

# **Metodika národního mapování ekonomického a sociálního přínosu kulturních a kreativních odvětví**

Ministerstvo kultury

Oddělení kulturních a kreativních odvětví

Autoři:

Mgr. Ondřej Slach, Ph.D.

doc. RNDr. Jan Ženka, Ph.D.

Mgr. Lenka Paszová

Mgr. Lucia Hýllová

Mgr. Vojtěch Bosák, Ph.D.



Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity

Chittussiho 938/10, 710 00 Slezská Ostrava

<https://prf.osu.cz/ksg/>

## Obsah

Úvod .....	5
Podstata a cíle metodiky .....	5
Přínos metodiky.....	5
1. Kulturní a kreativní odvětví.....	6
1.1 Obecná východiska mapování KKO.....	7
1.1.1 Rozmístění KKO na regionální úrovni .....	7
1.1.2 Rozmístění KKO na lokální úrovni a role aglomeračních úspor.....	9
1.1.3 Metody hodnocení rozmístění, územní koncentrace a aglomerizace KKO.....	12
1.1.4 Shrnutí.....	19
1.2 Zahraniční zkušenosti s vymezením a mapováním KKO.....	20
1.2.1 Vymezení KKO .....	20
1.2.2 Podstata mapování.....	21
1.2.3 Sledované indikátory a dostupné zdroje pro mapování .....	29
1.2.4 Shrnutí.....	31
1.3 Dostupné datové zdroje pro mapování KKO v Česku .....	31
1.3.1 Český statistický úřad (ČSÚ) .....	32
1.3.2 Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS).....	36
1.3.3 Satelitní účet kultury.....	38
1.3.4 Shrnutí.....	40
2. Expertní doporučení mapování KKO v Česku na národní úrovni.....	41
2.1 Vymezení oblastí KKO v Česku .....	41
2.2 Podstata a harmonogram mapování .....	43
Etapa 1: Úprava zařazení subjektů KKO .....	44
Etapa 2: Mapování ekonomického přínosu KKO .....	46
Etapa 3: Mapování sociálního přínosu KKO .....	47
Etapa 4: Kompletace a odevzdání Finální zprávy.....	51
2.3 Eventový průmysl a Internetová ekonomika.....	51
3. Hodnocení socioekonomického přínosu KKO .....	55

3.1	Využití prognostických modelů socioekonomických dopadů KKO .....	59
3.1.1	Predikce rozmístění firem KKO na národní, regionální a lokální úrovni .....	59
3.1.2	Model měření socioekonomických dopadů KKO (Boix a kol. 2022).....	60
3.1.3	Hodnocení dopadů KKO na kvalitu života obcí a regionů.....	62
4.	Použité zdroje .....	64
5.	Přílohy.....	68
	Příloha 1: Velká Británie: Třísektorové členění KKO (ONS, 2022).....	68
	Příloha 2: Slovensko: Třísektorové členění KKO (MK SR, 2019).....	70
	Příloha 3: Vybrané sestavy tabulek SÚK .....	71
	Příloha 4: Dotazník A.....	72
	Příloha 5: Dotazník B.....	80
	Příloha 6: Struktura datasetů KKO.....	88
	Zdroje financování: .....	90

## Úvod

### **Podstata a cíle metodiky**

Primárním cílem metodiky je nastavení komplexního rámce mapování kulturních a kreativních odvětví (dále jen KKO) na národní úrovni, jehož výsledky jsou nezbytné pro adekvátní zacílení podpory KKO ze strany veřejného sektoru. Poznatky rovněž přispějí ke zviditelnění ekonomických přínosů KKO pro hospodářství, ale i pro sociální soudržnost.

Metodika se skládá ze tří kapitol. První kapitola představuje teoretický rámec pro mapování KKO a rešerši zahraničních přístupů k vymezení a metodám mapování KKO. Podstatou druhé kapitoly je popis mapování KKO na národní úrovni, a to konkrétně pro účely výzvy č. 0334/2023, jež je vyhlášena v rámci Národního plánu obnovy. Třetí kapitola představuje způsob kvantifikace, měření a predikce dílčích i souhrnných socioekonomických přínosů sektoru KKO.

Metodika zohledňuje „Strategii rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví“ (dále jen „Strategie MK“), která byla v roce 2021 projednána vládou ČR (usnesením č. 739 ze dne 23. 8. 2021).

### **Přínos metodiky**

Mapování KKO na národní úrovni přispěje k:

- Posílení vnímání přínosu KKO jako celku i jeho jednotlivým oblastem
- Snížení bariér rozvoje KKO
- Nalezení potřebných kroků pro rozvoj KKO ze strany subjektů KKO
- Zajištění udržitelnosti mapování KKO do budoucna

## **1. Kulturní a kreativní odvětví**

Regiony a města ve vyspělých zemích se v současnosti rozvíjejí především díky technologicky a znalostně náročným aktivitám s vysokou přidanou hodnotou. Kromě investic do nových technologií je důležité podporovat též sektor ekonomických aktivit založených na individuální kreativě: kulturní a kreativní odvětví (KKO). Tato odvětví mají zásadní význam pro rozvoj měst a regionů, neboť generují vysokou přidanou hodnotu, vytvářejí nadprůměrně placená a kvalifikovaná pracovní místa, zlepšují image a zvyšují atraktivitu městských čtvrtí, podporují inovační aktivity a šíření znalostí v lokálním kontextu. KKO mají tendenci vytvářet shluky v určitých lokalitách. Mezi specifika těchto lokalit, která koncentraci KKO napomáhají, patří dostupnost a cena nemovitostí a kvalifikované pracovní síly, blízkost dodavatelů a zákazníků a socioekonomická a funkční diverzita městských čtvrtí.

KKO se vyskytují zejména v centrech a vnitřních městech metropolitních regionů. Pro rozvoj těchto odvětví je důležitá geografická blízkost firem ve stejném odvětví, univerzit, výzkumných institucí a dalších aktérů. Na lokální úrovni hraje důležitou roli též fyzická struktura zástavby (např. přítomnost historických budov) a socioekonomická a funkční diverzita městských čtvrtí, které mohou stimulovat shlukování firem v KKO a rozvoj klastrů. Na regionální úrovni patří mezi klíčové lokalizační faktory samotná populační velikost a hustota zalidnění měst, dopravní dostupnost, kvalifikovaná pracovní síla, znalostní náročnost ekonomických aktivit a široké spektrum efektů souhrnně označovaných jako aglomerační úspory (Aslesen a kol. 2019; Duranton a Puga 2000; Cuadrado-Roura 2013; Gallego a Maroto 2015; Ženka a kol. 2017).

Podmínky pro rozvoj KKO se zásadně liší napříč státy, regiony a městy. Transfer znalostí, konceptů, nástrojů a politik z nejvyspělejších zemí a metropolitních regionů musí být tedy spojen s pečlivou kontextualizací a vystižením specifík zemí a regionů, ve kterých budou aplikovány. Např. staré průmyslové regiony mají spíše omezené možnosti pro rozvoj KKO generujících vysokou přidanou mj. z důvodu méně kvalifikované pracovní síly a nepříznivých efektů zděděné ekonomické specializace (Kemeny a Storper 2013). Problémem periferních regionů je malý lokální trh, malý počet firem a nízká diverzita ekonomických aktivit i kvalifikací, tudíž omezený inovační potenciál. Lokální KKO mimo metropolitní jádra jsou často orientována na méně kvalifikované činnosti, které generují nižší mzdy i přidanou hodnotu (Ženka a Slach 2018). Přesto mohou KKO mít pozitivní dopady na rozvoj měst v takto znevýhodněných regionech, mezi které patří zlepšení image lokalit a zvýšení atraktivity. Tato odvětví také přispívají k rozvoji trhu práce, neboť generují vyšší mzdy a přidanou hodnotu a stimulují inovační aktivitu, která je důsledkem mj. pozitivních efektů aglomeračních úspor.

Segment KKO je většinou tvořen mikropodniky. Pro hlubší porozumění potřebám subjektů KKO a posouzení jejich potenciálních přínosů pro rozvoj měst a regionů je nezbytné provést detailní terénní mapování s využitím individuálních ekonomických dat.

## **1.1 Obecná východiska mapování KKO**

Jak již bylo uvedeno, existuje mnoho důvodů, proč detailně analyzovat a mapovat rozmístění KKO. Tato odvětví mohou mít řadu pozitivních dopadů na rozvoj regionálních ekonomik, obnovu měst a městských čtvrtí i stimulaci růstu produktivity a inovační výkonnosti mnoha odvětví ekonomiky (Müller a Doloreux 2009). Vysoká míra koncentrace KKO ve velkých městech (Lazzeretti a kol. 2008, s. 565) může přispět k nerovnoměrnému regionálnímu rozvoji a zvyšování rozdílu v ekonomickém výkonu mezi metropolitními a ne-metropolitními oblastmi (Rodriguez-Pose a Fitjar 2013). Firmy v KKO mají tendenci se shlukovat nejen na regionální, ale též na lokální úrovni, kdy vytvářejí klastry pouze v některých typech městských čtvrtí. Klíčovými faktory rozmístění KKO jsou aglomerační úspory (Lazzeretti a kol. 2008).

### **1.1.1 Rozmístění KKO na regionální úrovni**

Jak již bylo zmíněno, KKO mají tendenci se soustřeďovat ve velkých městech (Coffey a Shearmur 1997). Lze rozlišit dvě základní skupiny lokalizačních faktorů: na straně poptávky a na straně nabídky (Aslesen a Isaksen 2007). Faktory na straně nabídky ovlivňují rozmístění KKO firem z následujících důvodů:

- a. KKO potřebují blízkost svých hlavních zákazníků (Cuadrado-Roura 2013), mezi které patří např. ředitelství nadnárodních korporací, veřejné instituce, start-upy a jiné firmy v KKO odvětvích, které jsou výrazně územně koncentrovány v největších městech (např. Senn 1993; Keeble a Nachum 2002; Francois a Woerz 2007; Camacho-Ballesta a kol. 2013; Gallego a Maroto 2013). Dodavatelské řetězce KKO jsou často velmi komplexní, založené na intenzivní, bezprostřední a kontinuální inovační spolupráci se zákazníky (Delgado-Márquez a García-Velasco 2013). KKO dále významně čerpají z tzv. nekodifikovatelných znalostí a dovedností, které jsou obtížně přenositelné do jiného geografického kontextu (Cuadrado-Roura 2013).
- b. Větší města jsou ekonomicky výkonnější než menší města, vyznačují se vyšší dynamikou vzniku nových firem a nabízejí velké a diverzifikované lokální trhy pro KKO.
- c. Metropolitní regiony soustřeďují široké spektrum služeb. Ačkoli existují i dodavatelsko-odběratelské vazby mezi zpracovatelským průmyslem a KKO, sektor služeb je pro kreativní a kulturní odvětví klíčovým zákazníkem (Ciarli a kol. 2012; Shearmur a Doloreux 2014).

- d. Vysoká hustota a diverzifikovaná velikostní struktura firem ve velkých městech poskytuje obecně příznivější podmínky pro vznik a rozvoj KKO firem než regiony specializované na jedno odvětví nebo s jednou velkou firmou (viz Chinitz 1961). Velký počet malých a středních firem v různých odvětvích, které mají omezenou vlastní inovační kapacitu, zvyšuje pravděpodobnost rozvoje intenzivních lokálních dodavatelsko-odběratelských vztahů (Müller a Zenker 2001).

Lokalizační faktory na straně nabídky zahrnují především:

- a. Urbanizační úspory související s velikostí měst a hustotou zalidnění umožňují uplatnění externích úspor z rozsahu. Tyto úspory zahrnují nejen veřejné, obchodní, dopravní nebo telekomunikační služby a infrastrukturu (Parr 2002), ale též růst zaměstnanosti, přidané hodnoty a intenzity inovační činnosti díky pozitivním efektům diverzity ekonomických aktivit (Glaeser a kol. 1992; Duranton a Puga 2000).
- b. Vybavenost produkčními faktory: pro subjekty KKO jsou atraktivní oblasti s velkými a rozmanitými lokálními trhy práce s rozsáhlou nabídkou kvalifikovaných a kreativních pracovníků, kteří jsou klíčovým vstupem pro tuto skupinu ekonomických aktivit (Coffey a Shearmur 1997; Daniels a Bryson 2002; Merino a Rubalcaba 2013).
- c. Blízkost sekundárních dodavatelů: místní zpětné vazby KIBS jsou obvykle silnější než v případě průmyslového sektoru (Coffey a Shearmur 1997; Müller a Doloreux 2009). Firmy KIBS potřebují sídla nejen v blízkosti svých hlavních zákazníků, ale také poblíž svých dodavatelů (Camacho-Ballesta a kol. 2013).
- d. Dopravní dostupnost (akcesibilita): KKO mají tendenci ke kolokalizaci mj. díky snaze získat přístup k dopravním a telekomunikačním uzlům v metropolitních regionech (Gallego a Maroto 2013). Firmy v KKO často nevyžadují bezprostřední geografickou blízkost zákazníků, ale preferují lokality s vynikající dopravní dostupností širokého spektra zákazníků na regionální, národní a globální úrovni (Shearmur a Doloreux 2008).
- e. Lokální transfer znalostí a geografická blízkost zdrojů informací rovněž podporují územní koncentraci KKO ve velkých městech (Henderson 2003; Gallego a Maroto 2013), zejména pokud se jedná o ekonomické aktivity založené na nekodifikovatelných znalostech a vysoce komplexní spolupráci, které vyžadují intenzivní osobní kontakty (Storper a Venables 2004). KKO firmy ve velkých městech mají lepší přístup k poznatkům přenášeným nejen prostřednictvím lokálních interakcí, ale také formou nadregionálních znalostních vazeb (Moulaert a Djellal 1995; Keeble a Nachum 2002).
- f. Velká (zejména hlavní) města umožňují přístup k orgánům veřejné správy, velkým a diverzifikovaným trhům, institucionální hustotě, rozvinuté infrastruktuře a širokému spektru dodavatelů služeb (Cuadrado-Roura 2013).



Těmto vzorcům se vymykají tři typy KKO, které mají naopak tendenci k územní disperzi: (i) služby s nízkou přidanou hodnotou, rutinní nebo generické služby a činnosti, jejichž výrobu lze standardizovat; (ii) služby, které nevyžadují častý kontakt se zákazníky (například tzv. back-office služby); (iii) služby intenzivně využívající informační a telekomunikační kanály (Rubalcaba 2013). Tyto aktivity se mohou rozvíjet v metropolitních zázemích s cílem využít aglomeračních úspor a vyhnout se nevýhodám centrálních lokalit (Coe a Townsend 1998; Jacobs a kol. 2014). KKO mohou být lokalizovány též v odlehlých venkovských regionech (Wernerheim a Sharpe 2003), kam jsou přitahovány kvalitou životního prostředí a bydlení, nižšími náklady na pracovní sílu, dostupností prostor pro podnikání nebo pracovní síly (Keeble a Nachum 2002).

KKO mají obecně tendenci se shlukovat ve čtyřech typech regionů:

1. metropolitních regionech (Boix a kol. 2015; van Winden a Carvalho 2016), jejich centrech nebo vnitřních městech (Spencer 2015; Wood a Dovey 2015);
2. metropolitních zázemích (Felton a kol. 2010; Gregory a Rogerson 2018)
3. malých a středních městech s vysokou koncentrací architektonického a kulturního dědictví (Lazzeretti a kol. 2012)
4. turistických centrech s rozsáhlou nabídkou občanské vybavenosti, atraktivních pro masový cestovní ruch a/nebo bydlení, mezi které mohou patřit i venkovské a periferní regiony (Cruz a Teixeira 2015; Escalona-Orcao a kol. 2016).

Autoři teoretických studií se většinou shodují na klíčové roli třech oblastí: (i) urbanizačních úspor souvisejících s diverzitou odvětvové struktury, pracovního trhu, infrastruktury a institucí (Lorenzen a Frederiksen 2008); (ii) lokalizačních úspor vyplývajících ze specializace, které umožňují snížení transakčních nákladů a zvýšení produktivity (Brazanti 2015); (iii) kulturního dědictví (Lazzeretti a kol. 2008) a tzv. měkkých faktorů rozvoje, mezi které patří např. místní atmosféra nebo občanská vybavenost (Escalona-Orcao a kol. 2016), které mohou přilákat kreativní pracovní sílu a podporovat rozvoj dalšího klíčového lokalizačního faktoru: lidského kapitálu.

