

Rozvoj a podpora co-workingových center a makerspaces jakožto nástroje kreativní ekonomiky: případová studie města Brna

Veronika Štefánková

Bakalářská práce
2021

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Veronika Štefánková
Osobní číslo: M18452
Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa
Studijní obor: Veřejná správa a regionální rozvoj
Forma studia: Prezenční
Téma práce: Rozvoj a podpora co-workingových center a maker spaces jakožto nástroje kreativní ekonomiky: případová studie města Brna

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Na základě literární rešerše prezentujte základní pojmy a přístupy ke studiu kreativní ekonomiky, co-working a maker spaces a jejich rozvojové trajektorie a možnosti veřejné podpory.

II. Praktická část

- Analyzujte prostorové rozmístění a typologii coworkingových center a maker spaces na území města Brna.
- Vyhodnoťte změny obchodních modelů a využití coworkingových center a maker spaces na území města Brna v důsledku pandemie COVID-19.
- Navrhněte možnosti veřejné podpory rozvoje coworkingových center a maker spaces na území města Brna.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40 stran
Forma zpracování bakalářské práce: Tiskovaná/elektronická

Seznam doporučené literatury:

- COLLINS, Hilary. *Kreativní výzkum: teorie a praxe výzkumu v oblasti tvůrčích odvětví*. 1. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2017, 207 s. ISBN 978-80-7008-386-4.
- CUNNINGHAM, Stuart a Terry FLEW, ed. *A research agenda for creative industries: edited by Stuart Cunningham, Terry Flew*. 1. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2019, 184 s. ISBN 978-1-78811-857-6.
- GILL, Rosalind, Andy C. PRATT a Tarek E. VIRANI, 2019. *Creative Hubs in Question: Place, Space and Work in the Creative Economy*. 1. Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-030-10652-2.
- JONES, Candace, Mark LORENZEN a Jonathan SAPSED, ed. *The Oxford handbook of creative industries*. 1. Oxford: Oxford University Press, 2015, xvii, 554 s. ISBN 978-0-19-960351-0.
- SUAREZ, Ramon. *The coworking handbook: the guide for owners and operators : learn how to open and run a successful coworking space*. 1. North Charleston: CreateSpace Independent Publishing, 2014, 226 s. ISBN 978-1-4991-2063-9.

Vedoucí bakalářské práce: **RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání bakalářské práce: **15. ledna 2021**
Termín odevzdání bakalářské práce: **18. května 2021**

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 15. ledna 2021

PROHLÁŠENÍ AUTORA

BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské 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 obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou 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. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
- že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení:

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Bakalářská práce pojednává o problémech coworkingových center, maker spaces, kreativity a kreativní ekonomiky nejen v České republice. Zkoumá dopady pandemie COVID-19. Cílem je analyzovat brněnská coworkingová centra a maker spaces, ceny za poskytované prostory, služby a typy klientů. V praktické části mé práce jsem využila dotazníkové šetření a také telefonickou komunikaci s koordinátory společností. Výsledkem je neustále rostoucí zájem o oblast IT a kreativního průmyslu z čehož plyne zvyšující se počet coworkingových center a sdílených dílen na území města Brna.

Klíčová slova: centra, co-working, inovace, kreativní ekonomika, kreativní průmysl, maker spaces, tvořivost

ABSTRACT

The bachelor thesis deals with the problems of coworking centers, macro spaces, creativity, and creative economy not only in the Czech Republic. It examines the effects of the COVID-19 pandemic. The aim is to analyze the Brno coworking centers and macro spaces, prices for the spaces provided, services, and types of clients. In the practical part of my work, I used a questionnaire survey and also telephone communication with company coordinators. The result is a constantly growing interest in the field of IT and the creative industry, which results in an increasing number of coworking centers and shared workshops in the city of Brno.

Keywords: centers, co-working, creative economy, creative industries, creativity, innovation, maker spaces

Tímto bych především chtěla poděkovat mému vedoucímu bakalářské práce, panu RNDr. Pavlu Bednářovi, Ph.D. za velice profesionální přístup a odborné vedení, jeho ochotu, trpělivost, čas a zkušenosti, bez kterých bych tuto práci nedopsala. Další poděkování patří mým přátelům a rodině, kteří pro mě byli oporou a stáli při mně po celou dobu studia.

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

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	12
1.1 KREATIVNÍ EKONOMIKA	12
1.1.1 Kreativita	12
1.1.2 Kreativní třída	12
1.2 Co-WORKING	13
1.3 MAKERSPACES	15
1.4 NÁSTROJE KREATIVNÍ EKONOMIKY	16
1.5 KREATIVITA VS. PRACOVNÍ TRH	16
2 HISTORICKÝ KONTEXT	18
2.1 POČÁTKY KREATIVNÍ EKONOMIKY A JEJÍ VÝVOJ	18
2.1.1 Kreativní ekonomika v současné době	18
2.2 KREATIVNÍ EKONOMIKA A JEJÍ ZASTOUPENÍ V HOSPODÁŘSKÉM ROZVOJI.....	19
2.3 VLIVY KREATIVITY NA OSOBNÍ ROZVOJ ČLOVĚKA	21
2.4 PŘÍLEŽITOSTI A BARIÉRY ROZVOJE.....	21
2.4.1 Vnitřní bariéry rozvoje.....	22
2.4.2 Vnější bariéry rozvoje.....	23
2.4.3 Techniky pro překonání bariér.....	24
3 PŘÍSTUPY KE STUDIU KREATIVNÍ EKONOMIKY	25
3.1 ROZVOJOVÉ TRAJEKTORIE	25
3.2 MOŽNOSTI VEŘEJNÉ PODPORY	26
II PRAKTICKÁ ČÁST	28
4 SOCIÁLNĚ-EKONOMICKÁ PROSTOROVÁ STRUKTURA MĚSTA BRNA	29
4.1 HORIZONTÁLNÍ POLOHA A VNITŘNÍ PROSTOROVÁ STRUKTURA MĚSTA BRNA	29
4.2 EKONOMICKÁ STRUKTURA MĚSTA BRNA A JEJÍ VÝVOJOVÉ TRAJEKTORIE	30
5 ANALÝZA KREATIVNÍHO PRŮMYSLU	34
6 IDENTIFIKACE COWORKINGOVÝCH CENTER A MAKER SPACES V BRNĚ	35
6.1 PROSTOROVÉ ROZMÍSTĚNÍ A TYPOLOGIE COWORKINGOVÝCH CENTER A MAKER SPACES NA ÚZEMÍ MĚSTA BRNA	38
6.2 IMPACT HUB BRNO	39

6.3	FABLAB BRNO.....	40
6.4	TYPY KLIENTŮ COWORKINGOVÝCH CENTER	41
6.5	COWORKINGOVÁ CENTRA PRO MATKY S DĚTMI.....	42
6.6	DOSTUPNOST ZÁKLADNÍCH A ROZŠÍŘENÝCH SLUŽEB A CENY ZA PRONÁJEM.....	42
7	COWORKINGOVÉ CENTRA A MAKER SPACES NA ÚZEMÍ MĚSTA BRNA S DOPADY PANDEMIE COVID-19	44
7.1	ZMĚNY OBCHODNÍCH MODELŮ A VYUŽITÍ.....	45
8	MOŽNOSTI VEŘEJNÉ PODPORY ROZVOJE COWORKINGOVÝCH CENTER A MAKER SPACES NA ÚZEMÍ MĚSTA BRNA	46
8.1	POSKYTNUTÉ KREATIVNÍ VOUCHERY V JIHMORAVSKÉM KRAJI ZA ROK 2021	47
	ZÁVĚR.....	48
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	49
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	52
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	53
	SEZNAM TABULEK	54
	SEZNAM GRAFŮ.....	55
	SEZNAM PŘÍLOH.....	56

ÚVOD

Důležitým postupem k úspěšnému zvýšení konkurenceschopnosti na trhu je rozkvět tvůrčích znalostí a dovedností jednotlivců, které mají silnou spojitost s vývojem kreativních tříd a celkově rozkvětu kreativního průmyslu. Kreativita je jedním z hlavních nástrojů, bez které by tato ekonomika nemohla fungovat a dále se rozvíjet, a proto se zabývám jednotlivými vlivy a bariéry kreativity. Důležitou součástí je veřejná podpora ať už ze strany města Brna, nebo Jihomoravského kraje a přístupy fakult ke vzdělání v tomto odvětví.

Co se coworkingových center, open space a sdílených dílen týká, vzniká zcela nová pracovní svoboda. Obecně je pro populaci dobré dostat do povědomí možnosti sdíleného pracovního prostoru a kreativních dílen. V rámci mého dotazníkového šetření určeného pro ostatní veřejnost bylo zjištěno, že lidé ve věku dvaceti až dvaceti pěti let o této problematice a možnostech z osmdesáti procent nevědí. Člověk se může dostat mezi jiné obory jeho podnikatelského zaměření a získat kontakty pro budoucí spolupráci. Propojení rozdílných oblastí může přispět k rozvoji kreativní ekonomiky jak ve světě, tak i v rozvoji města.

Praktická část cílí na zkoumání jednotlivých center v Brně a snaží se prohloubit informace o situaci a dění uvnitř společností, a to jak během pandemie COVID-19 (která nastala v dubnu roku 2020 a trvá až do současného roku 2021), tak i za běžného provozu před dubnem 2020. Některá centra v návaznosti na technické opatření museli své fungování ukončit.

Brno je metropolitní město, které má dobrou dopravní dostupnost a nachází se zde spousta mezinárodních firem, vysoké učení technické a je také dodavatelem do velkých měst jako Praha či Vídeň. Mimo strategickou polohu města se zde rozprostírá špičková infrastruktura, a to je jedním z důvodů, proč absolventi po dokončení vysokých škol (přes 17 tis. absolventů ročně) čím dál více zůstávají v Brně a podporují tak inovativnost samotného města. BIC Brno, Jihomoravské inovační centrum, nebo středisko rozvoje IT OLLI a jiné jsou inkubátory, díky kterým mají začínající podnikatelé kvalitní zázemí.

Výsledky odpovědí z mého dotazníkového šetření s převážně uzavřenými otázkami, byly určeny pro coworkingová centra a jsou též zakomponované v praktické části.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Na základě vymezené výzkumné mezery bude dílčím cílem analýza prostorového rozmístění coworkingových centrech a maker spaces na území města Brně. Druhým cílem bude vyhodnotit změny obchodních modelů a využití coworkingových center a maker spaces při dopadech pandemie COVID-19 a posledním cíl je navrhnout možnosti veřejné podpory rozvoje coworkingových center a maker spaces.

Byly využity možnosti geografických informačních systémů a tematické kartografie při vizualizaci nasbíraných dat. Data jsou například čerpány z portálu ČUZK. Pro zpracování byl vytvořen kartogram a použita byla tečková metoda. U tematické kartografie byly taktéž využity hraniční liniové znaky, metoda kvantitativních areálů, nebo legenda. Za přínos práce považuji nasměrování do vlastní tvorby, návrhy map a také zhodnocení atmosféry uvnitř center v metropolitním městě a jejich porovnání v kontextu případové studie.

Datový podklad pro mapové výstupy tvořily získané informace od koordinátorů jednotlivých společností. V květnu tohoto roku 2021 za účelem dílčího cíle jsem využila strukturované rozhovory se všemi brněnskými coworkingovými centry, hacker space i sdílenými dílnami. Nevýhodou při strukturovaném rozhovoru pro člověka, který ho vede, je minimální volnost, ale výhodou je přesná struktura získaná od většího množství respondentů a následné porovnání výsledků. Dotazovalo se na rok založení a jaká byla jejich obsazenost před pandemií a nyní v průběhu pandemie COVID-19. V komunikaci byly využity získané poznatky z příručky sociografického výzkumu. Pro konkrétní odpovědi byly využity uzavřené otázky. Otevřené otázky byly využity za účelem hlubšího zamyšlení dotazovaného. Následně jsem porovnávala, jak se změnily obchodní modely a business plány. Zjišťovalo se prostorové rozmístění budov v Brně a zkoumala interakce s mladou komunitou právě na sociálních sítích.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

1.1 Kreativní ekonomika

Kreativní ekonomika jsou ekonomické odvětví a obory, kdy je jejich cílem poskytnout lidem funkční statky a služby. Poskytují zcela nové využití, které zahrnuje prvky individuální lidské kreativity, dovednosti a talentu (Kloudová, 2010). Do pracovního procesu vnáší nové faktory a vstupy, jako například samotnou kreativitu, která je schopna produkovat nápady a dále je proměňovat do inovací. Tento ekonomický systém představuje hospodářství, kde můžeme za hlavní vstup a výstup považovat naše myšlenky. Některé odvětví preferují hodnotu výstupu jako jedinečnost, některé zase naopak schopnosti nízkorozpočtové produkce a schopnost navýšit možnosti nabídky pro širokou řadu konzumentů. Businessem se rozumí nové možnosti myšlení, činů a tvorba nových nápadů. Za jeden z elementárních vstupů můžeme považovat talent, schopnosti a dovednosti, které kreativita upravuje zcela novým stylem. Hlavním původem ekonomického vývoje byla pracovní síla, technologie a kapitál. Kreativní ekonomika včetně těchto základních pojmů využívá v daleko větším množství lidské zdroje kreativity. Neodmyslitelným předpokladem se stává otevřenost prostředí a svoboda. Je potřeba se naučit, jak využít více kreativního potenciálu a jak tuto výhodu prodat, což je výzvou jak pro podnikatele, tak i pro tvůrce hospodářské politiky (Howkins, 2001).

1.1.1 Kreativita

Pojem kreativita nám napomáhá k tomu, abychom prosté a běžné věci mohli vnímat více odlišněji. Ve své podstatě je to proces, kdy jsme schopni vytvořit z ničeho, nebo z úplného minima věcí, produkty, nápady a transformovat je do inovací. Roste nám také potenciál v rámci obchodních postupů či vztahů, díky kterým vznikají nové metody a myšlenky. Velkou výhodou kreativity je vytváření nových řešení projektů, problémů, nebo nám napomáhá se na věci dívat z jiného úhlu pohledu. Kreativita může být vrozená, ale můžeme se jí postupem času také naučit získáváním nových zkušeností. Naše mysl se zaměřuje na tvorbu myšlenek, a to za pomoci reakce přesvědčování.

