovat do vědy a výzkumu a podpořit zakládání nových firem, které se dlouhodobě udrží v oblasti KKP a dokážou využít svého inovačního potenciálu.

(Kulturní a kreativní průmysly v Německu, 2012)

1.4.2 Česká republika

V České republice (dále jen ČR) jsou KKP vymezeny na základě tzv. účtu kultury. Ten zabezpečuje ČSÚ a Národní informační a poradenské středisko pro kulturu. V roce 2008 byl vládou ČR vytvořen přehled, do kterého spadala oblast kultury a to na základě usnesení o státní kulturní police pro roky 2009- 2014. Účet kultury ČR zahrnuje oblasti kreativních a kulturních průmyslů podobně jako dokument Zelená kniha. Od roku 2011 jsou pravidelně zveřejňovány a upřesňovány informace o stavu KKP v ČR. Mapování KKP na území ČR bylo poprvé uskutečněno pro Moravskoslezský kraj, jelikož se Ostrava snažila zvítězit v soutěži Evropské hlavní město kultury pro rok 2010. Bednář uvádí (Cikánek, 2013), že v rámci vymezení kreativních a kulturních průmyslů na území ČR došlo během poslední doby ke zvýšení zájmu o tyto oblasti, ale zároveň nebylo docíleno úplného chápání významu této oblasti pro sociální a ekonomický růst v ČR. (Cikánek, 2013)

Tabulka číslo 4: Přehled kulturního a kreativního průmyslu v ČR

SEKTOR	OBLAST
KULTURNÍ SEKTOR	Kulturní dědictví
	Scénická umění
	Výtvarná umění
	Kulturní a umělecké vzdělávání
	Řemesla
KULTURNÍ PRŮMYSL	Film a video
	Hudba
	Televize
	Knihy a tisk
	Videohry
	Rozhlas
KREATIVNÍ PRŮMYSL	Architektura
	Reklama
	Design

(Vlastní zpracování podle Cikánka, 2013, s. 75)

2 STRATEGIE A NÁSTROJE PODPORY ROZVOJE

KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A MSP V RÁMCI EVROPSKÉ UNIE

Evropská komise podporuje inovace pomocí řady opatření v rámci jednotlivých členských států. Malé a střední podniky představují důležitou součást ekonomiky. Evropská unie dokazuje tuto skutečnost tím, že je označila za významný bod evropské ekonomiky. Význam malých a středních podniků se odrazil v zájmu členských států EU a jejich snaze podnikat kroky k jejich rozvoji, například formou spolupráce. (Pavelková, 2009)

V této kapitole je uvedena podpora z řad programů EU na podporu kreativních a kulturních odvětví.

2.1 Programovací období 2007-2013

2.1.1 Podpora kreativních a kulturních odvětví

PROGRAM MEDIA

Za dobu působnosti programu MEDIA získaly české organizace v přepočtu zhruba 458 milionů Kč. Mezi nejvíce podporované oblasti patřila podpora a distribuce zahraničních evropských snímků a podpora vývoje nových českých filmů. V současném programovacím období 2014- 2020 bude z programu Kreativní Evropa pokračovat i nadále program MEDIA. Jeho zaměření bude podobné, jako v předešlých letech, tedy největší úsilí bude směřovat do podpory vývoje filmů, dále pak jejich distribuování a propagování na festivalech a během filmových projekcích v kinech. (Ministerstvo kultury ČR, 2007)

PROGRAM KULTURA

Tento program podpořil v programovacím období 2007-2013 kolem 152 projektů, ve kterých byly zapojeny i české společnosti. Celková výše finanční podpory na realizaci projektů v rámci programu KULTURA se pohybovala v rozmezí 1, 4 miliardy Kč. Tato částka ale představovala finanční prostředky na podporu mezinárodních projektů. Mezi cíle programu MEDIA v programovacím období 2014- 2020 bude patřit podpora mezinárodních neziskových projektů, překlad literárních děl, který byly vydány nakladateli v Evropě. Mezi další cíle programu patří i rozvoj manažerských a obchodních dovedností či příprava na spolupráci s publikem a v neposlední řadě i využívání nových technologií. (Ministerstvo kultury ČR, 2007)

2.1.2 Podpora malých a středních podniků

V předchozím programovacím období 2007-2013 se o problematiku malých a středních podniků zajímal **Rámcový program pro konkurenceschopnost a inovace (CIP)**. Předmětem jeho zájmu byly také inovace, včetně ekologických. Hlavním cílem tohoto programu bylo zajistit čerpání finančních prostředků využívaných na podporu podnikání v regionech a s ním souvisejících služeb, které byly za tímto účelem poskytovány. Program se snaží podnítit efektivnější zavádění informačních a komunikačních technologií. V rámci ekologických inovací je pozornost soustředěna na obnovitelné zdroje. Celková finanční částka se pohybovala v rozmezí 3621 miliónů eur. Rámcový program pro konkurenceschopnost a inovace byl rozdělen na tři operační programy:

- Program pro podnikání a inovace;
- Program na podporu politiky informačních a telekomunikačních technologií;
- Program inteligentní energie pro Evropu.

(Rámcový program pro konkurenceschopnost a inovace, 2014)

2.2 Programovací období 2014-2020

2.2.1 Podpora malých a středních podniků

V současném programovacím období do popředí zájmu pronikl **Program pro konkurenceschopnost podniků s důrazem na malé a střední podnikání (COSME)**. Tento program pokračuje v úsilí svého předchůdce - Rámcového programu pro konkurenceschopnost a inovace. Plánovaný rozpočet současného programu je odhadován na 2,3 miliardy eur.

2.2.2 Podpora kreativních a kulturních odvětví

KREATIVNÍ EVROPA

Na začátku roku 2014 byl spuštěn nový program EU, který se snaží podporovat kreativní a kulturní odvětví. Jeho název zní KREATIVNÍ EVROPA a tento program bude realizován v programovacím období 2014- 2020. Celkové finanční náklady na podporu projektů z tohoto programu budou dosahovat 1,462 miliardy eur, což představuje oproti minulému období zvýšení finančních prostředků o 9%. Program KREATIVNÍ EVROPA navazuje na dřívější programy, které sloužily k podpoře kultury a audiovizí. Jednalo se o programy

MEDIA a KULTURA. Podle posledních odhadů bude v rámci programu KREATIVNÍ EVROPA podpořeno zhruba 250 000 umělců v odvětví kultury. Dále pak budou finanční prostředky směřovat na chod 2 000 kin. Program KREATIVNÍ EVROPA se bude podílet na vzniku 800 filmů a díky jeho finanční podpoře bude moci být přeloženo kolem 4 500 literárních titulů. Oblast kulturních a kreativních odvětví na území EU představují až 4,5 % evropského HDP a v těchto odvětvích je zaměstnáno kolem 8 milionů lidí. Program Kreativní Evropa funguje pod záštitou Evropské komise v rámci Generálního ředitelství pro vzdělání a kulturu (DG EAC). (Kreativní Evropa, 2014; (Ministerstvo kultury ČR, 2007)

Mezi další oblasti podpory v rámci EU a ČR jsou pro následující programovací období 2014- 2020 vytyčeny následující cíle:

- 1) Globální růst: tento bod se zaměřuje na podporu růstu konkurenceschopnosti podnikatelských subjektů a to především MSP prostřednictvím vzniku a aplikování inovací a výzkumu pro utužování územní regionální soudržnosti;
- 2) Specifické cíle: tyto cíle navazují na předešlé globální cíle a snaží se je dále rozvíjet. Proto jsou specifické cíle zaměřeny na rozvoj podnikatelského zázemí v rámci vzniku nových pracovních míst v určitých regionech, které se potýkají s vysokou nezaměstnaností. Součástí specifických cílů je i zaměření se na zvýšení exportu MSP v oblasti průmyslu a služeb, dále pak podpora vědeckovýzkumných center pro tvorbu nových inovací;
- 3) Strategické cíle: tyto cíle se opírají jak o globální, tak i o strategické cíle. Mezi jejich hlavní cíle patří zvýšit počet firem v oblasti inovací pro zvýšení jejich konkurenceschopnosti, nabízet i poradenské služby. Dále pak se jedná o posilování projektů v rámci spolupráce více MSP v oblastech designu, kreativních odvětví a cestovního ruchu. Nebo podporovat rozvoj lidských zdrojů, zvyšovat pro MSP úroveň informačních a telekomunikačních technologií a v neposlední řadě podporovat podnikání v regionech s vysokou mírou nezaměstnanosti;
- 4) Podpora rozvoje klastru s ohledem na podporu inovací, výzkumu a vývoje, zvýšení konkurenceschopnosti a úspory nákladů.

(Pavelková, 2013)

3 KONCEPT KLASTRŮ A JEJICH PŘÍNOS K ROZVOJI MĚST A REGIONŮ

Významný americký ekonom Michael E. Porter zabývající se problematikou konkurenceschopnosti regionů a tvorby strategických projektů pro jejich ekonomický rozvoj, definuje klastr jako geografické uskupení vzájemně propojených firem a institucí v jednom odvětví, jak uvádí Knápková, Pavelková a Fridel (2010) v knize: *Business Clusters- Partnering for Strategic Advantage*, v kapitole: *Models and Approaches to Measuring and Managing of Performance of Clusters and Clusters Initiatives*.

(Jayachandran, 2010; Huggins & Izushi, 2011)

Agentura CzechInvest (CzechInvest, 1994-2014) vysvětluje pojem klastr v rámci České republiky (dále jen ČR) jako sdružení firem a institucí v rámci určité geografické lokalizace. Členové daného klastru si mohou nejen navzájem konkurovat, ale významným faktorem je i vzájemná spolupráce, která podstatně přispívá k dosažení zvýšené konkurenceschopnosti jednotlivých aktérů. Vzájemná konkurence členů klastru vede k odhalení možných překážek v rámci vzdělávání zaměstnanců, výběru dodavatelů nebo vzájemné kooperace s výzkumnými institucemi a získání potřebných finančních prostředků na jejich výzkum. Pokud budou sílit vazby mezi jednotlivými členy klastru, ať už se jedná o firmy, univerzity či regionální instituce, lze dosáhnout nezanedbatelných konkurenčních výhod.

Důležitost vzniku klastrů vysvětluje mnoho odborníků. Podle Pavelkové (2009), která se touto problematikou zabývala, je jedním z hlavních důvodů vzniku především zvýšení konkurenceschopnosti jednotlivých firem. S výše uvedenou strategií souvisí také vzájemná kooperace napříč celým klastrem, kdy jednotliví členové daného klastru vzájemně spolupracují a vytvářejí tak nejen podmínky pro zvýšení výkonnosti ekonomiky, ale také pro vznik inovací.

Pojem klastr a oblast kreativních průmyslů představují obdobně složitou situaci z hlediska jejich vymezení, jak vysvětluje v knize: *Kreativní průmysly- příležitost pro novou ekonomiku II*, v kapitole: *Kreativní klastry*, Bednář. (Cikánek, 2013) Nicméně tento autor zdůraznil velikost významu jedné vlastnosti, kterou je konkurenceschopnost. Ta platí nejen pro klastry, ale i pro jednotlivé regiony, organizace a firmy.

Hlavní problém - v souvislosti s měřením a výkonem klastrů - představuje prakticky nemožnost rozlišit specifické přínosy firem v klastru, které ale mohou taktéž nastat v případě, že firma není jeho členem, jak uvádí Jayachandran (2010). Během uplynulých několika let bylo navrženo několik modelů, které se pokoušely zachytit výkon klastru a klastrových iniciativ. Mezi tyto známé modely patří:

- Porterův model: Jedná se nejspíše o nejznámější model používaný pro hodnocení konkurenceschopnosti firem, regionů nebo ekonomik
- Model CIPM: byl publikován v roce 2003 v Zelené knize klastrových iniciativ a mezi nejdůležitější faktory této metody patří
 - sociální, politické a ekonomické prostředí v zemi;
 - cíle klastrové iniciativy;
 - proces rozvoje klastrové iniciativy.
- Model CLOE: neboli Benchmarking klastrové iniciativy (dále jen KI) zahrnuje
 - klíčové ukazatele (př. počet členů KI);
 - kvalifikaci (př. počet akcí a účastníků na projektech v rámci KI);
 - společné projekty (př. počet společností spolupracujících s KI);
 - další ukazatele (př. počet institucí zahrnutých do KI).

(Pavelková, 2009)

Jak Hartley (2005) v publikaci *Creative industries* uvádí, klastry představují nový způsob myšlení v rámci jednotlivých národů, států, lokálních ekonomik a jsou řídicí silou ve zvýšení exportu a přitahují atraktivní zahraniční investory. Oblast, do které je klaster situován, závisí na jednotlivých regionech, státech, dokonce i na městech nebo i vzdálenosti sousedících států. Příkladem může být jižní část Spolkové republiky Německo, která sousedí se Švýcarskem, kde se mluví německy. Umístění klastru se tedy týká i vzdálenosti. Klastry mezi sebe zahrnují i další instituce. Členem může být za určitých podmínek i zahraniční firma. Tento autor také zdůraznil problematiku tvoření klastru pouze s jednou průmyslovou oblastí. Pokud takový klaster existuje, chybí zde klíčové propojení s dalšími průmysly a institucemi. Je tedy vhodnější, pokud je propojeno více druhů průmyslů. Klastry se nacházejí jak v méně rozvinutých regionech, tak i ve vyspělých.

Vznik konceptu klastru sahá až ke konci 19. Století. V této době se britský ekonom Alfred Marshall zabýval koncentrací průmyslových odvětví v určitých regionech. Zjistil, že koncentrace a propojenost firem v určitých regionech znamená pro jednotlivé aktéry tzv. lokalizační úspory (Pavelková, 2009, s. 17)

V současné době existují dva modely vzniku klastru. Jedná se o:

- přirozené klastry, které vznikají na základě přirozené potřeby, aby bylo docíleno silnějších vazeb mezi podnikatelskými subjekty;
- zkonstruované klastry jsou zakládány často z iniciativy představitelů státní správy;
- existenci třetí varianty vzniku klastru z propojení předešlých dvou konceptů.

(Pavelková, 2009)

V knize- Klastry a jejich vliv na výkonnost firem, rozvádí autorka (Pavelková, 2009) stádia životního cyklu klastru následovně:

Tabulka číslo 5: Stadia životního cyklu klastru

	KVANTITATIVNÍ DIMENZE	KVALITATIVNÍ DIMENZE
EMERGING KLASTR Přímý vliv Systematický vliv	Málo společností a zaměstnanců Možnosti pro společenské aktivity	Heterogenní Vzácně interakce
ROSTOUCÍ KLASTR Přímý vliv Systematický vliv	Zvyšující se zaměstnanost Rostoucí vnímání, kolektivní aktivity	Zacílené Otevřené a flexibilní sítě
ZRALÝ KLASTR Přímý vliv Systematický vliv	Stagnace Klaster formuje region	Silné ovlivňování regionu Využívají synergických výhod, externích znalostí
UPADAJÍCÍ KLASTR Přímý vliv Systematický vliv	Pokles počtu společností a zaměstnanců Negativa vůči klastru, lobbying	Silné zaměření na úzkou trajektorii Uzavření sítě brání adaptabilitě klastru

(Vlastní zpracování podle Pavelkové 2009, s. 25; 2014)

3.1 Konkurenceschopnost

Ve všech odborných publikacích je kladen důraz na konkurenceschopnost. Tato vlastnost klastru je dynamickou složkou, která se zakládá na inovacích a výzkumu. Firmy mohou být více produktivní, pokud využívají sofistikované metody, vyspělou technologii a jsou schopny nabízet unikátní výrobky a služby. (Hartley, 2005) Pokud se firmy zapojí do klastrů, mohou zvýšit svou konkurenceschopnost následovně:

- produktivita se bude zlepšovat, pokud dojde ke zlepšení přístupu v rámci dodavatelů, informací a technologií;
- kooperující firmy budou dosahovat vyššího inovačního potenciálu a to v důsledku přeléváním znalostí (tzv. SPILLOVER) uvnitř klastru;
- pokud se bude klaster rozrůstat, dojde k odštěpení nových podniků (tzv. SPIN-OFFS).

Členové klastru mají výhodu v tom, že dokážou společně odhadnout přání zákazníků, jak se budou technologie vyvíjet a jsou schopni rychleji reagovat na případné změny.