### **1.1.2 Rozmístění KKO na lokální úrovni a role aglomeračních úspor**

Teoretický rámec metodiky vychází především z literatury týkající se různých druhů aglomeračních úspor (viz Frenken a kol. 2007), z nichž klíčové jsou tzv. urbanizační úspory a lokalizační úspory (Gong a Hassink 2017). Urbanizační úspory jsou hlavním motorem rostoucí územní koncentrace KKO v urbánních jádrech i zázemích metropolitních regionů (Boix a kol. 2015). Lze je definovat jako vnější úspory založené na diverzitě ekonomických aktivit ve velkých městských oblastech vyznačujících se vysokou hustotou zalidnění i firem

(Parr 2002). Sdílení veřejných služeb, dopravní/technické infrastruktury a místních dodavatelů nebo velký diverzifikovaný trh umožňující intenzivní dělbu práce a poskytující širokou škálu komerčních služeb jsou klasickými příklady urbanizačních úspor (Parr 2002). Kombinace mnoha různých znalostí, technologií a kvalifikací umožňuje vznik a šíření nových myšlenek, produktů, marketingových inovací nebo technologických postupů (Glaeser a kol. 1992; Duranton a Puga 2001). Kromě toho nabízejí velká města zpravidla vyšší mzdy a občanskou vybavenost, které zvyšují atraktivitu města pro tzv. kreativní třídu (Florida 2002).

Předpokládá se, že urbanizační úspory stimulují územní koncentraci firem v KKO ve velkých městech napříč odvětvími. Rozhodující je samotná přítomnost ve velkém městě nebo jeho blízkosti, přičemž vliv konkrétní lokalita je zpravidla sekundární.

Lokalizační úspory naproti tomu vedou k selektivnímu shlukování firem v jednom konkrétním odvětví, přičemž charakter lokality či městské čtvrti má zpravidla klíčový význam. Lze je definovat jako úspory z geografické blízkosti firem ve stejném odvětví, které plynou z redukce dopravních nákladů, sdílení lokálního trhu práce s kvalifikovanými pracovníky, sdílení infrastruktury a specializovaných dodavatelských firem a lokální šíření inovací (Parr 2002; Henderson 2003). Bezprostřední geografická blízkost ostatních firem v daném odvětví, fyzická struktura zástavby (hustota zástavby, velikost a stáří budov, řešení veřejného prostoru aj.), místa umožňující formální i neformální setkávání (včetně restaurací, kaváren, barů), dostupnost pěší chůze ('walkability'), vzdělanost a socioekonomický status místních obyvatel (Spencer 2015; Wood a Dovey 2015; Zandiatashbar a kol. 2018) patří mezi klíčové lokalizační faktory na úrovni lokalit a městských čtvrtí. Vysoká míra územní koncentrace je nezbytným předpokladem snížení transakčních nákladů firem, které je výsledkem následujících mechanismů (Bathelt a Glückler 2012, s. 229):

a) Snížení informačních nákladů: v regionech s vysokou mírou specializace na jedno odvětví jsou náklady firem na vyhledávání a tvorbu informací obecně nižší. Geografická blízkost urychluje přenos informací prostřednictvím osobních kontaktů ('face-to-face') (Glaeser a kol. 2001, s. 103) a zjednodušuje také proces hledání dodavatelů i pracovních sil. Tyto efekty mají zvláštní význam pro odvětví s vysokými transakčními náklady, které pramení z nejistoty, rychle se měnící poptávky po inovacích a zásadního významu nekodifikovaných ('tacit') znalostí (Grabher 2002).

b) Snížení nákladů na adaptaci. Prostorová blízkost zjednodušuje procesy adaptace mezi firmami, které jsou propojeny v rámci produkčních sítí. Pravidelná setkávání ohledně řešení vznikajících problémů výrazně zjednodušují přizpůsobení se změnám. Vysoká míra územní koncentrace při zachování rozmanitosti zvyšuje přítomnost výskytu tzv. volných vazeb, které

příspějí (Grabher 1994, s. 31-34) k: (i) vyšší stabilitě ekonomického systému; (ii) větší citlivosti vůči vnějšímu prostředí; (iii) zvýšení intenzity výskytu variant v systému.

c) Snižování nákladů na komunikaci. Prostorová blízkost je klíčová pro přenos nekodifikovatelných znalostí, budování důvěry, formování a prohlubování 'neobchodovaných vazeb' (Storper 1995).

Kromě výše uvedených mechanismů existují další relevantní vnější úspory, které vznikají díky prostorové blízkosti firem v daném odvětví. Porter (2000) tvrdil, že geografická blízkost nevede pouze k usnadnění ekonomických interakcí, ale také posiluje intenzitu lokální konkurence, která by měla vést k vyšší produktivitě. Vliv má ovšem i samotné snížení dopravních nákladů díky kolokalizaci firem (Branzanti 2015).

Zároveň je však nutné zmínit, že v metropolitních regionech se vyskytují i aglomerační ztráty, mezi které patří vysoké nájemné a mzdy, nedostupnost pozemků nebo dopravní kongesce (tj. zácpy). Firmy v KKO tak mohou redukovat náklady díky lokalizaci v metropolitních zázemích, které kombinují výhody metropolitních center (urbanizační úspory) i nemetropolitních regionů (nižší aglomerační ztráty, nižší mzdy, dostupné a levnější pozemky). Pravděpodobnost přemístění do metropolitních zázemí je vyšší v případě ekonomických aktivit, které nevyžadují častý osobní kontakt se zákazníky nebo dodavateli. Dalším častým důvodem výskytu KKO v předměstských oblastech je kolokalizace bydliště vedení a zaměstnanců a sídla firmy (Keeble a Nachum 2000).

Vzhledem k faktu, že transakční náklady prudce rostou se zvyšující se vzdáleností, mají KKO tendenci se soustřeďovat do vybraných klastrů s vysokou hustotou firem (Spencer 2015). Tyto klastry se nacházejí především v centrech a vnitřních částech měst z několika důvodů:

a) Trendy vývoje poptávky po KKO jsou charakteristické vysokou proměnlivostí a nejistotou, a proto firmy spoléhají na pravidelné osobní kontakty. Důležitou roli při získávání (neformálních) kontaktů a výměně informací hrají tzv. 'třetí místa' umožňující setkávání: tedy kavárny, bary, kluby a restaurace nacházející se především v centrálních a vnitřních částech měst.

b) KKO mají tendenci vyhledávat blízkost kulturních aktivit a esteticky hodnotné lokality vhodné pro jejich rozvoj (Currid a Williams 2010, s. 327).

c) Pracovní síla pro KKO (zejména umělci) má tendenci soustřeďovat se v centrech a vnitřních městech (Spencer 2015), což umožňuje firmám využít výhody specializovaného trhu práce.

d) KKO se soustřeďují v historických vnitřních částech měst s vysokou estetickou a symbolickou hodnotou také proto, že některé typy fyzických urbánních struktur mohou stimulovat kreativitu a naopak: image místa může být součástí služby nebo produktu. Kromě

toho jsou takové prostory relativně dobře dostupné a často poskytují nižší nájem, alespoň ve srovnání s centry měst (Hutton 2004).

Ve skutečnosti je relativně obtížné rozlišit mezi efekty urbanizačních a lokalizačních úspor. Jelikož KKO představují velmi heterogenní soubor odvětví (Cruz a Teixeira 2015), je nutné analyzovat efekty lokalizačních ekonomik pro jednotlivá odvětví zvlášť. Územně rozptýlené firmy v KKO v metropolitním regionu tedy pravděpodobně těží především z urbanizačních úspor. Naproti tomu odvětvově specializované klastry KKO firem by měly podporovat růst zaměstnanosti, produktivity a mezd zejména díky působení lokalizačních úspor.

### 1.1.3 Metody hodnocení rozmístění, územní koncentrace a aglomerizace KKO

Mezi nejjednodušší a nejčastěji využívané ukazatele rozmístění a územní koncentrace firem nebo odvětví patří tzv. míra územní koncentrace, Giniho index a Herfindahl-Hirschmannův index. Pro účely této metodiky bude jako příklad uváděna úroveň měst a zaměstnanosti v KKO. Míra územní koncentrace je podíl 1., 2.–4., 5.–12. a 13.–34. největšího města na celkové zaměstnanosti. Podíl 1., 2.–4., 5.–12. a 13.–34. největšího města je stanoven na základě tzv. pravidla velikostního pořadí měst. Největší město by mělo podle tohoto pravidla mít přibližně stejný počet obyvatel jako následující druhé, třetí a čtvrté město dohromady, dále páté až dvanácté město, resp. třinácté až čtyřiatřicáté město. Výrazné rozdíly v podílu těchto skupin měst na celkové zaměstnanosti tedy odrážejí vyšší míru územní koncentrace firem, než by odpovídalo rozmístění dle sídelní hierarchie odvozené z pravidla velikostního pořadí. Herfindahl-Hirschmannův index (HHI) je definován jako:

$$HHI = \sum_k e_k^2$$

kde  $e_k$  je podíl zaměstnanosti ve městě  $k$  na zaměstnanosti v analyzovaném odvětví KKO na národní úrovni.

Ekvivalentem je tzv. **vážený Giniho index územní koncentrace**, který patří mezi nejpoužívanější ukazatele územní nerovnoměrnosti distribuce jevů. Umožňuje měřit, do jaké míry je určité odvětví koncentrováno ve sledovaném území. Nabývá hodnot mezi 0 a 1: 0 znamená dokonale rovnoměrné rozmístění jevu v území (shodný podíl všech měst na zaměstnanosti v daném odvětví na národní úrovni) a 1 nejvyšší možnou koncentraci (odvětví je soustředěno do jediného města). Význam analyzovaných měst (geografických jednotek) je vážen jejich populační nebo ekonomickou velikostí. Matematicky je vážený Giniho index formulován:

$$G = \frac{1}{2y} \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^k \left( \frac{p_i p_j}{p} |y_i - y_j| \right)$$

kde  $G$  je Giniho koeficient,  $y$  značí průměrný podíl daného odvětví na zaměstnanosti,  $y_i$  a  $y_j$  podíly odvětví na zaměstnanosti v jednotlivých dvojicích měst a  $p_i/p$  a  $p_j/p$  zastupuje podíl na celkovém počtu zaměstnanců. Vhodným způsobem výpočtu je např. EasyStat 1.0 (Novotný, Nosek, Jelínek 2014).

Pro hodnocení míry aglomerizace lze využít např. ukazatel míry prostorové autokorelace, tzv. **Moranovo I kritérium**. Hodnoty Moranova I kritéria se pohybují v rozpětí od -1 do 1, kde kladné hodnoty odrážejí pozitivní prostorovou autokorelaci (tj. v území se shlukují jednotky s vysokými či nízkými hodnotami jevu, zde podíly odvětví na zaměstnanosti), záporné hodnoty značí naopak negativní prostorovou autokorelaci (města/jednotky s vysokými hodnotami jevu často sousedí s jednotkami, kde jsou hodnoty jevu nízké, a naopak). Hodnoty blízké nule označují absenci prostorové autokorelace (města/jednotky s nízkými i vysokými hodnotami jevu jsou rovnoměrně rozprostřeny v prostoru). Vzorec pro výpočet Moranova I je následující:

$$I = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij} (y_i - \bar{y})(y_j - \bar{y})}{\frac{\sum_i (y_i - \bar{y})^2}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij}}$$

kde  $I$  označuje Moranovo I kritérium,  $n$  je počet jednotek a  $w_{ij}$  zastupuje zvolené vážící schéma. Vhodnými softwary pro výpočet indexu je GeoDa 1.10 nebo ArcGIS 10.3. Komplexní a sofistikovanou metodou pro analýzu rozmístění odvětví je tzv. síťový graf využívající Diceho koeficient.

### Upravený Diceho koeficient a síťový graf

Síťový graf je metoda hodnotící příbuznost v rozmístění odvětví (viz např. Hasman a Novotný 2017). Základním ukazatelem síťového grafu je upravený Diceho koeficient ( $D_{a,b}$ ), který kvantifikuje pravděpodobnost, že je jedno odvětví koncentrováno ve městě, je-li v něm koncentrováno i druhé odvětví. Jsou-li dvě odvětví koncentrována ve zcela stejných městech, dosahuje hodnota 1, v případě nulového překryvu je naopak 0. Jako územní koncentraci lze označit situaci, kdy je zastoupení odvětví ve městě vyšší než v průměru na národní úrovni, tedy v případě, že lokalizační kvocient dosahuje hodnoty vyšší než 1. Lokalizační kvocient  $LQ_{a,i}$  je formálně vyjádřen tímto vzorcem:

$$LQ_{a,i} = \frac{\frac{y_{a,i}}{\sum_a y_{a,i}}}{\frac{\sum_i y_{a,i}}{\sum_a \sum_i y_{a,i}}}$$

kde  $y_{a,i}$  je počet zaměstnanců v odvětví  $a$  městě  $i$ . Upravený Diceho koeficient je založen na kalkulaci dvou asymetrických Diceho koeficientů. První Diceho asymetrický ukazatel poskytuje pravděpodobnost, že odvětví  $a$  je soustředěno ve městě  $i$ , je-li zde koncentrováno též odvětví  $b$ :

$$D_{a|b}^1 = P(LQ_{a,i} > 1 | LQ_{b,i} > 1) = \frac{|\{r: LQ_{a,i} > 1\} \cap \{LQ_{b,i} > 1\}|}{|\{r: LQ_{b,i} > 1\}|}$$

kde  $\{r: LQ_{i,r} > 1\}$  představuje počet měst, v nichž je dané odvětví soustředěno. Jedná se tedy o podíl počtu všech měst, kde jsou koncentrována obě odvětví současně k počtu měst, kde je soustředěno pouze odvětví  $b$ . Analogicky je vypočten druhý asymetrický Diceho ukazatel, který odráží pravděpodobnost, že odvětví  $b$  je soustředěno do regionu  $i$ , pakliže je tam koncentrováno též odvětví  $a$ .

$$D_{b|a}^2 = P(LQ_{b,i} > 1 | LQ_{a,i} > 1) = \frac{|\{r: LQ_{a,i} > 1\} \cap \{LQ_{b,i} > 1\}|}{|\{r: LQ_{a,i} > 1\}|}$$

Výsledný upravený symetrický Diceho koeficient  $D_{a,b}$  je definován jako nižší z obou vypočtených asymetrických Diceho koeficientů:

$$D_{a,b} = \min(D_{a|b}^1; D_{b|a}^2)$$

Takto získaný ukazatel prostorové příbuznosti lze vypočítat např. s využitím programu EasyStat 1.0 (Novotný, Nosek, Jelínek 2014), síťový graf v programu Cytoscape.

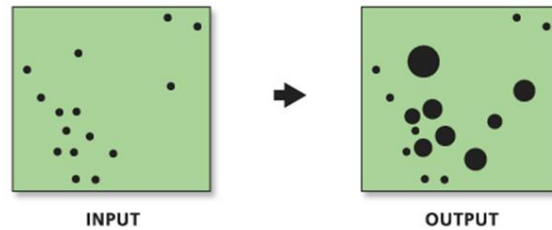
### **Hodnocení rozmístění firem založené na pasportizaci firem**

Pro sledování a hodnocení rozmístění KKO ve městech lze využít více různých metod. Časově náročnou, ale poměrně přesnou metodou je pasportizace určitého území z hlediska rozmístění firem, které je založeno na terénním šetření. Součástí každého záznamu pasportizace je popis firmy, její konkrétní adresa a odvětví. Pasportizací však lze primárně zaznamenat firmy v parteru budov, obtížnější je získat detailní údaje za firmy ve vyšších patrech budov. Veškeré záznamy je třeba geokódovat v geografickém informačním systému (GIS) v podobě adresních bodů, kdy je možné využít data z Registru územních identifikací, adres a nemovitostí (RÚIAN). Následně lze pomocí získaných souřadnic S-JTSK vygenerovat bodové vrstvy firem ve sledovaném období.

Vizualizaci počtu firem v KKO na jednotlivých konkrétních adresách je možné provést vážením jejich výskytu a následně odstupňovaným vykreslením kružnic vycházejících z celkového počtu vstupních bodů. V softwaru ArcGIS je pro tyto účely dostupná funkce Collect Events, kdy do výpočtu vstupují objekty na základě shodné polohy, respektive centroidy se shodnými souřadnicemi X a Y (Obr. 1). Výsledná vrstva tedy obsahuje body s každou unikátní polohou,

pro kterou je k dispozici pole ICOUNT udávající součet výskytu jednotek na každé unikátní pozici (ESRI 2010).