1.1.2 Kreativní třída

Kreativní třídou se rozumí spousta profesí jako jsou umělci, učitelé, architekti, designéři a další, kteří tvoří kreativní obsah a nedělají každý den tu stejnou rutinní činnost. Oproti ostatním se ty kreativní snaží dělat věci nové a inovativní. V ostatních třídách, například ve

výrobě a ve službách jsou lidé především placeni za práci, při které se neodchylují od postupů a jsou maximálně přesní. Nynější normy kreativních tříd jsou odlišné od těch minulých. Mění se pohled na informace, ke kterým máme lepší přístup a taky se rozšiřuje globalizace a jinak lze vnímat i pracovní sílu. V 18. století to byla doba zemědělská (rolníci), v 19. století doba průmyslová (tovární dělníci), ve 20. století doba informační (znalostní pracovníci) a konečně ve 21. století doba koncepční (kreativci). Kreativní třídy začínají tvořit elitu současné doby (Cikánek, 2013)

1.2 Co-working

Pojem co-working, jak už můžeme z názvu poznat, se týká spolu-práce. Je to poměrně moderní jev, který se u nás objevil teprve na začátku 21. století, konkrétně v roce 2005 ve Spojených státech, kdy jedno z původních center bylo vytvořeno právě v San Francisku. Jeho zakladatelem byl Brad Neuberg. Toto první co-workingové centrum neslo název „Hot Factory“, ale v dnešní době již nefunguje.

Co-working můžeme chápat jako prostředí, které si lze pronajmout za relativně nízkou peněžní částku jako náš pracovní prostor. Celé prostředí by mělo být moderní a motivující lidi k nápadům a novým návrhům. Pronájem takové plochy zahrnuje jednak samotné místo u stolu, dobrou atmosféru pro práci, ale i vybavení potřebné ke kancelářské činnosti, jako je stabilní internetové připojení, funkční tiskárna a další. Umístění stolu se může lišit. První možností je samostatná místnost tzv. kancelář, nebo oddělená buňka. Druhou možností je inovativní otevřený prostor neboli open space, který nemusí vyhovovat každému uživateli, ale může být značným přínosem pro práci u některých pracovníků. Toto působiště vytváří novou společnost, která se chce při své práci rozvíjet i jinou cestou a rozšiřovat si obzory. Pořádají různá setkání, porady i akce. Součástí center je i vybavená kuchyně, koupelna a různé oddechové místnosti.

Jeden z hlavních účelů tohoto pracovního prostředí je v lidech probouzet kreativitu a tvořit tak přirozené spojitosti dosahující přínosu. Značným aktivem je hospodárná povaha a kolektivní spolupráce uživatelů centra, která přináší nové možnosti a inspirativní komunitu. Kooperace je důležitým bodem, díky které můžeme získat další znalosti, kontakty a zkušenosti z různých oblastí podnikání. Toto pojetí je nejvíce užíváno mezi podnikateli v oboru IT technologií, ale samozřejmě se setkáváme i s dalšími sférami. Náklady za pronájem těchto prostor se pohybují nejvýše v tisícikorunových částkách i v těch dražších co-workingových centrech. Kanceláře, nebo místa v open space jsou tak méně nákladné než

si zřizovat vlastní pracovny a lidé je mohou využít bez dalších starostí. Otevírací doba působiště se může na mnoha místech lišit, ale většinou jsou právě společenské prostory otevřeny dvacet čtyři hodin přes celých sedm dní v týdnu, což znamená, že nezahrnují žádné časové omezení. Podle toho, jak uživatel bude kanceláře využívat, zvolí si své členství. Pokud ví, že v kanceláři bude jen jednou týdně, nebo ji naopak bude každodenně využívat, přizpůsobí tomu druh členství, který je pro něj nejlépe vyhovující (Pýcha, 2013).

Tyto centra představují jednak flexibilní zajištění pracovní doby pro samostatné podnikatele, ale také etiku kooperace. Znamená to, že umění a tvůrčí podnikání vzkvétají právě když lidé spolupracují a sdílí s dalšími lidmi své nápady a myšlenky a vytváří si tak praxi v různých oborech. Co-workingová centra původně vznikaly na základě neziskového principu, ale postupem času se zvyšující se popularitou těchto nových možností spolupráce to přilákalo velké komerční investory. Některé centra byly založeny jako poskytovatelé prostor pro spolupráci, některé zase naopak diverzifikovali nájemné za kooperaci ze své činnosti, kterou zaštiťují (pronájem kancelářských prostor). Aktuálně se spousta národních společností stará o světové podniky, a to především o ty, kteří pracují a komunikují se zákazníky a svými spolupracovníky především online. To jim nabízí spoustu možností jako je cestování či život v různých částech světa. Centra jim tak nabízí členství, které uživatelům umožní přístup ke svým kancelářským prostorům v mnoha světových městech, kdy je jim v určitých případech poskytnuto dokonce i ubytování (Gill, 2019).

Výhody:

- Při své práci se člověk stává více kreativním a produktivním, právě když k tomu má dobře uzpůsobené pracovní podmínky a prostředí
- Podnikání se může daleko rychleji rozvinout například i díky zpětné vazbě ostatních členů, nebo díky spolupráci s ostatními podnikateli
- Lepší rovnováhou mezi pracovním a soukromým životem
- Větší motivace pro práci a působení v profesionálním prostředí
- Snížení nákladů za vybavení kanceláří a potřebných služeb
- Vše máme na jednom místě, tím pádem šetříme finance a čas i na případném dojíždění
- Individuální pracovní doba dle našeho pracovního plánu (Suarez, 2014)

1.3 Makerspaces

Makerspaces v překladu do češtiny znamenají „tvořivé dílny“ a jsou to místa, na kterých se lidé setkávají za účelem sdílení svých znalostí, zdrojů, nebo se také můžou podílet na společných projektech a navazovat tak kontakty s ostatními tvůrci. Tvůrcům neboli makerům jsou poskytnuty prostory a také potřebné nástroje ke své tvorbě. Většinou se tyto tvořivé dílny nacházejí v působitích knihoven, komunitních center či univerzitních kampusech. Podobným konceptem jako jsou makerspaces jsou takzvané hackerspaces, ze kterých tvůrčí dílny prvotně vycházejí. Rozdíl je v tom, že hackerspaces se zabývají více technickou stránkou jako je hardware, software, jehož hlavním záměrem je 3D tisk a práce spojená s ním (Kopecká, 2016).

V roce 2005 časopis MAKE započal komunitu DIY. O tento kreativní obor je v posledních letech obrovský zájem a hodně lidí v dnešní době dává přednost kvalitní ruční práci, která jim poslouží mnohem delší dobu než zhotovené produkty z obchodů, či dovezené ze zahraničí. Členové dílen se zaměřují hlavně na hmatatelný produkt. K tomu, aby ho mohli zhotovit používají různá digitální zařízení, které jim mají práci usnadnit. Místa jako jsou makerspaces často mívají vysoké počáteční náklady právě z důvodu pořizování digitálních technologií a jiných potřebných nástrojů pro práci, a proto jsou mnohdy zakládány v kooperaci s ostatními firmami, nebo univerzitami. Jejich výdaje na fungování jsou financovány zřizovateli a příslušníky dílen (Maker Faire, 2015).

Výhody:

- Nabízí se možnost kooperace s ostatními členy, zapojení do projektů a možnost spolupráce s lidmi z praxe, kteří jsou ve své oblasti více zblhlí a můžou tak předat užitečné zkušenosti.
- Možnost učit se používat technologie jako jsou 3D tiskárny, či různé šicí a obráběcí stroje.
- Dobrou příležitostí je také mimořádné vzdělání pro studenty, kteří se chtějí přiučit něco více, mohou si věci blíže prohlédnout, osahat a seznámit se s nimi.
- Tvoří se zde kreativní projekty či myšlenky a pracuje se s různými moderními technologiemi.

Nevýhody:

- Hlavní nevýhodou jsou vysoké počáteční výdaje (pořízení 3D tiskáren, nástrojů pro práci, strojů, digitálních technologií – počítačů) a následné financování makerspaces.
- Náročnost nalézt volné prostory pro tyto tvořivé dílny v objektu knihoven, univerzitních kampusů či komunitních centrech.

1.4 Nástroje kreativní ekonomiky

Hlavním nástrojem kreativní ekonomiky je již zmíněná kreativita a tvůrčí schopnost inovovat. V dnešní době v tomto odvětví pracuje dvacet až dvacet pět procent pracovníků a součástí nástrojů je také věda, výzkum a vývoj. Další velkou kapitolou jsou technologie a digitalizace, které zahrnují zdroj informací a potřebných dat k rozvoji a případné veřejné podpoře tohoto průmyslu. Jedinec musí mít chuť rozvíjet své znalosti a dovednosti kreativce a vzájemně kooperovat s jinými tvůrci (vlastní zpracování).

Dalším důležitým aspektem je spolupráce. Spolupráce může zdokonalit inovaci a podnikání a otevřít nám spoustu nových příležitostí. Nejenže podnikatelské subjekty mezi sebou kooperují a sdílejí své znalosti a zdroje, ale také spolu soutěží o přivlastňování hodnot a tím posilují tím trh práce. (Bouncken et al., 2018)

1.5 Kreativita vs. pracovní trh

V nynějším světě se věci neustále mění. Mění se rychleji moderní technologie, které pořád procházejí určitým vývojem. Úspěšnými faktory právě pro pracovní trh jsou například – nepřetržitá adaptace, přizpůsobení trhu, anticipace nových a aktuálních tendencí, a také předpověď komplikací a problémů, které by mohly v naší činnosti nastat. Kreativní vztah k pracovnímu, ale i osobnímu životu je velmi vzácnou schopností pro objevování východisek a pro úspěšnost je žádoucí. V podniku je základem, aby hlavní podpora schopnosti kreativity přicházela z vedoucích pozic. Pokud není vedoucí pracovník dosti motivovaný a nemá chuť inovovat a učit se novým věcem, nemůže od svých zaměstnanců požadovat maximální tvůrčí schopnosti. Bez ohledu na obor podnikání. Vedení společnosti by mělo investovat do různých programů, které tyto tvůrčí a kreativní schopnosti rozvíjejí a také sledovat zpětnou vazbu od svých zákazníků, jak na dané změny reagují. Povzbuzují tím věrnost klientů a dobré vztahy na pracovištích (Collins, 2017). Podnikatelé a společnosti mohou vytvářet nové pracovní modely. Z velké části to také závisí na jedinci a jeho schopnostech, jak je ochotný na sobě pracovat, nebo se zapojit do často neobvyklých a

nových činností. Je to o tom vystoupit ze své komfortní zóny. Do těchto průmyslových odvětví jsou zapojeni jednak jedinci, ale i města a národní či mezinárodní vládní politiky. (Jones et. al. 2015).

Mezi lety 2013 až 2017 byl proveden výzkum v odvětví kreativního průmyslu (PEC) ve spolupráci s londýnskou firmou Nesta, která se zabývá podporou nových, inovativních myšlenek. Zaměřili se na třicet pět milionů pracovních inzerátů, ve kterých se snažili nalézt význam slova „kreativita“. Jejich cílem bylo ukázat taková povolání, která potřebují tvůrčí schopnosti ke své práci – umělci, designéři, architekti, vývojáři a jiní. Z toho vyplynulo, že pojetí kreativity bude mít do budoucna velký růst a vedoucí pracovníci by tak měli do kreativních schopností svých zaměstnanců více investovat. Zaměstnavatelé nehledají pouze kreativní jedince, ale chtějí i šikovné lidi se schopností organizace a řízení projektů. V neposlední řadě můžeme říct, že kreativita není nijak omezena a můžeme ji nalézt i u povolání jako jsou kadeřníci, pekaři, nebo také šéfkuchaři z čehož vyplývá, že kreativní povolání nemají monopol na kreativitu (The Creative Industries Policy and Evidence Centre (PEC), 2018).

Principiálně se také obměňuje průběh inovace produktů. Postupem času se začnou vytrácet a zanikat některé profese, ale na druhou stranu začnou vznikat profese nové, o kterých zatím ještě nemáme ani tušení. Právě o tomto hovoří průmysl 4.0, jehož smyslem je digitalizace a robotizace, která začne krok za krokem nahrazovat lidskou pracovní sílu. O kreativní profesi můžeme hovořit jako o profesi budoucnosti. Nahrazení roboty bude mít velkou výhodu v tom, že lidé začnou hledat uplatnění v jiných oborech. World Economic Forum (2016) vydalo v souladu s průmyslem 4.0 zprávu o budoucích profesích vycházejících ze znalostí světových zaměstnavatelů a zaměstnanců ze sektoru řízení lidských zdrojů. Některé školy již poskytují daleko víc tvůrčích předmětů a dávají tak možnost studentům pro jejich kreativní růst.

2 HISTORICKÝ KONTEXT

2.1 Počátky kreativní ekonomiky a její vývoj

Pojem „kreativní průmysl“ byl poprvé definován na přelomu 20. a 21. století v roce 1998 někdejší společností DCMS (Department for Digital, Culture, Media and Sport) ve Spojeném království a byl zpočátku nazýván jako „mapovací dokument“ z důvodu prozkoumávání neobjeveného území, které bylo později přejmenované na „kreativní průmyslová odvětví“. Vymezením tohoto sousloví se rozumí všechny činnosti závislé na tvůrčím talentu jednotlivců a naměřené hodnoty jejich kreativity. Postupem času se ukázalo, že tato definice ekonomiky je úspěšná, ale začínaná se v ní objevovat mnoho nedokonalostí. Zcela nový odborný výraz však vzbudil bouřlivou debatu o přístupu mezi uměním a obchodem. Mezi konvenční definice patří spojení jako je „kulturní průmysl“, nebo volněji používaný a již zmíněný termín „kreativní průmysl“.