(Pavelková, 2009)

Se vstupem ČR do EU došlo k rozvoji klastrů v souvislosti s možností čerpání evropských dotací. Důležitou roli v této oblasti představují kraje, jelikož právě na krajské úrovni byly klastry v ČR zakládány. Do současnosti nebyla na území ČR založena klastrová organizace, která by se soustřeďovala na oblast kreativních průmyslů. Proto v ČR prozatím existují klastry se specializací na informační a zpracovatelský průmysl nebo na pokročilé technologie. (Cikánek, 2013)

Podle Stejskala (2011) hraje důležitou roli také Regionální systém inovací. Ten představuje systém politických a ekonomických vztahů v určitém regionu a cílem tohoto systému je hlavně kooperace mezi vědeckovýzkumnými organizacemi a podnikatelskými subjekty. Přínosem této spolupráce je růst kvalifikovaných absolventů univerzit, tvorba nových podnikatelských subjektů, získání potřebných znalostí, získání potřebného vybavení pro výzkum a jiné. Stejskal se domnívá, že Regionální systém inovací má velmi blízko ke konceptu regionálních klastrů. Konkurenceschopnost klastru se odvíjí od přístupu k finančním prostředkům. Samotné vedení klastru by mělo mít potřebnou finanční podporu. Klastry, které jsou dobře finančně vedeny, pak mohou dosahovat lepších výsledků. Mezi finanční zdroje klastru se řadí jak soukromý a veřejný sektor, tak i kombinace obou variant.

3.2 Porterův model konkurenční výhody národů

Výsledek akademického výzkumu konkurenční výhody národů poskytl hlavní podnět oboru ekonomické geografie a nastartoval zájem o prostorové aspekty této strategie. Výsledkem výzkumu, zejména s ohledem na roli průmyslových klastrů je Porterův diamantový model. Jedná se především o výzkum dynamiky, jehož prostřednictvím dochází k vývoji lokální konkurenční výhody, přičemž pozornost je zaměřena na význam přenosu znalostí, získávání kontaktů ze sociálních sítí a podnikání. Porterova teorie národní konkurenční výhody je založena na analýze charakteristik národního prostředí, které identifikuje čtyři sady proměnných, ovlivňujících schopnost firmy při vytváření a udržení konkurenční výhody v rámci mezinárodních trhů. Tyto interakční determinanty vytvářejí aspekt, Porterem označovaný pojmem- národní diamant. Klíčové vlastnosti diamantu jsou následující:

- **Faktorové podmínky:** Tento faktor se nachází ve středu tradiční teorie mezinárodní srovnávací výhody. Porter rozpoznává hierarchii mezi faktory, přičemž rozlišuje mezi základními faktory (národní zdroje, klima, lokalizace a demografie) a pokročilými faktory (komunikační infrastruktura, sofistikované dovednosti a výzkumná zařízení).
- **Podmínky poptávek:** V rámci diamantového rámce klade Porter zvláštní důraz na roli domácí poptávky v poskytování impulsu pro modernizaci konkurenční výhody. Porter klade zvláštní důraz na roli sofistikovaných a náročných tuzemských zákazníků.
- **Související a podpůrná odvětví:** Investice průmyslu do pokročilých výrobních faktorů bude mít pravděpodobně výhody rozšířené za hranice tohoto průmyslu. Jedním z prostupujících zjištění studie je tendence vedoucí k úspěšnému průmyslu v jednotlivých zemích, které mají být seskupeny do klastrů, souvisejících s podpůrnými odvětvími.
- **Firemní strategie, struktura a rivalita:** Porter identifikuje systematické rozdíly charakteristik jednotlivých sektorů v různých zemích, které jsou důležitými determinanty průmyslového vzoru konkurenční výhody v rámci každé země. Tyto vlastnosti zahrnují strategie, struktury, cíle, manažerské postupy, individuální postoje a intenzitu rivalitu v rámci podnikatelského sektoru.

(Huggins & Izushi, 2011)

3.3 Klastrové iniciativy

Další významnou součástí problematiky jsou klastrové iniciativy sloužící jednotlivým zemím jako určitá strategie na podporu vzniku klastrů na jejich území, tj. zvýšení konkurenceschopnosti a růstu klastru na určitém území. Za členy klastrových iniciativ se považují firmy, vysoké školy a výzkumné instituce, dále pak zástupci regionální správy a dalších organizací. Zmíněná oblast je podporována také Evropskou unií (dále jen EU). Nicméně podle Pavelkové (2009) může často docházet k záměně pojmů- klastr a klastrová iniciativa.

Zakládání klastrů na území EU je podporováno jednotlivými členy na základě jejich regionálních rozvojových politik. Podle Knápkové, Pavelkové a Friedla (2010) jsou klastrové iniciativy především organizovaným úsilím zaměřujícím se na zvýšení požadovaného růstu a konkurenceschopnosti klastru v regionu. (Jayachandran, 2010)

Firmy, které jsou součástí klastrových iniciativ chtějí často vědět, zda bude mít jejich účast vliv na jejich profit. Management klastru by měl vědět, zda uvedené strategie a cíle jsou formulovány a implementovány tak, že bude dosaženo požadovaného cíle. (Cikánek, 2013) Klastrová iniciativa se může přetvořit do tzv. klastrové organizace nabízející služby na podporu rozvoje klastru a jeho členů. (Pavelková, 2013)

3.4 Úloha univerzit při vzniku klastrů

Moderní univerzitní výzkum ve spojení s rozvojem vědy a techniky neustále produkuje vynálezy, které poskytují určitý typ příležitostí umožňující podnikatelům vytvářet nové firmy. Obecně platí, že první etapa vývoje klastrů vyžaduje zdrojovou akci, která vytváří ekonomickou příležitost, přítomnost podnikatelů, kteří mají znalosti k objevování této příležitosti a jsou v pozici, aby na ní pracovali, a existence zdrojů pro zakládání nových firem v klastru, které jsou podnikatelům k dispozici. Role univerzity spočívá v udržení společných kodexů komunikace a propojení mezi jednotlivými aktéry. Vysoké školy mohou hrát klíčovou roli při utváření průmyslu, jelikož poskytují neutrální domény, ve kterých mohou vědci tvořit vztahy mimo svět konkurence. Vysoké školy, spolu se sdružením absolventů a dalších aktérů, působících jako sociální, jakož i odborné instituce v rámci vysokých škol založených na klastrech, fungují jako centra socializace a jako místa pro výměnu nápadů a vytváření reputací. V poslední době se další formou předávání znalostí společnosti staly patenty. (Fornahl, Henn, & Menzel, 2010).

4 SPECIFIKA KREATIVNÍCH KLASTRŮ A JEJICH ÚLOHA V REGIONÁLNÍM ROZVOJI A REGENERACI MĚST

Úspěch a rostoucí popularita tzv. kulturních politik se později rozvinula do dvou konceptů. Jedná se o koncept kreativních měst a kreativních klastrů. Tento vývoj proběhl v 90. letech 20. st. ve Velké Británii a brzy se o těchto konceptech začalo hovořit i v dalších zemích světa. Dříve než byl plně rozvinut koncept kreativních klastrů, předmětem zájmu byly tzv. podnikatelské klastry. Podle činnosti a firem spolupracujících v určitých odvětvích se dalo odvodit, proč se tyto společnosti koncentrovaly v určité lokalitě. Nicméně mnoho odborníků poukazuje na přínos kreativních klastrů zejména pro města. Díky tomuto konceptu je možno docílit využití umění a kultury jako nástroje pro regeneraci regionů a měst. Florida (2002) se domnívá, že pokud už proběhla na území měst a regionů strategie opírající se o kulturu, města se pak mohou zaměřovat na vytvoření vhodného prostředí pro tzv. kreativní třídu a subjekty činné v oblasti KKP. (Cikánek, 2013)

V kapitole „*Kreativní klastry*“ uvádí Bednář význam úlohy soukromého sektoru, který spolupracuje s firmami v určitém odvětví a v rámci několika geografických lokalizací za účelem vzniku klastrů. Kreativní průmysly nezůstávají pozadu a za pomoci podpory veřejného sektoru usilují o spolupráci v těch odvětvích, která nerepresentují tradiční odvětví průmyslu. (Cikánek, 2013, s. 138)

Kreativní klastry dnes slouží městům jako nástroj jejich rozvojových strategií. V rámci těchto uskupení je flexibilita organizace specifickým znakem, nicméně týmy, které jsou součástí kreativních klastrů, spolupracují častěji na krátkodobých projektech. Aby byly kreativní klastry úspěšné, je nutná podpora z veřejných investic. (Barrowclough & Kozul-Wright, 2008; Cikánek, 2013)

Kreativní klastry jsou oblastí, kde dochází ke spolupráci nadaných lidí prostřednictvím vztahů, myšlenek a v neposlední řadě i talentu. Tím je dosaženo vzniku kreativního prostředí. (Cikánek, 2013)

Bednář uvádí, že kreativní průmysly se snaží koncentrovat ve městech, kde je kulturní zázemí reprezentované divadly, galeriemi či jinými kulturními zařízeními. Do tohoto vymezení ale nepatří kulturní aktivity, které jsou spjaté s historickými souvislostmi daného regionu. Na území ČR to jsou oblasti Valašska nebo Moravského Slovácka. (Cikánek, 2013)

4.1 Znamky kreativních klastrů

Charakteristiku rozvoje klastru vysvětlují tzv. fáze vývojového cyklu klastru. Výsledkem tohoto vývoje jsou klusty – „zárodečné, vznikající, vyspělé a upadající“. Nejen vliv veřejného sektoru, velikosti firmy, její činnost, ale i význam a velikost trhu, ve kterém se daný klustr nachází, vysvětlují předchozí vývoje klastru. Pro oblast kreativních klastrů udává rozdělení každé fáze (Cikánek, 2013, s. 142)

- závislé: jedná se o malé a střední podniky, které vznikly za pomoci veřejného sektoru za účelem podpory podnikání. Je pro ně důležitá finanční podpora veřejného sektoru. Členové takové klusty jsou aktivní pouze v místním regionu, popřípadě na národní úrovni;
- toužebné: tyto klusty jsou zakládány prostřednictvím kulturních, nezávislých organizací. Opět jsou tyto klusty činné pouze v daném regionu a stejně jako u závislých klastrů jsou toužebné klusty financovány prostřednictvím veřejné podpory;
- vznikající: tyto klusty se snaží zamířit na mezinárodní trh a za účelem jejich vzniku stojí větší uskupení kreativních firem. Tyto vznikající klusty jsou podporovány veřejným sektorem, který se ale snaží investovat do potřebné infrastruktury;
- vyspělé: tyto klusty už nechtějí být podporovány veřejným sektorem. Za jejich vznikem stojí větší firmy, které se zaměřují na specifickou oblast výroby a na průnik do mezinárodních trhů.

(Cikánek, 2013)

4.2 Kreativní města

Pojetí kreativního města souvisí především s oblastí kreativních průmyslů, jak uvádí v kapitole „*Kreativne mestá*“ Jourová. (Cikánek, 2013, s. 126, 127). Toto nové odvětví ekonomiky prezentováno kreativitou a idejemi se bude čím dál víc projevovat v městských aglomeracích. Pro města je charakteristické, že se v nich nachází kreativní a kvalifikované práceschopné obyvatelstvo. Pokud bude započata organizace městského prostoru, bude tím docíleno co možná největšího využití lidského kapitálu. S tím souvisí především územní plánování jednotlivých měst. Podle Jaurové je nutná změna zaměření - z předešlého městského plánování fyzické infrastruktury na podporu lidského kapitálu.

Nicméně cílem konceptu kreativních měst je vybudovat takové prostředí podporující přeměnu myšlenek na služby, produkty a inovativní řešení územních problémů. Pokud města umožní podporu kreativity a budou také podporovat kreativní myšlení v soukromé i veřejné sféře, budou moci navrhnout opatření v rámci územního plánování. S uvedenou strategií souvisí jak fyzická infrastruktura města, tak i měkká. Obě tyto infrastruktury pak vytváří cílenou kreativní infrastrukturu. Do měkké infrastruktury města náleží kvalifikované obyvatelstvo, komunikace, podnikavost či vytvoření míst pro kreativce. Podle mnohých odborníků čeká na města v 21. století éra, kdy prostřednictvím spojení kultury, ekonomiky a technologií vzniknou pro přizpůsobivé jednotlivce nové možnosti alokace ve velkých městech. (Cikánek, 2013)

5 PŘÍNOS MSP PRO OBLAST KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A KLASTRŮ

Podle Stejskala (2011) ekonomické subjekty v jednotlivých regionech přispívají k rozvoji k a růstu národních ekonomik. Jedná se především o malé a střední podniky. Právě tento typ podniků má potenciál k vytvoření pracovních míst a pro každou ekonomiku představuje inovační potenciál. Nicméně podle současných poznatků je jasné, že je potřeba tento typ podniků podporovat především v oblasti inovací, jelikož MSP nedisponují prostředky pro rozvoj vědy a výzkumu. Proto nastupuje podpora jednotlivých států. Stejskal mezi nástroje podpory uvádí: vznik podnikatelských sítí, klastrových iniciativ a průmyslových klastrů.

Jak uvádí Knápková, Pavelková a Friedel (Jayachandran, 2010) existuje mnoho přístupů, konceptů, kritérií a názorů jak vést firmy. Během procesu globalizace se změnilo postavení MSP, jelikož nedokázaly držet krok s velkými nadnárodními korporacemi. Za jistých okolností může být pro MSP výhodné připojit se k dalším podnikům o velikosti, kterou oni sami představují, případně i k větším a především k vědeckým a vzdělávacím institucím. Z toho vyplývá, že klastry slouží jako možný prostředek podnikům na cestě ke zvýšení jejich konkurenceschopnosti.

Proces globalizace s sebou přinesl velmi zřetelné změny jak v technologiích, tak i v samotném soutěžení - rivalitě mezi ekonomickými subjekty. Podle Hartleyho (2005) není důležité alokovat se blízko velkého trhu, nýbrž tento autor zdůraznil pohled vlád jednotlivých zemí, které si uvědomují možnou ztrátu svého vlivu z hlediska růstu konkurenceschopnosti firem v klastrech.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 ZÁKLADNÍ FYZICKÁ A SOCIÁLNĚ- EKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA RAKOUSKA

V rámci hodnocení rozvoje a podpory kreativních průmyslů a klastrů se v této diplomové práci soustředila pozornost na stát Rakousko, jelikož ho téměř 400 let pojila společná historie a vývoj s Českou republikou. Konkrétně od roku 1526, kdy rod Habsburků nastoupil na český trůn, až do roku 1918, kdy vznikl samostatný stát Československo.

(Die Welt der Habsburger, 2008)

Prostřednictvím této skutečnosti lze vycházet z předpokladu, že díky společné historii v rámci jednoho státního celku, vlivu kultury na obě země a společnému vývoji je možné navrhnout získané poznatky z již existujících kreativních průmyslů a klastrů v Rakousku pro vznik a rozvoj kreativních průmyslů a klastrů ve městě Olomouci.

6.1 Představení Rakouska

Rakousko se nachází v jižní části Střední Evropy, jedná se o vnitrozemský stát a zaujímá celkovou rozlohu 83 878 km². Na severu má společné hranice s Českou republikou a Německem. Jižní část jeho území obklopuje Itálie a Slovinsko. Na západní straně sousedí s Lichtenštejnskem a Švýcarskem. Slovensko a Maďarsko mají s Rakouskem společné hranice na východě. Grossglockner je nejvyšší horou v rakouských Alpách dosahující nadmořské výšky 3 798 m. Téměř dvě třetiny plochy Rakouska zabírá pohoří východních Alp. Tento stát představuje významnou turistickou destinaci Evropy nejen díky své poloze a geografickému uspořádání, ale také díky nabídce poskytovaných služeb ve vysoké kvalitě a kulturnímu zázemí. Mezi největší rakouská města patří Vídeň, Linec, Salzburg a Innsbruck. (OESTERREICH.COM, 2008)

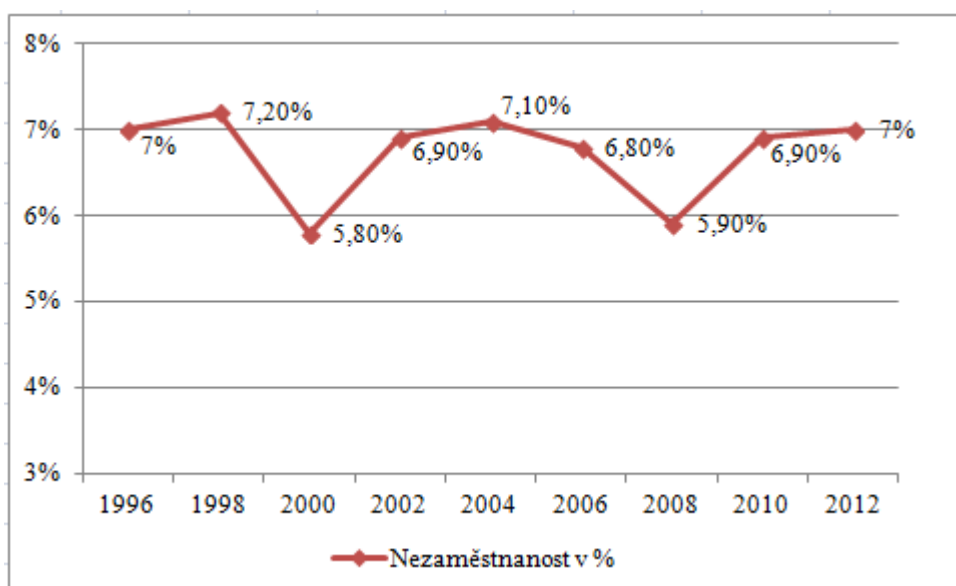
Republika Rakousko, jak zní oficiální název tohoto evropského státu, představuje federativní stát skládajícího se z 9 spolkových zemí. Jedná se o Vídeň, Burgenlandsko, Korutany, Dolní Rakousko, Horní Rakousko, Salcbursko, Štýrsko, Tyrolsko a Vorarlbersko. Každá z těchto spolkových zemí zaujímá odlišnou rozlohu, přesto jsou rozděleny do 99 okresů. Tyto země mají své zemské vlády. V Rakousku panuje systém parlamentní demokracie, kdy zákonodárná moc náleží parlamentu, který se skládá z 2 komor. A to Národní rady a Spolkové rady. Rakousko je členem řady významných mezinárodních organizací, mezi které náleží: Organizace spojených národů, OBSE, OECD, Rada Evropy a samozřejmě EU.