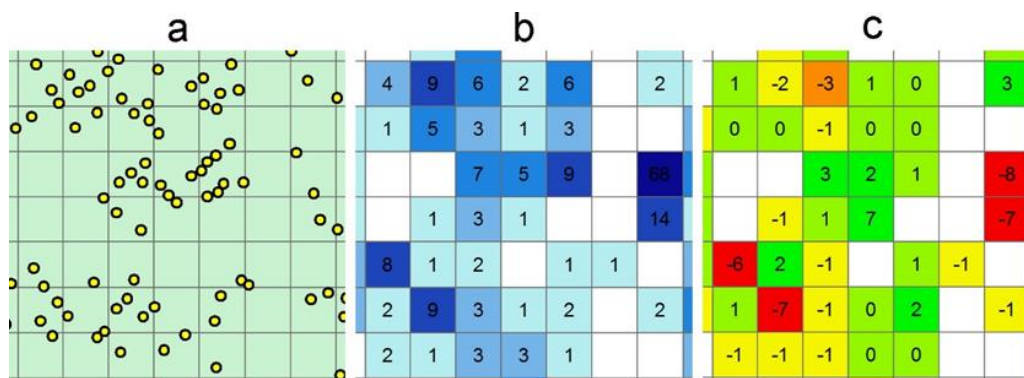
Obr. 1: Vstupní body s unikátní i shodnou polohou a výsledné vykreslení lokalizovaných diagramů na základě celkového počtu vstupních bodů.



Zdroj: ArcGIS 10.2.1 Help

Další možností vizualizace je kvadrantová metoda, která umožňuje sledování četností výskytu firem v buňkách definovaných pravidelnou mřížkou, zpravidla čtvercovou sítí. Klíčovým parametrem je zvolení velikosti buňky. Při příliš malé velikosti není viditelná kontinuální změna intenzity jevu, zatímco příliš velká velikost buňky poskytuje pouze hrubé vymezení anomálií. Optimální pro mapování ve městech může být buňka s délkou hrany 50 metrů. Tato délka umožňuje dostatečnou agregaci firem v KKO a současně dostatečně vystihuje změny v intenzitě výskytu jevu na úrovni jednotlivých ulic či jejich částí. Při zpracování jednotek v GIS je třeba nejprve vytvořit pravidelnou polygonovou síť s délkou hrany buňky 50 metrů. V případě využití ArcGIS lze využít nástroje Spatial Join a funkcí SUM lze získat pro jednotlivé buňky v síti počet firem v KKO lokalizovaných v ploše dané buňky. Síť z různých časových období lze dále sjednotit funkcí Union, kdy atributová tabulka vzniklé vrstvy obsahuje pro každou buňku údaje o počtu KKO firem v jednotlivých obdobích. Výpočtem rozdílu hodnot v atributové tabulce lze následně získat údaje o vývoji počtu maloobchodních jednotek mezi sledovanými obdobími. Názorně problematiku ilustruje Obr. 2.

Obr. 2: Princip zpracování dat v GIS využitím kvadrantové metody



Pozn.: a) překryv vygenerované vrstvy bodů firem (body se mohou překrývat v případě výskytu více jednotek na jedné adrese) a pravidelné čtvercové sítě, b) vizualizace výsledku sumarizace firem do jednotlivých buněk čtvercové sítě, c) vizualizace rozdílu v počtu firem mezi dvěma sledovanými obdobími.

Zdroj: Ženka a kol. 2018

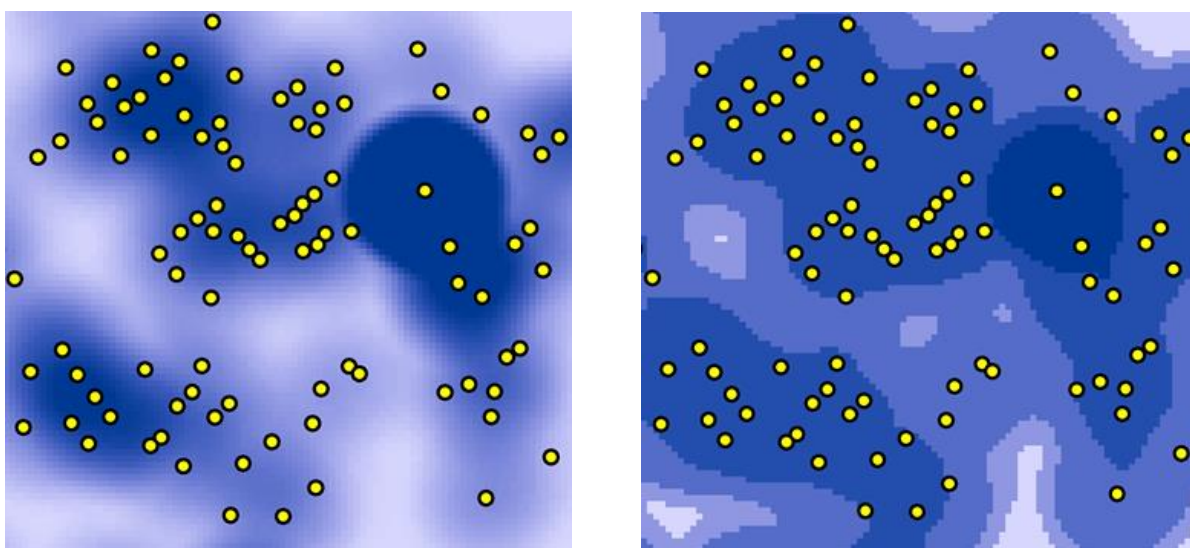
Metoda tzv. jádrového vyhlazování (Kernel Density Estimation) vyjadřuje kontinuální prostorovou hustotu výskytu sledovaného jevu. Tato metoda vypočítává hustotu objektů ve všech oblastech studovaného regionu, tedy nejenom v místech s výskytem daného jevu. Hustota se odhaduje na základě počítání událostí v oblasti nebo jádře se středem v místě, kde má být daný odhad proveden. Každý bod je přitom nahrazen trojrozměrnou pohyblivou funkcí. Odhad jádrové hustoty se počítá následovně:

$$\hat{f}_h(x) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n K_h(x - x_i) = \frac{1}{nh} \sum_{i=1}^n K\left(\frac{x - x_i}{h}\right),$$

kde  $K$  je jádro (kernel): vyhlazovací funkce,  $h > 0$  je šířka pásma (bandwidth) definující stupeň vyhlazení a  $X_i$  představují jednotlivé objekty (firmy v KKO).

Stupeň vyhlazování hustoty je kontrolován na základě nastavení šířky pásma, tedy poloměrem hledání jader. Je-li šířka pásma příliš velká, odhadované hustoty budou vzájemně podobné a blízké průměrné bodové hustotě v daném městě. Pokud je naopak velikost šířky pásma příliš malá, povrchový vzor bude zaměřen na záznamy jednotlivých bodů. Experimentování je nutné k odvození optimálního nastavení šířky pásma a dosažení uspokojivého nastavení pro specifický případ. Pro jednodušší interpretaci je možné v GIS oříznout zobrazené hodnoty tak, aby byly zobrazeny pouze nejdůležitější jádra, a nastavit částečnou průhlednost, což umožňuje snadněji interpretovat výsledky s využitím podkladové mapy.

Obr. 3: Vizualizace výsledného jádrového odhadu



Pozn.: Vlevo je barevná stupnice roztažena od minimálních po maximální hodnoty, vpravo je provedena klasifikace do tříd s použitím metody geometrických intervalů. V pravé části je viditelné výrazné jádro o poloměru 75 metrů, které je výsledkem výskytu několika desítek bodů na shodné pozici.

Zdroj: Ženka a kol. 2018



V případě sledování změn počtu firem za vybraná období lze využít výsledky získané rozdílem (růst či pokles počtu jednotek) z kvadrantové metody. Nevýhodou je, že metoda jádrového odhadu zpracovává pouze bodové a liniové objekty. Je tedy nezbytné data transformovat z polygonů čtvercové sítě do centroidů, nad kterými následně lze vypočítat jádrové odhady. Tyto odhady je možné díky využití výsledků kvadrantové metody oproti reálnému stavu posunout v rámci zvolené velikosti buňky čtvercové sítě.

## **Metody analýzy a hodnocení rozmístění kulturních a kreativních odvětví ve městech**

Pro posouzení územní distribuce ekonomických subjektů lze využít celou řadu metod prostorové statistiky. Často používané jsou tzv. vzdálenostní metody, mezi které patří metoda nejbližších vzdáleností a  $K$ -funkce. Metoda nejbližších vzdáleností analyzuje vzdálenost k nejbližší události a snaží se zjistit, zda daná průměrná vzdálenost odpovídá shlukujícímu se nebo rozptýlenému prostorovému vzoru. Průměrná nejbližší vzdálenost mezi událostmi  $R_o$  je následně porovnávána s očekávanou průměrnou nejbližší vzdáleností mezi událostmi  $R_e$ . Tato očekávaná vzdálenost je definována:

$$R_e = \frac{1}{2\sqrt{\lambda}} = \frac{1}{2\sqrt{\frac{n}{A}}}$$

kde  $\lambda$  je hustota událostí,  $n$  je počet událostí a  $A$  je plocha studované oblasti.

Následně je vypočten tzv. index nejmenší vzdálenosti (NNI), definovaný jako podíl sledované a očekávané průměrné nejmenší vzdálenosti. Pokud dosahuje NNI hodnoty 0, nacházejí se všechny události na jednom místě a jde o dokonalý shluk. Teoretické maximum dosahuje hodnoty 2,14: body jsou zcela pravidelně rozmístěny, jde tedy o rozptýlená data. Pokud NNI dosahuje hodnoty 1, jedná se o zcela náhodný prostorový vzorec.

$$NNI = \frac{R_o}{R_e}$$

Pro hodnocení statistické významnosti je možné využít klasický  $z$ -test. Vzhledem k faktu, že do výpočtu očekávané vzdálenosti vstupuje též hustota, výsledky jsou zásadně ovlivněny tvarem a velikostí území (např. dlouhé, úzké, obdélníkové území bude mít vyšší  $R_o$ ).

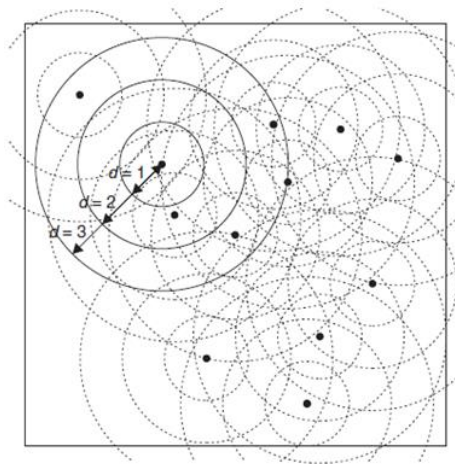
Rozšířením výše uvedené metody je tzv.  $K$ -funkce, která pracuje se všemi událostmi. Algoritmus  $K$ -funkce v prvním kroku vytváří soustředné kruhy o poloměru  $d$  kolem každé události a počítá se počet událostí, které leží uvnitř každého kruhu. Vypočítá se průměrný počet bodů uvnitř kruhů kolem všech událostí, který je podělen hustotou bodů v celé oblasti.

Následně je poloměr  $d$  zvětšen o určitou hodnotu, celý proces se opakuje a opět je vypočten průměr za zvětšenou hodnotu  $d$ . Poloměr je opět zvětšen a celý proces opakován. Takto se získá hodnota  $K$ -funkce pro každou vzdálenost  $d$ . Proces postupného generování kruhů kolem událostí je zobrazen níže (viz Obr. 4).  $K$ -funkce tedy udává standardizovaný průměrný počet událostí do vzdálenosti  $d$  od libovolné události. Standardizace se provádí pomocí intenzity.

$$K(d) = \frac{a}{n} * \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \#[S \in C(s_i, d)]$$

kde  $n$  udává počet událostí,  $a$  je plocha a  $C(s_i, d)$  je kruh o poloměru  $d$  nad bodem.

Obr. 4: Algoritmus výpočtu  $K$ -funkce



Zdroj: O'sullivan, Unwin (2010)

Protože  $K$ -funkce pracuje se všemi událostmi, podává lepší výsledky a více informací o bodové distribuci než jiné přístupy. Očekávaná hodnota je plně závislá na vzdálenosti  $d$ . Vzhledem k tomu, že  $\pi d^2$  je plocha kruhu a  $\lambda$  je hustota událostí, je očekávaná hodnota  $K$ -funkce rovna

$$E(K(d)) = \frac{\lambda \pi d^2}{\lambda} = \pi d^2$$

Vzhledem ke kvadrátu vzdálenosti  $d$  hodnota očekávané i pozorované  $K$ -funkce výrazně narůstá s rostoucí  $d$ . Z tohoto důvodu se  $K$ -funkce převádí na tzv.  $L$ -funkci, což je standardizovaná  $K$ -funkce.

$$L(d) = \sqrt{\frac{K(d)}{\pi} - d}$$

Pokud má tato  $L$ -funkce hodnotu 0, je prostorová distribuce událostí náhodná. Pokud je hodnota  $L$ -funkce větší než 0, je proto v případě pozorované  $K$ -funkce více událostí blízko sebe, než by se očekávalo při náhodném rozmístění, a jedná se tak o shluk. Pokud je hodnota  $L$ -funkce menší než 0, události jsou vzdálenější a jedná se tak o rozptýlený prostorový vzor. Také  $K$ -funkce má své omezení: je velice citlivá na hraniční efekt, který se projevuje poklesem funkce od určité vzdálenosti. Kruhové oblasti se již dostávají za studovanou oblast a obsahují stále méně bodů. Pro omezení tohoto efektu je možné využít hraniční korekce. Pokud je však cílem pouze detekovat a popsat prostorový vzor, je možné pracovat s neupravenými daty.

Pro identifikaci klastrů byla využita metoda jádrového vyhlazení (kernel density), která přiřazuje každé buňce vygenerovaného gridu odhad intenzity na základě vzdálenosti k ostatním událostem. Obecně se počítá vzdálenost mezi středem buňky a každou událostí a určuje se váha, kterou střed buňky získává za všechny události. Tyto váhy se sčítají. Zásadní pro tuto metodu je použité nastavení. Pro testování bylo použito stejné nastavení ve všech městech, a to konkrétně dosah 150 metrů a velikost buňky 10 metrů. Následně jsou v mapách klastrů zobrazeny jen buňky s 5 % nejvyšších nenulových hodnot.

Shluky (huby) byly identifikovány rovněž s využitím jádrového vyhlazení. Pro každou z NACE kategorií spadající do KKO byly identifikovány lokality s nejvyšší intenzitou (5 % nejvyšších nenulových hodnot). Tyto lokality byly následně převedeny na binární hodnoty, tedy ta buňka, která tvoří oblast s vysokou intenzitou, získala hodnotu 1 a ostatní buňky hodnotu 0. Následně bylo výsledných 13 vrstev sečteno a byla vytvořena vrstva, kde buňky mohou mít hypoteticky hodnoty v rozsahu 0–13. Tyto oblasti tvoří pouze jádro daného hubu, proto výsledný hub je definován jako uzavřená oblast kolem takto identifikované lokality.

#### **1.1.4 Shrnutí**

KKO patří v současnosti mezi klíčové odvětví pro udržení a zvýšení konkurenceschopnosti regionů ve vyspělých zemích. Mají tendenci se velmi výrazně shlukovat v prostoru a vytvářet odvětvově specializované klastry, zejména v centrech a vnitřních městech metropolitních regionů. Obecně se KKO shlukují ve čtyřech typech regionů: jádra metropolitních regionů, metropolitních zázemích, menších a středně velkých městech s vysokou koncentrací kulturního dědictví a centrech masového cestovního ruchu. Pro inovativnost, konkurenceschopnost a celkový potenciál rozvoje KKO je zcela zásadní lokální úroveň: městských čtvrtí. KKO těží z tzv. aglomeračních úspor zahrnujících mj. sdílení (kreativní a kvalifikované) pracovní síly a dodavatelů nebo šíření znalostí/inovací prostřednictvím osobních kontaktů. Je tedy nezbytné mapování KKO provádět s nejvyšší možnou mírou

územního detailu, tedy lokalizovat firmy do úrovně adresních bodů. Shlukování KKO ve městech, městských čtvrtích (selektivně též v některých venkovských oblastech) přináší řadu pozitivních efektů pro rozvoj lokalit. Klastry KKO zlepšují image a atraktivitu lokalit pro bydlení a/nebo podnikání kreativní třídy obyvatel, měly by vytvářet kvalifikovaná pracovní místa s nadprůměrnými mzdami, generovat vysokou přidanou hodnotu a stimulovat konkurenceschopnost ostatních odvětví.