Firma DCMS se zaměřila na vypracování informací o provinciální správě a začala tak uvažovat o potřebném vzdělání a dovednostech, aby mohla vytvořit pracovní místa do tohoto odvětví. Rozvíjely se nové obchodní zdatnosti, příležitosti a také se rozšiřovaly standartní průmyslové či profesní kvalifikace a kódy. Ekonomika byla přijata i politiky z celého světa a jak uvádí sdělení OSN – je to jeden z nejrychleji rostoucích sektorů na všech kontinentech. Politika je s tímto oborem úzce spjatá taky z městského a regionálního pohledu. Každá činnost závisí na kulturním dědictví, příběhu, vzdělávacím systému, nebo také pracovní zvyklosti. Samozřejmě aby mohla místní politika vzkvétat, musí být dobrá obecní podpora, úspěšné podnikání a plánování, které je rozvíjené osobitým starostou či úředníkem (Newbiden et al. 2019, str. 21 - 26).

Obrovský důraz byl kladen na kulturu, vědu a zábavu, kde to způsobilo značný rozmach. Velký rozkvět měl také obor IT a internetu, kde došlo k účinnějšímu propojení s celým světem a zároveň vznikla nová pracovní místa a různá neobjevená odvětví. Poptávali se hlavně lidé, kteří uměli pracovat s novými technologiemi a vychytávkami a zároveň u nich převládala kreativita. Tuto pracovní třídu lze také interpretovat jako tzv. kreativní třídu, kterou již dříve definoval Richard Florida jako nový motor ekonomiky (Florida, 2012).

2.1.1 Kreativní ekonomika v současné době

Tyto čínorodé obory jsou v současné době předními sektory v ekonomicky vyspělých zemích a jsou předmětem ekonomické koordinace a rozkvětu s ročním nárůstem mezi pěti

až dvaceti procenty. Je to daleko diskutovanější a významnější obor znalostní ekonomiky než dříve. Potřebuje vysoké procento lidské práce a povzbuzuje inovace, proto rozhoduje o užití ohromného potenciálu k tvorbě nových pracovních pozic a rozšíření vývozu. Velkou výhodou tvůrčích znalostí je konkurenceschopnost na pracovním trhu a nárůstem se myslí intenzivnější propojení oblasti kultury, podnikání s oblastí inovací. Významné osobnosti a odborníci v kreativním prostředí jsou výrazným hnacím motorem pro ekonomiky vyspělých zemí. Klíčová část má vliv na obory s ekonomickými nástroji pro produkci nápadů a projektů do budoucna, originální kreativní obsah a také na nové technologie. Tyto části jsou odvětví vědy, umění, vzdělání, hudby, zábavního průmyslu, architektury, návrhářství a také postprodukce. To nám ukazuje, že jmenované části jsou pestré, co se svých tvůrčích možností týče (Collins, 2017). Jednotlivá odvětví jsou však propojena a mají podobné znaky a jsou:

- částí, která je tvořena malými až středními podmínkami ovlivňující například zábavní, nebo reklamní průmysl,
- poháněny společnostmi pro které je produkce nového obsahu klíčovým objektem činnosti,
- prosperující částí v případě, že se pohybují uvnitř „kreativního klastru“ a jsou závislé na neformálních sítích, které kreativní nápady podporují a vymýšlejí,
- stavěné na našich nápadech, myšlenkách, projektech, hlavně z pohledu rozkvětu služeb a z pohledu obchodní praxe,
- usilující o nové obory, nové pracovní pozice, rozmach trhů, ale zároveň mají v úmyslu sloužit těm existujícím.

Negativními problémy v této oblasti mohou být například špatné platové podmínky (nízká mzda), diskriminace, nedostatečná pracovní doba, nebo nejistota. Kritici kreativní ekonomiku vidí jako hyperkonkurenční, individualizovaný a neoliberální prostor pro tvorbu malých a středních podnikatelů. Spolupráce mezi jednotlivými členy naprosto bourá stereotypy, a také staré a zaběhnuté zaměstnání (Gill, 2019).

2.2 Kreativní ekonomika a její zastoupení v hospodářském rozvoji

Obrovský rozkvět tohoto sektoru zapříčinilo hned několik faktorů. První z nich můžeme chápat jako zvýšení produktivity, která vyplývá z vývoje komunikačních a informačních technologií neboli IT průmyslu. Celkově to směřuje k rozmachu nových okruhů spotřeby ve

volnočasových a znalostních aktivitách. Druhý faktor si rozdělíme na několik pojmů – spletnost a nejistota společenského a ekonomického bytí, rozvoj inovací a ekonomická schopnost konkurence na trhu. Jako poslední faktor je možnost tvorby bohatství rozvíjející se o nové nápady a znalosti. (Collins, 2017). Výhody kulturního a kreativního průmyslu se rozrostly na národní stupeň, kdy se země prostřednictvím svých politik snaží využívat svůj potenciál. Kreativní ekonomika upoutala pozornost spousty mezinárodních organizací, a to vedlo k podpoře v různém rozsahu. Předním subjektem OSN, UNESCO, které je pro podporu vzniku kreativních států a jejich politik, je velkým výzkumným pracovištěm pro nápady a analýzu politik. Zapojují se také organizace jako Světová banka, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj, Rada Evropy či Evropská Unie. Z výzkumů vyplývá, že za poslední dvě desetiletí je tvůrčí ekonomika významnou součástí pro místní udržitelný rozvoj. V městských částech se vyvíjí kreativní klastry, které sdružují malé a střední podniky v různých oblastech podnikání a značně podporují zájem o rozvoj a potenciál měst a také využívají jejich tvůrčích zdrojů k získání potencionálního talentu.

V důsledku onemocnění COVID-19 rok 2020 a 2021 přenesl kreativní ekonomiku do centra pozornosti. Je to jeden z mála oborů, který se rychle rozrůstá a díky tomu vznikají nové pracovní pozice po celém světě, a především zaměstnává více mladých lidí od patnácti do dvaceti devíti let než jakýkoliv jiný obor. Mnoho lidí v tomto období přišlo o svá zaměstnání (hlavně v průmyslových oblastech; herci a umělci = ztráta umělecké svobody) což výrazně zasáhlo jejich živobytí. Lidé ztrácejí své dodavatele a poskytovatele služeb, a to má obrovský dopad na jejich podnikání. Řemeslná sféra je ve většině zemích největším poskytovatelem zaměstnání a zažívá razantní pokles. Světová pandemie urychlila dosavadní trendy, obzvláště digitalizaci, která ovlivnila kreativní řetězec a taky výrazně zlepšila způsoby komunikace a produkci práce. Toto digitální období provází komplikovanější ekosystém s dalšími obrovskými technologickými hráči, třeba jako je Google, Netflix či Amazon, kteří výrazně vstupují na trh. Lidé za poslední rok a půl vyhledávali daleko více streamovacích platform než kdy předtím. Na to navazuje fakt, že filmový průmysl razantně poklesl a zaregistroval ztrátu až o 7 miliard dolarů. Naopak muzea, galerie, výstavy a koncerty jsou i s divadelními představeními poskytované divákům online z pohodlí domova. Také různé hudební festivaly nezůstaly pozadu a přinesly lidem náhradní kombinovanou alternativu, aby si v této době mohli užít i kousek kultury. Nynější krize nám ukazuje hodnotu kreativní ekonomiky a vyzývá tak země k reformě jejich politik. Země se vzájemně nabádají k obnovení ekonomických modelů, aby posílily investice do veřejné politiky, kde globální digitální

platformy momentálně tvoří monopoly, které zpochybňují úlohu veřejných politik. Pokud se budeme bavit o uzpůsobení veřejných politik, je to ještě běh na dlouhou trať. (UNESCO, 2021)

2.3 Vlivy kreativity na osobní rozvoj člověka

Na osobní rozvoj člověka má vliv mnoho faktorů. Velkou roli v našich životech hrají rodiče a učitelé, se kterými trávíme obrovský kus našich životů. Vzdělávací systém je v dnešní době zaměřen spíše na znalosti než kreativitu dítěte a tím ji více potlačuje, než rozvíjí. Jeden z aspektů také může být zdravotní stav (stres, různé poruchy, nemoci), nebo i biologické přednosti (postava, rysy, tvář, genový potenciál k tvůrčí činnosti; dominance hemisfér -levá je více zaměřená na logické a verbální myšlení, naopak pravá hemisféra je intuitivní, abstraktní a fantazijní). Mezi další vlivné faktory můžeme zařadit i dětská traumata jako je například rozvod rodičů, či ztráta blízkého člena rodiny. Dopad na nás má i prostředí a typ bydlení ve kterém vyrůstáme a výchovný způsob rodičů. Rodiče mohou kreativitu dítěte ovlivnit svým optimismem, celkově vztahem k tvůrčím činnostem, smyslem pro humor, nebo jejich uznáním a pochvalou dítěte. Dále jsou to vzory, ke kterým vzhlížíme, nebo také pořadí narození. Zvláštním obdobím člověka je tzv. „rozhodující období života“, kdy jsme schopni více svou kreativitu ovlivnit. Hlavně ji můžou více podpořit naši blízcí, učitelé či rodina. Budeme-li se zabývat výsledky studií o rodinném zázemí a vztazích v rodině, můžeme se dozvědět, že lidé s velkým množstvím kreativity většinou pocházejí z politicky, ekonomicky, nebo kulturně založených rodin. Co nás také v tvůrčích činnostech může ovlivňovat je motivace a vytrvalost. Vytrvalost je důležitou součástí pro snadnější dosahování cílů. Pokud naše motivace zeslábně, je potřeba si zachovat chladnou hlavu a být vytrvalý i za předpokladu, že nedosáhneme okamžitého výsledku, ale výsledek se nám dostaví až po nějakém čase naší snahy a tvorby. Taky to, jak jsme otevření novým věcem, nezávislost a přizpůsobení. Sociální interakce ve společnosti může rozvoj kreativity buď potlačit, nebo ji rozvinout -obzvlášť kulturou a politikou (Franková, 2011).

2.4 Příležitosti a bariéry rozvoje

V určitých životních situacích se můžou naskytnout bariéry, které nám brání v růstu anebo nás alespoň na nějakou dobu zpomalí v rozvoji. Pokud budeme ostražití, lze tyto bariéry překonat, a ještě lepším řešením je, když jim předejdeme.

Mezi první bariéru můžeme považovat **negativní zákazy a příkazy**. Jsou to prohlášení jako například: „*Nemysli na to*“, „*To bude problém*“, „*Nechod' tam*“, „*To určitě dopadne špatně*“ a jiné, které můžeme znát z běžného života, nebo třeba z dětství a jsme jimi ovlivněni až do dospělosti kdy je dále nevědomě přenášíme do svých rodin na naše potomky. Druhou bariérou může být **mentální dialog**. Jsou to naše nevyslovené myšlenky, které v hlavě vedeme jako monolog sami se sebou. Tím si předčasně tvoříme strachy a obavy, myslíme na ně, a tak si tím dopředu přivoláváme špatné situace, věci či osoby. Ve výsledku to můžeme považovat za efekt našeho špatného myšlení a rozhodování. Dále je to **logické myšlení**, při kterém zapojujeme pravou hemisféru našeho mozku a dáváme přednost logice před intuicí (Hospodářová 2008).

Při tvorbě nových návrhů si můžeme pomoci a využít hned několik metod. Jednou z nich je metoda žebříku, kterou použijeme v době, kdy už máme zpracovaný hodnotný průzkum a potřebujeme další podněty k tvoření, ale dochází nám inspirace. Další a taky nejznámější metodou může být brainstorming. Je to jeden z postupů, jak vytvořit za krátký časový úsek něco neobyčejného ve spolupráci s více lidmi tvořícími ve skupině. Idea by měla být nevšední a dravá. Metoda náhodného slova je skvělý způsob, jak vytvořit nové nápady zábavněji. Namátkově si vybereme slovo či předmět (například i v místnosti kde se nacházíme) a spojíme ho s našim průzkumem. A jako poslední metodu při produkci nápadů vzpomeneme tzv. myšlenkovou mapu, u které je cílem vizualizovat úmysly. Doprostřed papíru do velké bubliny napíšeme slovo, v našem případě projekt, který chceme zrealizovat, nebo problém, kterému chceme předejít a kolem této velké bubliny připojujeme nová slova co nás napadnou a vrstvíme je dál. Umožňuje nám to vytvářet klíčové body a přehledně vyobrazit tak vše co potřebujeme (Collins 2017, str. 29 - 31).

Rozpoznáváme několik činitelů, které nám tvoří potencionální bariéry v osobním rozvoji. Je velmi klíčové tyto činitele rozpoznat a dokázat je přetransformovat do prosperujícího pohledu. Prvotně se skládají z vnitřních a vnějších bariér.

2.4.1 Vnitřní bariéry rozvoje

Za vnitřní bariéry můžeme pokládat naše osobní bloky, které také nazýváme mentálními překážkami. Bariéry, které nám mohou bránit při řešení různých potíží a chápání jejich principů jsou:

- starosti, nejistota, vnitřní neklid/konflikty (stres). Všechny tyto nedostatky nám způsobují to, že se nám zablokuje kreativní myšlení a my nemůžeme produkovat nové tvůrčí nápady.
- frustrace kterou cítíme se vyskytuje ve chvílích, kdy se snažíme dokončit daný úmysl, ale naskytne se nám překážka. Přes tuto překážku se nemůžeme snadno přenést a brání nám tak cokoliv dokončit.
- pochybnosti k lidem v blízkém okolí tvůrčímu člověku nepomáhají. Potřebuje cítit oporu v lidech. V případě, kdy udělá chybu, nebo v určitém aspektu selže je pro něj důležitá pomoc od okolí.
- samota – kreativní lidé potřebují být zapojeni do společnosti a navazovat tak otevřené sociální vztahy.
- příliš velký tlak a odpovědnost
- myšlenka jistoty – pokud jsme na sebe přísní, nestrpíme žádné omyly a máme vše do posledního bodu naplánované, může se stát, že často nenajdeme sebedůvěru k dokončení našich plánů.