(OESTERREICH.COM, 2008)

6.2 Ekonomická charakteristika Rakouska

Tento stát je charakteristický tím, že patří mezi vyspělé státy Evropy. Pro Rakousko jsou charakteristické tyto odvětví průmyslu: stavebnictví, strojírenství, automobilový průmysl, potravinářství, chemický průmysl, zpracování dřeva, výroba papíru a lepenky, komunikační zařízení.

Obrázek č. 2: Vývoj nezaměstnanosti v Rakousku



(Zdroj: Vlastní zpracování podle Statistik Austria, 2014)

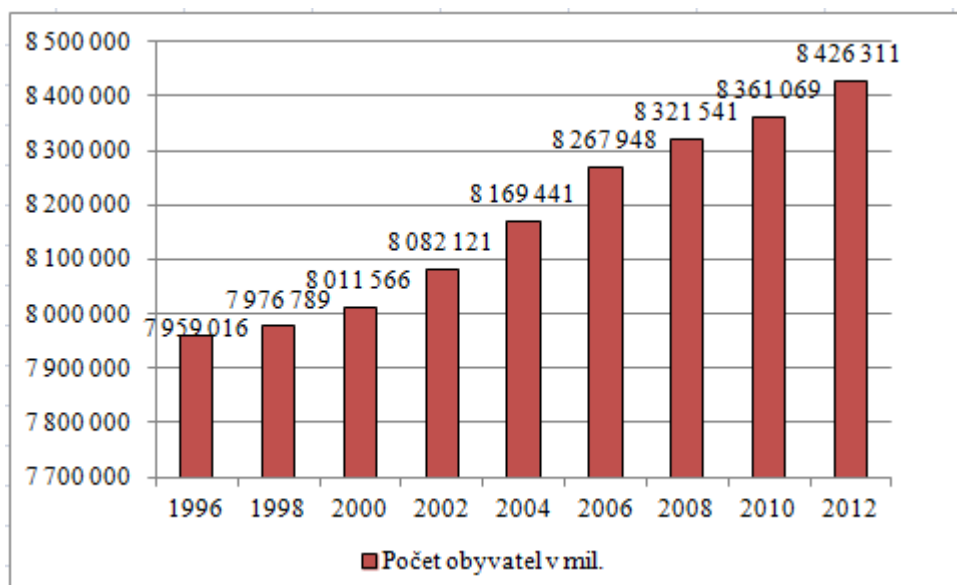
Vývoj míry nezaměstnanosti má spíše kolísavý trend. Nejnižší míra nezaměstnanosti v Rakousku byla zaznamenána v roce 2000, a to konkrétně 5,8 %. Vysoký výskyt nezaměstnanosti byl mezi lety 1996 a 1998, a to 7 % - 7,2 %. Mezi lety 1999 a 2001 se trh zotavuje a dochází ke snížení nezaměstnanosti, od roku 2002 začal tento ukazatel opět stoupat, mezi roky 2006 a 2008 došlo k výraznému poklesu nezaměstnanosti, poté znovu začala tato hodnota růst. (Statistik Austria, 2014)

V roce 2012 bylo v Rakousku zaměstnáno přibližně 3,5 mil. osob, z toho 73,3 % pracovalo v sektoru služeb, 26 % v průmyslu a necelé 1 % v zemědělství a lesnictví. Rakousku zaujímá díky své nízké míře nezaměstnanosti přední místo, a to nejen v rámci EU, ale i na celém světě. Jednou ze silných stránek Rakouska, z hlediska hospodářské oblasti, jsou vysoce kvalifikovaní a motivovaní zaměstnanci. (Advantage Austria, 2013)

6.3 Demografická charakteristika Rakouska

V Rakousku žije téměř 8,5 milionů obyvatel (k 1. 1. 2013), z nichž 98% hovoří německy. Mezi příslušníky menšin, kteří žijí v Rakousku, patří Chorvaté, Romové, Slováci, Slovinci, Češi a Maďaři.

Obrázek č. 3: Vývoj počtu obyvatel v Rakousku



(Zdroj: Vlastní zpracování podle Statistik Austria, 2013)

Počet obyvatel v Rakousku za poslední desetiletí prudce vzrostl. Mezi lety 1961 (7 090 000 obyvatel) a 2012 byl nárůst obyvatel přes 1,3 milionů. Fáze silného růstu populace se střídala s fází stagnace a mírného poklesu. V roce 1960 výrazně stoupl počet obyvatel z důvodu rostoucímu baby-boomu. V roce 2012 z celkového počtu obyvatel, tedy 8 426 311, 975 193 lidí nemělo rakouskou státní příslušnost. Podíl cizinců tvořil 11,6 %, dále rakouské obyvatelstvo ve věku 0-20 let zaujímal 20,2 %, ve věku 20-64 let 61,8 % a obyvatelstvo v důchodovém věku 17,9 %.

Podle výsledků nedávného průzkumu bude i nadále růst počet obyvatel v Rakousku. V roce 2030 by měl být počet obyvatel téměř 9 mil. a v roce 2060 9,4 mil. Vzhledem ke stárnutí populace z baby-boomu se bude v Rakousku zvyšovat počet obyvatel nad 65 let, kdy tato skupina osob by v roce 2020 měla tvořit celkem 20 % a v roce 2030 dokonce více než 25 %.

7 VÝVOJ A SOUČASNÝ STAV KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A KLASTRŮ V RAKOUSKU

Od roku 2003 je vydávána v pravidelných dvouletých intervalech zpráva o stavu rakouského kreativního průmyslu. Následující kapitola je čerpána převážně z Páté zprávy zabývající se stavem kreativních průmyslů v Rakousku z roku 2013.

7.1 Vývoj a současný stav kreativních průmyslů

V roce 2010 spadalo přes 10 % rakouských firem k tamějším kreativním průmyslům. Pro představu se jednalo o 38 400 firem. Velký význam pro tuto oblast představují malé podniky, respektive samostatně výdělečně činní podnikatelé, kteří představují téměř dvě třetiny všech podnikatelských subjektů v Rakousku. Co se týče počtu zaměstnanců, odvětví KKP zaměstnává kolem 130 000 zaměstnanců. Pro představu se jedná o 3 % všech zaměstnaných občanů Rakouska. Mezi léty 2008- 2010 došlo k poklesu celkových tržeb KKP v Rakousku přibližně o 1 % (18,2 miliard euro). Nicméně na počátku roku 2012 bylo zaznamenáno zvýšení ekonomického vývoje kreativních podniků a podle názoru mnohých odborníků lze očekávat pozitivní budoucí vývoj v oblasti KKP na území Rakouska.

Rakouské firmy, které působí v oblasti KKP se zaměřují na zvýšení obchodních transakcí, zajímají se o zákazníky a jsou ochotni se jim přizpůsobit. To dokazuje 68 % firem, podle kterých je export jejich nejdůležitějším cílem, který si vytyčily. Poté se zaměřují na získání nových zákazníků (47 %) prostřednictvím reklamy a budování image vlastního podniku. Rakouské kreativní podniky se zaměřují i na vlastní optimalizaci vnitřních procesů (38 %), poté na vývoj produktů a služeb (36 %) a posledním důležitým bodem pro kreativní podniky představuje důraz na podporu sebevzdělávání. To je podle třetiny firem důležitým bodem ke zvýšení jejich konkurenceschopnosti.

Na přelomu roku 2010 a 2011 bylo zjištěno, že 71 % společností působících v oblasti KKP dosáhlo lepších obchodních výsledků než podniky působících v ostatních odvětvích ekonomiky Rakouska. V tomto kontextu se jednalo o 63 % podnikatelských subjektů.

Největší podíl kreativních podniků sídlí v hlavním městě Rakouska, ve Vídni. Konkrétně 15% všech kreativních podniků (5600 společností). Poté se nejvíce firem usadilo ve spolkové zemi Horní Rakousko. Jednalo se o 10 % kreativních podniků (3900 firem) a ve spolkové zemi Štýrsko (3800 podniků).

Po Vídni jsou dalšími kreativními centry Rakouska spolková země Dolní Rakousko, kde se nachází 9 % kreativních firem následující a spolkové země: Salcbursko, Štýrsko a Vorarlbersko v zastoupení 8% společností působících v KKP.

Podle poslední zprávy o stavu kreativních průmyslů v Rakousku z roku 2013, se nejvíce kreativní podniky soustřeďují kolem velkých měst, nicméně podíl kreativních podniků, které se nachází i ve venkovských regionech, odpovídá 18 % podnikům. V oblasti venkovských regionů je zřetelné, že dochází k větší dynamice rozvoje, než je tomu u kreativních firem v rakouských městech. Na základě provedených analýz je zřejmé, že tvůrčí firmy se snaží umisťovat nejčastěji z osobních důvodů v blízkosti velkých měst, vzhledem ke skloubení profesního a osobního života, ale mezi důvody se řadí jak dopravní infrastruktury, tak i možnosti levného pronájmu či výhodné podmínky pro podnikání nacházející se v blízkosti velkého města.

Více než polovina kreativních podniků v Rakousku využívá vlastní kancelářské prostory pro podnikání, třetina podniků řídí svou podnikatelskou činnost z domova, 5 % kreativních firem se nachází v podnikatelských inkubátorech nebo ve sdílených kancelářích. Více než polovina kreativních firem by mohla svoji podnikatelskou činnost provádět kdekoli, nejsou omezeni konkrétním místem. Lidé, kteří pracují v oblasti rakouských KKP jsou velmi flexibilní z hlediska lokalizace jejich práce a dojíždění za prací.

Co se týče příhraničních kreativních podniků ve venkovských oblastech nebo ve městech, podle poslední zprávy o stavu KKP v Rakousku zakládají významní zákazníci nebo obchodní partneři své pobočky právě za hranicemi.

V poslední době je čím dál více jasné, že kreativní průmysly slouží k oživení hospodářství určitých regionů a měst. O to víc je přínosnější, když se o podporu KKP zajímá také Evropská komise, která podporuje vliv kulturních a kreativních průmyslů prostřednictvím Strategie Evropa 2020. Z toho důvodů vyzývá Evropská komise všechny členské státy EU, aby podporovaly oblast KKP v jejich regionálním rozvoji prostřednictvím strukturálních fondů EU. Rakousku se snažilo prostřednictvím **Programu na podporu inovací pro kreativní průmysly** v programovém období 2007-2013 podpořit povědomí a KKP na území Rakouska. Pro realizaci podpůrných opatření v rámci jednotlivých regionů slouží zakotvení regionální strategie pro rozvoj kreativního odvětví do rozvojových plánů regionů a měst.

Důležitá je i spolupráce mezi zájmovými členy regionu, ať už na federální nebo regionální správní úrovni. (Fünfter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2013)

7.1.1 Případová studie kampusu Dornbirn

Od roku 2007 působí kampus Dornbirn jako místo pro využití kreativních průmyslů. Samotné město Dornbirn představuje největší obec v okolí regionu Vorarlbersko. Díky kooperaci se dvěma institucemi- Centrem pro místní a regionální rozvoj a Organizací pro hospodářství v oblasti Vorarlberska mohlo být docíleno konečného umístění nejen kreativních průmyslů právě v této oblasti, ale i podpory vědy a výzkumu, podpory začínajících podnikatelských firem či podpory vzájemné spolupráce mezi výše uvedenými subjekty a vysokou školou nacházející se v blízkém okolí.

Celkové využití ploch kampusu Dornbirn pro oblast KKP se rozkládá na ploše 12 400 m². Na této ploše se nachází celkem 5 budov a celkové výměře 15 000 m². Celkové náklady na první investici se vyšplhaly na 35 milionů eur. Za touto investicí stál jak veřejný, tak i soukromý sektor. Soukromý sektor v tomto případě zastupovaly dvě organizace HYPO Rent (30 %) a PRISMA Investment (30 %).

Podle naplánované strategie, se uvažuje o možném využití prostor v rozmezí dalších 10 let a to tak, že plochy budou využity pro zhruba 75 podniků, ve kterých může pracovat až 500 zaměstnanců. Prostory Campusu Dornbirn budou sloužit pro využití kanceláří, pořádání akcí, uvažuje se o založení zaměstnanecké jídelny či odpočinkové zóny pro děti, která by ale spíše plnila funkci firemní školky.

V roce 2009 byla dokončena modernizace budov sloužící jako kancelářské, konferenční a skladovací prostory společně s vybudovaným kongresovým sálem. V areálu kampusu se nacházejí tzv. kompaktní kanceláře. V současné době využívá tyto prostory zhruba 30 firem, ve kterých pracuje na 150 zaměstnanců právě v oblasti kreativních průmyslů, tedy v oblastech reklamy, designu, architektury, vydavatelství a informačních technologií.

Díky spolupráci s Forem Design Wien je umožněno v areálu kampusu pořádat workshopy, koučování, konzultace či přednášky na téma vytváření sítí a budování kapacit v oblasti KKP v Rakousku.

(Fünfter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2013)

7.2 Vývoj a současný stav klastrů v Rakousku

Od roku 1995 probíhá dlouhodobá strategie na podporu rozvoje klastrových politik v Rakousku. Tato strategie se uplatňuje na národní a regionální úrovni.

Na národní úrovni tato strategie představuje zavedení 8 národních a regionálních klastrových programů, mezi které náleží:

- Národní akční plán pro inovace;
- Národní strategický referenční rámec pro programové období 2007–2013;
- Vládní program pro roky 2008–2013;
- Spolupráce v Rakousku.

Co se týče regionální úrovně, zde jsou prosazovány regionální klastrové politiky v rámci všech spolkových zemí. Tyto klastrové aktivity byly zahájeny již v 90. letech 20. st.

Klastrové politiky se v Rakousku často zaměřují na spolupráci mezi členy klastru, vědeckovýzkumných center, ale nezaměřují se na konkrétní sektory ekonomiky. V Rakousku působí také několik institucí pro zavedení klastrové politiky. Jedná se o:

- Federální ministerstvo pro ekonomiku a práci;
- Federální ministerstvo dopravy;
- Federální ministerstvo inovací a technologií;
- Federální ministerstvo pro vědu a výzkum;
- Federální ministerstvo financí.

Tato ministerstva jsou zodpovědná za zavedení klastrové politiky v Rakousku.

Mezi další významné rakouské instituce, které představují důležitou roli z hlediska při naplňování klastrové politiky patří:

- Rakouská společnost pro propagaci výzkumu;
- Rakouské ekonomické služby;
- Rakouská hospodářská komora;
- Rakouská obchodní společnost.

Každá spolková země Rakouska má své vlastní regionální orgány. Jejich úkolem je podpora a posilování podnikání v regionech, zaměření se na výzkum a inovace. Pro firmy představují kontaktní místa v rámci podpory spolupráce a vzniku klastrových sítí.

(Pavelková, 2013)

V současné době se klastry v Rakousku specializují na tyto následující oblasti:

- Doprava: automobily, železnice a využití vzdušného prostoru;
- Využití materiálů;
- Nábytek, dřevo, bydlení;
- Zdraví a wellness;
- Jídlo;
- Mechanika, elektronika, informatika, snímače;
- Životní prostředí a energie z obnovitelných zdrojů;
- Informační technologie a software;
- Procesy a logistika;
- Lidské zdroje.