## 1.2 Zahraniční zkušenosti s vymezením a mapováním KKO

Mapování KKO se zabývá identifikací, analýzou, ale také vizualizací různých aspektů kulturních a kreativních sektorů v rámci dané země. Níže uvádíme základní poznatky o vymezení a mapování KKO ve Velké Británii, Německu a na Slovensku.

### 1.2.1 Vymezení KKO

Kulturní aktivity rámce ESSnet-Culture (2012) jsou propojeny s ekonomickými statistickými činnostmi, především s využitím Statistické klasifikace ekonomických činností v EU (NACE); jinými slovy se jedná o standardní klasifikaci používanou v harmonizovaných průzkumech EU. Tento přístup využívá také UNESCO. KKO, jak jsou definovány v rámci reportu ESSnet-Culture (2012), zahrnují deset kulturních domén (dědictví, archivy, knihovny, knihy a tisk, vizuální umění, scénická umění, audiovizuální umění a multimédia, architektura, reklama, umění a řemesla) založených na ekonomické funkci tvorby, produkce a publikování, šíření a obchodu, uchovávání, vzdělávání, řízení a regulace. Tento přístup nezahrnuje softwarové a ICT sektory do KKO.

Pro sběr údajů o evropských hospodářských kulturních činnostech je navrženo 29 tříd NACE (Rev. 2, se čtyřmístným kódem, viz Tab. 1), z nichž 22 je čistě kulturního obsahu („zcela kulturní“), zatímco 7 dalších přesahuje úzce vymezenou kulturu („převážně kulturní“). Využití těchto tříd je také důležité pro měření zaměstnanosti.

Tab. 1: Třídy NACE dle kulturního obsahu

<b>ZCELA KULTURNÍ</b>		<b>PŘEVÁŽNĚ KULTURNÍ</b>	
<b>NACE</b>	<b>Název NACE</b>	<b>NACE</b>	<b>Název NACE</b>
58.11	Vydávání knih	47.61	Maloobchod s knihami
58.13	Vydávání novin	47.62	Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím
58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy
58.21	Vydávání počítačových her	73.11	Činnosti reklamních agentur
59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	74.20	Fotografické činnosti

59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů	74.30	Překladačské a tlumočnické činnosti
59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů	77.22	Pronájem videokazet a disků
59.14	Promítání filmů		
59.20	Požizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti		
60.10	Rozhlasové vysílání		
60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání		
63.91	Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur		
71.11	Architektonické činnosti		
74.10	Specializované návrhářské činnosti		
85.52	Umělecké vzdělávání		
90.01	Scénická umění		
90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění		
90.03	Umělecká tvorba		
90.04	Provozování kulturních zařízení		
91.01	Činnosti knihoven a archivů		
91.02	Činnosti muzeí		
91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí		

Zdroj: ESSnet-Culture (2012), přeloženo dle Klasifikace ekonomických činností CZ-NACE (ČSÚ 2008)

### 1.2.2 Podstata mapování

Termín „kreativní průmysl“ byl poprvé použit v roce 1998 ve zprávě The Creative Industries Mapping Document britského ministerstva kultury, médií a sportu (DCMS), aby rozšířil definici kulturního sektoru a sledoval strukturální změny v důsledku rozvoje nových technologií. Tradiční definice „kulturního průmyslu“ se vyvinula v širší definici jako „kreativní průmysl“, aby se poté dostala ke konceptu „kulturního a kreativního průmyslu“ (anglická zkratka CCI), který používá Evropská unie (EU). Kulturní průmysly jsou spojeny s „tradičními“ sektory, jako je kulturní dědictví, vizuální a scénické umění, vydavatelství, hudba, kino, rozhlas, televize, tisk a fotografie, zatímco kategorie kreativního průmyslu začíná zahrnovat nový sektor digitální ekonomiky, jako je software a IT služby s různými druhy definic. V současnosti se stali kulturní a kreativní průmysly objektem pozornosti v oblastech jako např. ekonomika, politika či veřejný management. Definice kulturního a kreativního průmyslu (Tab. 2) ve výše zmíněném dokumentu je zaužívaná, mimo jiné i pro účely např. i mapování, a to ve většině zemí EU (COCO4CCI 2019).

Tab. 2: Definice kulturního a kreativního průmyslu

	<b>Kulturní průmysl</b>	<b>Kreativní průmysl</b>
<b>Definice</b>	„odvětví, která vyrábějí a distribuují zboží a služby, které v okamžiku, kdy jsou vyvinuty, zahrnují konkrétní kulturní atribut, použití nebo účel, bez ohledu na komerční hodnotu“	„ta průmyslová odvětví, která využívají kulturu jako vstup nebo mají kulturní rozměr, ačkoli jejich výstupy jsou převážně funkční“

Zdroj: COCO4CCI (2019)

Na základě hlavních klasifikací KKO se používají zejména tři metody sběru dat v procesu mapování KKO:

1. využití „tradičních“ dat (oficiální statistiky),
2. kombinované využití oficiálních statistik a dat z webu (např. online pracovní nabídky k identifikaci nejžádanějších dovedností v kulturních a kreativních sektorech),
3. nové zdroje velkých dat od administrativních registrů až po web a sociální média.

V zahraničních studiích a metodikách můžeme sledovat pokusy o spojení různých metodologií pro sledování KKO. Níže uvádíme vybrané příklady z praxe mapování KKO z Velké Británie, Německa a Slovenska. Příklady se opírají o oficiální statistiky KKO vedené převážně národními statistickými úřady. Dílčí odvětví KKO jsou rozřazeny dle klasifikace NACE (rev. 2) navrženou EUROSTATem, a to převážně na čtyři místa; v případě Německa se jedná o (vlastní) klasifikaci na pět míst. Definované oblasti kultury a kreativního průmyslu se mohou lišit v národních definicích sektoru a dílčích oblastech KKO, avšak členské státy EU primárně vychází z reportu ESSnet-culture (2012), popsaném v předešlé kapitole.

### **Spojené království Velké Británie a Severního Irska**

Oficiální britské národní statistiky (Office for National Statistics, ONS) vedou údaje obsažené v analýze kreativních, kulturních a digitálních průmyslů ze snímku mezirezortního obchodního rejstříku (IDBR) pořízeného v březnu referenčního roku. Datový soubor používá revizi standardní průmyslové klasifikace (SIC) z roku 2007 (UK SIC 2007). SIC ve formě čtyřmístného kódu je metoda vyvinutá ve Spojených státech, zaužívaná ve Velké Británii a určená pro klasifikace odvětví pro statistické účely. Je na místě podotknout, že britská klasifikace SIC byla revidována souběžně s nomenklaturou NACE, tudíž ve srovnání kódů nalezneme shodu mezi kódem SIC a kódem NACE. Statistiky sledují zvláště oblasti pro (1) kreativní průmysly, (2) kulturní sektor a (3) digitální sektor (Tab. 3), tudíž dochází k překryvu SIC, resp. NACE, které jsou sledovány na 4 místa (ONS 2022). Úplná přeložená verze včetně názvu tříd dle Klasifikace ekonomických činností CZ-NACE (ČSÚ 2008) je součástí Přílohy 1.

Tab. 3: Členění KKO ve Velké Británii

**(1) Kreativní průmysly:**

Reklama a marketing	70.21, 73.11, 73.12
Architektura	71.11
Řemesla	32.12
Design a designová móda	74.10
Film, televize, video, rozhlas a fotografie	59.11, 59.12, 59.13, 59.14, 60.10, 60.20, 74.20
IT, software a počítačové služby	58.21, 58.29, 62.01, 62.02
Vydavatelské činnosti	58.11, 58.12, 58.13, 58.14, 58.19, 74.30
Muzea, galerie a knihovny	91.01, 91.02
Hudba, performance a výtvarné umění	59.20, 85.52, 90.01, 90.02, 90.03, 90.04

**(2) Kulturní sektor:**

Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	90.01, 90.02, 90.03, 90.04
Film, televize a hudba	18.20, 32.20, 47.63, 59.11, 59.12, 59.13, 59.14, 59.20, 60.20
Rádio	60.10
Fotografie	74.20
Řemesla	32.12
Muzea a galerie	91.02
Knihovny a archívy	91.01
Umělecké vzdělávání	85.52
Provozování historických staveb a obdobných turistických zajímavostí	91.03

**(3) Digitální sektor:**

Výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení	26.11
Velkoobchod s počítačovým a komunikačním zařízením	26.12, 26.20, 26.30, 26.40, 26.80
Vydavatelské činnosti (s výjimkou překladatelské a tlumočnické činnosti)	58.11, 58.12, 58.13, 58.14, 58.19
Vydávání softwaru	58.21, 58.29
Film, televize, video, rádio a hudba	59.11, 59.12, 59.13, 59.14, 59.20, 60.10, 60.20
Telekomunikační činnosti	61.10, 61.20, 61.30, 61.90
Programování, poradenství a související činnosti	62.01, 62.02, 62.03, 62.09
Informační činnosti	63.11, 63.12, 63.91, 63.99
Opravy počítačů a komunikačních zařízení	95.11, 95.12

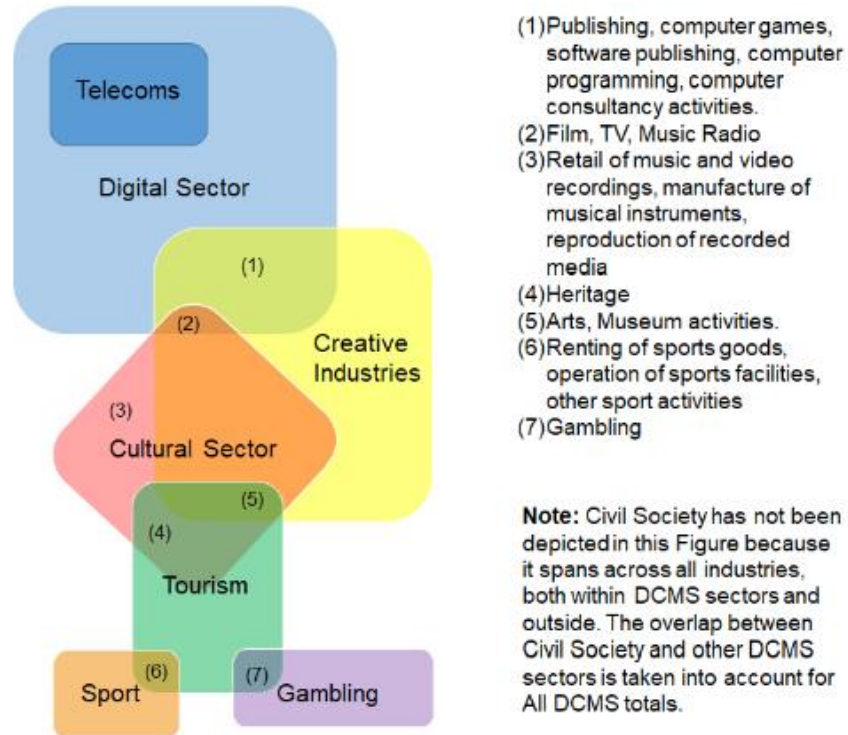
Zdroj: ONS (2022), přeloženo dle ČSÚ (2008)

Hlavními administrativními zdroji pro IDBR jsou informace o obchodníkovi s DPH (*VAT trader*) a zaměstnavateli PAYE (*PAYE employer*). Sledované statistické ukazatelé KKO ve Velké Británii jsou např.:

- počet subjektů KKO (*Count*),
- zaměstnanost (*Employment*) - údaje o zaměstnanosti na IDBR jsou čerpány především z šetření o zaměstnanosti v obchodním rejstříku (BRES),

- zaměstnanci (*Employees*),
- obrat (*Turnover*) - u většiny obchodníků vychází z přiznání k DPH za období 12 měsíců. Údaje o obratu je třeba používat opatrně, protože pocházejí převážně z administrativních zdrojů, které nelze ověřit (ONS 2022).

Obr.5: Sektory DCMS



Zdroj: DCMS (2019), převzato z <www.gov.uk>

Kromě výše zmíněných národních statistik spadajících pod ONS probíhá šetření ve Velké Británii také pod ministerstvem, resp. Department for Digital, Culture, Media and Sport (dále DCMS), které definuje sektory také na základě kódů SIC (Standard Industrial Classification 2007). V praxi to však neznamená nesoulad ve struktuře dat, protože ta jsou celostátně konzistentní a umožňují mezinárodní srovnání. DCMS poskytuje oficiální statistiky pokrývající jejich sedm sektorů (viz Obr. 5), a to ve spolupráci s organizacemi jako např. Arts Council England; British Film Institute; Historic England; Gambling Commission; Ofcom; Sport England; VisitBritain/VisitEngland (DCMS 2021).

Značnou nevýhodou výše uvedeného členění je překryv mezi sektory DCMS, protože definice jednotlivých sektorů se vyvíjeli izolovaně. Vláda Spojeného království (DCMS 2021) v tomto směru uvádí příklad kulturního sektoru definovaného pomocí kódů SIC, které jsou téměř všechny obsažené v rámci kreativního průmyslu. V současné době DCMS ve svých studiích staví na původní definici kreativních průmyslů jako průmyslových odvětvích, „která mají svůj původ v individuální kreativitě, dovednostech a talentu a která mají potenciál pro vytváření



bohatství a pracovních míst prostřednictvím generace a využívání duševního vlastnictví“ (Creative Industries Mapping Documents 2001, s. 5), ale je více založeno na „kreativní intenzitě“ odvětví. Pododvětví kreativních průmyslů definovaných SIC kódy se částečně překrývají nejenom s definicemi DCMS pro kulturní sektor, ale také pro digitální sektor a sektor cestovního ruchu. Míru tohoto překrytí se musí ve studiích odhadovat, aby nedocházelo k duplicitnímu sčítání. Odhad se dělá podle toho, které kódy SIC se objevují ve více sektorech. Následně všechny jedinečné SIC mohou být agregovány, aby se získal celkový počet bez překrývání (DCMS 2021).

## Německo

V Německu se ministerstva hospodářství 16 spolkových zemí shodla na následující definici KKO: „Kulturní a kreativní průmysly (orig. Kultur- und Kreativwirtschaft) zahrnují ty kulturní a kreativní společnosti, které jsou převážně komerčně orientované a zabývají se tvorbou, výrobou, distribucí a/nebo mediálním šířením kulturního/kreativního zboží a služeb“ (BMWK 2009, s. 3). Německá definice je kompatibilní jak s evropskou základní definicí Evropské komise, tak s celosvětovým referenčním modelem a konceptem britských Creative Industries.