2.4.2 Vnější bariéry rozvoje

Vnější bariéry rozvoje k nám pronikají z oblasti kultury, životní a společenské sféry což znamená, že jsou to bariéry zapříčiněny okolím. Může to být také z pracovního či domácího prostředí ve kterém se běžně pohybujeme. Mezi vnější bariéry řadíme:

- konkurence na trhu – pro kreativce je to výborný hnací motor k zesílení jejich výkonnosti. Problém je v tom, že se více soustředí na to, aby porazili soupeře a nevěnují pozornost problému.
- Nedostatek zdrojů – bez přístupu k informacím o našem oboru podnikání bychom nemohli mít tolik tvůrčích myšlenek a nápadů k uskutečnění.
- čas – pokud tvoříme pod časovým tlakem, chopíme se první myšlenky, která nás napadne. Je to zneklidňující situace, když víme, že nám zbývá málo času, a tak musíme snížit možnosti na hledání ostatních překážek.
- stereotyp – je potřeba si dát pozor na zaběhnuté stereotypní metody a zaměřit se na hledání podnětů inspirujících k tvorbě.

- odměny – když se člověk spíše zaměří jen na tu finanční stránku, a ne na samotnou tvorbu, jen těžko se může stát kreativním
- tabu – na věci, které jsou tzv. „zakázané“ si musíme dávat pozor. Mohlo by nás to omezit či pozastavit v přísunu přijatelných řešení. Někdy bychom se věcem, co jsou tabu měli úplně vyhnout, aby se pro nás nestali bariérou.
- Špatná komunikace – aby naše nápady nezůstaly jen v hlavě, je potřeba je komunikovat s okolním světem (Svatošová 2010).

2.4.3 Techniky pro překonání bariér

Důležitou součástí, kterou často podceňujeme je zdravý pohyb a kvalitní spánkový režim. Když se cítíme nevyspalí a nemáme žádnou energii pro tvorbu, máme tak málo kreativních nápadů, myšlenek a s nedostatkem energie se nám nerozvíjí nové. V první řadě je klíčové si uvědomit, že pokud předejdeme výše vypsáním vnějším a vnitřním bariérám a stresovým situacím, můžeme se tak vyhnout negativním překážkám, nebo jim úplně zamezit. Mohly by nás v tvorbě výrazně zpomalit či úplně zastavit.

Pokud se zaměříme na **bariéry vnitřní**, tam je potřeba si vše časově dobře rozvrhnout, aby pro nás čas nebyl v ničem omezující. Budeme-li se zabývat další bariérou, tedy samotou, je důležité si uvědomit potřebu otevřených vztahů s okolím, další kontakt s lidmi z jejich branže i mimo jejich obory povolání, které jsou pro nás nějakým způsobem inspirujícími. Pro takového člověka je neodmyslitelně klíčový vnitřní klid a prostředí v němž pracuje. Toto místo by si měl sám podle svého vkusu přizpůsobit a vytyčit si pevnou pracovní dobu. Někomu se lépe pracuje ráno, někomu přes den a někdo také dokáže pracovat jen v nočních hodinách. S načrtnutými výhledy do budoucna jsme daleko produktivnější a lépe dosahujeme svých stanovených cílů. Prospívá také strávený čas v přírodě, nebo tlumená hudba v pozadí, která může způsobit uvolnění, popřípadě nám to může připomenout situaci, které pro nás byly pozitivní a cítili jsme se v nich dobře a třeba pro nás byly i inspirující (Königová, 2007).

Intenzivní vliv na naše **vnější bariéry** má jednoznačně atmosféra na pracovišti. Pokud je atmosféra jakoukoliv cestou narušená, nejsme schopni odvádět dobrou práci a rozvíjet svou tvůrčí osobnost. Nikdo nemůže být do kreativity nucen, ale můžeme si pro práci vytvořit takové podmínky, ve kterých budou zaměstnanci i zaměstnavatel spokojeni, tudíž i více produktivní. Neměli bychom přijímat hned první řešení, které nás napadne, ale vytvářet a rozvíjet nové a také hledat informace i v jiných oborech podnikání, než je ten náš.

3 PŘÍSTUPY KE STUDIU KREATIVNÍ EKONOMIKY

Vzdělání pro tuto oblast má velice pestrou historii i když se u nás kreativní ekonomika objevovala až v polovině 20. století. V obecné rovině můžeme přístupy ke studiu kreativní ekonomiky rozčlenit na čtyři základní kategorie. Jednou z nich je kategorie sociodynamická a ta zkoumá jednotlivce spojeného se společenskými a environmentálními činiteli. Druhým pojetím je chápán pragmatický generativní přístup apelující na studenty v rámci aplikování dosud neobjevených postupů a nových způsobů práce. Studenti jsou tak nuceni povzbuzovat svou vlastní fantazii a tvořivost díky tomu, jak na věci zareagují. Toto tvrzení platí i u kategorie první. Třetí a taky nejstarší chápání kreativní ekonomiky je takzvaný kreativní skok. Znamená to, že kreativita pochází přímo od Boha. Nejvíce zaměřený přístup na přirozené vlastnosti a dovednosti člověka je přístup poslední. Rozvíjí osobnost a snaží se studenty motivovat ke studiu nezávislém na množství jejich zkušeností. Všechny již zmíněné kategorie můžeme kombinovat společně, ale také je využívat jednotlivě (Sharma, 2017).

V zemích, kde si kreativní průmysl našel své uchopení jako je například Spojené království a v menším měřítku Austrálie se některé z vysokých škol zabývají změnami a postupy ve vzdělávání studentů, aby dosáhli lepšího konceptu vyučování tohoto oboru. Pokroku si také můžeme všimnout v praxi ve vysokoškolských učebních plánech ohledně lidského kapitálu na který je kladen větší důraz. Poměrně vysoký růst zaznamenaly také služby hlavně z důvodu narůstající poptávky po digitálních aplikacích a tvorbě webových stránek či reklamy a celkově online komunikace. Zesílení poptávky je silně spojeno s vývojem digitálních technologií, které vytváří a šíří digitální obsah za pomoci sociálních médií (Bridgstock, 2019).

Je rok 2021 a již přes jeden rok funguje školství na bázi distanční výuku online. Zvyšuje se tak digitální gramotnost jak u dětí, tak u pedagogů. Vše má své výhody, ale jednou z hlavních nevýhod je nedostatečný sociální kontakt. Na druhou stranu nám rok 2020 kvůli pandemii ukázal, že je možné kreativně reagovat na neočekávané problémy a nalézat tím nová řešení. (Kreativní Česko, 2021)

3.1 Rozvojové trajektorie

Kreativita a celkově kreativní ekonomika neměla dlouhou dobu podporu a důvěru ze strany vědců. I přesto pan Guilford v polovině 20. století vybídnul badatele ke studiu kreativity a od padesátých let dvacátého století začal zájem o studium této ekonomiky opravdu narůstat, ale okrajovým tématem zůstala ve své podstatě až do současné doby. Kreativita byla

v minulosti zanedbávaná hlavně z důvodu, že byla považována za záhadný jev a taky duchovní proces, který není vhodný pro vědecké bádání - jako např. láska (Kloudová 2010). Dosahování zkušeností absolventů v tomto oboru se jeví jako dlouhá a náročná cesta. Studenti po absolvování svého studia můžou být nejistí při vstupu na trh práce. Své znalosti a vzdělání si můžou posílit například neplacenou prací, dalším vzděláním, nebo kurzem/školením a taky přechodem do jiného odvětví na trhu. První rok po ukončení studia jsou pracovní podmínky velmi nejisté, co se udržitelnosti týká. Je známo, že vysokoškolské vzdělání hraje velkou roli při přípravě do našich budoucích zaměstnání a taky širší účasti ve společnosti. Ve spoustě oborech od výuky až po profesní přípravu je akreditace zajištěna velmi přísně, ale naopak v kreativních sférách je odborná akreditace relativně nízká (Bridgstock et al. 2019, str. 114 – 120). Společnost DCMS (Department for Digital, Culture, Media and Sport) zjistila, že v letech 2011 až 2015 narostl počet zaměstnaných lidí v oboru kreativního průmyslu až na dvojnásobek celostátního průměru (Flew 2019, str. 58).

3.2 Možnosti veřejné podpory

V kreativní a kulturní ekonomice je možné zachytit změnu struktury světové ekonomiky. Znamená to, že člověk využívá daleko víc svého duševního vlastnictví. Celostátní plány v České republice nenabízí dostatek finančních prostředků na záležitosti mikropodniků a kreativní ekonomiky. Až na pár výjimek má spousta plánů obrovskou výši dotace a relativně nízký procentuální rozsah veřejné podpory. Klíčovým důvodem, proč tomu tak náleží je administrativní náročnost vydatného počtu žádostí (Florida, 2012). Dalším problémem, který můžeme vnímat je nedostatek komunikačních platforem propojující veřejnou správu a kreativce. Nyní se nejvíce této komunikační platformě blíží webová stránka kreativnesko.cz poskytující ukázkou kvalitní praxe a podporu propagace znalostí o tomto oboru.

Jedním z okruhů, kterým je potřeba se zabývat je produktivita českých mikrofirem, které jsou nedostatečně propojeny s malými a středními podniky kreativního a kulturního odvětví. Nejlepší řešením takového problému jsou tzv. kreativní vouchery ke tzv. měkkým inovacím což znamená nepřímou podporu KKP (kreativní a kulturní průmysl) v podobě zakázek. Vouchery fungují na principu B2B kooperace s ostatními a tím posilují přidanou hodnotu produktů a služeb (Kreativní Česko, 2021). Naprosto omezujícím zádrhelem je nedostatek souhrnných dat o této sféře, a to nejen v České republice, ale i ve světě. Mikropodniky a živnostníci tvoří velkou část KKP a je zcela na místě, aby se potřebné

mapování stalo podmínkou právě z důvodu, že velká část veřejné podpory KKP se ve světě posílila díky detailnějším informacím. Českou republiku toto obsáhlejší mapování teprve čeká. I přes nějaké pokusy v minulosti to ale nebylo dostačující a jednalo se o spíše částečné vyobrazení kulturního a kreativního průmyslu. Pro tuto chvíli je potřebné zabezpečit efektivní rozložení finančních prostředků a následné čerpání veřejné podpory v praxi (European Commission, 2020).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 SOCIÁLNĚ-EKONOMICKÁ PROSTOROVÁ STRUKTURA MĚSTA BRNA

Brno je statutárním městem, které se nachází v jihovýchodní části České republiky a v jádru Jihomoravského kraje. Je to druhé největší město České republiky jednak počtem obyvatel, které k 1. lednu roku 2021 činí 376 431, tak i rozlohou 230,18 km². Přes sedm set tisíc obyvatel žije v metropolitní oblasti. Rozděleno je do 29 městských částí (viz obrázek 1). Nejvíce přistěhovalých je zde z Ukrajiny a Slovenska, kteří se do Brna stěhují za kvalitnější pracovní příležitosti či studiem na vysoké škole. Je zde velká aglomerace do větších měst (Ostrava) a taky špičková dopravní dostupnost mezi Prahou a Vídní. Co se dopravní situací ve městě týče je zde velmi rozvinutý systém. Brno je takzvanou mezinárodní křižovatkou dálnic. Na jižní straně se kříží dvě klíčové dálnice (D1 a D2). Leteckou dopravu usnadňují dvě letiště. Jedno nese název letiště Tuřany a druhé letiště Medlánky, které je přednostně rekreační záležitostí například pro lety balónem a jiné (Brno, 2021).



Obrázek 1 29 městských částí statutárního města Brna v roce 2021
(zdroj: <https://www.brno.cz>)

4.1 Horizontální poloha a vnitřní prostorová struktura města Brna

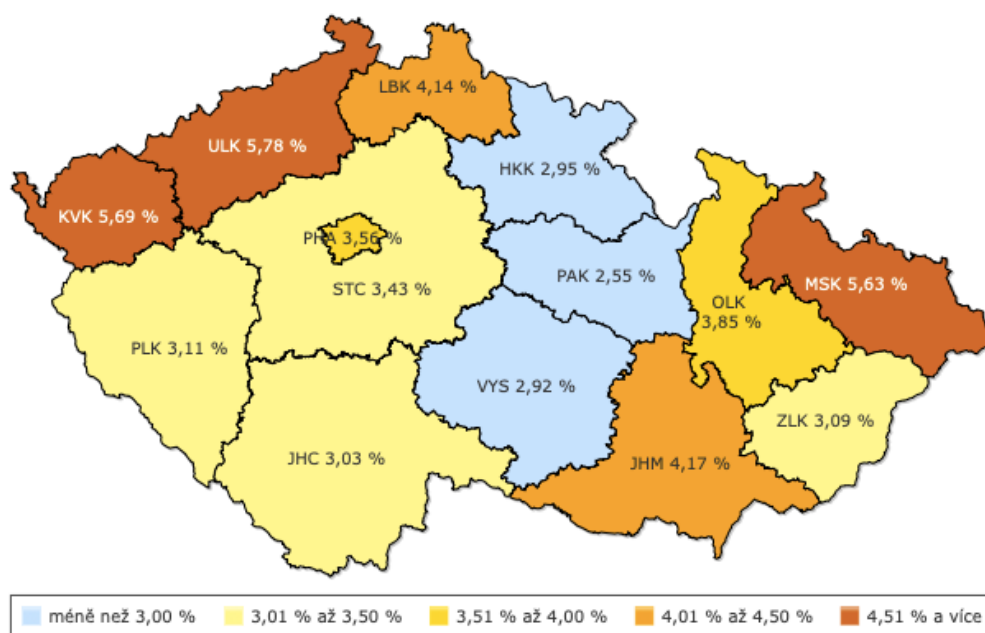
Brno můžeme nazývat centrem soudní moci. Nachází se tu velký počet vysokých škol s přibližně osmdesáti třemi tisíci studenty. Celkový počet vysokých škol je třicet čtyři fakult a čtrnáct ostatních univerzit. Nejznámější je Masarykova a Mendelova univerzita, nebo

VUT. Obory jsou zaměřeny na rozvoj IT průmyslu, ekonomie, lékařství, farmacie i designu. V roce 2016 student z Masarykovy univerzity vytvořil návrh na tzv. Student Hub. Ten má studentům poskytnout místo pro vzdělávací programy, workshopy i přednášky a také setkávání v univerzitních budovách (Studentské Brno, 2018). Sídlí zde významná celostátní média a regionální televize. V Brně je spousta pracovních příležitostí a mezinárodních firem jako Avast. Mimo strategickou polohu města se rozprostírá špičková infrastruktura a daleko více studentů (ročně přes 17 tis. absolventů) po škole zůstává v rezidenčním bydlení z důvodu kvalitního pracovního uplatnění u mezinárodních firem. Brno-střed patří k největším městským částem a nachází se zde velké množství coworkingových center (Brno, 2021).