(Clusters and Networks in Austria, 2014)

8 ANALYZOVÁNÍ A VYHODNOCENÍ STRATEGIÍ A METOD PODPORY ROZVOJE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A KLASTRŮ V RAKOUSKU

Od roku 2003 je pravidelně vydávána zpráva o stavu rakouského kreativního průmyslu.

V roce 2010 se řadilo přibližně 10 % rakouských firem k tamějším kreativním průmyslům. Jednalo se o 38 400 firem.

Velký význam pro oblast KKP představují malé podniky, respektive samostatně výdělečně činní podnikatelé, kteří představují téměř dvě třetiny všech podnikatelských subjektů v Rakousku.

Více než polovina kreativních podniků v Rakousku využívá vlastní kancelářské prostory pro podnikání, třetina podniků řídí svou podnikatelskou činnost z domova, 5 % kreativních firem se nachází v podnikatelských inkubátorech nebo ve sdílených kancelářích.

Na základě provedené případové studie kampusu ve městě Dornbirn bylo ukázáno, že lze využít a uplatnit prostory pro firmy působící v oblasti kreativních a kulturních průmyslů.

V poslední době je čím dál více jasné, že kreativní průmysly slouží k oživení hospodářství určitých regionů a měst. O to víc je přínosnější, když se o podporu KKP zajímá také Evropská komise, která podporuje vliv kulturních a kreativních průmyslů prostřednictvím Strategie Evropa 2020.

Od roku 1995 probíhá dlouhodobá strategie na podporu rozvoje klastrových politik v Rakousku. Tato strategie se uplatňuje na národní a regionální úrovni.

Klastrové politiky se v Rakousku často zaměřují na spolupráci mezi členy klastru, vědeckovýzkumných center, ale nezaměřují se na konkrétní sektory ekonomiky. V Rakousku působí také několik institucí pro zavedení klastrové politiky.

Každá spolková země Rakouska má své vlastní regionální orgány. Jejich úkolem je podpora a posilování podnikání v regionech, zaměření se na výzkum a inovace. Pro firmy představují kontaktní místa v rámci podpory spolupráce a vzniku klastrových sítí.

9 CHARAKTERISTIKA MĚSTA OLOMOUCE

Statutární město Olomouc se nachází v centru regionu Střední Morava a patřilo už odedávna k významným městům českých zemí. To dokazují jak historické souvislosti s přemyslovským státem, zmínka o Olomouckém hradu v Dalimilově kronice, smrt posledního Přemyslovce, Václava III. v Olomouci, či řada významných osobností, které jsou s tímto městem a regionem spojeny. Nejen uvedené aspekty, nýbrž také poloha města, univerzita, kulturní a duchovní tradice poukazují na skutečnost, že Olomouc byla považována za přirozené centrum Moravy. (Statutární město Olomouc, 2012)

Město Olomouc se rozprostírá na soutoku dvou řek, Moravy a Bystřice, v úrodné oblasti Hané a Hornomoravského úvalu. CHKO Litovelské Pomoraví částečně lemuje severní oblast města. Olomouc se rozkládá na celkové ploše 10 333 ha. Statutární město Olomouc bylo založeno na základě vykonaných voleb do zastupitelstev obcí v roce 1990 a je základním územním samosprávným celkem ČR. Město Olomouc se dále nedělí na samostatné městské části s vlastními orgány samosprávy. Od roku 2001 je město Olomouc centrem Olomouckého kraje, které je rozčleněno do pěti okresů následovně: Olomouc, Prostějov, Přerov, Šumperk a Jeseník. Olomoucký kraj tvoří společně se Zlínským krajem region soudržnosti (NUTS II) Střední Morava. Olomouc má výhodné strategické umístění v rámci Evropy. Mezi předpoklady růstu města patří jak přítomnost klíčových odvětví průmyslu, kvalifikovaná pracovní síla, tak i rostoucí zájem o cestovní ruch. (Statutární město Olomouc, 2012; Strukturální fondy, 2009; TOURISM.OLOMOUC. EU, 2002-2014)

Olomouc je vyhledávaným místem pro pořádání konferencí, festivalů a dalších kulturních akcí. Sídlí zde mnoho regionálních institucí, z nichž stojí za zmínku Velitelství společných sil Armády ČR, Regionální agentura pro rozvoj Střední Moravy, Agrární komora ČR, Vrchní soud či Vrchní státní zastupitelství v Olomouci. (Statutární město Olomouc, 2012)

Olomouc představuje druhou největší památkovou rezervaci v ČR hned po hlavním městě Praze. (Statutární město Olomouc, 2012). Mezi významné historické a kulturní památky tohoto města se řadí barokní sloup Nejsvětější Trojice, který byl v roce 2000 zapsán na prestižní seznam světového a kulturního dědictví UNESCO. Podle turistického průvodce (Lonely Planet, 2013) představuje město Olomouc skrytou destinaci pro cestovní ruch v ČR. Tento turistický průvodce poukazuje na fakt, že je toto město podceňovanou destinací, avšak dokáže nabídnout širokou škálu kulturních a sportovních možností. Důkazem tohoto tvrzení jsou níže uvedená kulturní, historická a další zařízení:

Muzea: Vlastivědné muzeum, Muzeum moderního umění, Arcidiecézní muzeum Olomouc

Divadla: Moravské divadlo Olomouc, Divadlo Tramtarie, Divadlo Konvikt

Galerie: Galerie Labyrint, Abakus Art, Galerie u Mloka, Galerie Rubikon, Galerie Anděl, Galerie Skácelík, Galerie Patro, Galerie Bohéma, Galerie Mona Lisa, Studio Zlámal

Sakrální stavby: Dóm sv. Václava, Chrám sv. Mořice, Olomoucké arcibiskupství, Bazilika Navštívení Panny Marie na Svatém Kopečku

Další historické a kulturní památky: Radnice s orlojem, soubor šesti barokních kašen, Olomoucká pevnost a Terežská brána, Moravská filharmonie Olomouc, Vědecká knihovna

Festivally: Academia Film Olomouc (Festival vědecko- populárních filmů), Beerfest Olomouc (Český pivní festival), FLORA Olomouc (Mezinárodní zahradnická výstava), Divadelní Flora Olomouc (Mezinárodní divadelní festival), Festival Religiosa (Festival církevní a duchovní hudby), Festival Baroko (Festival barokní hudby), Mezinárodní varhanní festival (Přehlídka varhanní hudby), Colores Flamencos Olomouc (Festival španělské hudby), Olomoucké jazzové dny (jarní, zimní etapy), Jeden svět (Mezinárodní festival filmových dokumentů), Dvořákova Olomouc (Festival klasické hudby), Přehlídka animovaného filmu a mnohé další.

(TOURISM.OLOMOUC. EU, 2002-2014)

Krajské město Olomouc disponuje moderním aquaparkem, nově zrekonstruovaným plaveckým bazénem a velkým počtem nakladatelství. Olomoucké parky dotváří celkový dojem a atmosféru města Olomouce, sloužící k odpočinku či využití volného času. Jedná se o Smetanovy sady, Bezručovy sady, Čechovy sady a Rudolfovu alej. Mezi další vyhledávané turistické lokality patří Sv. Kopeček u Olomouce společně se zoologickou zahradou. Vedení města investovalo do stavby nových cyklostezek v povodí řeky Moravy. Zájemci o cykloturistiku si mohou vypůjčit jízdní kola v budově radnice. Pro turisty je připravena turistická slevová karta Olomouc region Card, která umožňuje zlevněné vstupné do kulturních zařízení, dopravu po městě zdarma, či levnější ubytování a stravování.

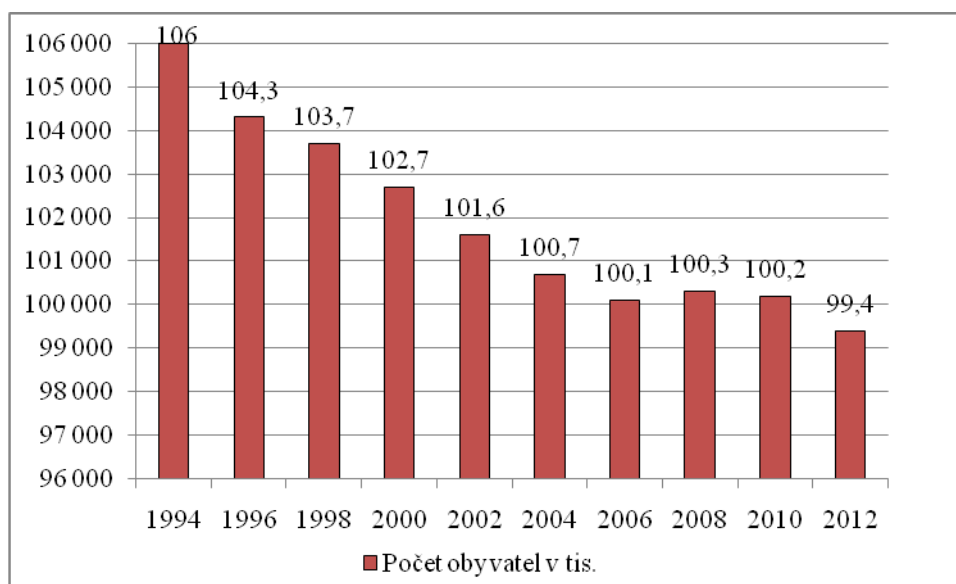
Zájemci si mohou vyzkoušet i další sportovní aktivity. Ať už se jedná o adrenalinové sporty, golf či agroturistiku. V Olomouci se nachází jak zimní stadion, tak i Andruv fotbalový stadion.

(TOURISM.OLOMOUC. EU, 2002-2014; Výstaviště FLORA Olomouc, 2006)

9.1 Sociodemografická charakteristika Olomouce a Olomouckého kraje

Na základě údajů ze Statistické ročenky Olomouckého kraje (2013), ze které bylo pro účely diplomové práce v této podkapitole čerpáno, došlo ke zjištění, že k 1. 1. 2013 činil počet obyvatel města Olomouce 99 471, což ho zařadilo mezi 6 největších měst ČR. Podle posledních průzkumů provedených Českým statistickým úřadem (2013) mezi léty 2001-2011, počet obyvatel v Olomouckém kraji klesá, již od 80. let 20. st. K největšímu úbytku obyvatel na území současného Olomouckého kraje došlo na konci 2. světové války, kdy bylo ze severní části kraje odsunuto německy hovořící obyvatelstvo.

Obrázek číslo 4: Vývoj počtu obyvatel ve městě Olomouci



(Vlastní zpracování podle ČSÚ, 2013)

Proces suburbanizace, který od roku 2000 stále pokračuje, dokazuje růst počtu obyvatel v obcích v okolí velkých měst - Olomouce, Prostějova a Uničova. Migrace obyvatel v rámci Olomouckého kraje je považována za mírnou, až na pár měst, které zaznamenaly pozitivní migrační saldo. Jedná se Javorník, Štítý, okolí Olomouce a Šternberka. Na začátku 90. let 20. st. docházelo k nárůstu obyvatel ve městech, dnes je tomu naopak.

V rozmezí let 2001 až 2011 vzrostl počet cizinců v Olomouckém kraji téměř dvojnásobně. Z původních 4 282 na 9 374, z toho v Olomouci žije kolem 3 350 cizinců. Toto rozložení cizinců v Olomouckém kraji odpovídá i rozložení ostatních krajů ČR. V Olomouckém kraji žije nejvíce Slováků, Ukrajinců a Vietnamců.

(Statistická ročenka Olomouckého kraje, 2013)

Na základě posledního sčítání v roce 2011 bylo zjištěno, že se zvyšuje úroveň vzdělanosti obyvatel v Olomouckém kraji. Největší podíl obyvatel kraje, kteří dosáhli středního vzdělání na základě výučního listu, činil přes 35%. Podobně tomu bylo i u středního vzdělání ukončeném maturitní zkouškou. Podíl vysokoškoláků v kraji činil v roce 2011 přes 11%.

Co se týče ekonomické charakteristiky Olomouckého kraje, jedná se o průmyslovou oblast s rozvíjejícími se službami. Nicméně okresy Šumperk a Jeseník představují oproti hanáckým okresům ekonomicky slabší regiony z hlediska jejich polohy, dopravní infrastruktury a poklesu počtu obyvatel po odsunu německy hovořícího obyvatelstva. Hanácké regiony jsou charakteristické úrodnou půdou a ve srovnání s ostatními zemědělskými oblastmi ČR dosahují nejvyšších zemědělských výnosů. V Olomouckém kraji tedy působí jak tradiční průmyslové podniky, tak i firmy zaměřující se na potravinářství či optická zařízení.

Největší podíl zaměstnanosti zaujímají odvětví jako je zdravotnictví, školství a sociální služby ve městě Olomouci. Následující tabulka ukazuje vývoj nezaměstnanosti v Olomouckém kraji mezi léty 2005- 2014.

(Statistická ročenka Olomouckého kraje, 2013)

Tabulka číslo 6: Vývoj nezaměstnanosti v Olomouckém kraji mezi léty 2005-2014

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	4/2014
Podíl v %	7,5	6,4	4,8	4,9	8,9	9,1	8,3	8,9	9,8	10,05

(Vlastní zpracování podle ČSÚ, 2014)

Věková struktura obyvatel Olomouckého kraje se vyvíjí podobně jako zbytek obyvatel ČR, stárne. Průměrný věk obyvatel se posunul z 38,8 na 41,2 let. Olomoucký kraj má nejnižší podíl rodáků ze všech moravských krajů, a to kolem 318 000 obyvatel. Uvedené číslo představuje téměř 50% obyvatel kraje. Prognózy vývoje počtu obyvatel tohoto kraje do roku 2065 jasně ukazují pokles obyvatel a nárůst lidí v důchodovém věku. Konkrétně ze současných 628 tis. obyvatel na 525 tis. Tato věková skupina obyvatel bude představovat zhruba třetinu všech obyvatel kraje. Nejhuře na tom bude ekonomicky aktivní skupina obyvatel. Současný stav se pohybuje kolem 70 % obyvatel Olomouckého kraje, odhady ukazují pokles na 52 % z celkového počtu obyvatel.

(Statistická ročenka Olomouckého kraje, 2013)

9.2 Univerzita Palackého v Olomouci

Univerzita Palackého v Olomouci (dále jen UP) je nejstarší univerzitou na Moravě. Byla založena v roce 1573. V Olomouci studuje cca. 22 000 studentů na 8 následujících fakultách: Cyrilometodějská teologická fakulta, fakulta pedagogická, lékařská fakulta, fakulta zdravotních věd, přírodovědecká, filozofická, právnická a fakulta tělesné kultury.

(Univerzita Palackého v Olomouci, 2010)

UP využila pro podporu projektů finanční prostředky z EU, konkrétně z Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace. Získanou podporu mohly využít jednotlivé fakulty v rámci podpory a rozvoje vědy a výzkumu. Vybudování nového sídla Přírodovědecké fakulty UP bylo financováno prostřednictvím finanční podpory z EU. Celkové finanční náklady se pohybovaly v rozmezí 1 miliardy Kč. Budova nové fakulty byla otevřena v roce 2009. Mezi další vědeckovýzkumné areály UP patří:

- Centrum regionu Haná pro biotechnologický a zemědělský výzkum
- Regionální centrum pokročilých technologií a materiálů (RCPTM)
- Centrum biologických oborů Přírodovědné fakulty UP (CenBiol)
- Biomedicína pro regionální rozvoj a lidské zdroje (BIOMEDREG):
- Dostavba Teoretických ústavů
- Výzkumně vzdělávací centrum Pedagogické fakulty UP

Mezi partnery UP se řadí jak Statutární město Olomouc, tak i samotný kraj. UP se snaží o přímou spolupráci se zástupci akademické obce v odborných komisích a radách, které jsou zřizovány statutárním městem a krajem. Díky tomu se uskutečnila efektivní spolupráce během přípravy projektů v rámci strukturálních fondů EU a to u Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace.

Pozitivní dopad na posílení informovanosti má členství primátora a hejtmana ve Správní radě UP, která velmi citlivě vnímá názory obou představitelů na působení olomoucké univerzity ve městě i celém kraji.

Univerzita Palackého se snaží přilákat nové studenty a zájemce o studium přírodovědných a společenských věd prostřednictvím projektu „Pevnost poznání“.