Makroekonomická perspektiva KKO v Německu byla zpracována v roce 2009 tehdejším Ministerstvem hospodářství a ochrany klimatu (BMWK: Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2009), přičemž se soustřeďuje více na analýzu dílčích trhů KKO než na členění odvětví kultury a kreativního průmyslu. Pro analýzu trhu využívá třídění statistických podskupin dílčích trhů, a to dle klasifikace NACE (rev. 1, 2003) do pátého místa (Tab. 4). Každoročně probíhá aktualizace výroční monitorovací zprávy, která se zabývá stavem a perspektivami kulturního a kreativního průmyslu v Německu, a to v oblastech hudba, knihy, umění, film, vysílání, scénická umění, design, architektura, tisk, reklama, software/hry. Dvanáctá oblast nazvaná „ostatní“ zahrnuje odvětví, která nemohou být přiřazena k jednomu z těchto jedenácti dílčích trhů kultury a kreativních průmyslů (např. fotografické laboratoře nebo tlumočníci na volné noze) (Cultural and Creative Industries Monitoring Report 2020). Následující tabulka dílčích trhů KKO je volně přeložena z originálu:

Tab. 4: Členění dílčích trhů KKO v Německu

<b>1. Hudební průmysl</b>	
Nezávislí hudebníci, skladatelé	92.31.5
Hudební a taneční soubory	92.31.2
Vydavatelé nahraných zvukových nosičů a hudební vydavatelství	22.14.0
*Promotér divadla/koncertů	92.32.1
*Provoz divadel, oper, divadel atd. 10 % (SVB)	92.32.2
*Další podpůrné kulturní a zábavní služby	92.32.5
Maloobchodní prodej hudebních nástrojů a hudby	52.45.3

<b>2. Knižní trh</b>	
Nezávislí spisovatelé	92.31.6
Vydávání knih	22.11.1
Maloobchodní prodej knih	52.47.2
<b>3. Trh s uměním</b>	
Nezávislí výtvarní umělci	92.31.3
Obchod s uměním (odhad) 20 % (UST, SVB)	52.48.2
Muzejní obchody (odhad) a umělecké výstavy 8 % (SVB)	92.52.1
<b>4. Filmový průmysl</b>	
*Nezávislí jevištní umělci	92.31.7
Filmová, televizní a video produkce	92.11.0
Půjčovna filmů a poskytovatelé videoprogramů	92.12.0
Kina	92.13.0
<b>5. Vysílání</b>	
Organizace vysílání, výroba rozhlasových a televizních programů 35 % (SVB)	92.20.0
<b>6. Trh scénických umění</b>	
*Nezávislí jevištní umělci	92.31.7
Nezávislí umělci	92.31.8
Divadelní soubory 10 % (SVB)	92.31.1
*Promotér divadla/koncertů	92.32.1
*Provoz divadel, oper, divadel atd. 10 % (SVB)	92.32.2
Variety a kabarety	92.32.3
*Další podpůrné kulturní a zábavní služby	92.32.5
Taneční školy	92.34.1
Ostatní kulturní/zábavní zařízení (cirkus, akrobaté, loutkové divadlo)	92.34.2
<b>7. Design</b>	
Průmyslový design	74.20.6
Produkt/móda/grafický design	74.87.4
*Komunikační design / reklamní design	74.40.1
<b>8. Trh architektury</b>	
Architektonické kanceláře pro pozemní stavitelství a interiérový design	74.20.1
Architektonické kanceláře pro místní, regionální a státní plánování	74.20.2
Architektonické kanceláře pro zahradní a krajinářský design	74.20.3
<b>9. Trh s tiskem</b>	
Nezávislí novináři	92.40.2
Korespondence a zpravodajské kanceláře	92.40.1
Vydávání adresářů	22.11.2
Vydavatelé novin	22.12.0
Vydavatelé časopisu	22.13.0
Různá vydavatelství	22.15.0
<b>10. Reklamní trh</b>	
*Reklama / reklamní design a tvorba	74.40.1

Reklama / zprostředkování reklam	74.40.2
<b>11. Softwarový/herní průmysl</b>	
Vydávání softwaru	72.20.1
Konzultace a vývoj softwaru	72.20.2
<b>(-) Ostatní</b>	
Nezávislí restaurátoři	92.31.4
Knihovny/archivy 8 % (SVB)	92.51.0
Provoz památek 8 % (SVB)	92.52.2
Botanické a zoologické zahrady a přírodní parky 8 % (SVB)	92.53.0
Pouťové obchody a zábavní parky	92.33.0

Pozn.: \*Dílčí trhy přidělené několikrát

SVB = orig. Beschäftigtenstatistik, statistika zaměstnanosti (procentní podíl),

UST = orig. Umsatzsteuerstatistik, statistika daně z obrátu (procentní podíl).

Zdroj: Cultural and Creative Industries Monitoring Report (2020)

V rámci monitorovacích zpráv (např. Cultural and Creative Industries Monitoring Report 2020) se sledují socio-ekonomické indikátory dílčích trhů, resp. KKO:

- počet společností/podnikatelů (*Unternehmen*),
- tržby (*Umsätze*),
- výdělečně činné osoby (*Erwerbstätige*),
- tržby dle velikostní kategorie (*Umsatzgrößenklassen*),
- nezávislí umělci (*Selbständige Künstler und Künstlerinnen*),
- umělci na volné noze (*Freiberufliche Künstler und Künstlerinnen*).

Průběžně jsou zaznamenávány a dokumentovány pokroky a změny i stávající potenciál kulturních a kreativních průmyslů ukazateli jako:

- přidaná hodnota KKO na celkové přidané hodnotě (v EUR),
- podíl KKO na HDP (v %),
- zaměstnanost v KKO.

## Slovensko

Ministerstvo kultury Slovenské republiky (dále MK SR) ve smyslu zákona o státní statistice provádí každoročně státní statistické zjišťování v oblasti kultury prostřednictvím výkazů Kult, které se týkají oblastí: Galerie, Muzea, Knihovny, Divadla, Hudba (Hudební tělesa a umělecké soubory, Veřejné akce profesionální hudební kultury, Výroba a distribuce zvukových záznamů hudebních děl), Audiovize, Rozhlasové vysílání, Televizní vysílání, Vydávání periodického tisku, Vydávání neperiodických publikací, Kulturně-osvětová činnost, Astronomická zařízení, Církev a náboženská společenství, Ochrana památkového fondu, Multimediální průmysl, Specializované designérské činnosti, Kultura národnostních menšin. Statistické zjišťování se řídí programem státních statistických zjišťování, který sestavuje Statistický úřad Slovenské

republiky v součinnosti s MK SR na období tří let. Program státních statistických zjišťování se vydává vyhláškou (MK SR 2020). Analytickým útvarem MK SR je Institut kulturní politiky (IKP), který poskytuje analýzy a prognózy.

Podsystémem národních účtů je Satelitný účet kultury a kreativního průmyslu (SÚ KKP SR) (Infostat 2022). Specifikum chápání KKO na Slovensku je již v odlišném označení kulturních a kreativních odvětví, která pojmenovává jako „kultúra a kreatívny priemysel“. Ve Strategii kultury a kreativního průmyslu SR 2030 (MK SR 2022, s. 15) se argumentuje tím, že je „nejednoznačné pochopení přínosu těch částí kultury, které mají ekonomický potenciál ... zdůraznili jsme pojem kreativní průmysl, který na hospodářské aspekty explicitně odkazuje.“ Na oficiálních webových stránkách MK SR a v dokumentech však stále nalezneme pojem kulturní průmysl. Nicméně, inspirací pro vznik slovenského Satelitního účtu KKP byla rozsáhlá Zpráva o stavu a potenciálu kreativního průmyslu na Slovensku (Lipnická a kol. 2013). Studie se podrobně věnuje vymezení kreativního sektoru a možnostem jeho mapování ve specifických podmínkách Slovenska, přičemž vychází ze zahraničních klasifikací a zkušeností. S ohledem na závěry studie vznikla doporučení ohledně komplexního vnímání a propojení tradičních oblastí kultury s rozvojem kreativního sektoru a turismu, a rovněž důrazný apel na Štatistický úrad SR na přijetí doporučení ze závěrečné zprávy ESSnet-Culture (2012). Ve výsledku SÚ KKP SR metodicky i obsahově vychází ze zmíněné závěrečné zprávy, zejména v třísektorovém členění KKP na (1) kulturní jádro, (2) kulturní průmysl a (3) kreativní průmysl (Tab. 5) vycházející z třídní klasifikace NACE v ESSnet-Culture. Úplná přeložená verze včetně názvu tříd dle Klasifikace ekonomických činností CZ-NACE (ČSÚ 2008) je součástí Přílohy 2.

Tab. 5: Členění KKO na Slovensku

<b>(1) Kulturní jádro:</b>	<b>NACE</b>
Kulturní dědictví, archivy a knihovny	91.01, 91.02, 91.03
Vizuální umění	90.03, 74.20
Scénické umění	90.01, 90.02, 90.04
Řemeslná výroba	N/A
Umělecké vzdělávání	85.52
<b>(2) Kulturní průmysl:</b>	<b>NACE</b>
Literatura a tištěná média	58.11, 58.13, 58.14, 63.91, 47.61, 47.62, 74.30
Hudba, audiovizuální a multimédia	59.11, 59.12, 59.13, 59.14, 59.20, 60.10, 60.20, 47.63, 58.21
<b>(3) Kreativní průmysl:</b>	<b>NACE</b>
Design	74.10
Architektura	71.11
Reklama	73.11

Zdroj: MK SR (2019), přeloženo dle ČSÚ (2008)

SÚ KPP ve výsledku poskytuje údaje o sektoru KKO z pohledu i) jeho odvětví, která definuje jako jednotky poskytující služby KKO a ii) z pohledu produktů souvisejících s KKO, která reprezentují výrobky a služby KKO vyprodukované všemi odvětvími ekonomiky. Cílem SÚ KKP SR je na základě existujících zdrojů odhadnout, jaká je ekonomická významnost sektoru KKO z pohledu celkového hospodářství Slovenska. Ve výstupech SÚ KKP SR je dopad KKO na celou ekonomiku posuzovaný na základě vlivu produkce, resp. přidané hodnoty KKO (jen produkty KKO), a to prostřednictvím ekonomických ukazatelů:

- přidaná hodnota (PH): přidaná hodnota v sektoru KKO (v EUR, v %), podíl PH oblastí KKO na přidané hodnotě celé ekonomiky (v %), podíl PH oblastí KKO na přidané hodnotě celého sektoru KKO (v %),
- HDP: HDP v sektoru KKO (v EUR), podíl HDP oblastí KKO na HDP celé ekonomiky (v %), podíl HDP oblastí KKO na HDP celého sektoru KKO (v %), vývoj PH a HDP,
- zaměstnanost v sektoru KKO: celková zaměstnanost v KKO (absolutní počet), zaměstnanost dle oblastí KKO (absolutní počet),
- import, export a saldo zahraničního obchodu v KKO (v EUR),
- zdroje financování KKO.

### 1.2.3 Sledované indikátory a dostupné zdroje pro mapování

V následující kapitole jsou za základě zahraniční evidence vybrány některé relevantní ekonomické indikátory pro sledování KKO a inspirativní souhrn dostupných zdrojů dat pro mapování ekonomických přínosů KKO.

**Zaměstnanost:** Zaměstnanou osobou se rozumí osoba ve věku 15 let a víc, která vykonává práci během referenčního týdne/měsíce/kvartálu nebo roku. Dále, osobu spadající pod oblasti KKO metodologicky charakterizuje ESSnet-Culture (2012) jako osobu, která:

- má kulturní povolání a pracuje v kulturním sektoru,
- má kulturní povolání a pracuje mimo kulturní sektor,
- má nekulturní povolání a pracuje v kulturním sektoru.

Základní zdroje pro mapování zaměstnanosti: Sčítání lidí, domů a bytů, doplněné např. o data z administrativních registrů (účetní výkazy – OSVČ, podnikatelé nezapsaní v obchodním rejstříku, podnikatelské subjekty, jednotky zařazené do sektoru veřejné správy), aj. Statistiky za zaměstnanost v KKO by měly být zveřejněny každoročně, optimálně na základě výpočtu průměrů čtvrtletních dat.

Vyhodnocení zaměstnanosti, příklad: Ve Velké Británii, v pododvětví kreativních průmyslů (jako je vydavatelství nebo architektura) je zaměstnání běžně považováno za kreativní, pokud

více než třicet procent jeho zaměstnanců dělá to, čemu říkáme „kreativní povolání“ (např. to mohou být designéři, producenti nebo vývojáři her). Aby mohla být odvětví součástí kreativních průmyslů, musí splňovat i další prahová kritéria (DCMS 2016). Podstatnou nevýhodou britského přístupu, je nezohlednění kreativních povolání mimo kreativní průmysly, čímž se ztrácí přidaná hodnota „kreativního“ v širší ekonomice (DCMS 2021). V případě výše zmíněné charakteristice zaměstnané osoby v kulturním sektoru dle ESSnet-Culture jsou kulturní povolání mimo kulturní sektor zohledněny v širší ekonomice, což zdůrazňuje význam základních zdrojů dat např. z oficiálních statistik jako je cenzus.

Základní údaje o zaměstnanosti mohou být, jak ukazuje příklad Německa, doplněna např. o kmenové zaměstnance, zaměstnance podléhající odvodům na sociálním zabezpečení, osoby v zaměstnání na částečný úvazek, OSVČ. Ukazatelem trhu práce v KKO je např. také počet pracovních míst v jednotlivých oborech.

**Přidaná hodnota (PH)** je jedním z klíčových ekonomických ukazatelů, který se např. ve vztahu srovnání s ostatními sektory národního hospodářství. PH se sleduje ve všech analyzovaných zahraničních příkladech. Na Slovensku v rámci SÚ KKP značí rozdíl produkce KKO a k ní vyčíslené mezispotřeby (náklady na spotřebované energie, produkty a služby) všech odvětví ekonomiky. Konkrétními indikátory jsou pak přidaná hodnota v sektoru KKO (v EUR/CZK, v %), podíl PH oblastí KKO na přidané hodnotě celé ekonomiky (v %), podíl PH oblastí KKO na přidané hodnotě celého sektoru KKO (v %).

S přidanou hodnotu úzce souvisí **HDP** jako součet přidané hodnoty KKO a čistých daní z produktů KKO. Výpočtem dostaneme HDP v odvětví KKO (v EUR/CZK), podíl HDP oblastí KKO na HDP celé ekonomiky (v %), podíl HDP oblastí KKO na HDP celého sektoru KKO (v %), vývoj PH a HDP (v EUR/CZK). V Německu je hrubá přidaná hodnota, podíl na HDP spolu s **celkovým obratem** KKO základními ukazateli ekonomického přínosu KKO pro národní ekonomiku, tzv. „tři čísla“. Po britském vzoru jsou dalšími doplňkovými daty např. velikostní kategorie podniků a jejich podíl na ekonomice, podíl kreativních start-upů na jejich celkovém počtu, podíl KKO jako součástí jiných podniků, lokalizace KKO.

Základní zdroje dat pro mapování PH, HDP: Sčítání lidí, domů a bytů (např. údaje o zaměstnanosti, příjmech, výdajích domácností), registry ekonomických subjektů (velké a malé nefinanční podniky, neziskové organizace sloužící domácnostem, rozpočtové a příspěvkové organizace), údaje Finanční zprávy, statistiky Národní banky, systém Národních účtů, ale také veřejně dostupné údaje online (účetní uzávěrky, výroční zprávy, ročenky) aj.

Podle britských zkušeností jsou neméně důležitými alternativními zdroji dat pro mapování ekonomického přínosu KKO organizace, sdružení, instituty a asociace působící převážně na

národní úrovni. Jedná se např. o ACE (národní rozvojová agentura Arts Council England), BFI (Britský filmový institut a jejich reporty), Historic England (se seznamem národního dědictví Anglie, který obsahuje např. památkově chráněné budovy, zahrady, vraky lodí atd.), Visit Britain (reporty z oblasti cestovního ruchu), NESTA (inovační agentura). Dalším příkladem je Německo, kde pro analýzu dílčích oblastí KKO jsou kromě oficiálních zdrojů využívány také kvalitativní hodnocení trendů a výzev od řady vybraných oborových sdružení.

#### **1.2.4 Shrnutí**

Národní vymezení KKO ve všech sledovaných případech zodpovídá mezinárodní klasifikaci dle NACE, což umožňuje národní i mezinárodní srovnání sledovaných socio-ekonomických indikátorů KKO. V následujících bodech zdůrazňujeme nejdůležitější poznatky ze zahraničních případových studií, a to s důrazem na vymezení, mapování a sledované indikátory KKO:

- ✓ Sjednocení národní klasifikace je nezbytným předpokladem pro účely mezinárodního srovnání.
- ✓ Překryvy odvětví KKO jsou do jisté míry přirozené a záleží na nastavení/zařazení odvětví KKO na národní úrovni.
- ✓ Na úrovni EU jsou data srovnatelná v rámci metodiky Essnet Culture. Na národní úrovni je možné specifikovat odvětví KKO dle NACE až do pátého místa (Německo).
- ✓ Využití oficiálních statistik a zdrojů je klíčové pro přesnost výsledků.
- ✓ Mapování potřeb ve spolupráci s asociacemi je praxí i v zahraničí.
- ✓ Vyhodnocení a distribuce dat za KKO probíhá z oficiálních zdrojů a v pravidelných intervalech.
- ✓ Sesbírání data a výsledky mapování mohou být zveřejněny a distribuovány formou satelitního účtu KKO (Slovensko) nebo na webových platformách.

Nutno dodat, že satelitní účty jsou sice vykazované ve vícero zemích, ale jejich srovnatelnost je omezená z důvodu různých definic odvětví KKO a přiřazení ekonomické činnosti dle NACE pod různá odvětví KKO. Výstupy národních satelitních účtů však mohou najít využití např. při tvorbě národních strategií KKO.