4.2 Ekonomická struktura města Brna a její vývojové trajektorie

Z historického hlediska je známo, že Brno má bohatou průmyslovou kulturu. V 90. letech minulého století Českou ekonomiku znatelně zasáhl pokles hospodářské činnosti. Ze strojírenského města se Brno mění na vyspělou oblast IT, farmacie či designu. K ekonomickému rozvoji a snížení nezaměstnanosti také přispívají podnikatelské zóny. Nacházejí se zde také velká nákupní centra, datová centra a kvalitní bankovní zázemí. Důležitou součástí pro rozvoj konkurenceschopnosti na trhu práce hrají klastry neboli souhrn podnikatelských subjektů a veřejných organizací, především vysokých a vyšších odborných škol. V roce 2014 bylo v Brně dvanáct existujících klastrů, což bylo nejvíce po Moravskoslezském kraji v České republice. Včetně těchto klastrů také roste podpora inovačního podnikání tzv. inkubátorů (BIC Brno, Jihomoravské inovační centrum, středisko rozvoje IT OLLI aj.). Díky nim je vytvořeno kvalitní zázemí pro začínající podnikatele a firmy. Brno v roce 2017 vytvořilo strategii nazývanou Brno 2050, kde popisují budoucnost města do tří okruhů. Prvním je kvalita života, druhým okruhem je městská správa a jako poslední jsou zdroje. Nejsilnějšími zaměstnavateli jsou dopravní organizace, obor IT služeb, nemocnice, univerzity, nebo firma ABB s.r.o zaměřující se na technologie pro energetiku a automatizaci (Data Brno, 2020).

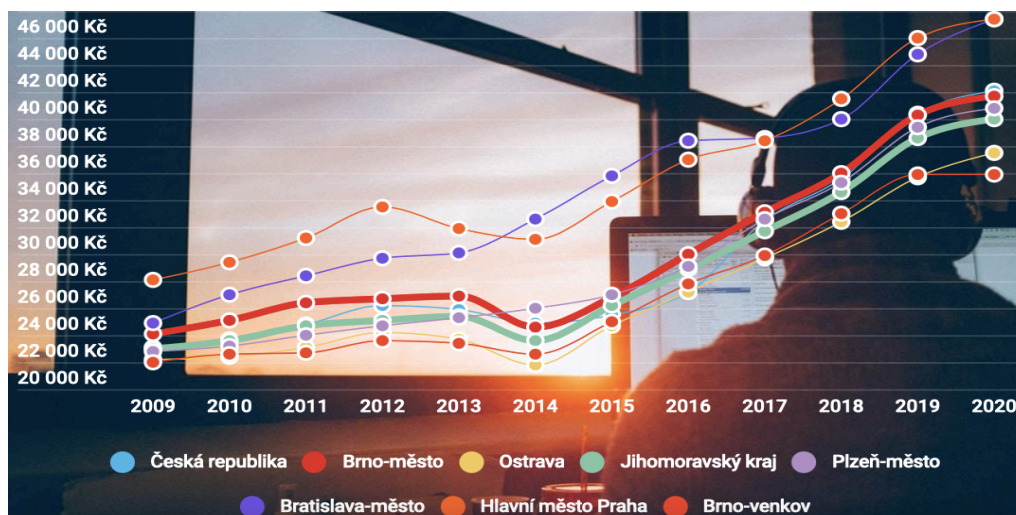
Jihomoravský kraj má vysoký počet zaměstnaných lidí ve vědě a výzkumu hned po hlavním městě Praze. Významná je také pozice ve zpracovatelském průmyslu, strojírenství, potravinářství a elektrotechnice. K rozkvětu ekonomiky také přispívají veletržní a kongresové aktivity konající se na Brněnském výstavišti (Brno, 2021).



Obrázek 2 Podíl nezaměstnaných osob v krajích k 31.5. 2021 v %
(zdroj:<https://www.czso.cz>)

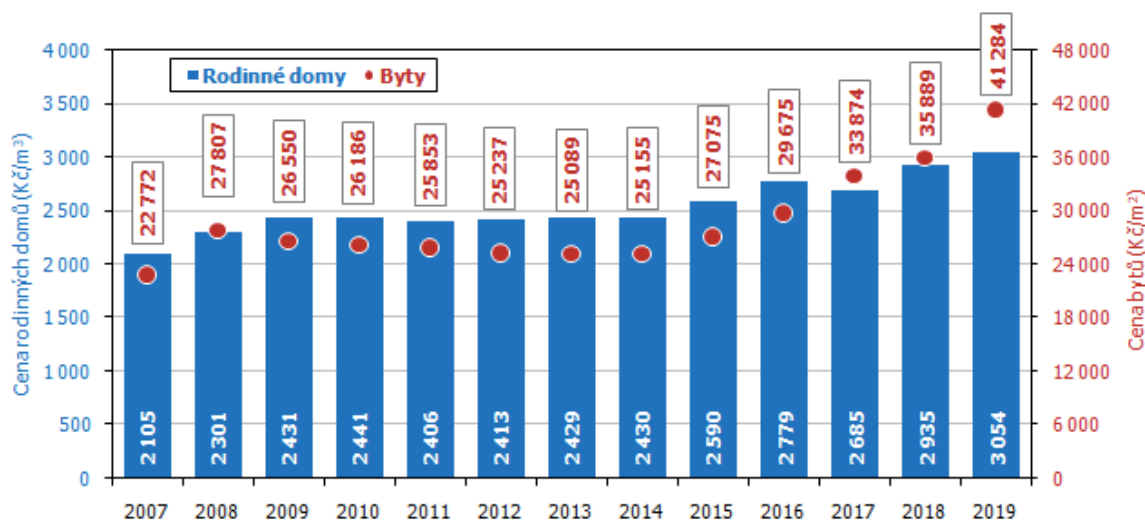
Naopak míra nezaměstnanosti se v Brně pohybuje poměrně vysoko nad hranicí celorepublikového průměru. Jak můžeme pozorovat z Obrázku 2, tak k 31. květnu 2021 nezaměstnanost v Jihomoravském kraji činí 4,7% a pro porovnání s hlavním městem Praha je to 3,56%. Nejlépe je na tom kraj Pardubický s 2,55% a nejhůře kraj Ústecký s 5,78% (Český statistický úřad, 2021).

Průměrná mzda se za rok 2020 pohybuje kolem 35 939 Kč, což je od roku 2009 nárůst o 13 942 Kč. Tyto fakta můžeme vidět na Obrázku 2. Srovnáme-li částku s Prahou, která činí k 31.12. 2020 43 675 Kč můžeme si vypočítat, že rozdíl přesahuje až sedm tisíc Kč.



Graf 1 Srovnání průměrných mezd u měst a regionů v roce 2021 v Kč (zdroj: <https://data.brno.cz>)

Co se týče kupních cen rodinných domů či bytů v Jihomoravském kraji, čísla jsou opravdu vysoká. K 31. prosinci v roce 2019 kupní cena za rodinný dům činila tři tisíce padesát čtyři Kč/m³. Za pouhých pět let můžeme pozorovat nárůst ceny až o čtvrtinu a v porovnání s ostatními kraji lze konstatovat, že Jihomoravský má třetí nejvyšší cenu za m³. V První řadě je to samozřejmě Praha a kraj Středočeský.



Graf 2 Průměrné kupní ceny bytů a rodinných domů v Jihomoravském kraji v letech 2007 až 2019 (zdroj: <https://www.czso.cz>)

Průměrná kupní cena bytu k 31. prosinci 2019 dosáhla čtyřicet jedna tisíc dvě stě osmdesát čtyři Kč/m². Jak můžeme vidět na Obrázku 4 je to o čtyři pětiny více než v roce 2007. Na

prvním místě je hlavní město Praha a hned na druhém je Jihomoravský kraj (Český statistický úřad, 2019). Pokud bychom vypočítali za jak dlouhou dobu si může student, který čerstvě absolvoval vysokou školu koupit byt, či rodinný dům za průměrnou mzdu, hovořili bychom minimálně o 10 až 15 lety od studia (vlastní zpracování).

5 ANALÝZA KREATIVNÍHO PRŮMYSLU

V současném roce 2021 je jedním z nejvíce rozvinutých krajů pro obor vědy a výzkumu kraj Jihomoravský. Můžeme zde nalézt i Akademii věd, spoustu vysokých škol a vědeckotechnických parků. Pozice Brna v rámci Jihomoravského kraje a jeho kulturní tradice hrají důležitou roli v rozvoji kulturního a kreativního průmyslu. V roce 2012 byl proveden výzkumný program, který měl dosáhnout větší atraktivitu života ve městě Brně. Tento program říká, že kreativní průmysly jsou vlivnou oblastí současné evropské ekonomiky. V Brně se po tomto mapování objevili nejen kreativní vouchery, ale i Brněnský kulturní parlament. Je to platforma pro lidi z kulturního a kreativního oboru ve které jsou zapojeni i úředníci Magistrátu města Brna, kteří se zde setkávají za účelem vzájemného informování, diskuse, nebo také strategického plánování. Výsledky programu v roce 2014 ukázaly, že v tvůrčím oboru je zaměstnáno přes 85 až 162 tisíc lidí, což je dvanáct až dvacet tři procent jen na samotné město Brno. Zkoumaly se tyto obory: Design, Architektura, Reklama, Videohry a hry, Rozhlas a televize/ film a video, Literatura a knižní trh, Výtvarné umění a trh a uměním, Řemesla, Hudba a hudební průmysly, Scénická umění, Kulturní dědictví (Kreativní Česko, 2014). Město se v tomto roce taktéž zapojilo do kampaně #zakreativnicesko. Tento projekt byl vytvořen platformou Kreativní Česko pod státní příspěvkovou organizací Institut umění. Finančně si tento projekt žádá přes osm miliard korun. „*Kultura je jednou z oblastí, které jsou od začátku pandemie koronaviru utlumeny, a i předtím se potýkala s razantním podfinancováním. Kultura a kreativita jsou základními hodnotami, bez kterých nemůže fungovat žádná moderní demokratická společnost, což si mnozí uvědomují až nyní, když se dveře kulturních stánků zavřely. Považuji tedy za nutné, aby bylo do kultury v dalších letech investováno, protože právě ona se podílí na vzdělanosti naší společnosti.*“ říká primátorka města Brna Markéta Vaňková (Brno, 2021).

6 IDENTIFIKACE COWORKINGOVÝCH CENTER A MAKER SPACES V BRNĚ

Coworking je nezávislým prostorem pro práci a je jednou z možností i právě v době pandemie COVID-19, kdy je například zaveden home office, ale naše prostředí domova tomu není přizpůsobeno. A to ať už z důvodu hlučného prostředí, více lidí v jedné domácnosti, sousedů či nevyhovujícího místa. V Brně se nachází třináct aktivních coworkingových center, jedno hacker space a dvě pobočky digitálních dílen FabLabu. Podnikatelé si tak můžou v pohodlí vybrat dílnu či centrum, které jim vyhovuje nejvíce. Ať už jsou to lidé, kteří svou firmu potřebují řídit na dálku z jiného místa, než je jejich domovská pobočka, nebo maminky na mateřské dovolené s dětmi a také třeba začínající podnikatelé, kteří pro svou tvorbu hledají pracovní prostředí.

Nyní budou představena jednotlivá centra, které jsem rozdělila do tří kategorií: Coworkingová centra, Hackerspace a FabLab. Vytvořili jsme typologii A,B a C. Roztřídila jsem je vzestupně od nejstarších po ty nejmladší. Informace jsem získávala na základě telefonického dotazování, které jsem uskutečnila 12. května 2021. Taktéž jsem své informace doplnila na základě četby novinových článků a identifikace (analýzy) (vlastní zpracování na základě telefonického dotazování).

A) Coworkingová centra

Cowo Brno

Zaměříme-li se na coworkingové centrum Cowo Brno sídlící na adrese Moravského náměstí založeného v roce 2012, zjistíme, že se jedná o klasickou základní myšlenku coworkingu. Je to nejstarší coworkingové centrum v Brně. Typ budovy je kancelářský objekt před rokem 1989 a jelikož má více poboček po světě, jedná se o řetězec.

Mitrovski

Víceúčelovým místem je coworkingové centrum Mitrovski založené v roce 2013. Dají se zde pořádat větší akce, v budově se také nachází zasedací místnost a sál. Dalším plusem je restaurace, která se nachází přímo pod kancelářským prostorem. Svou polohou splňuje dobrou dostupnost, a to jak autem, tak hromadnou dopravou.

Impact Hub

Impact Hub založený v roce 2015 je podnikatelským subjektem a lokalizujeme ho na adrese Cyrilská 508/7. Je to druhý největší Impact Hub na světě, který se pyšní rozlohou tři tisíce

čtyři sta padesát m². V České republice má další tři pobočky. Dvě v Praze a jednu v Ostravě. Má celkem přes jeden tisíc sedm set členů v celé České republice. Budova je zcela novou výstavbou.