(Univerzita Palackého v Olomouci, 2010)

9.2.1 Vědeckotechnický park Univerzity Palackého

Vědeckotechnický park při UP se snaží o podporu růstu ekonomiky v Olomouckém kraji, na základě podpory inovativních firem, dále pak vzniku spin- off a start- up společností. Vědeckotechnický park při UP se snaží podporovat a uplatňovat výsledky vědy a výzkumu v komerční sféře. Náplní Vědeckotechnického parku je porada a sdílení technologií mezi inovativními firmami a vědeckovýzkumnými pobočkami UP. Vědeckotechnický park při UP se snaží o zachování duševního vlastnictví jak samotné univerzity, tak i zakládajících firem v oblasti inovací. Součástí Vědeckotechnického parku je i podnikatelský inkubátor snažící se podpořit začínající podnikatele a inovace v začínajících firmách.

V areálu Vědeckotechnického parku se nachází jak kanceláře, tak i prostory pro výrobu a laboratoře. Mezi další služby, které Vědeckotechnický park poskytuje, patří: pronájem kancelářských prostor, poradenství při vzniku podnikatelského plánu, pomoci firmám v oblasti marketingu a propagace, poradenství při vzniku žádosti o dotace, získávání přehledu v oblasti inovací.

(Výroční zpráva VTP UP, 2013)

9.3 Současná podpora rozvoje města Olomouce

Regionální inovační strategie Olomouckého kraje

Tato strategie představuje souhrn projektů a nástrojů v jednotlivých regionech ČR, jejichž náplní je podpora regionálních firem a výzkumných institucí. Od roku 2010 probíhala příprava realizace Regionální inovační strategie (dále jen RIS) i v Olomouckém kraji. Mezi členy, kteří se podíleli na tomto projektu, náleží: Statutární město Olomouc, představitelé vzdělávacích institucí a podnikatelských organizací v regionu. Jako hlavní cíl RIS byl vytyčen růst konkurenceschopnosti ekonomiky v Olomouckém kraji, vytvoření nových a udržitelných pracovních míst.

Samotný dokument RIS vznikl v roce 2011. Zaměřuje se na tři oblasti:

- Lidské zdroje pro řízení a implementaci procesů inovací
- Regionální systém podpory transferu technologií
- Služby a podpora inovací ve firmách

(Regionální inovační strategie Olomouckého kraje, 2011)

Průmyslové zóny v Olomouci

Mezi léty 1998- 2002 bylo ve městě Olomouci docíleno podpory k oslovení a získání zahraničních investic na základě samotných aktivit města Olomouce, ale také prostřednictvím vládního programu: *Program podpory rozvoje průmyslových zón k přilákání nezanedbatelného počtu přímých zahraničních investic*. (Statutární město Olomouc, 2012)

Díky těmto krokům mohlo být vytvořeno přibližně 2000 nových pracovních míst a to s ohledem na dodavatele a subdodavatele působících ve městě Olomouci. Vzniklé průmyslové zóny byly zakládány na území tzv. brownfieldů nebo jako další možnost ve využití stávajících nevyužívaných průmyslových areálů. Statutární město Olomouc spolupracovalo také s UP při vytvoření podmínek pro podporu místních menších firem. Jednalo se o projekt průmyslové zóny Šlechtitelů a podnikatelského inkubátoru. Součástí zóny Šlechtitelů je i Vědeckotechnický park při UP, který je součástí budovy podnikatelského inkubátoru. Statutární město Olomouc se snaží o podporu vzniku kancelářských a multifunkčních komplexů na svém území. (Statutární město Olomouc, 2012)

Projekt regenerace Městské památkové rezervace Olomouc

Základy tohoto projektu byly položeny na začátku 90. let minulého století. Hlavním cílem tohoto projektu bylo zaměřit se na revitalizaci historické části města, konkrétně na obnově domů a veřejného prostranství v Městské památkové rezervaci. Podle schválené územně plánovací dokumentace a aktualizovaného programu regenerace MPR pro roky 2013- 2017 bude město Olomouc nadále zdůrazňovat význam historického jádra města, tzn. dochování urbánní struktury a bude posilovat význam historického jádra města, jako společenského, kulturního a obchodního centra s možností bydlení (50% podlahové plochy bude sloužit pro tyto účely). MPR Olomouc bude sloužit jako společenské, administrativně správní, obchodní a turistické centrum jak obyvatelům města, tak i zahraničním návštěvníkům. Dále pak budou zvýšeny možnosti pro pěší turistiku s dobudováním systému městských sadů v podobě uzavřeného prstence. Jedná se o nezastavěné plochy (parky a zahrady). (Program regenerace Městské památkové rezervace Olomouc, Aktualizace 2013- 2017, 2012)

9.4 Klastry v Olomouckém kraji

Dříve než bude nastíněna podpora kreativních průmyslů a klastrů ve městě Olomouci, je nutné uvést již existující klastry.

Tabulka číslo 7: Přehled klastrů v Olomouckém kraji

Název	Vznik	Činnost
Český nanotechnologický klaster	2006	Nanotechnologie
Klaster MedChemBio	2009	Biomedicína
Olomoucký klaster inovací	2006	Informační technologie
Moravskoslezský dřevařský klaster	2008	Dřevozpracující průmysl

(Vlastní zpracování podle Olomouckého kraje, 2014)

Český nanotechnologický klaster

V tomto klastru je uskupeno několik subjektů, které působí v oblasti nanotechnologií. Hlavní cílem tohoto klastru je uplatnění nanotechnologie do praxe. Členové klastru spolupracují v oblasti poradenství, vzdělávání, vědy a výzkumu či propagace. Český nanotechnologický klaster kooperuje s Přírodovědnou fakultou UP. Tento klaster je financován Evropským fondem pro regionální rozvoj a také prostřednictvím Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. (Klastry v Olomouckém kraji, 2014)

Olomoucký klaster inovací

Tento klaster představuje uskupení společností a vzdělávacích institucí na území Olomouckého kraje. Členové tohoto klastru se zaměřují na informační technologie. Přesněji řečeno na zpracování dat v oblasti výpočetní techniky, poradenství v oblasti hardwaru a softwaru, zpracování dat či GIS aplikace. V klastru je sdruženo 12 členů. Tento klaster je spolufinancován Evropským fondem pro regionální rozvoj, prostřednictvím Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a Olomouckým krajem. (Klastry v Olomouckém kraji, 2014)

Klastr MedChemBio

Klastr MedChemBio představuje uskupení vědeckovýzkumných pracovišť UP, MSP působících v oblastech chemie a také dalších odborných organizací. V současnosti spolupracuje mezi sebou 24 členů klastru a další zájemci mohou požádat o začlenění. Hlavním cílem klastru MedChemBio je podpora jednotlivých členů klastru, co se týče vědeckovýzkumné spolupráce mezi jednotlivými výzkumnými pracovišti UP a členy klastru. Tento klastr je podporován Evropským fondem pro regionální rozvoj a prostřednictvím Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. (Klastry v Olomouckém kraji, 2014)

Moravskoslezský dřevařský klastr

V Moravskoslezském dřevařském klastru mezi sebou kooperuje 31 podnikatelských subjektů ze Zlínského a Moravskoslezského kraje. V roce 2008 se novým členem klastru stal i Olomoucký kraj. Největší podíl členů Moravskoslezského dřevařského klastru představují MSP, které se zabývají využitím dřeva, ať už se jedná o sázení nových stromků, zpracování dřeva či využití jeho odpadu při samotném zpracování. Hlavním cílem tohoto klastru je podporovat spolupráci mezi členy klastru, aby bylo dosaženo jejich konkurenceschopnosti. Dalším faktorem, kterého chce tento klastr dosáhnout je zvýšit ekonomický růst mezi členy dřevařského klastru, zacílit se na zvýšení exportu, podpořit inovace v Moravskoslezském dřevařském klastru a v neposlední řadě i podpořit využití dřeva ve stavebnictví a podpořit samotný dřevařský průmysl v ČR. Moravskoslezský dřevařský klastr je podporován Evropským fondem pro regionální rozvoj a také prostřednictvím Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. (Klastry v Olomouckém kraji, 2014)

9.5 Rozhovory s pracovníky Magistrátu města Olomouce, Krajského úřadu Olomouc a dalšími organizacemi

Při zpracovávání projektové části této diplomové práce byly osloveny níže uvedené osoby, které ochotně poskytly rozhovory. Prostřednictvím získaných odpovědí všech pracovníků a organizací bylo možné dozvědět se více informací nejen o samotném Statutárním městě Olomouci, ale také o strategických plánech, projektech či dalších koncepcích pro plánovaný rozvoj města Olomouce.

Tabulka číslo 8: Seznam poskytnutých rozhovorů

Dotazovaný/á	Organizace/ Instituce
Ing. Hedvika Hubáčková	Krajský úřad Olomouc - Oddělení regionálního rozvoje
Jana Koulová	Umělecké centrum UP
Kamil Krč, MBA	OK4 Inovace
Jan Linhart	Coworking Olomouc
Mgr. Karin Vykydalová	Magistrát města Olomouce - Odbor vnějších vztahů a informací

(Vlastní zpracování, 2014)

Paní Ing. Hedvika Hubáčková hovořila o důležitém cíli Olomouckého kraje, který se snaží podporovat kooperaci mezi podnikatelskou sférou a výzkumnými institucemi prostřednictvím tzv. inovačních voucherů. Každý, kdo uspěje se žádostí, může dosáhnout na finanční podporu ve výši 149 999 Kč. Tato částka úspěšným žadatelům slouží jako příspěvek na spolupráci s vybranou vědeckovýzkumnou institucí. V letošním roce 2014 podpořila Regionální Rada Regionálního operačního programu (dále jen ROP) Střední Morava společně s Olomouckým krajem 51 žádostí v rámci projektu: Inovační vouchery v Olomouckém kraji- II. etapa. Do druhého kola se přihlásilo celkem 62 uchazečů. Celkové finanční náklady na zabezpečení všech 51 voucherů se pohybují v částce 6,9 miliónů Kč. Olomoucký kraj přispěje na chod projektu 1,9 milióny Kč, zbytek částky uhradí ROP Střední Morava. Všechny inovační vouchery budou proplaceny až po uplynutí doby realizace projektu mezi zúčastněnými subjekty. Nicméně spolupráce by měla být ukončena nejpozději v březnu

roku 2015. Pro srovnání v roce 2013 bylo během I. etapy projektu podpořeno 44 inovačních voucherů, z předložených 47. Celkové finanční náklady na I. etapu odpovídaly 6, 1 miliónů Kč. Během roku 2014 a 2015 bude společně se žadateli spolupracovat 6 oslovených vysokých škol: VŠB - Technická univerzita Ostrava, Mendelova univerzita v Brně, Vysoké učení technické v Brně, Moravská vysoká škola Olomouc, Univerzita Palackého v Olomouci a Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Důležitou podmínkou pro získání inovačního voucheru je sídlo žadatele v Olomouckém kraji. Při splnění této podmínky může žadatel získané peníze využít na kooperaci s výzkumnou institucí v oblasti inovací.

Umělecké centrum UP je důležitou součástí kultury města Olomouce. Nejen, že zde sídlí katedry Filozofické (dále jen FF) a Pedagogické fakulty (dále jen PdF) UP, ale v prostorech Uměleckého centra jsou pořádány různé kulturní akce. Podle Jany Koulové, manažerky tohoto centra, mají absolventi z řad jednotlivých kateder velké uplatnění po dokončení studia. Jedná se o tyto katedry: Katedra divadelních, filmových a mediálních studií FF; Katedra dějin umění FF; Katedra muzikologie FF; Katedra hudební výchovy PdF a Katedra výtvarné výchovy PdF. Umělecké centrum UP spolupracuje s mnoha významnými zahraničními odborníky působícími v oblasti uměleckého a kulturního života. Podle paní Koulové může Umělecké centrum využít i dalších nových prostor pro pořádání různých akcí všech kateder.

Sdružení OK4Inovace je zájmovým uskupením právnických osob, které bylo založeno v roce 2011. Hlavním cílem OK4Inovace je především naplňování Regionální inovační strategie (RIS) Olomouckého kraje. Tím chce toto sdružení zajistit realizaci a podporu inovací v tomto regionu. Toto sdružení právnických osob se také snaží o posílení hospodářského rozvoje v tomto kraji. Mezi současných 9 členů OK4Inovace patří jak samotný Olomoucký kraj, tak i Statutární město Olomouc, Univerzita Palackého v Olomouci, Krajská hospodářská a Agrární komora Olomouckého kraje, Nadační ústav regionální spolupráce či klastr MedChemBio. OK4Inovace se zaměřuje na uplatnění absolventů ve firmách, poskytování informací a znalostí pro začínající podnikatele, snaží se o kooperaci mezi výzkumnými institucemi a firemní sférou, ale především aplikování inovací do praxe. Mezi nepřímé formy podpory sdružení OK4Inovace patří především pořádání konferencí, workshopů a diskusních fór na témata: nanotechnologie, biomedicína, odpady, optika či inovace vzdělávání. Toto sdružení ale také spolupracuje s podnikatelskými subjekty, které mají inovační potenciál. Proto zavedlo sdružení OK4Inovace systém firemních stipendií pro žáky ZŠ, SŠ a VŠ, aby studenti získali o dané firmě povědomí, získali potřebné znalos-

ti a praxi a neodešli do zahraničí. Mezi další nepřímé formy podpory patří i vzdělávání zaměstnanců ve firmách jak uvedl ředitel sdružení OK4Inovace pan Kamil Krč, MBA.

Pan Jan Linhart je koordinátorem coworkingového centra v Olomouci. V roce 2010 založil společnost SEO Linhart s.r.o, která se věnuje informačním technologiím. Konkrétně oblasti internetových domén, které slouží k prodeji různých druhů odkazů. Tato společnost provozuje v Olomouci nejen coworkingové centrum, ale nabízí také školení internetových aplikací v prostorech tohoto centra, které v současné době čítá 10 členů. Jeho služby může využít kdokoli, kdo potřebuje pro své účely volné prostory. Jedná se vlastně o sdílenou kancelář. Každý nový člen může služby coworkingového centra v Olomouci využít zdarma na jeden den. Členové tohoto centra mají zvýhodněné podmínky. V ceně je zahrnut projektor, připojení k internetu zdarma, kuchyňka s vybavení, knihovna s velkým množstvím motivační literatury, možnost využít zasedací místnosti během celého dne, jelikož toto centrum nemá recepci - každý člen dostane vlastní klíč. Coworkingové centrum v Olomouci utrhá na měsíc pronájmu prostor kolem 15 000 Kč. Za rok se tato částka pohybuje kolem 180 000 Kč. Na otázku, co si myslí pan Linhart o současném stavu nezaměstnanosti a budoucího vývoje v Olomouckém kraji odpověděl, že je nutné tuto problematiku rozlišit z několika hledisek. Osobně se domnívá, že čím je větší specializace absolventa, tím je větší možnost uplatnění se na trhu práce. Není ani zastáncem dotací, ať už se jedná o státní formu podpory nebo o finanční prostředky ze strukturálních fondů EU.

Podle paní Mgr. Karin Vykydalové se celkový počet ubytovaných hostů, které město Olomouc eviduje, zvýšil, ale v roce 2012 byl nižší, než v roce 2011. Největší zájem je o památku UNESCO - sloup Nejsvětější Trojice, dále pak o budovu Radnice s orlojem a Arcidiecézní muzeum. Výhodou města Olomouce v rámci cestovního ruchu je poloha města v centru ČR, dobré dopravní spojení (posílené spoje vlaky Pendolino, Leo Express a Student Agency). Nevýhodou je absence letiště či dobrého spojení mezi Olomoucí a letišti Ostrava a Brno. Co se týká nabídky služeb pro turisty, ta je bohatá. Město Olomouc se nyní zaměřuje na zážitkovou turistiku, tedy nenabízí Olomouc jen jako historické město či UNESCO město, ale nabízí pobytové balíčky: Adventní Olomouc, Barokní Olomouc či Májová Olomouc. Návštěvníci města chtějí především ve městě něco prožít. Jako potenciál města paní Vykydalová označila zacílení na církevní turistiku. Zástupci Statutárního města poukazují na fakt, že se o Olomouc začali zajímat jak cestovní agentury, tak i veletrhy v zahraničí nebo internetové ankety.