### **1.3 Dostupné datové zdroje pro mapování KKO v Česku**

Pro mapování KKO v Česku existuje několik dostupných datových zdrojů nabízejících informace o dílčích oblastech či různých aspektech spojených s KKO. Při jejich mapování je důležité kombinovat a propojovat data z různých zdrojů, sebraných na základě odlišných metodických východisek, aby bylo možné získat komplexní obraz o dané oblasti. Jedná se především o velkoobjemové datasety pokrývající, v co největší možné šíři, všechny subjekty

KKO a zahrnující především ekonomické údaje. Integrace těchto datových zdrojů spolu s kvalitativním šetřením zaměřeným na organizační údaje a údaje o potřebách subjektů, pomáhá identifikovat klíčové faktory, které přispívají k rozvoji KKO.

Mezi nejdůležitější existující datové zdroje/velkoobjemové datasety patří informace sbírané Českým statistickým úřadem (dále jen ČSÚ) a Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu (dále jen NIPOS). ČSÚ a NIPOS poskytuje požadovaná statistická data v souladu se Zákonem o státní statistické službě č. 89/1995 Sb., § 18 bezplatně omezenému okruhu subjektů: Parlamentu, prezidentu republiky, vládě, Nejvyššímu kontrolnímu úřadu, ministerstvům a jiným správním úřadům, soudům, České národní bance, Bezpečnostní informační službě, Státnímu zemědělskému intervenčnímu fondu a orgánům územní samosprávy. V souladu s příslušným ustanovením § 18 může ČSÚ a NIPOS vypracovat a poskytnout další statistické informace na zakázku za cenu stanovenou dohodou.

Následující podkapitoly poskytnou podrobný popis dostupných dat ČSÚ a NIPOS a využitelných pro mapování KKO.

### 1.3.1 Český statistický úřad (ČSÚ)

Pokud se zaměříme na výkazy v gesci NIPOS, klíčovým zdrojem dat pro mapování KKO je tzv. P501 Roční výkaz ekonomických subjektů vybraných produkčních odvětví. Tento výkaz je sbírán s roční periodicitou a pokrývá širokou škálu ekonomických a finančních údajů za firmy v produkčních odvětvích. **Je nejvýznamnějším zdrojem statistických dat za zaměstnanost, tržby, přidanou hodnotu a mzdy v KKO.**

**Účel statistického zjišťování:** zisk nekonsolidovaných údajů o finančních ukazatelích podle českých účetních standardů a pro splnění povinnosti vyplývající z čl. 4 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2019/2152 (podrobně viz [https://www.czso.cz/csu/vykazy/p-5-01-rocni-vykaz-ekonomicky-subjektu-vybranych-produkcni-odvetvi\\_psz\\_2021](https://www.czso.cz/csu/vykazy/p-5-01-rocni-vykaz-ekonomicky-subjektu-vybranych-produkcni-odvetvi_psz_2021)):

- vytvoření strukturální statistiky výdělků a nákladů práce, v platném znění
- propočet úplných sestav makroekonomických ukazatelů v rámci ročních národních účtů, pro vyhodnocení celoročního ekonomického vývoje ve vybraných odvětvích včetně strukturálních změn odvětvového i věcného charakteru
- sestavení regionálních průřezů a účtů a pro další analytické účely, pro potřeby České národní banky, vládních, regionálních, hospodářských a společenských institucí, pro potřeby Evropské unie, mezinárodních organizací a pro informování veřejnosti.



### Charakteristika zjišťovaných ukazatelů (výběr ve vztahu ke KKO):

- charakteristika ekonomického subjektu a doplňující informace (IČO, název, adresa ústředí, ekonomická aktivita), identifikace subjektu se zahraniční účastí
- počet pracovníků ve fyzických osobách a přepočtený na osmihodinovou pracovní dobu
- finanční ukazatele ve statistickém členění (výnosy, náklady, aktiva, pasiva)
- tržby za prodej vlastních výrobků a služeb
- mzdy a ostatní osobní náklady
- čistý obrat za účetní období
- dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek strukturovaný dle území
- finanční aktiva netto, pasiva, struktura vybraných finančních aktiv podle institucionálních sektorů

**Pokrytí odvětví podle CZ-NACE** (jednotky se zpravodajskou povinností relevantní pro KKO) CZ-NACE 49 až 53, 58 až 63 (doprava a skladování, informační a komunikační činnosti), CZ-NACE 64 až 66 (peněžnictví, pojišťovnictví – pouze ekonomické subjekty účtující jako podnikatelé), CZ-NACE 68 až 96 (ostatní služby, výzkum a vývoj, veřejná správa, zdravotnictví, vzdělávání). Pro účely mapování KKO a zajištění kompatibility statistických údajů mezi kulturními a kreativními odvětvími je vhodné použít níže uvedený výběr ukazatelů (Tab. 6).

Tab. 6: Klíčové ekonomické ukazatele pro mapování kreativních odvětví a jejich socioekonomického přínosu z výkazu P5-01

P5-01 kód	P5-01 název
A015	Byl Váš ekonomický subjekt (právníká/fyzická osoba, organizační složka státu) ve sledovaném období ekonomicky aktivní/vyvíjel činnost? (ANO, NE)
A022C01	Průměrný evidenční počet pracovníků ve fyzických osobách
A024a01	Tržby z prodeje výrobků a služeb
	Přidaná hodnota v tis. Kč*
A022C05	Mzdy - bez ostatních osobních nákladů (v tis. Kč)
<b>Ekvivalent tržeb z prodeje výrobků a služeb:</b>	
A024A461	Čistý obrat za účetní období

\*Běžná součást firemních Výkazů zisků a ztrát; nesbírá se ale přímo v P5-01, proto nemá kód. Firmy v asociacích ji mohou reportovat přímo. Ekvivalentem je výpočet z ukazatelů výkazu P5-01 následovně: PH = Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb + Změna stavu zásob vlastní činnosti + Aktivace + Obchodní marže) - Výkonová spotřeba

Zdroj: vlastní zpracování

**Průměrný evidenční počet pracovníků ve fyzických osobách** je klíčovým ukazatelem zaměstnanosti pro všechna odvětví KKO díky porovnatelnosti: tento ukazatel je k dispozici

pro všechny zpravodajské jednotky (firmy, instituce) napříč odvětvími včetně veřejného sektoru. Pokrývá všechny pracovníky – tedy zaměstnance, majitele firem, osoby samostatně výdělečně činné. Na druhou stranu výraznou nevýhodou je nadsazení počtu pracovníků. Například zaměstnanci pracující pouze na částečný úvazek jsou započítáni v plném rozsahu jako fyzické osoby bez zohlednění výše jejich úvazku. To je problematické zejména v případě mikrofirem, které tvoří rozhodující část subjektů v kreativních odvětvích. Z tohoto důvodu je důležité doplnit tento ukazatel průměrným evidenčním počtem pracovníků přepočteným na osmihodinovou pracovní dobu, který však není k dispozici pro některá kulturní odvětví.

**Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb** jsou nejdůležitějším finančním ukazatelem celkového socioekonomického významu KKO rovněž z důvodu porovnatelnosti: jsou dostupné pro komerční subjekty v kreativních odvětvích i veřejné instituce v kulturních odvětvích. Ukazatel pokrývá tržby realizované vlastní jádrovou ekonomickou činností, nikoli zisky plynoucí např. z kurzových rozdílů, kapitálových příjmů z prodeje dlouhodobého hmotného majetku, příjmů plynoucích z pronájmu nemovitostí, výnosů akcií a dalších zdrojů tržeb.

**Přidaná hodnota** je druhým stěžejním ukazatelem socioekonomického významu KKO. Zásadním problémem je však nedostupnost ukazatele pro veřejné instituce v kulturních odvětvích, a proto je účelné přidanou hodnotu použít pro zjištění podílu KKO na tvorbě hrubého domácího produktu dle výrobkové metody (součet přidané hodnoty institucionálních sektorů/odvětví a čistých daní na produkty). Přidaná hodnota je zjednodušeně finanční hodnotou, kterou firma přidá k externě nakoupeným výrobkům a službám a získá na trhu formou prodeje. Dvě klíčové složky přidané hodnoty představují mzdy a zisk. Přidaná hodnota na zaměstnance představuje také stěžejní ukazatel produktivity práce neboť umožňuje odlišit firmy s vysokou kvalifikační náročností produkce a vysokou přidanou hodnotou od rutinních a standardizovaných ekonomických činností, byť jsou formálně klasifikovány jako součást sektoru KKO.

**Mzdy bez ostatních osobních nákladů** jsou klíčovým ukazatelem přínosu KKO pro lokální a regionální socioekonomický rozvoj. Oproti přidané hodnotě neobsahují zisk (výsledek hospodaření za účetní období), který může být přinejmenším z části převeden do jiného regionu či státu formou repatriací nebo jiných účetních operací. Roční mzdové náklady jsou z velké části vypláceny zaměstnancům ve městě/regionu, kde sídlí provozovna dané firmy.

**Čistý obrat za účetní období** zahrnuje velmi široké spektrum příjmů firmy, je součtem tržeb z prodeje výrobků a služeb, ostatních provozních výnosů, výnosů z dlouhodobého finančního majetku (podíly aj.), výnosových úroků a ostatních finančních výnosů. Tento ukazatel je definován jako výše výnosů snížená o prodejní slevy a představuje doplňkový ukazatel

k tržbám za prodej vlastních výrobků a služeb. Je obtížnější jej interpretovat a může též meziročně výrazně kolísat, neboť kromě příjmů z vlastní (jádrové) ekonomické činnosti firmy zahrnuje mnoho dalších typů příjmů (často jednorázových), mezi které patří např. výnosy z finančního majetku (dluhopisů, akcií aj.), prodej či pronájem dlouhodobého hmotného majetku (např. budovy) aj.

**Výkaz P5-01** se člení na řadu částí. Základem výkazu je tzv. kmen společný pro všechny zpravodajské jednotky. Další variace (tzv. vložky) jsou zaměřeny na pokrytí jednotlivých odvětví nebo velikostních kategorií firem. Tab. 7 poskytuje přehled relevantních ukazatelů, které lze využít pro mapování socioekonomického přínosu KKO. Základem je evidenční počet pracovníků, mzdy, tržby za výrobky a služby a další finanční ukazatele, které jsou zdrojem pro výpočet přidané hodnoty. Ostatní ukazatele (např. detailní členění tržeb za jednotlivé druhy výrobků a služeb) lze využít pro podrobnější odvětvové analýzy.

Tab. 7: Výkaz p5-01: kmen, varianty pro velikostní kategorie firem a odvětvové složky

<b>P5-01 kmen</b>	
A015	Byl Váš ekonomický subjekt (právníká/fyzická osoba, organizační složka státu) ve sledovaném období ekonomicky aktivní/vyvíjel činnost? (ANO, NE)
A022C01	<b>Průměrný evidenční počet zaměstnanců ve fyzických osobách</b>
A022C05	<b>Mzdy - bez ostatních osobních nákladů (v tis. Kč)</b>
A0580103	Identifikace subjektu se zahraniční kapitálovou účastí; podíl na základním kapitálu v % bez desetinných míst
<b>P5-01</b> Velké jednotky a střední jednotky, které překročí alespoň jednu z následujících hraničních hodnot: Aktiva 800 mil. Kč, Obrat 370 mil. Kč, Počet zaměstnanců 250 (relevantní též pro malé jednotky)	
A024a01	<b>Tržby z prodeje výrobků a služeb</b>
A025a01	Výkonová spotřeba
A025a018	Změna stavu zásob vlastní činností
A025a019	Aktivace
A025a24	Osobní náklady
<b>P501 mikrofirmy</b>	
A024b011	<b>Tržby z prodeje výrobků a služeb</b>
A025c021	Náklady vynaložené na prodané zboží
<b>P501 NACE 58-63</b>	
Struktura tržeb z prodeje výrobků a služeb a struktura zásob (v tis. Kč)	
A050a012	Vydávání knih
A050a022	Vydávání adresářů a jiných seznamů
A050a032	Vydávání novin (včetně reklamních; jsou vydávány nejméně čtyřikrát týdně v tištěné nebo elektronické formě včetně internetu)
A050a042	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací (jsou vydávány méně než čtyřikrát týdně v tištěné nebo elektronické formě včetně internetu)
A050a052	Ostatní vydavatelské služby (služby v oblasti vydávání tiskovin [např. pohledů, obrazů, fotografií, kalendářů, poštovních známek, reklamních tiskovin] a ostatního on-line obsahu a licenční služby)
A050a062	Počítačové hry, na fyzickém nosiči (vydávání softwaru)
A050a072	Počítačové hry, stažitelné z internetu (vydávání softwaru)
A050a082	On-line hry (vydávání softwaru)

A050a092	Licenční služby k právu užívat počítačové hry
A050a172	Originály počítačových her
A050a342	Služby reklamních agentur
<b>P501 NACE 71</b>	
Struktura tržeb z prodeje výrobků a služeb a struktura zásob (v tis. Kč)	
A050a012	Plány a výkresy pro architektonické účely
A050a022	Architektonické služby týkající se projektů bytových budov
A050a032	Architektonické služby pro projekty nebytových budov
A050a042	Architektonické služby týkající se rekonstrukcí historických staveb
A050a052	Architektonické poradenské služby týkající se stavebních projektů
A050a062	Urbanistické plánování
A050a072	Územní plánování venkova
A050a082	Projektové plánování území
A050a092	Služby v oblasti krajinářské architektury, kromě poradenství
A050a102	Poradenské služby v oblasti krajinářské architektury
<b>P501 NACE 73</b>	
A050a012	Komplexní reklamní služby
A050a022	Přímý marketing a služby reklamní pošty
A050a032	Vývoj reklamy
A050a112	Průzkum trhu: kvalitativní zjišťování
A050a122	Průzkum trhu: kvantitativní ad-hoc zjišťování
A050a132	Průzkum trhu: kvantitativní nepřetržité a pravidelné zjišťování
A050a142	Průzkum trhu, jiný než zjišťování
A050a152	Ostatní průzkum trhu
A050a162	Průzkum veřejného mínění
A050a192	Plány a výkresy pro architektonické účely

Pozn.: Tučně označeny jsou klíčové ukazatele, které lze sbírat pro všechny kategorie firem i odvětví.

Zdroj: [https://apl.czso.cz/pll/vykwww/vyk1216?xrokzpr=2022&xid\\_setreni=2381&xid\\_html=2809&xhledat=](https://apl.czso.cz/pll/vykwww/vyk1216?xrokzpr=2022&xid_setreni=2381&xid_html=2809&xhledat=)

### 1.3.2 Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS)

NIPOS, konkrétně útvar Centrum informací a statistik kultury (dále jen CIK) z pověření Ministerstva kultury České republiky (MK) zabezpečuje státní statistickou službu za celou oblast kultury na základě zákona č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě. Předmětem statistiky kultury je zjišťování údajů o činnosti kulturních zařízení zřízených ministerstvem kultury, dalšími orgány státní správy, kraji, obcemi a městy, občanskými sdruženími dle zákona 83/90 Sb., obecně prospěšnými společnostmi, církví, podnikatelskými subjekty aj. Jsou šetřeny následující obory: audiovizuální díla, divadlo, galerie, muzea a památníky, hudební soubory, hvězdárny, planetária a astronomické pozorovatelný, veřejné knihovny, památkové objekty zpřístupněné za vstupné, činnost kulturních domů a středisek, vydavatelé neperiodických publikací a periodického tisku, vč. jimi vydávané produkce, výstavní činnost v oblasti profesionálního výtvarného umění a architektury a provozovatelé festivalů.

Sběr dat probíhá pomocí statistických výkazů, které jsou rozesílány každoročně na jednotlivé zpravodajské jednotky (dále jen ZJ), jenž mají na základě vyhlášeného Programu statistických

zjišťování zpravodajskou povinností (Tab. 8). Každoročně je seznam oslovených ZJ aktualizován, a to kvůli nově vzniklým anebo i zaniklým subjektům. Výkazy o neperiodických publikacích a o periodickém tisku zpracovává Národní knihovna na základě povinných výtisků (Tab. 9).