The Distillery: Social reactor

The Distillery: Social Reactor je místo, které vytvořili tři mladí lidé ve věku dvaceti pěti let přestavbou staré budovy pivovaru na sdílené kanceláře a kulturní centrum. Zaměřovali se na starší objekty, které renovovali na neobvyklé multifunkční budovy. Sídlili na ulici Pekařská již od roku 2015, ale v minulém roce 2020 kvůli zavedeným opatřením v rámci pandemie COVID-19 centrum zaniklo.

Melvil Space

Je nezávislým coworkingovým centrem již od roku 2016 a nachází se na ulici Minoritská 473/10 v části Brno-střed. Je to malý prostor pro freelancery (freelancer = nezávislý pracovník, který pracuje na volné noze).

KoPlac

Lokalizujeme ho na adrese Příkop 27/2a. Byl zaozen v roce 2016. Nabízí hlavně zázemí pro mladé podnikatele a kreativce ve věku okolo dvaceti pěti let. Dále poskytují odbornou pomoc, kontakty na mezinárodní společnosti a je zde možnost dlouhodobé spolupráce. Typ budovy je kancelářský objekt pře rokem 1989. Na základě e-mailové komunikace s centrem jsem se dozvěděla, že svá místa nepronajímají veřejnosti. *„Máme několik svých aktivit, které nás živí a budování coworku je už nad naše kapacity. Navíc v této velikosti by to bylo ekonomicky nesmyslné. Protože ale programově využíváme ERASMUS studenty na práci v našich firmách používáme KoPlac jako jejich pracoviště“*. Říká koordinátor centra KoPlac.

BrainFarm

Coworkingové centrum BrainFarm vzniklo v roce 2017. Typ budovy je kancelářský objekt před rokem 1989. Nabízejí volací místnosti na krátké telefonáty, různé přednášky a vzdělávací akce, nebo možnost využití laserových tiskáren.

EDUnesto

Centrum EDUnesto sídlící na adrese Veselá 164/14 nabízí pestré programy jako jsou teambuildingy, nebo různé odpočinkové programy a také možnost ubytování až pro padesát osob přímo v budově.

Coworkin

Coworkin je místo založené v roce 2018 na adrese Rybářská 122/5 a je nezávislým coworkingovým centrem. Jejich prostory jsou vhodné pro menší workshopy a přednášky. Celková kapacita centra je 15 míst a místo si lze pronajmout i na jednu hodinu.

Branta Workspace

Nachází se v jádru Brna kousek od zastávky Körnerova a byl založen v roce 2019. Je to malý prostor o sedmdesáti osmi m² s pěti až sedmi pracovními stoly. Vnitřní prostor jsou vyladěny od architektů a typ budovy je přestavba.

TechNest

Technest je zainteresovaný do světa technologií od roku 2019. Nabízejí pronájem jak kanceláří, pracovních stolů, tak i zasedacích místností. Objekt je zcela novou výstavbou.

Mo-cha

Sdílené a flexibilní kanceláře Mo-cha jsou propojeny s barem a kavárnou. Nalézt tento objekt můžeme na ulici Křížkovského nedaleko brněnského výstaviště. Založen byl teprve v minulém roce 2020.

Lyceum: Social Reactor

Je to podobný koncept jako The Distillery: Social Reactor. Založili ho stejní majitelé v dubnu tohoto roku 2021 s názvem Lyceum Social Reactor. Jsou především zaměřeni na architekturu. Nově se nachází na adrese Řeznická 356/2.

Clubco

Poslední coworkingové centrum nese název Clubco, které je nejnovějším a nejmodernějším coworkingovým místem v Brně. Otevírají v květnu tohoto roku a nalézt ho můžeme v samém jádru města v areálu CTP na ulici Vlněna 526/5. Jeho výrazným znakem je velkolepé architektonické pojetí.

B) Hackerspace

Base48

Jediným brněnským hackerspace je takzvaný Base48. Toto místo bylo založeno již 6. srpna roku 2010 a je to komunitně provozované místo kde se lidé setkávají za účelem práce na svých projektech. Jejich náplní je robotika, 3D tisk, umělá inteligence, podpora neziskových

organizací, které sdílejí podobné cíle a taky elektronika. V době před pandemií COVID-19 se v dílně denně nacházelo zhruba pět až deset lidí, nyní během pandemie je toto číslo podstatně nižší, a to žádný až 1 člověk. Pokles obsazenosti se tedy snížil o přibližných 90%. Celkem mají čtyřicet členů.

C) FabLab

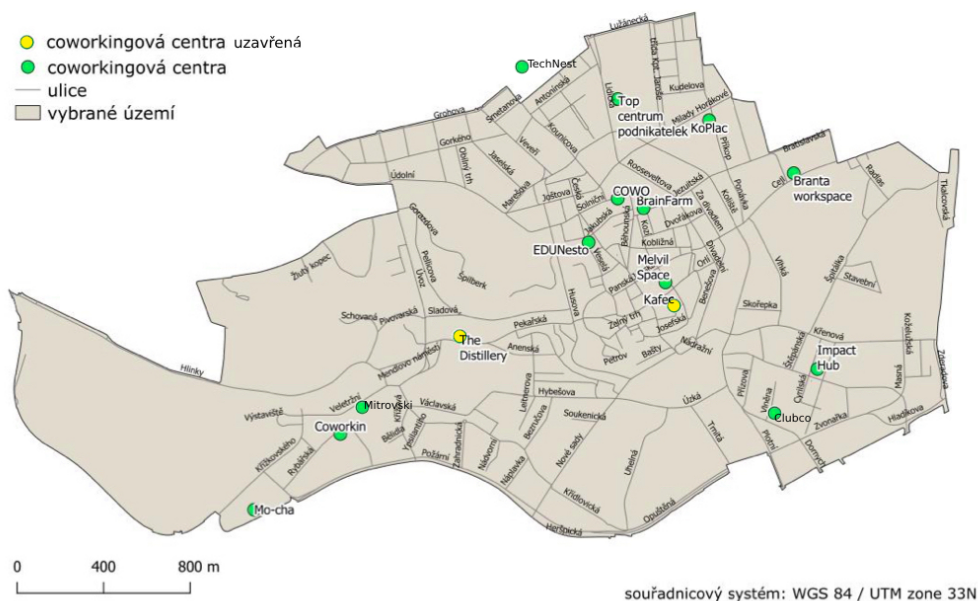
FabLab

A jako poslední je dílna FabLab. Má celkem pět poboček v České republice, z toho dvě v Brně. První na ulici Purkyňova a druhou na ulici Škrobárenská. Obě budovy jsou novou výstavbou. FabLab JIC byl otevřen v roce 2017 a FabLab Czechitas House v roce 2019. V dílně se nachází 3D tiskárna, řezací plotter a termolis, programovatelný šicí a vyšivací stroj, nebo mechatika. FabLab má i vlastní kamion přetvořený na pojízdnou kreativní dílnu, který nese název FabLab Experience a jeho koncept vznikl v roce 2019. (vlastní zpracování).

6.1 Prostorové rozmístění a typologie coworkingových center a maker spaces na území města Brna

Coworkingová centra jsou v Brně rozmístěna především v samém jádru města, a to z důvodu dobré dopravní dostupnosti jednak autem, ale i veřejnou dopravou, nebo pěšky. Je zde třináct aktivních center. Nejnovějším bude Clubco, které otevírá v květnu 2021 na adrese Vlněna 526/5. Lokalizujeme ho mezi Brno-střed a Černovicemi. Centra v Brně nejsou svou velikostí rozsáhlá, takže nepotřebují výrazně rozsáhlé prostory. Proto je jejich umístění různorodé. Některé se svou velikostí podobají bytům, kavárnám a některé se nachází v celém patře budovy či v nové výstavbě. Větší koncentrace center je v části Brno-střed a Černá pole, kde se nachází EDUnesto, BrainFarm, Cowo Brno a Melvil Space v těsné blízkosti u sebe. Na jihovýchodní části lokalizujeme Impact Hub a na severovýchodní KoPlac a Branta Workspace. Na jihozápadní části Lyceum, Coworkin a nejzápadněji vzdálené centrum Mocha.

Samotné vnitřní prostory jsou velmi často prosvětlené a otevřené, aby člen mohl mít pro práci jednoduché, ale příjemné pracovní místo. Součástí je také zasedací místnost, která je již započtena v ceně tarifu klienta. (vlastní zpracování).



Obrázek 3 Rozložení coworkingových center v roce 2021 (zdroj: vlastní zpracování)

6.2 Impact Hub Brno

Společnost Impact Hub je jednou z největších podnikatelských sítí světa se sídlem ve Vídni. Je zaměřena na budování příjemného podnikatelského prostředí a komunity, které je domovem pro mnoho inovátorů a podnikatelů přispívajících ke skutečným řešením závažných problémů lidstva. Zakladatelem je Jonathan Robinson, který stvořil historicky první Hub na světě v Londýně a ten byl označován za první inkubátor pro sociální zdokonalení a podporu společensky prospěšného podnikání. Můžeme je najít na více než 100 místech po celé zemi a každé jedno místo je založeno místním inovátorem. Svým rozsahem se tedy jedná o řetězec (Impact Hub, 2021).

Impact Hub v Brně byl založen v roce 2015 a je podnikatelským subjektem. Budova se nachází na ulici Cyrilská a typově je to zcela nová výstavba. V současné době má coworkingové centrum více než dvě stě čtyřicet devět členů. Pokud se zaměříme na velikost, má přibližně čtyřicet kanceláří a také open space, kde se členové střídají. V České republice se pobočky společnosti Impact Hub prozatím nacházejí ve větších městech, a to je Praha, Brno a Ostrava. Momentálně se Impact Hub ve spolupráci se společností NWT rozhodli vybudovat další pobočku v samém centru Zlína. Vnitřní prostory tohoto nejnovějšího centra nabídnou kanceláře jak pro jednu osobu, tak pro stovky dalších, malé i velké openspacy a nebudou chybět ani zasedací místnosti či kavárna. Předčasný termín pro otevření nových prostor má být již koncem prázdnin tohoto roku 2021 a oficiální provoz by

měl být spuštěn na konci října. Budova stojí na ulici třídy Tomáše Bati (vlastní zpracování na základě e-mailové komunikace).

6.3 FabLab Brno

Fab Lab, celým názvem Fabrication Laboratory v překladu do češtiny znamená výrobní laboratoř. Je to sdílená dílna pro jednotlivce k produkci počítačově vytvořených výrobků. Jedná se o celosvětový koncept komunitních prostor. Dílna bývá vybavena několika technologiemi jako jsou 3D tiskárny, laserové řezačky, vyšívací stroje, CNC frézky a další. Úplně první lab vznikl v roce 2001 v Massachusetts. V České republice byl prvním labem právě FabLab, v Brně pak první otevřenou digitální dílnou nazývanou se FabLab JIC, který vznikl 19. dubna v roce 2017. Je jedním z jeden 1543 na celém světě. V Brně má dílna FabLab dvě pobočky. Jednu na ulici Škrobárenská a druhou na ulici Purkyňova. Oba objekty jsou novou výstavbou a jsou od vzdáleny 9,2 kilometrů od sebe, což je autem zhruba patnáct minut cesty. Veřejnou dopravou čtyřicet minut a pěšky dvě a čtvrt hodiny. Zajímavým faktem je, že třicet sedm procent členů jsou studenti vysokých škol.

FabLab Czechitas House je nejnovější dílnou a vznikl v roce 2019. Jsou organizací veřejného sektoru a v rámci počtu členů se čísla pohybují od padesáti do dvě stě padesáti. V červnu 2021 FabLab nenabízí žádná pracovní místa.

FabLab Experience je zase technikou vybavený kamion, který jezdí vyučovat studenty středních a základních škol v Jihomoravském kraji možnosti výroby a tím podporují i jejich kreativitu. Existuje teprve od 25. února roku 2019. Je také vybaven elektronovými mikroskopy, a právě s tímto kamionem FabLab jezdí na různé veletrhy a veřejné akce. Speciálně upravený návěs vyšel zhruba na osm mil. Kč, na který jim velkou částkou přispěl i Jihomoravský kraj. Kvůli pandemii COVID-19 byly prostory uzavřeny od 27. prosince roku 2020 až do 10. května tohoto roku. Například již od 27. dubna minulého roku 2020 byl objekt uzavřen pro širokou veřejnost a učedníky. Na začátku tohoto roku si podnikatelé mohli pronajmou celý FabLab na čtyři hodiny denně, a to za předpokladu předem rezervovaného termínu.

Případně, že bychom si takový FabLab chtěli také otevřít, musíme splňovat tři kritéria. Prvním z nich je mít alespoň minimální vybavení, jako jsou ruční nástroje, 3D tiskárny, vrtačka, bruska a spoustu dalších. Druhým klíčovým bodem je know-how, které musí sdílet s celosvětovou komunitou a jako poslední je přístupnost dílny pro širokou veřejnost (vlastní zpracování na základě e-mailové komunikace).

6.4 Typy klientů coworkingových center

Klienti jsou klíčovou oblastí pro rozvoj zájmů. Důležitá osoba v coworkingovém centru je koordinátor, jinak řečeno komunitní manažer, který má na starosti fungování a chod celého centra. Každé centrum má jiný typ klientů a každé se zaměřuje na jiný obor podnikání. Například KoPlac tak úplně nepronajímá svá místa veřejnosti, ale pouze pár svým známým a kamarádům, když potřebují někde chvíli pracovat. Protože ale programově využívají ERASMUS studenty na práci v jejich firmách, používají KoPlac jako jejich pracoviště. Podobně také působí EDUnesto, které úplně nefunguje jako coworking. Naopak nově otevřené Lyceum - Social Reactor je zaměřené na kreativní jedince jako jsou designéři či architekti kteří v momentální situaci tvoří plnou kapacitu centra. Společnost BrainFarm se soustředí na komunitu lidí jako takovou. Komunita je spojená s Expediční klubovnou, u které figuruje stejný majitel. Klienti centra navštěvují i klubovnu, takže se většina z nich zná, a to přikládá obrovskou hodnotu principu „coworkingu“, v překladu spolupráce. Jedním z důležitých pojmů v coworkingu je také networking. Můžeme ho považovat za ukazatele, který nás informuje o skutečném dění uvnitř centra, o mezilidských vztazích, nebo i rozvoji práce. Někteří se soustředí i na online webináře, akce a další eventy. Bavíme se o společnostech Impact Hub a Melvil space. Technest je zaměřený na technologie a je přizpůsoben mladým, začínajícím podnikatelům, firmám a projektům v tomto oboru (vlastní zpracování).