(Vlastní zpracování, 2014)

Tabulka číslo 9: Vývoj návštěvnosti města Olomouce

ROK	DESTINACE	POČET HOSTŮ	PŘENOCO VÁNÍ	DĚLKA POBYTU VE DNECH
2006	České republika	68 106	135516	2
	Evropa	106 651	218 696	2,1
	Amerika	2 792	11 376	4,1
	Asie	3 229	7 867	2,4
	Afrika	182	388	2,1
2007	České republika	73 221	147238	2
	Evropa	114743	242293	2,1
	Amerika	3006	9882	3,3
	Asie	2703	7263	2,7
	Afrika	159	503	3,2
2008	České republika	57676	102367	1,8
	Evropa	97160	174575	1,8
	Amerika	1994	4544	2,3
	Asie	2462	5548	2,3
	Afrika	67	255	3,8
2009	České republika	58939	109682	1,9
	Evropa	94824	198681	2,1
	Amerika	1549	9126	5,9
	Asie	1208	6694	5,5
	Afrika	163	1011	6,2
2010	České republika	47031	73384	1,6
	Evropa	89477	141303	1,6
	Amerika	2007	9564	4,8
	Asie	1510	4124	2,7
	Afrika	123	725	5,9
2011	České republika	54421	105214	1,9
	Evropa	93970	171014	1,8
	Amerika	1818	5522	3
	Asie	2185	5713	2,6
	Afrika	143	578	4
2012	České republika	47611	91542	1,92
	Evropa	88677	160784	1,81
	Amerika	1776	4708	2,65
	Asie	3797	7839	2,06
	Afrika	237	745	3,14
2013	České republika	51506	93532	1,82
	Evropa	96471	170056	1,76
	Amerika	1855	4844	2,61
	Asie	4564	7778	1,7
	Afrika	331	1618	4,89

Zdroj: (Vlastní zpracování podle Mgr. Karin Vykydalové, 2014)

10 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

V rámci zpracovávání projektové části diplomové práce byl sestaven dotazník zaměřující se na hodnocení města Olomouce. V rámci dotazníkového šetření bylo osloveno celkem 100 respondentů z města Olomouce a jeho blízkého okolí v průběhu měsíců února až dubna roku 2014. Dotazování probíhalo z velké části elektronicky, ale i prostřednictvím osobního setkání.

Věkové rozmezí dotazovaných osob se pohybovalo od 15 do 87 let. Největší podíl odpovědí poskytla věková skupina 21- 30 let (64 %). Následovaly tyto věkové skupiny: 15- 20 let (13 %), 41- 50 let (8 %) a 31- 40 let (7 %). Zbylé věkové skupiny od 51- 90 let se podílely na odpovědích v hodnotě (8 %).

Většina respondentů nepocházela přímo z města Olomouce (76 %), ale z jeho blízkého okolí (64 %). Respondenti také uvedli, že studovali v tomto krajském městě, či ještě stále studují (72 %) a podíl dotazovaných, kteří v Olomouci pracovali nebo pracují, je (37 %).

Nejčastěji dotazovaní jezdí do města Olomouce především kvůli kulturní nabídce (24 %), kterou toto město disponuje. Dále pak za účelem vzdělávání na SŠ a VŠ (22,5 %) a kvůli nákupním příležitostem (21,5 %).

Na otázku, jak by respondenti charakterizovali jejich vztah k Olomouci, odpověděli téměř (80 %), že mají velice kladný vztah k tomuto městu. Líbí se jim tady, rádi se sem vracují. Vnímají ho jako klidné město s bohatou historií. Olomouc považují za centrum Moravy, turisticky zajímavým regionem, ale špatně propagovaným.

Někteří z respondentů uvedli (18 %), že o Olomouci smýšlejí jako o jejich potencionálním místě, kde by se usadili, vzhledem k poloze města, nabídce kulturních akcí či dopravní dostupnosti.

Téměř (33 %) dotazovaných uvedlo, že se jim na Olomouci líbí její historie, památky a také zachovaná architektura. Dalších (19 %) respondentů uvedlo, že jsou spokojeni s nabídkou kulturních akcí a jako velkou výhodu města Olomouce uvedlo (15 %) dotazovaných ideální blízkost pro ně potřebných služeb a institucí v centru města.

Co se týče nespokojenosti dotazovaných, nejvíce jim vadí lidé bez domova (15 %), kteří je podle nich častěji obtěžují. Dalším negativním bodem pro dotazované byla absence nočních linek MHD (14 %) a stavbu nových obchodních center v Olomouci odmítá (13 %) dotazovaných.

Na otázku, co by bylo potřeba změnit či zlepšit, aby bylo město Olomouc ideálním místem pro život, uvedlo (16 %) dotazovaných podporu pracovních příležitostí v regionu a (14 %) podporu podnikatelské sféry. Podíl respondentů, kteří navrhli podporovat cestovní ruch v tomto městě a jeho blízkém okolí, činilo (14 %).

Nejčastěji respondenti navštěvují farmářské a vánoční trhy (16 %), dále pak divadelní představení (15 %) a někteří dotazovaní uvedli, že z časových a finančních důvodů nenavštěvují žádná kulturní zařízení a akce (14 %).

Co se týče propagace města Olomouce po turistické stránce, téměř 95 % dotazovaných uvedlo, že toto město považují za turistickou destinaci, nicméně se domnívají, že jeho potenciál v této oblasti není dostatečně podporován.

O působnosti firem v Olomouci a blízkém okolí měli respondenti přehled. Nejvíce z nich znalo tyto společnosti (37 %):

- OLMA a.s.
- FERONA a.s.
- HONEYWELL AEROSPACE OLOMOUC s.r.o.
- SIGMA GROUP a.s.
- SMURFIT KAPPA OLOMOUC s.r.o.
- MORA MORAVIA, s.r.o.
- Závod ZORA (NESTLÉ)
- ADRIANA, s.r.o.

Dalších (17 %) dotazovaných uvedlo, že nemají přehled o podnikatelských subjektech v tomto regionu.

Podle názorů respondentů by bylo potřeba zaměřit se na přestavbu a modernizace vlakového a autobusového nádraží (18 %). Dalších (15 %) dotazovaných uvedlo, že je potřeba revitalizovat lokality olomouckých sídlišť a (12 %) respondentů uvedlo za nutnost modernizaci olomouckého zimního stadionu.

(Vlastní zpracování, 2014)

11 NÁVRHY PROJEKTŮ NA PODPORU VZNIKU A ROZVOJE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ A KLASTRŮ VE MĚSTĚ OLOMOUCI

Za předpoklady pro ekonomický a regionální rozvoj města Olomouce lze považovat umístění tohoto města v centru Moravy, zvyšující se podíl kvalifikované pracovní síly a snaha zástupců Olomouckého kraje na rozvoji tohoto města a regionu. Co se týče zájmu zahraničních investorů, vzhledem k současné situaci města Olomouce je přednější zaměřit se na podporu existující podniků představující potenciál inovací v tomto regionu, než na přilákání zahraničních investorů. Samozřejmě, vliv podpory zahraničních partnerů může mít velký význam například při tvorbě nových pracovních míst, ale využití potencionálu inovativních podniků a vědeckovýzkumných center v Olomouckém kraji má lepší předpoklady k tomu, aby bylo dosaženo ekonomického rozvoje města Olomouce a jeho okolí.

11.1 Návrh revitalizace areálu pivovaru a sladovny v Olomouci- Holicích

Během uplynulých let došlo v centru města Olomouce k revitalizaci budov a ploch, které dnes plní funkci obchodních center. V roce 2012 byla otevřena Galerie Moritz (2011), která prošla rekonstrukcí a nahradila tak původní obchodní dům Prior. Ten se prakticky nacházel přímo v centru města a svým vzhledem vůbec nezapadal do historické části města.

V roce 2013 byla otevřena další obchodní Galerie Šantovka (2013), která se taktéž nachází blízko centra města Olomouce. Svou rozlohou (46 000 m²) se Galerie Šantovka řadí mezi největší obchodní centra v Olomouckém kraji a patří mezi deset největších obchodních center v ČR. Toto obchodní centrum vzniklo na území bývalého průmyslového areálu Milo a okolních ploch. Cílem projektu na revitalizaci této průmyslové části města patřilo vrátit městský ruch do této části města, vytvořit tak moderní novou čtvrť, která se stane navštěvovaným a zajímavým místem navazující na historické centrum města s originálním urbanistickým řešením, kde se bude nacházet moderní obchodní a zábavní park, kanceláře, bytové jednotky, odpočinkové zóny, dětská hřiště či cyklistické stezky.

Vybudováním obou obchodních center se naplnily obavy odborníků, že z centra města (z Horního a Dolního náměstí) vymizí prodejny, popř. úplně ukončí své podnikání. (IDNES, 2014). Podle odborníků může nastat až úpadek centra města. Nicméně v blízké době bude probíhat studie zaměřená na dopad obchodních galerií na centrum města Olomouce. Lepší pozici mají obchody, které nabízejí specializované zboží.

Na základě dotazníkového šetření v rámci hodnocení města Olomouce bylo zjištěno, že celkem 13% respondentů není spokojeno s výstavbou nových obchodních galerií v blízkosti centra města Olomouce. Z tohoto důvodu je zde předložen návrh na revitalizaci areálu pivovaru a sladovny v Olomouci- Holicích, který by sloužil k podpoře kreativních průmyslů ve městě Olomouci. (Vlastní zpracování, 2014)

Areál pivovaru a sladovny v Olomouci nacházející se v městské části Holice, se rozprostírá na ploše 3,5 ha, z toho je téměř 26 000 m² zastavěných budovami. V areálu se nachází celkem 6 budov, které sloužily jako kanceláře, prostory pro výrobu, skladovací prostory a jako ubytovací možnosti. Podle odhadu byla cena za 1 m² v areálu ohodnocena na 800 Kč. Přibližně kolem roku 1900 byla zahájena výstavba celého areálu, který sloužil jako pivovar a sladovna. Do dnešní doby je areál zachovalý, nachází se v blízkosti železniční tratě Olomouc- Ostrava a je i dobře dopravně dostupný prostřednictvím dálnice R35 a silnice I. třídy 55. Podle posledních návrhů se o využití této lokality uvažuje ve smyslu výrobních,

logistických a skladovacích možností. V současné době vlastní areál soukromý majitel, který může spolupracovat s ostatními organizacemi města Olomouce a vytvořit tak multifunkční prostor pro město Olomouc, zejména pro jeho studenty, kteří tvoří téměř čtvrtinu obyvatel tohoto krajského města. Finanční náklady na tento projekt by byly rozpočítány mezi jednotlivé zájemce, nicméně nejednalo by se o vysoké náklady, stav objektu je zachovalý, majitel může jednotlivé části areálu prodat nebo pronajímat.

(Brownfields v Olomouckém kraji, 2009; Vlastní zpracování, 2014)

Areál pivovaru a sladovny lze využít jak pro podporu firem působících v oblasti designu, architektury, reklamy, tak i k podpoře kultury ve městě Olomouci. V tomto areálu se nacházejí velké plochy, proto je možné uvažovat o těchto prostorech jako o místu pro galerijní, muzejní či výstavní účely. Mezi další potencionální projekty pro využití tohoto areálu lze navrhnout založení tanečního studia, které by sloužilo obyvatelům města Olomouce a okolí pro taneční kurzy, kurzy baletu či jiné sportovní aktivity. Dalším možným návrhem je pořádání koncertů v areálu sladovny. Umělecké centrum UP může využít prostory areálu v Holicích pro pořádání výstav, koncertu, divadelních a filmových produkcí studentů či absolventů univerzity. Mezi další vzdělávací instituce, které mohou využít rozlehlé prostory pro své účely, patří Střední škola polygrafická v Olomouci, Střední škola designu a módy v Prostějově či Střední škola obchodu, gastronomie a designu PRATIK s.r.o. Všechny tyto vzdělávací instituce, včetně Uměleckého centra UP, mohou pořádat v prostorech přednášky, workshopy, semináře pro studenty i širokou veřejnost a vzájemně mezi sebou spolupracovat při vzdělávání studentů a jejich uplatnění po dokončení studia.

Na základě dotazníkového šetření, které probíhalo od února do dubna roku 2014, se mezi respondenty objevily názory, na základě kterých je možné zabývat se otázkou, zda v Olomouci existuje prostor pro studenty, kde by mohli trávit volný čas. Potřeby studentů v Olomouci se dají charakterizovat tím, že si přejí objevit takové místo, kde by našli odpočinkovou zónu společně s restauračním či kavárenským zařízením, bezplatným připojením k internetu a hlavně s delší otevírací dobou. Takové potřeby mohou vést k vytvoření studentské zóny v areálu sladovny společně i s ubytovacími kapacitami pro ně nebo pro nenáročnou turistiku, kterým postačí jednoduché vybavení nabízených pokojů.

(Vlastní zpracování, 2014)

Tabulka číslo 10: Návrhy využití areálu sladovny pro kulturní využití

INSTITUCE	MOŽNOSTI VYUŽITÍ	KONKRÉTNÍ PROJEKTY
Statutární město Olomouc	Tematické výstavy	Historie zemědělství na Hané
Muzea a galerie v Olomouci	Galerijní, muzejní a výstavní účely	Přehled známých osobností působících v regionu Historie pivovarnictví na Střední Moravě
Umělecké centrum UP	Pořádání výstav, koncertů, divadelních a filmových produkcí	
Střední školy	Střední škola polygrafická v Olomouci	Pořádání přednášek, workshopů a seminářů pro studenty a širokou veřejnost
	Střední škola designu a módy v Prostějově	
	Střední škola obchodu, gastronomie a designu PRATIK s.r.o.	
Soukromý subjekt	Taneční studio	Taneční a baletní kurzy, jiné sportovní aktivity
Univerzita Palackého	Studentská zóna	
Statutární město Olomouc	Ubytovací kapacity	
Soukromý subjekt	Restaurace a kavárna	
Soukromý subjekt	Pořádání koncertů	

(Vlastní zpracování, 2014)

Tabulka číslo 11: Návrh společností působící v oblasti KKP v areálu sladovny

Firma	Činnost
PEARL- DESIGN s.r.o.	Studio svítidel a designu
OK DESIGN s.r.o.	Reklamní služby
BB DESIGN, s.r.o.	Reklamní agentura
Tomáš Chorý, akademický sochař	Grafický design
Ing. arch. Blanka Zlámalová	Poradenství v oblasti architektury, designu a výtvarného umění
Marek Minařík Suri design	Grafika, design, webdesign
Ing. Radovan Urválek	Interiérový designer
Urban KUCHYNĚ Daniel Urban	Nevšední řešení prostoru

(Vlastní zpracování, 2014)

*Obrázek číslo 5: Areál sladovny v Olomouci*

(Zdroj: Pivovary Olomouce a okolí, 2014)

11.2 Návrh vzniku klastru optiky

Ke konci roku 2013 proběhlo v Olomouci diskusní fórum mezi sdružením OK4Inovace a firmami specializující se na oblast optiky a příbuzných oborů, zda existuje v Olomouckém kraji potenciál pro vznik klastru optiky. Od začátku roku 2014 probíhá spolupráce zúčastněných aktérů, kteří se snaží zmapovat současnou situaci a získat tak potřebné informace pro chod tohoto projektu právě v tomto regionu. Jako za hlavní tahouny celého klastru optiky byly určeny následující společnosti a vědeckovýzkumné centrum: **MEOPTA, HELLA AUTOTECHNIK s.r.o. a Univerzita Palackého v Olomouci.**

Odvětví optiky má v Olomouckém kraji dlouholetou tradici. Samotná katedra optiky UP byla založena již v roce 1962. Podle sdružení OK4Inovace pracuje v odvětví optických zařízení v Olomouckém kraji přibližně 5000 zaměstnanců, což představuje největší podíl zaměstnanosti v tomto odvětví na území ČR. Výhodou pro vznik klastru optiky v Olomouckém kraji je existence velkých firem specializujících se na výrobu produktů právě v tomto odvětví, jejich zázemí z hlediska vývoje produktů a exportní možnosti.

(Katedra optiky UP, 2008; OK4Inovace, 2013; Vlastní zpracování, 2014)

Tabulka číslo 12: Návrh potencionálních členů klastrů optiky- I. etapa

POTENCIONÁLNÍ ČLENOVÉ KLASTRU OPTIKY
Přírodovědecká fakulta UP, obory:
- Optika a optoelektronika
- Digitální a přístrojová optika
Regionální centrum pokročilých technologií a materiálů UP (RCPTM)
Střední škola technická v Přerově
OK4Inovace
Olomoucký kraj
Okresní hospodářská komora Olomouc
MEOPTA
HELLA AUTOTECHNIK s.r.o

(Vlastní zpracování, 2014)

Na základě rozhovoru s ředitelem OK4Inovace panem Kamilem Krčem, MBA je prvotním cílem projektu pro vznik klastru optiky oslovit potencionální členy klastru z řad firem, vzdělávacích institucí a subdodavatelů v oblasti optickým zařízení. Významné firmy, které vyrábí optická zařízení na území Olomouckého kraje, byly již osloveny a souhlasily s případnou spoluprací. V tomto případě se jedná o tzv. hlavní tahouny celého klastru optiky z řad podnikatelských subjektů a z řad vědeckovýzkumných pracovišť UP.