Tab. 8: Respondenti – zpravodajské jednotky (ZJ) (dle zákona č. 89/1995 Sb.)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kult (MK) 01-01 DIVADLA CZ-NACE 90.01 (scénická umění), CZ-NACE 90.02 (podpůrné činnosti pro scénická umění), CZ-NACE 90.04 (provozování kulturních zařízení).</li> <li>• <b>Kult (MK) 05-01 PERIODICKÝ TISK (zdroj: Národní knihovna)</b> <b>CZ-NACE 58.13 (vydávání novin),</b> <b>CZ-NACE 58.14 (vydávání časopisů a ostatních periodických publikací).</b></li> <li>• Kult (MK) 12-01 KNIHOVNY CZ-NACE 91.01 (činnosti knihoven a archivů).</li> <li>• Kult (MK) 14-01 MUZEA A GALERIE CZ-NACE 91.02 (činnosti muzeí).</li> <li>• <b>Kult (MK) 15-01 NEPERIODICKÉ PUBLIKACE (zdroj: Národní knihovna)</b> <b>CZ-NACE 58.11 (vydávání knih)</b></li> <li>• Kult (MK) 17-01 PAMÁTKOVÉ OBJEKTY CZ-NACE 91.03</li> <li>• <b>Kult (MK) 18-01 VYDAVATELÉ</b> <b>CZ-NACE 58.11 (vydávání knih),</b> <b>CZ-NACE 58.13 (vydávání novin),</b> <b>CZ-NACE 58.14 (vydávání časopisů a ostatních periodických publikací).</b></li> <li>• Kult (MK) 19-01 VÝSTAVNÍ ČINNOST v oblasti prof. výtvarného umění a architektury CZ-NACE 90.03 (umělecká tvorba).</li> <li>• Kult (MK) 22-01 KULTURNĚ VZDĚLÁVACÍ A ZÁJMOVÁ ČINNOST CZ-NACE 85.52 (umělecké vzdělávání), CZ-NACE 90.04 (provozování kulturních zařízení), CZ-NACE 94.99.2 (činnosti organizací na podporu kulturní činnosti).</li> <li>• Kult (MK) 23-01 FESTIVALY (divadelní, filmové, hudební a taneční) CZ-NACE 90.01(scénická umění), CZ-NACE 90.02 (podpůrné činnosti pro scénická umění).</li> <li>• Kult (MK) 25-01 HUDEBNÍ TĚLESA CZ-NACE 90.01 (scénická umění), CZ-NACE 90.02 (podpůrné činnosti pro scénická umění).</li> </ul>
--

Zdroj: NIPOS

Tab. 9: Datové zdroje NIPOS

Kód	Název
Kult (MK) 1-01	Roční výkaz o divadle
<b>Kult (MK) 5-01</b>	<b>Roční výkaz o periodickém tisku</b>
Kult (MK) 12-01	Roční výkaz o knihovně
Kult (MK) 14-01	Roční výkaz o muzeu a galerii (muzeu výtvarných umění)
<b>Kult (MK) 15-01</b>	<b>Roční výkaz o neperiodických publikacích</b>
Kult (MK) 17-01	Roční výkaz o památkových objektech s kulturním využitím
<b>Kult (MK) 18-01</b>	<b>Roční výkaz o vydavateli</b>

Kult (MK) 19-01	Roční výkaz o výstavní činnosti v oblasti profesionálního výtvarného umění a architektury
Kult (MK) 22-01	Roční výkaz o kulturně vzdělávací a zájmové činnosti
<b>Kult (MK) 23-01</b>	<b>Roční výkaz o festivalech</b>
<b>Kult (MK) 25-01</b>	<b>Roční výkaz o hudebních tělesech</b>

Zdroj: NIPOS

Pro sběr informací směrem k mapování KKO jsou vhodné ZJ a příslušné datové zdroje:

Oblast KKO: I. KNIHY A TISK

Periodický tisk - (Kult (MK) 5-01 Roční výkaz o periodickém tisku

Neperiodické publikace - Kult (MK) 15-01, Roční výkaz o neperiodických publikacích

Vydavatelé - Kult (MK) 18-01, Roční výkaz o vydavateli

### 1.3.3 Satelitní účet kultury

MK, jím pověřený NIPOS a ČSÚ spolupracovaly v rámci realizace Státní kulturní politiky na léta 2009–2014 na sestavení tzv. satelitního účtu kultury (dále také jen SÚK). Cílem vytvoření „úctu kultury“ je zmapování všech finančních toků přicházejících do kultury z nejrůznějších zdrojů a stejně tak finančních toků z kultury vycházejících. Účet by měl také ukázat úroveň a efektivnost hospodaření v jednotlivých oblastech, rozsah použitých pracovních a investičních zdrojů, výši mezd a v neposlední řadě vyjádřit pomocí finančních ukazatelů váhu kultury v ekonomice. První ověřovací verze satelitního účtu kultury byla spuštěna v r. 2009 a v r. 2014 byla na základě nabytých zkušeností upravena metodika („Systém účtů kultury“).

Metodika z roku 2023 obsahuje základní vymezení hlavní kulturních oblastí, které je založené na klasifikaci NACE, a popisuje způsob měření ekonomického a společenského dopadu kultury (viz Tab. 10).

Tab. 10: Seznam a definice ekonomických činností SÚK

Tradiční kulturní odvětví		
Oblast	CZ-NACE	Ekonomická činnost
Kulturní dědictví	91.01	Činnosti knihoven a archivů
	91.02	Činnosti muzeí
	91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
	47.78 (část)	Ostatní maloobchod s novým zbožím ve specializovaných prodejnách
	47.79 (část)	Maloobchod s použitým zbožím v prodejnách
Scénická umění	90.01	Scénická umění
	90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění
	90.04	Provozování kulturních zařízení
Výtvarná umění	90.03	Umělecká tvorba
	74.20	Fotografické činnosti

Kulturní a umělecké vzdělávání	85.52	Umělecké vzdělávání
Umělecká řemesla	odd.14,15,16, 23, 25, 31, 32, 43 (část)	(vybraná umělecká řemesla)
<b>Kulturní průmysly – audiovizuální a mediální sektor</b>		
<b>Oblast</b>	<b>CZ-NACE</b>	<b>Ekonomická činnost</b>
Knihy a tisk	58.11	Vydávání knih
	58.13	Vydávání novin
	58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
	74.30	Překladatelské a tlumočnické činnosti
	47.61	Maloobchod s knihami
	47.62	Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím
	63.91	Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
Hudba	59.20	Požívání zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
	47.63 (50 %)	Maloobchod s audio – a videozáznamy
Film a video	59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
	59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
	59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
	59.14	Promítání filmů
	77.22	Pronájem videokazet a disků
	47.63 (50 %)	Maloobchod s audio – a videozáznamy
Rozhlas	60.10	Rozhlasové vysílání
Televize	60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
Videohry	58.21	Vydávání počítačových her
<b>Kreativní průmysly – tvůrčí sektor</b>		
<b>Oblast</b>	<b>CZ-NACE</b>	<b>Ekonomická činnost</b>
Architektura	71.11	Architektonické činnosti
Reklama	73.11	Činnosti reklamních agentur
Design	74.10	Specializované návrhářské činnosti

Zdroj: Systém účtu kultury, verze 2023, NIPOS

Pro mapování KKO lze využít tyto oblasti SÚK: Knihy a tisk, Hudba, Film a video, Rozhlas, Televize, Videohry, Architektura, Reklama, Design.

#### Měření ekonomické a společenské dimenze kultury pomocí SÚK

Systém účtů (soustava tabulek), jejichž struktura je harmonizovaná Eurostatem, je nástrojem pro sledování finančního hospodaření v oblasti kultury. Soustava tabulek zachycuje různě členěné náklady a výdaje příslušných činností, zdroje jejich financování, počty zaměstnanců, potřebu a tvorbu kapitálu atd. (viz Příloha 3). Zpracování výše zmíněných účtů má následující základní cíle. Pro národní úroveň poskytuje důležité informace pro ekonomické a politické rozhodování týkající se dané oblasti. Na druhou stranu vytváří předpoklad pro mezinárodní porovnávání, které je základem pro zhodnocení významu oblasti. Cílem vedení těchto účtů je zejména postihnout všechny finanční toky, které do kultury na jedné straně vcházejí a na straně druhé z kultury vycházejí. Nemalý význam mají také informace o postavení a váze

kultury v ekonomice jako celku. SÚK je emitován každoročně zpravidla koncem měsíce května.

Současným problémem, na který poukazují zájmové organizace v KKO, je nesoulad ve vykazovaných údajích v SÚK v komparaci s výsledky vlastního šetření. Tyto nesrovnalosti vznikají zejména kvůli nesprávně vedeným NACE jednotlivých subjektů KKO. Opatření vedoucí ke komplexní úpravě zařazení subjektů do příslušných NACE je zásadním krokem pro zpřesnění SÚK.

#### **1.3.4 Shrnutí**

ČSÚ je klíčovým zdrojem dat pro mapování KKO. Hlavním výkazem, který se používá, je Roční výkaz ekonomických subjektů vybraných produkčních odvětví (P5-01). Tento výkaz poskytuje statistická data o zaměstnanosti, tržbách, přidané hodnotě a mzdách v kreativních odvětvích. Klíčové ukazatele z výkazu pro mapování KKO zahrnují počet pracovníků, tržby za prodej vlastních výrobků a služeb, přidanou hodnotu a mzdy. ČSÚ poskytuje tyto data pro analýzy a hodnocení socioekonomického přínosu kreativních odvětví. NIPOS je odpovědné za zabezpečení státní statistické služby pro oblast kultury na základě pověření Ministerstva kultury. SÚK nabízí možnost měření ekonomického přínosu KKO, jeho porovnání s ostatními sektory ekonomiky a získání informací o rozdílech mezi jednotlivými obory KKO. Díky opakovanému sběru dat může vzniknout datová (časová) řada pro odhalení nových trendů, příležitostí a hrozeb v KKO.



## **2. Expertní doporučení mapování KKO v Česku na národní úrovni**

Nastavení metodiky mapování na národní úrovni byla konzultována se zástupci ČSÚ, NIPOS (CIK) a MK. Průběžné návrhy byly představeny zástupcům oborových organizací KKO. Výstupem bude finální souhrn mapování dané oblasti KKO, který bude použit pro posílení systematické spolupráce mezi resorty a podnikateli v KKO. Výsledky budou použity pro formulaci budoucí podpory Ministerstva kultury směrem k subjektům KKO.

Předložená metodika aplikuje tzv. sektorový přístup, který vychází z ustálené nomenklatury NACE, jehož hlavní benefit spočívá především relativně snadném/přehledném sběru základních dat o kreativních odvětvích. Uvedená srozumitelnost/jednoduchost v sobě, ne překvapivě, nese určité limity či omezení, které lze charakterizovat v následujících bodech: a) problematickým aspektem je samotná otázka distinkce mezi vysokým a nízkým uměním, např. nebo literaturou (Kunzmann 2002). Jinak vyjádřeno, součástí kreativních odvětví tak mohou být činnosti vysoce rutinní povahy a podíl kreativity má naprosto minoritní podíl, b) sektorové pojetí z logiky věci opomíjí sektory, jejichž konkurenceschopnost se taktéž zakládá na využití duševního vlastnictví a kreativitě jako např. výroba nábytku, automobilový průmysl a další (Drake 2003). Identifikace podílu kreativity u odvětví, která nejsou explicitně zahrnuta do sektoru kreativních odvětví je možné prostřednictvím konceptu tzv. měkkých inovací (viz např. Stoneman 2016), což empiricky demonstruje studie od NESTA (Bakhshi 2009). Nicméně se tak činní mimo klasické mapování kreativních odvětví, i proto tato metodika nezahleňuje kreativní činnosti materializované do podoby měkkých inovací v jiných sektorech.

### **2.1 Vymezení oblastí KKO v Česku**

Klíčem pro zařazení do sektoru KKO je klasifikace dle NACE. Dílčí odvětví KKO jsou rozřazeny dle klasifikace NACE rev.2 navrženou EUROSTATem, a to převážně na čtyři místa, v případě Německa se jedná o (vlastní) klasifikaci na pět míst. Definovány oblasti kultury a kreativního průmyslu se můžou lišit v národních definicích sektoru a dílčích oblastí KKO, avšak členské státy EU primárně vychází z reportu ESSnet-culture (2012).

V roce 2022 proběhlo dotazníkové šetření pod hlavičkou MK ČR mezi asociacemi, které zastupují subjekty KKO. Na jedné straně mněli asociace možnost volně definovat svůj obor, jaké firmy a jednotlivce zastupují, případně by mohli zastupovat. Na straně druhé museli zařadit sebe a subjekty, které jejich obor zahrnuje, a to dle kódů NACE. Vzhledem k výše popsanému postupu vymezení KKO nás primárně zajímalo zařazení asociací a jejich subjektů dle kódů NACE.

Tab. 11: Vymezení oblastí KKO v Česku pro potřeby národního mapování

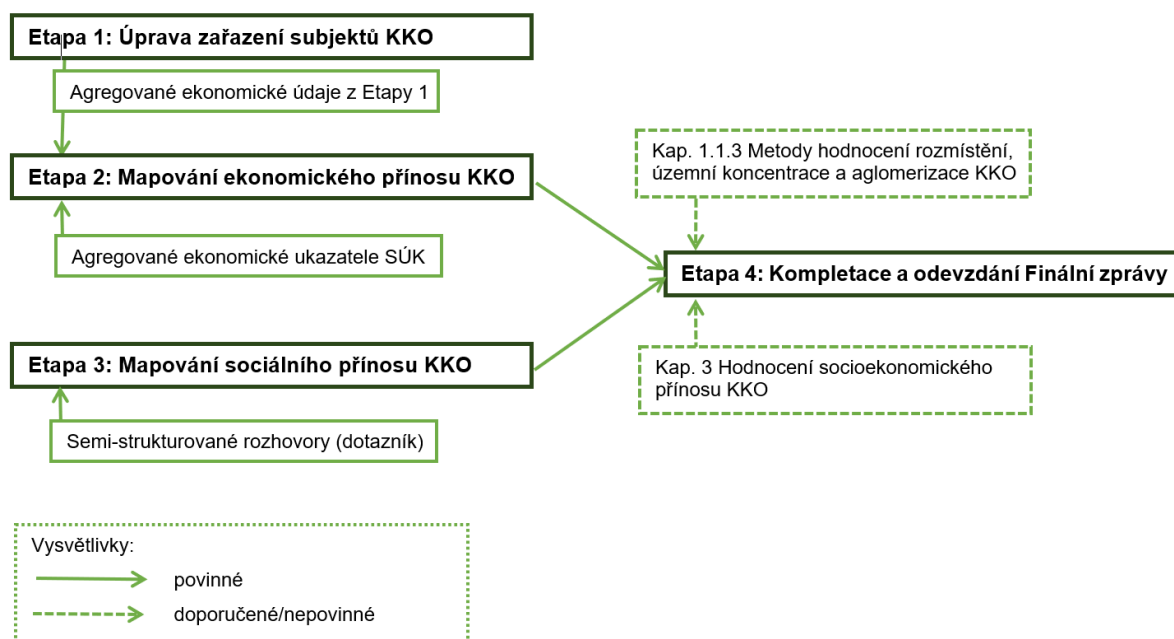
SEKTOR KKO	OBLAST KKO	Název NACE	NACE	Název NACE nový	NACE nové	SÚK	
II. Kulturní odvětví (audiovizuální a mediální sektor)	I. KNIHY A TISK	Maloobchod s knihami	47.61	Maloobchod s knihami, s audio- a videozáznamy (50 %)	47.61	Knihy a tisk	
		Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím	47.62	Maloobchod s novinami, ostatními periodikami a papírnickým zbožím	47.62		
		Vydávání knih	58.11	Vydávání knih	58.11		
		Vydávání novin	58.13	Vydávání novin	58.12		
		Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	58.13		
		Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur	63.91	Činnosti webových vyhledávacích portálů a jiné činnosti informačních služeb	63.90		
		Překladatelské a tlumočnické činnosti	74.30	Překladatelské a tlumočnické činnosti	74.30		
	II. HUDBA	Maloobchod s audio- a videozáznamy (50 %)	47.63	Maloobchod s knihami, s audio- a videozáznamy (50 %)	47.61	Hudba	
		Požizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	59.20	Požizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	59.20		
	III. FILM A VIDEO	Maloobchod s audio- a videozáznamy (50 %)	47.63	Maloobchod s knihami, s audio- a videozáznamy (50 %)	47.61	Film a video	
		Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	59.11		
		Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů	59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů	59.12		
		Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů	59.13	Distribuce filmů a videozáznamů	59.13		
		Promítání filmů	59.14	Promítání filmů	59.14		
		Pronájem videokazet a disků	77.22	Pronájem video kazet a disků	60.20		
	IV. ROZHLAS A TELEVIZE	Rozhlasové vysílání	60.10	Rozhlasové vysílání a audio distribuční činnosti	60.10	Rozhlas	
		Tvorba televizních programů a televizní vysílání	60.20	Tvorba televizních programů, televizní vysílání a video distribuční činnosti	60.20	Televize	
	III. Kreativní odvětví (kreativní sektor)	V. HERNÍ VYVOJÁŘSTVÍ	Vydávání počítačových her	58.21	Vydávání videoher	58.21	Videohry
VI. ARCHITEKTURA		Architektonické činnosti	71.11	Architektonické činnosti	71.11	Architektura	
VII. REKLAMA		Činnosti reklamních agentur	73.11	Činnosti reklamních agentur	73.11	Reklama	
VII. DESIGN		Specializované návrhářské činnosti		74.10	Průmyslové výrobky a módní návrhářství	74.11	Design
					Grafický design a aktivity vizuální komunikace	74.12	
					Návrhy interiérů	74.13	
					Další specializované projekční činnosti	74.14	
IX. EVENTOVÝ PRŮMYSL							
X. INTERNETOVÁ EKONOMIKA							

Zdroj: MK (2023), NIPOS (2020, 2023), vlastní zpracování

## 2.2 Podstata a harmonogram mapování

Expertní doporučení pro samotné mapování KKO na národní úrovni se skládá ze čtyř prolínajících se etap (viz obr. 6 a obr. 7) a je v souladu s krajským mapováním (viz Mapování a tvorba regionálních strategií kulturních a kreativních odvětví | mkcr.cz, obr. 8) tak, aby byla získána komplexní data o této oblasti. Podstata mapování spočívá ve sběru, vyhodnocení a syntéze dat do podoby finální zprávy o mapování dané oblasti KKO. Důležitou součástí mapování je také úprava zařazení NACE subjektů KKO.