Název coworkingového centra	Typ
Impact Hub	Řetězec
Brain Farm	Nezávislý
EDUnesto	Coworking a coliving
Lyceum – Social reactor	Architektura
Branta workspace	Architektura
Melvil Space	Nezávislý
Cowo Brno	Řetězec
Mitrovski	Coworking a restaurace
KoPlac	Nezávislý
Coworkin	Nezávislý
Mo-cha	Coworking a kavárna, bar
Technest	Technologie
Clobco	Řetězec

Tabulka 1 Typy coworkingových center v Brně v roce 2021

6.5 Coworkingová centra pro matky s dětmi

V rámci města Brna se coworkingová centra zaměřují na jednotlivé obory podnikání. Jedno, které se zaměřuje na návrat maminek po mateřské dovolené a zařazení do běžného pracovního života se nazývá TOP centrum podnikatelek s.r.o. které v Brně vzniklo v roce 2012. Celkový koncept vznikl již v roce 2001 a jsou registrovaní jako občanské sdružení. Cílem této organizace je pomoci ženám při vstupu/návratu do podnikání právě po zmíněné mateřské dovolené. Jsou i coworkingovým centrem, které si klientky vybírá podle stanovených kritérií. Jedním z nich je minimálně středoškolské vzdělání a také trvalé bydliště v Jihomoravském kraji. Veškeré finanční prostředky jsou poskytnuty z Evropské unie, z Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost. Uvnitř můžeme nalézt dětský koutek. Členky také mohou využít hlídání, které centrum nabízí. Mohou tak bez jakýchkoliv problémů pracovat. Nabízejí také kurzy a různé workshopy, které ženám pomáhá k seberozvoji. Svou činností spíše působí jako komunitní centrum pro matky s dětmi, ale jedna ze služeb, kterou zde nabízejí je i coworking (Ibrno.cz, 2012).

6.6 Dostupnost základních a rozšířených služeb a ceny za pronájem

Nabízená členství se v základních službách shodují. Kvalitní wi-fi připojení a dostupný stůl s pohodlnými židlemi je v dnešní době samozřejmostí. K dispozici jsou také kancelářské potřeby (papír do tiskárny, psací potřeby) a technické vybavení jako tiskárny, skenery a další. Součástí každého centra je kuchyňka se základními spotřebiči a nádobím, kávovarem a lednicí. Je to taky důležité místo pro interakci lidí, předávání zkušeností, nebo i poznání nových. Jak už jsem se v předchozí kapitole zmiňovala, dochází zde k networkingu. V zasedacích prostorách jsou projektory, flipcharty a tabule a všechny tyto služby jsou již započteny v ceně zvoleného členství.

Název	10h	30h	40h	60h	80h	100h	Off Peak peak
Impact Hub	690,-	1490,-	x	1990,-	x	2390,-	1990,-
Coworkin	250,-	700,-	x	x	x	x	x
Clobco	x	x	1155,-	x	1980,-	x	3591,-

Tabulka 2 Hodinové tarify za měsíční pronájem v červnu 2021

Tarifů jsou různé, ale pro členy musí být cenově dostupné a výhodné, aby pokryly poptávku. Brněnská coworkingová centra jsou velmi žádaná, a i přes stále probíhající pandemii COVID-19 již některé z nich hlásí plnou kapacitu. Například BrainFarm nabízí několik dní zdarma na zkoušku kancelářského prostředí jako spousta ostatních. Klient si tak může vyzkoušet, zda mu bude pracovní místo vyhovovat. Také pro centrum to může být přínosem. Zjistí alespoň základní informace o klientovi a případně použije kontaktní údaje při pomoci propojení v některých z projektů. Hodinový tarif v Brně nabízí jen některá centra. Ve všech případech je známo, že čím více hodin v centru klienti tráví, tím výhodnější je pro ně cena za členství. Jak můžeme vidět v tabulce 2, například Impact Hub nabízí měsíčně 10, 30, 60, nebo 100 hodin a také tarif zvaný „Off peak“, který klientovi umožňuje neomezený přístup do budovy mimo otevírací dobu a o víkendech. Nejvýhodnější nájem nabízí za pronájem centrum Coworkin, ale hlavním důvodem může být také to, že se tak úplně neprezentují jako coworking, ale mají i jiné zájmy. V Impact Hubu to přesně na této bázi funguje. Čím více zde máme strávených hodin, tím menší cena je. Podobně jako Impact Hub je i Mo-cha.

Název	Denní	Týdenní	Neomezeně	Do 80 hodin
Mitrovski	250,-	x	2541,-	x
Melvil Space	x	x	1800,-	1200,-
BrainFarm	150,-	800,-	2000,-	x
Branta Workspace	x	x	3500,-	x
Cowo Brno	300,-	900,-	3000,-	x

Tabulka 3 Měsíční tarify coworkingových center v červnu 2021

Naopak s nejdražším denním tarifem kooperuje COWO a s nejlevnějším BrainFarm. Měsíční tarify jsou rozděleny na dvě kategorie. Unlimited, neboli neomezený vstup a fix desk, který pro klienta znamená, že si zde může na celý měsíc zarezervovat své místo. Nejlevnější měsíční tarif nabízí Melvil Space (vlastní zpracování).

7 COWORKINGOVÉ CENTRA A MAKER SPACES NA ÚZEMÍ MĚSTA BRNA S DOPADY PANDEMIE COVID-19

V rámci mého výzkumu jsem se hlouběji zaměřila na čtyři centra, které jsem v květnu 2021 zkontaktovala telefonicky a následně jim poslala otázky přes e-mail.

Impact Hub

Během pandemie COVID-19 návštěvnost členů Impact Hub byla méně častá, a to z důvodu možnosti home officu, neboli v překladu do českého jazyka „práce z domova“. Naopak častěji centrum navštěvovali klienti, kterým byl sice home office nařízen, ale jejich bydlení jim to neumožňovalo. Dotazovalo se také na opatření, která vedla ke zmírnění pandemických dopadů. Impact Hub například nabízí krátkodobé členství, nebo případné prodloužení členství nevyužitého času. Zvýšený zájem zaznamenali o online vzdělávání a školicí akce v podobě kurzů, webinářů a jiných. Naopak nenabízí možnosti jako jsou odložené platby za členské příspěvky, nebo nižší poplatky. Co se týče pandemie do budoucna, své centrum neplánují ani trvale ani dočasně uzavřít, nebo přesunout.

FabLab

V rámci zastavení šíření COVIDU-19, pan Mejzlík, koordinátor FabLabu uvádí, že došlo k opatřením jako jsou „*dočasné uzavření, dezinfekci, ozonování prostoru, jednorázové rukavice, omezení školení, redukce maximálního počtu členů současně*“. Pandemie měla jednak vliv na počet fyzických, vnitřních fyzických, externích fyzických událostí a bohužel také spousta členů v této době rušila své členství. Přijali taktéž opatření ke zmírnění pandemických dopadů ve formě prodloužení nevyužitého členství, nebo nabídky členství krátkodobého. Dotazovala jsem také na podporu ze strany města Brna či Jihomoravského kraje a přímá podpora jim poskytnuta nebyla. Mohli využít možnost kreativních voucherů a jiných. Plánují taktéž rozšířit své online služby.

Coworkin

Například co-workingové centrum Coworkin, jehož budova se nachází na ulici Rybářská mělo před pandemií čtyřicet procent obsazených míst, ale momentálně jsou dočasně uzavřeni (vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření).

7.1 Změny obchodních modelů a využití

Podíváme-li se na co-workingové centrum Impact Hub, zjistíme, že nebyli uzavřeni úplně, ale s malým omezením se potýkali jako spousta dalších. Provozně technická opatření, která musely například přijmout zahrnují omezení akcí pro členy, rozestupy dva metry mezi pracovními místy, přeměna kanceláří a zasedacích místností na pracovní místa kvůli rozestupům, omezení členské kuchyně, pravidelná dezinfekce prostor a samozřejmě i ochrana dýchacích cest ve společných prostorech. Snížil se počet vnitřních i externích fyzických událostí, a hlavně narostl počet zrušených členství.

Zaměříme-li se na dílnu FabLab, zjistíme, že byla dočasně kvůli pandemii COVID-19 uzavřena od 27. prosince roku 2020 do 10. května roku 2021. Pouze podnikatelé si mohli na čtyři hodiny denně pronajmout celý FabLab v předem stanovenou dobu. Také neprobíhala žádná školení a od května tohoto roku se v prostorách budov mohlo nacházet pouze třináct lidí. Jejich pojízdná laboratoř FabLab experience je doposud uzavřená.

The Distillery: Social Reactor bylo kvůli pandemii v roce 2020 uzavřeno, ale vznikl pod vedením stejných lidí nový koncept s názvem Lyceum – Social Reactor (vlastní zpracování na základě rozhovoru).

8 MOŽNOSTI VEŘEJNÉ PODPORY ROZVOJE COWORKINGOVÝCH CENTER A MAKER SPACES NA ÚZEMÍ MĚSTA BRNA

Jedna z možností nejnovější finanční podpory ze strany města Brna jsou tzv. kreativní vouchery, kterým se budu blíže věnovala v nadcházející podkapitole. Tento projekt město Brno plně podporuje společně s firmou JIC a kreativním hubem KUMST. Program byl spuštěn tento rok (2021), přesněji od 4. ledna až do 29. ledna se firmy v Jihomoravském kraji mohly přihlásit a zvolit si v galerii kreativce ze 154 zaregistrovaných a získat tak až sto tisíc Kč na svou tvorbu. Tímto projektem město podporuje podnikatele, kteří mají zájem inovovat své služby či výrobky, a potřebují k tomu profesionální služby jak už fotografů, kreativců, grafiků, nebo i designérů. Kulturní manažerka Zdeňka Kujová, která je odbornicí na tvůrčí průmysl a vede v Brně kreativní hub KUMST a také stála při zrodu kreativního inkubátoru UPPER ve Zlíně říká, že v tomto roce by chtěli podpořit čtyřicet až padesát projektů. Celkem si na tento program město připravilo čtyři a půl milionu korun českých a již nyní Brno pomocí voucherů pošesté podpuje firmy a profesionální tvůrce. Konečná částka dotací za tento rok nyní činí 25,5 milionu korun. V dubnu se konalo losování výherců, mezi které například patřila firma Flowerchecker, která vytvořila aplikaci Plant.ID na rozpoznávání rostlin novou technologií.

Jak uvedla kulturní manažerka Zdeňka Kujová „*Kreativci mají často na službu nebo produkt jiný pohled než lidé ve firmě a díky kreativním voucherům se nám daří propojit názor kreativce a firmy a dostat tak pohled z venku*“. Jihomoravský kraj v roce 2016 jako první poskytl kreativní vouchery a taky tímto krokem inspiroval ostatní kraje. Za pouhých pět let je v programu zainteresováno přes sedm set malých i středních firem z Jižní Moravy, z toho se v letošním roce zapojilo dvě stě sedmdesát sedm firem (vlastní zpracování).

Založení či vývoj coworkingových center ze strany města může být rychlým a efektivním východiskem. Mnoho měst vlastní nevyužité pozemky či budovy, ze kterých mohou právě vytvořit coworkingová centra a tím podpořit zvyšující se podnikatelskou činnost. Výhodou je taktéž propojení lokálních podnikatelů, jednotlivců a firem. Dochází tak k vzájemné spolupráci a navazování nových kontaktů i z jiných oborů, než ve kterých firmy fungují (Dotace EU, 2019).

8.1 Poskytnuté kreativní vouchery v Jihomoravském kraji za rok 2021

Kreativní vouchery pro tvůrčí centra znamenají jednu z možných způsobů jednorázové finanční podpory. Cílem těchto voucherů je posílit kooperaci malých a středních firem s kreativními tvůrci. Právě spojením tvůrčího a firemního sektoru společně pomáhá navrhnout, nebo sdílet službu či výrobek, a tím mnohdy zlepšit jejich marketingovou strategii, nebo tvorbu portfolia pro PR komunikaci a další. Tyto vouchery lze využít pouze na nákup kreativních služeb (Idea Lab, 2021). Dotaci, o kterou firma může žádat v minimální výši činí padesát tisíc korun a nejvyšší částka až tři sta tisíc korun na projekty průmyslového designu, nebo dvě stě tisíc korun českých pro ostatní kreativní služby z oblastí ve Výzvě. Rozsah finanční podpory je nanejvýš 75% z celkově uznatelných nákladů.

Tuto dotaci nám může poskytnout například Středočeské inovační centrum (SIC), ale pokud se zaměříme na město Brno, můžeme hovořit o Kreativních voucherech Brno, které finančně podporují firmy z Jihomoravského kraje. Jejich velkým potenciálem je i mezinárodní expanze a jedinečné výrobky, kdy firmy mohou využít kooperaci s profesionály z tvůrčí branže (Kreativní vouchery Brno, 2021). Dalším poskytovatelem je například město Brno společně s JICem a tvůrčím hubem KUMST. Jejich cílem je podpořit firmy s kvalitními a jedinečnými službami a produkty, kteří chtějí být úspěšní například i na mezinárodním trhu. Pozitivních dopadů voucherů je spousta. Jedním z nich je ten, že spolupráce kreativců s firmami může perfektně podpořit růst podnikání (JIC, 2021).

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat kreativní průmysl, coworkingová centra a maker spaces v Brně. Rozebrala jsem ceny za pronájmy a jednotlivá členství ve společnostech, a hlavně typy klientů, kteří tyto objekty navštěvují. Ať už jsou to designéři, architekti, návrháři či maminky na mateřské dovolené, nebo začínající podnikatelé a studenti.