Jako o dalším okruhu členů tohoto klastru lze uvažovat instituce z řad veřejného sektoru. Zde se jedná o samotnou organizaci OK4Inovace, ale i o Olomoucký kraj.

Mezi další potencionální členy klastru optiky na území Olomouckého kraje lze zahrnout Okresní hospodářskou komoru v Olomouci. Tato komora je sdružením podnikatelských subjektů, která se snaží podporovat podnikatele v Olomouci a jejím okolí. Jako další vědecké pracoviště, které by bylo součástí klastru optiky, je možné navrhnout Střední školu technickou v Přerově. Díky tomu, že se sídlo společnosti MEOPTA nachází v Přerově, může být docíleno podpory zájmu středoškoláků o technické obory. Studenti by mohli získat potřebnou praxi v oblasti optiky, poznali by zázemí této přerovské firmy a po dokončení studia by neuvažovali o odchodu do jiných regionů ČR. Proč k tomu dochází? O absolventy technických oborů je mezi firmami velký zájem, jelikož je nedostatek potencionálních zaměstnanců s dokončeným technickým vzděláním v tomto regionu. Jako důsledek této skutečnosti lze hledat v malém výběru technických oborů na UP a to především v magisterských programech. Pokud se studenti rozhodnou studovat technické obory, jsou nuceni vybrat si mezi vysokými školami v Brně nebo v Ostravě. Po absolutoriu se jen málo z nich vrátí zpět do Olomouckého kraje. Z tohoto důvodu je potřeba navrhnout koncepty, aby se mezi studenty zvýšil zájem nejen o studium technických oborů, ale aby uvažovali o městě Olomouci a jeho okolí jako o jejich možném budoucím pracovním působišti. Ať už se bude jednat o speciální stipendia pro studenty studující potřebný technický obor, popřípadě zvýhodněné ubytování při nástupu do zaměstnání či jiné možnosti.

Jako další členy klastru optiky lze navrhnout menší firmy, které se podílejí na výrobě optických zařízení nebo působí v příbuzných odvětvích. Sdružení OK4Inovace hledá mezi firmami nejen v Olomouckém kraji, ale i v oblasti Turnovska, kde díky Technické univerzitě v Liberci- konkrétně ústavu pro nanomateriály, pokročilé technologie a inovace je možné zmapovat potencionální členy klastru optiky pro Olomoucký kraj, ale také zahájit spolupráci v oblasti vědy a výzkumu.

Nicméně v současné době stále ještě probíhají mapovací aktivity, které by měly ukázat, kdo by se mohl stát členem klastru a teprve potom je možné navrhnout strategie v rámci vývoje inovativních produktů v oblasti optiky.

Finanční podpora pro klastr optiky může směřovat jak z Olomouckého kraje prostřednictvím tzv. inovačních voucherů, ze stran samotných firem, ale také díky podpoře z Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace.

(Vlastní zpracování, 2014)

ZÁVĚR

Tématem této diplomové práce bylo hodnocení rozvoje a podpory kreativních průmyslů a klastrů v Rakousku. V teoretické části práce byly vysvětleny samotné pojmy - kreativní a kulturní průmysly. Na základě prostudovaných odborných publikací není i v dnešní době jednoznačně ucelená definice, která by charakterizovala oblast kreativních a kulturních průmyslů. Součástí teoretické práce bylo i charakterizování klastrů, klastrových iniciativ a v neposlední řadě i přínos kreativních klastrů k regeneraci měst.

Praktická část této práce se zaměřovala na charakteristiku Rakouska. Tento evropský stát patří k vyspělým evropským zemím, jedná se o vyhledávanou turistickou destinaci a více než 10 let jsou na jeho území podporovány kreativní a kulturní průmysly, což dokázala případové studie kampusu ve městě Dornbirn. V budovách kampusu vznikly kancelářské prostory nejen pro firmy z oblasti KKP, ale také zaměstnanecká jídelna či firemní školka. Od roku 1995 probíhá dlouhodobá strategie na podporu rozvoje klastrových politik v Rakousku. Tato strategie se uplatňuje na národní a regionální úrovni. Klastrové politiky se v Rakousku často zaměřují na spolupráci mezi členy klastru, vědeckovýzkumných center, ale nezaměřují se na konkrétní sektory ekonomiky.

Hlavním cílem diplomové práce bylo aplikovat získané poznatky na podporu kreativních průmyslů ve městě Olomouci. Statutární město Olomouc je významným historickým, kulturním, duchovním a univerzitním centrem Moravy.

Prostřednictvím rozhovorů s pracovníky Magistrátu města Olomouce, Olomouckého kraje a dalších organizací a institucí bylo možné dozvědět se více informací nejen o samotném městě Olomouci, ale také o strategických plánech, projektech či dalších koncepcích pro plánovaný rozvoj města Olomouce.

Za předpoklady pro ekonomický a regionální rozvoj města Olomouce lze považovat umístění tohoto města v centru Moravy, zvyšující se podíl kvalifikované pracovní síly a snaha zástupců Olomouckého kraje na rozvoji tohoto města a regionu.

Na základě dotazníkového šetření v rámci hodnocení města Olomouce bylo zjištěno, že celkem 13% respondentů není spokojeno s výstavbou nových obchodních galerií v blízkosti centra města Olomouce. Z tohoto důvodu byl předložen návrh na revitalizaci areálu pivovaru a sladovny v Olomouci- Holicích, který by sloužil k podpoře kreativních průmyslů ve městě Olomouci. V rámci revitalizace projektu by zde vznikla studentská zóna, taneční studio či ubytovací kapacity nejen pro studenty, ale i pro turisty.

Součástí projektu této diplomové práce byl i návrh na vznik klastru optiky, který by měl v tomto regionu velký inovační potenciál vzhledem k existenci vědeckovýzkumných pracovišť Univerzity Palackého a existenci podnikatelských subjektů působících v oblasti optiky.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografické publikace

- [1] BARROWCLOUGH, D. & KOZUL-WRIGHT, Z. 2008. *Creative industries and developing countries: voice, choice and economic growth*. 1st pub. London: Routledge. ISBN 978-0-415-39138-2.
- [2] CIKÁNEK, M. 2013. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II*. Nové, rozš. a rev. vyd. v Praze: Institut umění. ISBN 978-80-7008-274-4.
- [3] FLEW, T. 2012. *The creative industries: culture and policy*. 1st pub. London: SAGE. ISBN 978-1-84787-576-1.
- [4] FLORIDA, R. 2002. *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books. ISBN 0-465-02477-7.
- [5] FORNAHL, D., HENN, S. & MENZEL, M. 2010. *Emerging clusters: theoretical, empirical and political perspectives on the initial stage of cluster evolution*. Cheltenham: Edward Elgar. ISBN 978-1-84844-522-2.
- [6] HARTLEY, J. 2005. *Creative industries*. Malden, MA: Blackwell Publishing. ISBN 1-4051-0147-4.
- [7] HUGGINS, R. & IZUSHI, H. 2011. *Competition, competitive advantage, and clusters: the ideas of Michael Porter*. 1st pub. Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-957803-0.
- [8] JAYACHANDRAN, C. 2010. *Business clusters: partnering for strategic advantage*. 1st pub. London: Routledge. ISBN 978-0-415-60231-0.
- [9] PAVELKOVÁ, D. 2009. *Klustry a jejich vliv na výkonnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2689-2.
- [10] PAVELKOVÁ, D. 2013. *Klastrové politiky a jejich vliv na rozvoj klastrů a klastrových organizací*. Vyd. 1. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-923-6.
- [11] STEJSKAL, J. 2011. *Průmyslové klustry a jejich vznik v regionech*. Praha: Linde. ISBN 978-80-7201-840-6.

Elektronické zdroje

- [12] ADVANTAGE AUSTRIA. *Labour Market* [online] ©2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: <http://www.advantageaustria.org/international/zentral/business-guide-oesterreich/investieren-in-oesterreich/arbeit-und-beruf/arbeitsmarkt.en.html>.
- [13] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Bilance počtu obyvatel ve městech Olomouckého kraje v roce 2013* [online] ©2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: [http://www.czso.cz/xm/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/14cdd1382d9150cbc1257cad00264468/\\$FILE/obyv_mesta.pdf](http://www.czso.cz/xm/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/14cdd1382d9150cbc1257cad00264468/$FILE/obyv_mesta.pdf).
- [14] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Nezaměstnanost v Olomouckém kraji 2005-2013* [online] ©2014 [cit. 2014-03-18]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xm/redakce.nsf/i/nezamestnanost_v_olomouckem_kraji_2005_2013.
- [15] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, OLOMOUC. *Statistická ročenka olomouckého kraje 2013* [online] ©2014 [cit. 2014-03-18]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/3E0036913C/\\$File/71101113.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/3E0036913C/$File/71101113.pdf) ISBN 978-80-250-2435-5.
- [16] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Počet obyvatel v obcích Olomouckého kraje k 31. 12 (1990-2012)* [online] ©2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: http://www.czso.cz/xm/redakce.nsf/i/pocet_obyvatel_v_obcich_olomouckeho_kraje_k_31_12_%281990_2012%29.
- [17] CLUSTERLAND. *Clusters & Networks in Austria* [online] ©2013 [cit. 2014-02-03]. Dostupné z: http://www.clusterland.at/738_ENG_HTML.php.
- [18] COWORKING OLOMOUC. *Coworking Olomouc- úvod* [online] ©2010 [cit. 2014-02-03]. Dostupné z: <http://www.coworkingolomouc.cz/>
- [19] CZECHINVEST. *Klastry* [online] ©1994-2014 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/klastry>
- [20] EC.EUROPA.EU. *Rámcový program pro konkurenceschopnost a inovaci (CIP)* [online] ©2014 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: http://ec.europa.eu/cip/index_cs.htm.
- [21] GALERIE MORITZ. *Novinky* [online] ©2011 [cit. 2014-03-27]. Dostupný z: <http://www.galeriemoritz.cz/>.

- [22] GALERIE ŠANTOVKA. *Módní ostrov v srdci Olomouce* [online] ©2012 [cit. 2014-03-27]. Dostupný z: <http://www.galeriesantovka.cz/>.
- [23] HABSBURGER. *Die Welt der Habsburger* [online] ©2011 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: <http://www.habsburger.net/de>.
- [24] IDNES. *Nákupní Galerie Šantovka dusí obchody centra Olomouce, řada boj vzdala* [online] ©2014 [cit. 2014-03-27]. Dostupný z: http://olomouc.idnes.cz/dopad-otevreni-nakupni-galerie-santovka-na-mistni-obchody-pn0-/olomouc-zpravy.aspx?c=A140322_2048475_olomouc-zpravy_stk.
- [25] IDU. *Kreativní průmysl v Rakousku* [online] ©2012 [cit. 2014-03-27]. ISBN 978-80-7008-282-9. Dostupný z: http://www.idu.cz/media/document/kp_v_rakousku_05_03_12.pdf.
- [26] IDU. *Kulturní a kreativní průmysly v Německu – Národohospodářský význam, struktura a způsob podpory kulturních a kreativních odvětví* [online] ©2012 [cit. 2014-03-27]. ISBN 978-80-7008-025-2. Dostupný z: <http://www.idu.cz/cs/kulturni-a-kreativni-prumysly-v-nemecku-narodohosp>.
- [27] KRAJ OLOMOUCKÝ. *Brownfields* [online] ©2012 [cit. 2014-03-27]. Dostupný z: <http://www.kr-olomoucky.cz/clanky/dokumenty/125/bfo-cz-100.pdf>.
- [28] KRAJ OLOMOUCKÝ. *Klastry v Olomouckém kraji* [online] ©2012 [cit. 2014-03-27]. Dostupný z: <http://www.kr-olomoucky.cz/klastry-v-olomouckem-kraji-cl-132.html>.
- [29] KRAJ OLOMOUCKÝ. *Kraj podpoří 51 inovačních voucherů* [online] ©2014 [cit. 2014-04-18]. Dostupný z: <http://www.kr-olomoucky.cz/kraj-podpori-51-inovacnich-voucheru-aktuality-2941.html>.
- [30] KRAJ OLOMOUCKÝ. *Předloženo bylo 62 žádostí o inovační voucher* [online] ©2014 [cit. 2014-04-18]. Dostupný z: <http://www.kr-olomoucky.cz/predlozeno-bylo-62-zadosti-o-inovacni-voucher-aktuality-2696.html>.
- [31] KRAJ OLOMOUCKÝ. *Regionální inovační strategie Olomouckého kraje* [online] ©2011 [cit. 2014-04-18]. Dostupný z: <http://www.kr-olomoucky.cz/clanky/dokumenty/254/ris-olk.pdf>.
- [32] KREATIVNÍ EVROPA. *Podpora evropských kulturních a kreativních odvětví* [online] ©2014 [cit. 2014-04-18]. Dostupný z: <http://www.kreativnievropa.cz/>.

- [33] KULTUR DOKUMENTATION. *Fünfter Österreichischer kreativwirtschaftsbericht* ©2013 [cit. 2014-04-18]. ISBN 978-3-200-02920-0. Dostupný z: http://www.kulturdokumentation.org/download/5KWB-web_2.pdf.
- [34] KUNSTSTOFF CLUSTER. *Willkommen im Kunststoff-Cluster, dem Netzwerk für Kunststoff* [online] ©2013 [cit. 2014-04-18]. Dostupný z: http://www.kunststoff-cluster.at/index_DEU_HTML.php.
- [35] LONELY PLANET. *Top 10 European travel destinations for 2013* [online] ©2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: <http://www.lonelyplanet.com/europe/travel-tips-and-articles/77757>.
- [36] MINISTERSTVO KULTURY. *Kreativní Evropa* [online] ©2007 [cit. 2014-04-02]. Dostupný z: <http://www.mkcr.cz/cz/evropska-unie/program-kreativni-evropa/kreativni-evropa-215869/>.
- [37] OESTERREICH. *Herzlich Willkommen auf Oesterreich* [online] ©2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: <http://www.oesterreich.com/>.
- [38] OK4INOVACE. *Ok4Inovace podpoří rozvoj optického průmyslu* [online] ©2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: <http://www.ok4inovace.cz/data/akce/15/dokumenty/tz---ok4inovace-podpori-rozvoj-optickeho-prumyslu.pdf>.
- [39] OLOMOUC. ISBN: 978- 80- 87602- 04-1 [online] ©2011 [cit. 2014-04-18]. Dostupný z: <http://www.olomouc.eu/administrace/repository/tourism/materialy-ke-stazeni/image-velka/image-velka.cs.pdf>.
- [40] OPTICS.UPOL. *Katedra optiky* [online] ©2014 [cit. 2014-02-03]. Dostupné z: http://optics.upol.cz/userfiles/file/Optika_brozura2014_web.pdf.
- [41] PIVOVARY OLOMOUCKA. *Sladovny v Olomouci a okolí – rok 1922* [online] ©2010-2014 [cit. 2014-02-03]. Dostupné z: <http://www.pivovaryolomoucka.estranky.cz/clanky/sladovny-v-olomouci-a-okoli---rok-1922.html>.
- [42] PROGRAM REGENERACE MĚSTSKÉ PAMÁTKOVÉ REZERVACE OLOMOUC. *Aktualizace 2013 – 2017* [cit. 2014-03-15]. Dostupný z: http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/13_/13360/PR_MPR_2013_2017.cs.pdf.
- [43] SEO LINHART. *Zvýšíme Vaše příjmy z internetu* [online] ©2010-2014 [cit. 2014-02-03]. Dostupné z: <http://www.seolinhart.cz/>.

- [44] STATISTIK AUSTRIA. *Arbeitslose (internationale und nationale Definition), Nicht-Erwerbspersonen mit Arbeitswunsch* [online] ©2014 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/arbeitsmarkt/arbeitslose_arbeitssuchende/index.html.
- [45] STATISTIK AUSTRIA. *Bevölkerung im Jahresdurchschnitt* [online] ©2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstand_und_veraenderung/bevoelkerung_im_jahresdurchschnitt/index.html.
- [46] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC. *CzechTourism: Olomouc je lepší než Salzburg* [online] ©2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupný z: <http://www.olomouc.eu/aktualni-informace/tiskove-zpravy/15145>.
- [47] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC. *Odůvodnění územního plánu Olomouc. Návrh, únor 2014* [online] ©2014 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/14_/14943/II_text_oduvodneni.cs.pdf.
- [48] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC. *Oficiální informační portál* [online] ©2012 Magistrát města Olomouce [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: <http://www.olomouc.eu/>.
- [49] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC. *Olomouc je nejkrásnějším místem v ČR* [online] ©2012 [cit. 2014-04-02]. Dostupný z: <http://www.olomouc.eu/aktualni-informace/tiskove-zpravy/13096>.
- [50] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC. *Turistům se v Olomouci líbí. Jezdí jich stále více* [online] ©2014 [cit. 2014-04-03]. Dostupný z: <http://www.olomouc.eu/aktualni-informace/tiskove-zpravy/15700>.
- [51] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC. *Univerzita a město spojily síly v jedinečném spotu* [online] ©2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupný z: <http://www.olomouc.eu/aktualni-informace/tiskove-zpravy/13683>.
- [52] STRUKTURÁLNÍ FONDY. *NUTS II* [online] ©2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupný z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Informace-a-dokumenty/Glosar/N/NUTS-II>.
- [53] STUDIE SÍDELNÍ STRUKTURY OLOMOUCKÉHO KRAJE. *Demografický vývoj Olomouckého kraje* [online] ©2012 [cit. 2014-04-10]. Dostupný z: <http://www.kr-olomoucky.cz/clanky/dokumenty/3637/3-demograficky-vyvoj-olomouckeho-kraje2.pdf>.