Práce se zabývala přiblížením problematiky kreativního průmyslu, coworkingových center a maker spaces v Jihomoravském městě Brně. Přínosem bylo prohloubení znalostí v oboru tvůrčích činností a kreativního průmyslu a benefitem pro širokou veřejnost je porovnání tarifů, vybavení a prostorové rozmístění sdílených pracovních míst.

Teoretická část se věnovala vysvětlením jednotlivých pojmů dané problematiky jako byla kreativní ekonomika, coworking, kreativní klastry či vouchery a následně získané znalosti byly uplatněny v komunikaci s koordinátory jednotlivých společností. Výsledkem rozhovoru byla analýza kreativního trhu v Brně. Bylo zjištěno, že počet coworkingových center se neustále zvyšuje a vyvíjí. Porovnávaly se ceny za poskytované členství a určily se nejvýhodnější a nejdražší nájem za kancelářské prostory. Byly popsány typy tarifů a došlo ke zhodnocení změn obchodních modelů.

Díky spojení s hlavními pracovníky center, kteří poskytly vnitropodnikové informace se můžeme dozvědět detailnější informace, například o změně obsazenosti v dopadu pandemie COVID-19, nebo o úplném uzavření centra The Distillery: Social Reactor a vytvoření podobného konceptu v novém místě s názvem Lyceum – Social Reactor. Limitem mé práce bylo zaměření pouze na jedno metropolitní město.

V případě rozšíření tohoto tématu pro mou diplomovou práci bych využila možnosti nahlédnout do dění jednotlivých brněnských center a eventuálně porovnat zjištěné skutečnosti s jinými městy v České republice.

Práce dosáhla stanoveného cíle a její obsah poskytuje ucelený přehled informací na danou problematiku kreativního průmyslu, coworkingových center a tvořivých dílen na území města Brna.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BOUNCKEN, Ricarda B. et al., 2018. Coopetition in coworking-spaces: value creation and appropriation tensions in an entrepreneurial space [online]. 25 [cit. 2021-5-28]. Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11846-017-0267-7>

Brno, 2021. Brno - oficiální web statutárního města Brna [online]. [cit. 2021-5-22]. Dostupné z: <https://www.brno.cz/uvodni-strana/>

CIKÁNEK, Martin, 2013. Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku II. 2. Praha: Institut umění – Divadelní ústav. ISBN 978-80-7008-274-4.

COLLINS, Hilary. Kreativní výzkum: teorie a praxe výzkumu v oblasti tvůrčích odvětví. 1. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2017, 207 s. ISBN 9788070083864.

CUNNINGHAM, Stuart a Terry FLEW, ed. A research agenda for creative industries: edited by Stuart Cunningham, Terry Flew. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, [2019], ix, 184 s. Elgar research agendas. ISBN 978-1-78811-857-6.

Český statistický úřad: Podíl nezaměstnaných osob v krajích k 31. 5. 2021 [online], 2021. [cit. 2021-6-8]. Dostupné z: <https://www.czso.cz>

Data Brno: Mzdy v Brně [online], 2020. [cit. 2021-6-2]. Dostupné z: <https://data.brno.cz/pages/clanek-mzdy-v-brne>

Dotace EU: Co-workingová centra: příležitost nejen pro velká města? [online], 2019. [cit. 2021-6-6]. Dostupné z: <https://www.dotaceeu.cz/cs/microsites/op-urbact-ii/novinky/co-workingova-centra-prilezitost-nejen-pro-velka>

European Commission: Pilot Project - Measuring the Cultural and Creative Sectors in the EU, 2020. European Commission [online]. [cit. 2021-5-13]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/culture/calls/pilot-project-measuring-cultural-and-creative-sectors-eu>

FLORIDA, Richard, 2012. The Rise of the Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life. 9. New York: New York : Basic Books. ISBN 0-465-02477-7.

FRANKOVÁ, Emilie, 2011. Kreativita a inovace v organizaci. 1. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-7245-5.

Get to know us, 2021. Impact Hub [online]. Vienna [cit. 2021-03-23]. Dostupné z: <https://impacthub.net>

GILL, Rosalind, Andy C. PRATT a Tarek E. VIRANI, 2019. Creative Hubs in Question: Place, Space and Work in the Creative Economy. 1. Cham: Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-030-10652-2.

HOSPODÁŘOVÁ, Ivana, 2008. Kreativní management v praxi. 1. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1737-1.

HOWKINS, John, 2001. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. 1. New York: Penguin Press. ISBN 0140287949.

Ibrno.cz: Regionální TOP Centrum podnikatelek v Brně [online], 2012. [cit. 2021-6-3]. Dostupné z: <https://www.ibrno.cz/business/46086-regionalni-top-centrum-podnikatelek-v-brne.html>

Idea Lab: Kreativní vouchery [online], 2021. idea lab [cit. 2021-5-27]. Dostupné z: <https://idealab.cz/services/kreativni-vouchery/>

Impact Hub Brno [online], 2021. Brno [cit. 2021-03-23]. Dostupné z: <https://www.hubbrno.cz>

JIC: Ode dneška se mohou firmy z jižní Moravy hlásit o kreativní vouchery. Město Brno jim dá 4,5 milionu korun [online], 2021. Brno [cit. 2021-5-27]. Dostupné z: <https://www.jic.cz/pro-media/ode-dneska-se-mohou-firmy-z-jizni-moravy-hlasit-o-kreativni-vouchery-mesto-brno-jim-da-45/>

JONES, Candace, Mark LORENZEN a Jonathan SAPSED, ed. The Oxford handbook of creative industries. 1. Oxford: Oxford University Press, 2015, xvii, 554 s. ISBN 978-0-19-960351-0.

KLOUDOVÁ, Jitka, 2010. Kreativní ekonomika: Trendy, výzvy, příležitosti. 1. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-7345-2.

KÖNIGOVÁ, Marie, 2007. Tvořivost: techniky a cvičení. 1. Praha: Grada Publishing. ISBN 9788024716527.

KOPECKÁ, Tereza, 2016. Co je to Maker Movement a proč byste o něm měli vědět [online]. 1 [cit. 2021-04-16]. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/co-je-to-maker-movement-a-proc-byste-o-nem-meli-vedet>

Kreativní Česko [online], 2021. [cit. 2021-5-13]. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz>

Kreativní vouchery Brno [online], 2021. [cit. 2021-5-27]. Dostupné z: <https://www.kreativnivouchery.cz>

MAKER FAIRE, 2015. The Maker Movement [online]. 1 [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: <https://makerfaire.com/maker-movement/>

PÝCHA, Adam, 2013. Coworking: Co to je a proč právě vám může pomoci? [online]. 1 [cit. 2021-04-13]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/co-to-je-coworking-t3647>

Studentské Brno: Student Hub [online], 2018. [cit. 2021-6-8]. Dostupné z: <https://www.studentskebrno.cz/temata/student-hub/>

SUAREZ, Ramon. The coworking handbook: the guide for owners and operators : learn how to open and run a successful coworking space. 1. North Charleston: CreateSpace Independent Publishing, 2014, 226 s. ISBN 9781499120639.

SVATOŠOVÁ, Veronika, 2010. Tvořivé myšlení a inovace. 1. Praha: Univerzita J.A. Komenského. ISBN 978-80-7452-010-5.

THE CREATIVE INDUSTRIES POLICY AND EVIDENCE CENTRE (PEC), 2018. Creativity and the future of skills [online]. 1 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://www.nesta.org.uk/report/creativity-and-future-skills/>

UNESCO, 2021. Cutting Edge | The creative economy: moving in from the sidelines [online]. France: UNESCO [cit. 2021-5-8]. Dostupné z: <https://en.unesco.org/news/cutting-edge-creative-economy-moving-sidelines>

WORLD ECONOMIC FORUM, 2016. The Future of Jobs [online]. Geneva [Cit. 28.2.2019]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

B2B	Business to business
DCMS	Department for Digital, Culture, Media and Sport
DIY	Do it yourself/udělej si sám
KKP	Kulturní a kreativní průmysl
PEC	The Creative Industries Policy and Evidence Centre
SIC	Středočeské inovační centrum

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 29 městských částí statutárního města Brna v roce 2021 (zdroj: https://www.brno.cz)	29
Obrázek 2 Podíl nezaměstnaných osob v krajích k 31.5.2021 v % (zdroj: https://www.czso.cz).....	31
Obrázek 5 Rozložení coworkingových center v roce 2021 (zdroj: vlastní zpracování).....	39

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Typy coworkingových center v Brně v roce 2021	41
Tabulka 2 Hodinové tarify za měsíční pronájem v červnu 2021	42
Tabulka 3 Měsíční tarify coworkingových center v červnu 2021	43

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Srovnání průměrných mezd u měst a regionů v roce 2021 v Kč (zdroj: https://data.brno.cz).....	32
Graf 2 Průměrné kupní ceny bytů a rodinných domů v Jihomoravském kraji v letech 2007 až 2019 (zdroj: https://www.czso.cz).....	32

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazníkové šetření – FabLab

PŘÍLOHA P I: NÁZEV PŘÍLOHY

1. Rok založení FabLab JIC

[Další podrobnosti](#)

1

Odpovědi

Nejnovější odpovědi
"2017"

2. Rok založení FabLab Czechitas House

[Další podrobnosti](#)

1

Odpovědi

Nejnovější odpovědi
"2019"

3. Jste ...

[Další podrobnosti](#)

● podnikatelský subjekt	0
● nezisková organizace	0
● organizace veřejného sektoru	1



4. Kolik členů vaše centrum v současné době má?

[Další podrobnosti](#)

● 1-9	0
● 10-49	0
● 50-249	1
● více než 249	0



5. Kolik kanceláří FabLab nabízí?

[Další podrobnosti](#)

1

Odpovědi

Nejnovější odpovědi
"0"

6. Kolik pracovních míst FabLab nabízí?

[Další podrobnosti](#)

1

Odpovědi

Nejnovější odpovědi
"0"

7. Kvůli pandemii COVID-19 FabLab ...

[Další podrobnosti](#)

● byl dočasně uzavřen	1
● nebyl uzavřen, ale některé služ...	0
● nezaznamenal žádný dopad	0



8. Během pandemie COVID-19 členové navštěvovali FabLab:

[Další podrobnosti](#)

● méně často	1
● se stejnou frekvencí	0
● častěji	0
● není relevantní (tj. centrum byl...	0



9. Jaká opatření k zastavení šíření COVID-19 jste přijali? (včetně uzavření vybraných prostorů, přeskupení prostoru pro zajištění zdravých a bezpečných pracovních podmínek, omezení přístupu)

[Další podrobnosti](#)

1

Odpovědi

Nejnovější odpovědi

"Uzavření, dezinfekce, ozonování prostoru, jednorázové rukavice, o..."

10. Jaký vliv měla/má pandemie COVID-19 na tyto činnosti?

[Další podrobnosti](#)

■ Žádný ■ Skoro žádný ■ Neutrální ■ Spíše pozitivní ■ Velký

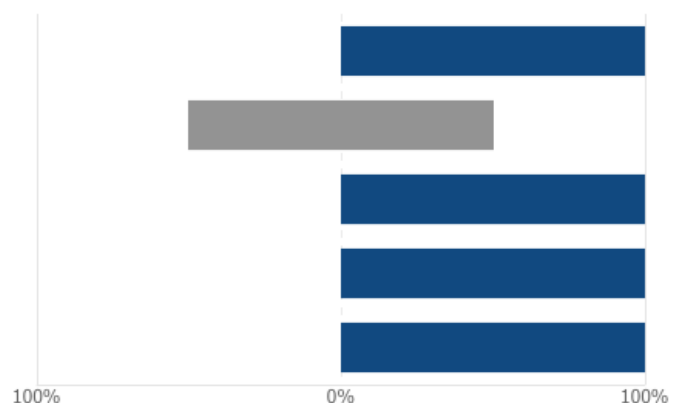
počet fyzických událostí

počet virtuálních vzdělávacích a školicích akcí (např. kurzů, webinářů atd.)

počet vnitřních fyzických událostí?

počet externích fyzických událostí?

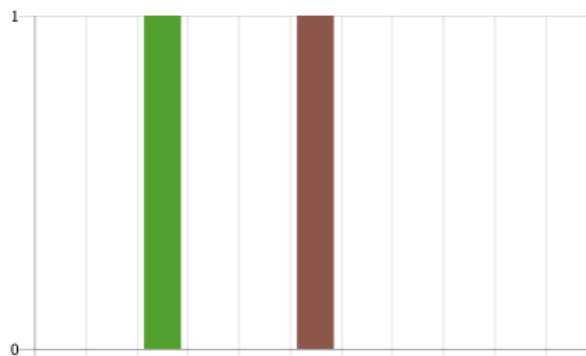
zrušení členství



11. Jaká opatření ke zmírnění pandemických dopadů COVID-19 jste přijali? (lze vybrat více odpovědí)

[Další podrobnosti](#)

- odložené platby za členské př... 0
- nižší členské poplatky pro nov... 0
- prodloužení členství nevyužitě... 1
- poskytování nových služeb pr... 0
- přímá pomoc členům a jejich r... 0
- nabídka krátkodobého členství 1
- změna marketingové strategie 0
- partnerství s místními podnika... 0
- investice do IT průmyslu 0
- sdílení zkušeností s ostatními ... 0
- Jiné 0



12. Jaký typ podpory FabLab získal od města Brna/kraje?

[Další podrobnosti](#)

1

Odpovědi

Nejnovější odpovědi

"Přímo žádnou"

13. Plánujete kvůli pandemii COVID-19 implementovat některá z následujících opatření? (lze vybrat více odpovědí)

[Další podrobnosti](#)

- trvalé uzavření 0
- přemístění FabLabu 0
- rozšíření online služeb 1
- opatření k zachování členství 0
- dočasné uzavření 0
- snížení počtu pracovních míst 0
- poskytování nových služeb pr... 0
- nová studentská členství pro s... 0
- partnerství s místními podniky... 0
- spolupráce s místní komunito... 0