- [54] TOURISM.OLOMOUC. EU. *Vítejte v Olomouci* [online] ©2002- 2014 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://tourism.olomouc.eu/>.
- [55] UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI [online] ©2010 [cit. 2014-04-07]. Dostupný z: <http://www.upol.cz/>.
- [56] ÚZEMNÍ PLÁN OLOMOUC (VÝROK). *Návrh, únor 2014*. [online] ©2014 [cit. 2014-03-15]. Dostupný z: http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/14_/14943/I_text.cs.pdf.
- [57] VTPUP.CZ. *Výroční zpráva 2013* [online] ©2014 [cit. 2014-03-15]. Dostupný z: http://vtpup.cz/cs/download/zajimave_dokumenty/vyrocnizprava-vtp-up-2013.pdf.
- [58] VYHLÁŠKA č. 9/2005. *O závazné části regulačního plánu MPR Olomouc*. Statutární město Olomouc. [online] ©20. 9. 2005 [cit. 2014-03-5]. Dostupné z: http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/10_/10813/09-2005.cs.pdf.
- [59] VÝSTAVIŠTĚ FLORA OLOMOUC. *Olomoucké parky* [online] ©2006 [cit. 2014-03-08]. Dostupný z: <http://www.flora-ol.cz/>.
- [60] ZELENÁ KNIHA. *Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*. [online] ©2010 [cit. 2014-04-02]. Dostupný z: <http://www.mkcr.cz/assets/evropska-unie/dokumenty-rady-evropy/ZELENA-KNIHA---Uvolneni-potencialu-kulturnich-a-tvurcich-odvetvi.pdf>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AFO	Academia Film Olomouc.
a.s.	Akciová společnost.
CIP	Rámcový program pro konkurenceschopnost a inovace.
ČR	Česká republika.
ČSÚ	Český statistický úřad.
DG EAG	Generální ředitelství pro vzdělávání a kulturu.
EU	Evropská unie.
ha	Hektary.
HDP	Hrubý domácí produkt.
CHKO	Chráněná krajinná oblast.
KKP	Kreativní a kulturní průmysly.
Kč	Koruny české.
KI	Klášterní iniciativa.
km ²	Kilometry čtverečné, kilometry čtverečných.
m.	Metry, metrů.
MPR	Městská památková rezervace.
MSP	Malé a střední podniky.
OBSE	Organizace pro bezpečnost a spolupráci v Evropě.
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj.
OSN	Organizace spojených národů.
RIS	Regionální inovační strategie.
SRN	Spolková republika Německo.
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným.
st.	století.
tis.	Tisíc.

tzv.	Tak zvaný, tak zvaně.
UNESCO	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu.
UP	Univerzita Palackého v Olomouci.
WIPO	Světová organizace duševního vlastnictví.
WTO	Světová obchodní organizace.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Vlastní zpracování modelu Work Foundation.....	16
Obr. 2: Vývoj nezaměstnanosti v Rakousku.....	41
Obr. 3: Vývoj počtu obyvatel v Rakousku.....	42
Obr. 4: Vývoj počtu obyvatel ve městě Olomouci.....	51
Obr. 5: Areál sladovny v Olomouci- Holicích.....	69

SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Přehled kulturního a kreativního sektoru podle Evropské komise.....	20
Tab. 2: Oblasti kreativních průmyslů v Rakousku.....	21
Tab. 3: Přehled kulturního a kreativního průmyslu v Německu.....	22
Tab. 4: Přehled kulturního a kreativního průmyslu v ČR.....	24
Tab. 5: Stadia životního cyklu klastru.....	30
Tab. 6: Vývoj nezaměstnanosti v Olomouckém kraji mezi léty 2005-2014.....	52
Tab. 7: Přehled klastrů v Olomouckém kraji.....	57
Tab. 8: Seznam poskytnutých rozhovorů.....	59
Tab. 9: Vývoj návštěvnosti města Olomouce.....	62
Tab. 10: Návrhy využití areálu sladovny pro kulturní vyžití.....	68
Tab. 11: Návrh společností působící v oblasti KKP v areálu sladovny.....	69
Tab. 12: Návrh potencionálních členů klastrů optiky- I. etapa.....	70

SEZNAM PŘÍLOH

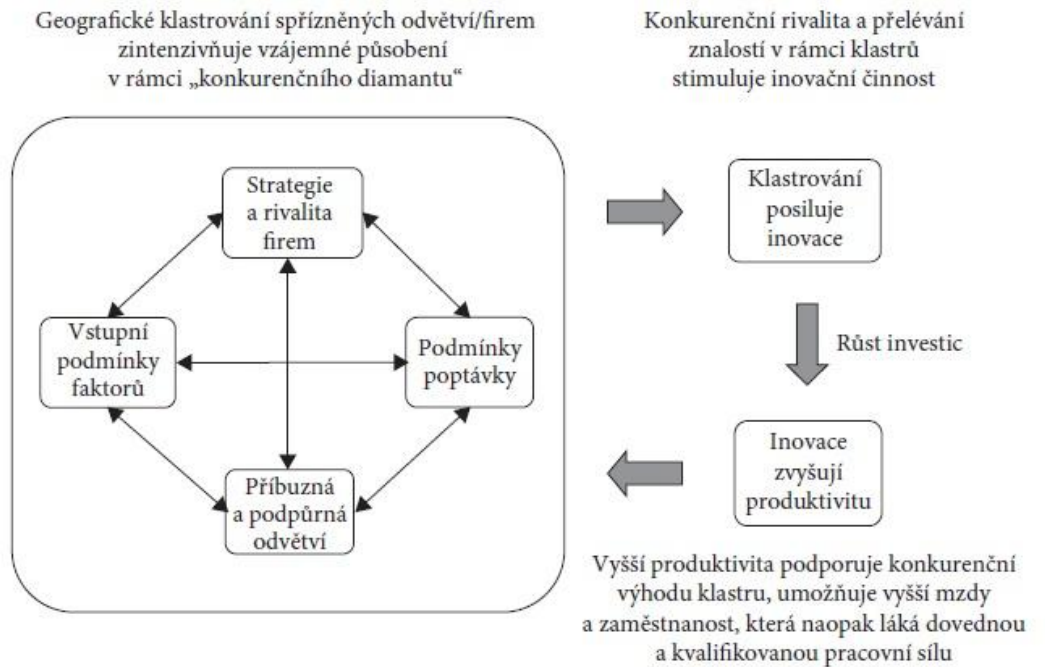
P I Galerie Moritz

P II Galerie Šantovka

P III Porterův diamantový model s inovacemi

P IV Vyhodnocení dotazníkové šetření

PŘÍLOHA I: PORTERŮV DIAMANTOVÝ MODEL S INOVACEMI



Zdroj: (Pavelková, 2013, s. 15)

PŘÍLOHA P II: GALERIE MORITZ



Zdroj: Galerie Moritz, 2011

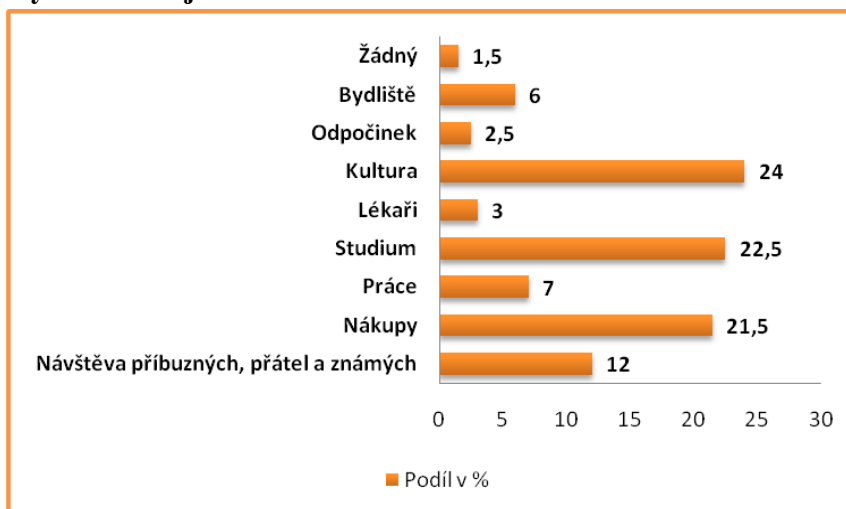
PŘÍLOHA P III: GALERIE ŠANTOVKA



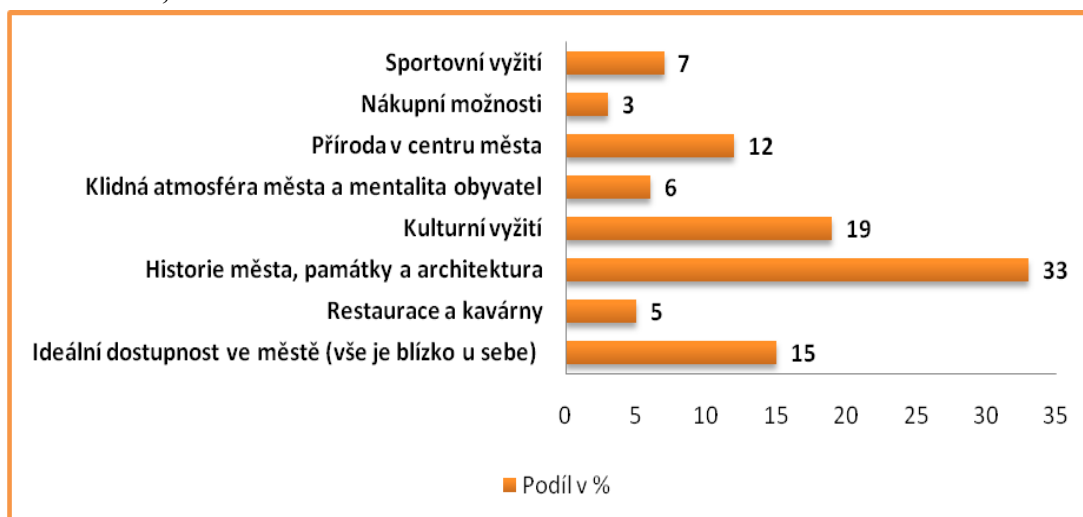
Zdroj: Galerie Šantovka, 2013

PŘÍLOHA IV: VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

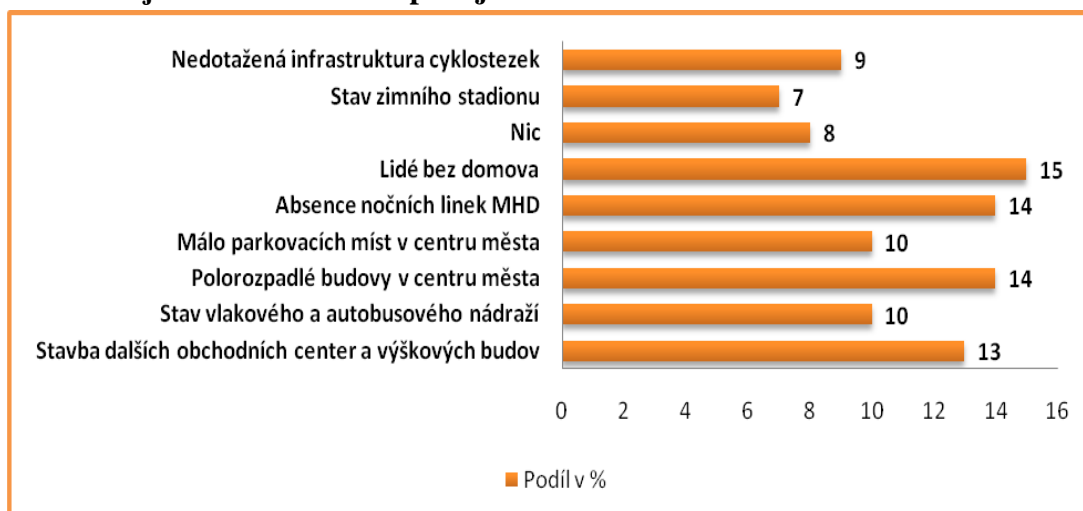
1) Za jakým účelem jezdíte do Olomouce?



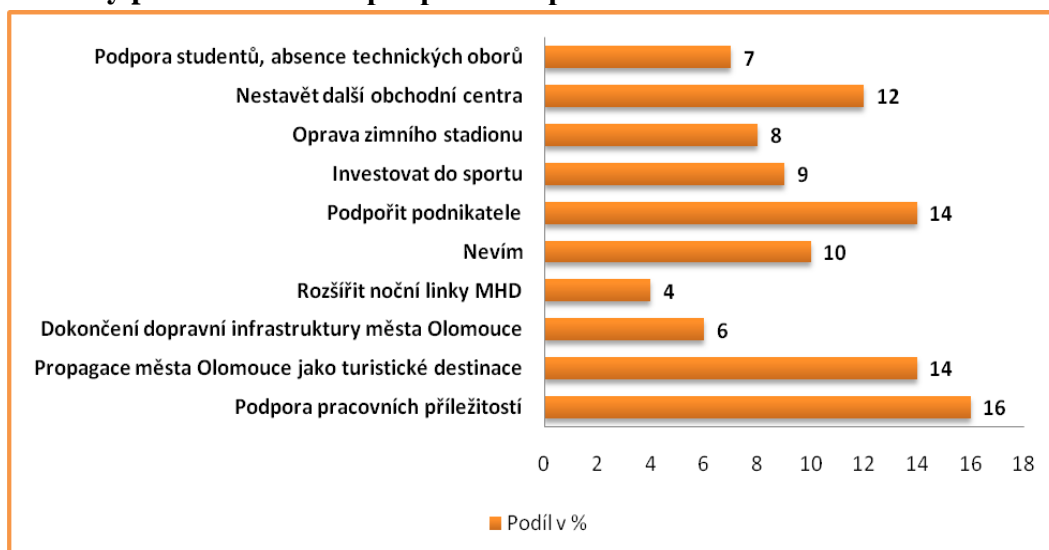
2) Uveďte, co se Vám na tomto městě líbí.



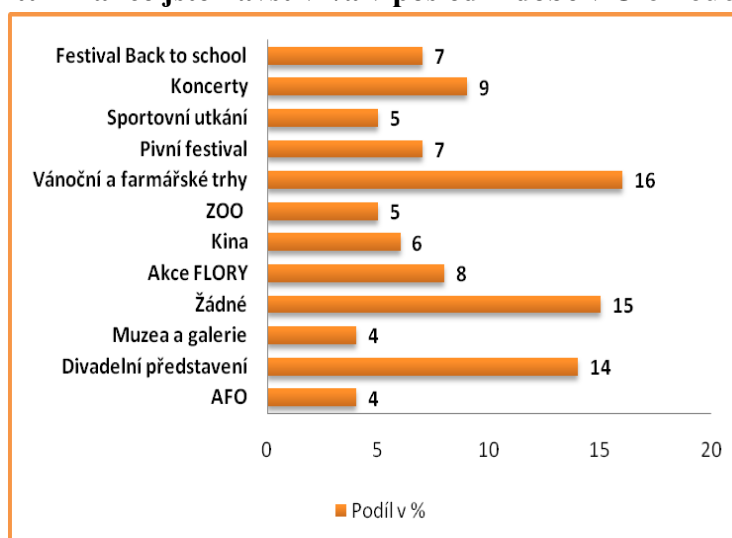
3) S čím jste v Olomouci nespokojeni?



4) **Co by podle Vás mohlo přispět ke zlepšení života v tomto městě?**



5) **Které kulturní akce jste navštívil/a v poslední době v Olomouci?**



6) **Která část města či budov v Olomouci by měly projít potřebnou revitalizací?**