Obr. 6: Podstata mapování



Zdroj: autoři

Doporučené (nepovinné) způsoby mapování, které rozšiřují možnosti hodnocení, jsou popsány v Kap. 3 Hodnocení socioekonomického přínosu KKO a Kap. 1.1.3 Metody hodnocení rozmístění, územní koncentrace a aglomerizace KKO.

Specifický přístup k mapování byl vyvinut pro Eventový průmysl a Internetovou ekonomiku, neboť bylo nutné reflektovat odvětvová specifika. Přístup je popsán v Kapitole 2.3.

Obr. 7: Harmonogram mapování

HARMONOGRAM PROJEKTU - Kap. 2.2	2023				2024												2025					
ETAPY:	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	
Vyhlášení výzvy, příjem a hodnocení žádostí	■	■	■	■																		
Řízení projektu					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Etapa 1: Úprava zařazení subjektů KKO					■	■											■	■				
Etapa 2: Mapování ekonomického přínosu KKO						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Etapa 3: Mapování sociálního přínosu KKO					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Etapa 4: Kompletace a odevzdání Finální zprávy																						■

Zdroj: autoři

### ***Vyhlášení výzvy, příjem a hodnocení žádostí***

Výzva bude Ministerstvem kultury vyhlášena v září 2023 a následně bude zahájen příjem žádostí o dotace. Během následujícího období bude probíhat příjem žádostí a hodnocení předložených projektů odbornou porotou. Hodnocení bude zahrnovat různé aspekty, jako je originalita projektu, jeho proveditelnost, přínos pro společnost a dodržování předem stanovených kritérií. Do konce roku 2023 budou vydána rozhodnutí o přidělení dotace a úspěšným žadatelům budou přiděleny prostředky na realizaci jejich projektů mapování. Fáze samotné realizace projektu bude zahájena v lednu 2024 a potrvá do 31. května 2025.

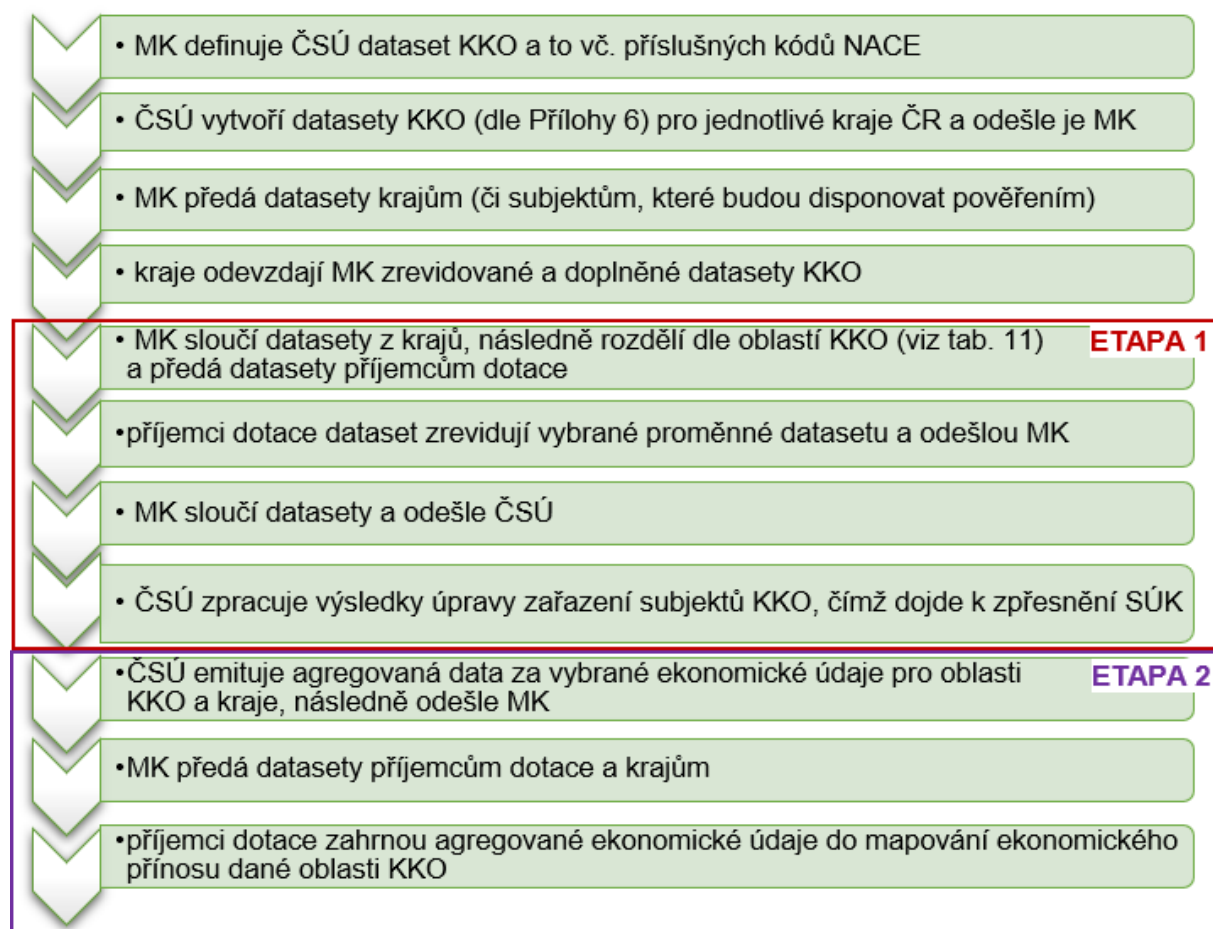
### **Etapa 1: Úprava zařazení subjektů KKO**

#### ***Přínos etapy:***

Realizace této etapy sníží míru současného nesouladu mezi údaji ze SÚK a výsledky vlastního šetření zájmových organizací KKO, jenž vzniká především kvůli chybnému zařazení jednotlivých subjektů KKO do odpovídajících kategorií NACE. Navržená úprava zařazení subjektů je zásadním opatřením pro zlepšení přesnosti SÚK. Výsledkem tohoto kroku bude zisk agregovaným ekonomických ukazatelů, které spolu s výsledky SÚK využijí příjemci dotace pro analýzu dané oblasti KKO.

Postup je v souladu s probíhajícím mapováním na úrovni krajů, a to včetně souladu harmonogramů. Pro lepší pochopení souladu obou mapování slouží obr. 8, přičemž v rámci zobrazeného harmonogramu je vyznačena část týkající se Etapy 1 a Etapy 2.

Obr. 8: Schéma souladu krajského a národního mapování KKO



Zdroj: autoři

### Postup práce:

V průběhu ledna/února 2024 a 2025 obdrží příjemce dotace od MK dataset KKO dané oblasti KKO (dle Tab. 11). Práce s datasety budou probíhat povinně ve struktuře vytvořené ČSÚ ve formátu Microsoft Excel (viz Příloha 6). Příjemci dotace ve vymezeném období provedou kontrolu a případnou opravu proměnných (viz Tab. 12) všech subjektů v datasetu.

Tab. 12: Proměnné určené k revizi

<b>Proměnná</b>	<b>Název proměnné</b>	<b>Pokyny k záznamu</b>
<b>NOVÁ NACE</b>	Hlavní CZ-NACE – kód	Vyplňuje se v případě návrhu změny kódu u proměnné NACE
<b>TEXTOVÝ POPIS ČINNOSTI</b>	Popis hlavní ekonomické činnosti subjektu	Vyplňuje se v případě návrhu změny kódu u proměnné NACE
<b>NOVÁ ADRESA SÍDLA</b>	Nová adresa sídla, pokud je chybně uvedeno	Vyplňte do buňky vše, co k adrese víte
<b>ADRESA ŠETŘENÉHO SUBJEKTU</b>	Adresa šetřeného subjektu	Vyplňuje se v případě, že je adresa subjektu odlišná od adresy sídla. V případě, že je v kraji více subjektů (poboček) jedné firmy, která nemá v kraji sídlo, pak se zvolí dle uvážení pouze jedna adresa

Příjemci dotace v případě potřeby doplní dataset o chybějící subjekty KKO v dané struktuře (viz Příloha 6). Po dokončení revize odevzdají příjemci dotace upravený dataset MK.

#### Výstup etapy:

Výstupem této etapy je upravený dataset KKO pro danou oblast v letech 2023 a 2024.

**Důležité upozornění: Při úpravě zařazení subjektů KKO ČSÚ úpravy využije pouze pro zpřesnění SÚK a emisi agregovaných ekonomických ukazatelů pro Etapu 2. Nedojde tedy ke změně NACE u daných subjektů KKO v systému RES. V případě zájmu o úpravy NACE v RES, kontaktuje subjekt MK s žádostí o poskytnutí bližších informací.**

## **Etapa 2: Mapování ekonomického přínosu KKO**

#### Přínos etapy:

Cílem této části je kvantifikace ekonomického přínosu KKO jako celku a získání informací o rozdílech mezi jednotlivými oblastmi KKO. Výsledky mohou být následně využity k porovnání s ostatními sektory ekonomiky.

#### Postup práce:

Příjemci dotace obdrží od MK agregované ekonomické ukazatele, které spolu s výsledky SÚK podrobí analýze a následně je začlení do výsledných výstupů v Etapě 4.

Pro účely mapování budou povinně využity tyto zdroje:

#### *1. Agregované ekonomické údaje vzešlé z Etapy 1 za danou oblast KKO*

Příjemce dotace obdrží od MK, potažmo ČSÚ, agregovaná data za vybrané ekonomické údaje (viz Tab. 13) za jednotlivé oblasti KKO (viz Tab. 11).

Tab. 13: Agregovaná data za vybrané ekonomické ukazatele emitované ČSÚ

No.	P5-01 kód	P5-01 název
1	A022C01	Průměrný evidenční počet zaměstnanců ve fyzických osobách
2	A024a01	Tržby z prodeje výrobků a služeb
3	A024A461	Čistý obrat za účetní období
4		Přidaná hodnota v tis. Kč <i>Součást firemních Výkazů zisků a ztrát; nesbírá se ale přímo v P5-01, proto nemá kód. Firmy v asociacích ji mohou reportovat přímo. Ekvivalentem je výpočet z ukazatelů výkazu p5-01 takto: PH= Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb + Změna stavu zásob vlastní činnosti + Aktivace + Obchodní marže) - Výkonová spotřeba</i>
5	A022C05	Mzdy - bez ostatních osobních nákladů (v tis. Kč)

Zdroj: ČSÚ, autoři

## 2. Agregované ekonomické ukazatele SÚK za danou oblast KKO

Pro účely mapování agregovaných ekonomických ukazatelů příjemci dotace využijí také SÚK, jehož výsledky jsou dostupné:

<https://www.statistikakultury.cz/satelitni-ucet-kultury/>.

Výsledky účtu kultury ČR za rok 2020 jsou emitovány narativně ([Výsledky účtu kultury ČR za rok 2020](#) (pdf), k dispozici je také excelovský soubor zahrnující soustavu tabulek [Tabulková příloha](#) (xlsx).

V rámci využití SÚK doporučujeme zaměřit se pro jednotlivé oblasti KKO<sup>1</sup> na tyto makroekonomické údaje:

- PŘÍJMY (VÝNOSY) CELKEM
- VÝDAJE (NÁKLADY) CELKEM
- HODNOTA PRODUKCE
- MEZI-SPOTŘEBA
- HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA
- POČET ZAMĚSTN. (PŘEPOČ.) v os.
- VÝDAJE NA INVESTICE
- EXPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB
- IMPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB
- POČET PRÁVNICKÝCH A FYZICKÝCH OSOB v os.

### Výstup etapy:

Výstupem této etapy bude kvantifikace ekonomického přínosu dané oblasti KKO, která bude využita k syntéze v Etapě 4.

## **Etapa 3: Mapování sociálního přínosu KKO**

### Přínos etapy:

Třetí etapa je založena na kvalitativním mapování pro potřeby státní správy za účelem rozvoje podnikatelského prostředí KKO. Doplnuje to, co již stát zjišťuje prostřednictvím ČSÚ a NIPOS. Cílem je zmapování rozvojového a inovačního potenciálu s důrazem na identifikaci budoucích výzev a trendů.

### Postup práce:

Základním a zároveň povinným jádrem této etapy mapování je realizace rozhovorů dle následující metodologie:

1, *Výběr respondentů:* Kritériem pro výběr respondentů je především příslušnost subjektu k dané oblasti KKO (viz Tab. 11). Dalším kritériem je velikost subjektu (počet pracovníků,

---

<sup>1</sup> S výjimkou Eventového průmyslu a Internetové ekonomiky, pro jejichž měření ekonomického přínosu slouží kap. 2.3.

finanční obrat), specifičnost/unikátnost, délka působnosti aj. Počet respondentů není striktně určen, nicméně pro potřeby vyhodnocení by měl splňovat:

- minimálně 40 % subjektů v dané oblasti KKO
- nebo minimálně 40 % podílu na HDP v dané oblasti KKO
- nebo minimálně 40 % podílu na zaměstnanosti v dané oblasti KKO

2, *Metoda mapování*: Doporučenou metodou sběru dat je semi-strukturovaný rozhovor za pomoci dotazníku v elektronické podobě (např. Google Forms či jiný ekvivalentní nástroj, který umožňuje vyhodnocení sesbíraných dat způsobem popsáním na str. 50 (4, *Vyhodnocení rozhovorů*). Tazatel s respondentem během semi-strukturovaného rozhovoru prochází dotazník a odpovědi osobně zaznamenává přímo do notebooku, telefonu či tabletu (metoda CAPI, Computer Assisted Personal Interviewing). Rozhovor by měl trvat alespoň 60 minut, přičemž se doporučuje, při souhlasu respondenta, rozhovor nahrávat a aby se rozhovory vedly za účasti vedoucích představitelů firem.

3, *Struktura dotazníků*: Pro potřeby mapování byly vytvořeny dva dotazníky.

Dotazník A (Příloha 4) je určen pro tyto oblasti KKO:

I.KNIHY A TISK; II.HUDBA; III.FILM A VIDEO; IV.ROZHLAS A TELEVIZE;  
V.HERNÍ VÝVOJÁŘSTVÍ; VI.REKLAMA; VII.DESIGN;  
IX.EVENTOVÝ PRŮMYSL; X.INTERNETOVÁ EKONOMIKA

Dotazník B (Příloha 5) je určen pouze pro oblast KKO: VII.ARCHITEKTURA

Oba dotazníky se skládají ze čtyř oddílů, které se dále větví do pododdílů. U každého oddílu či pododdílu je popsán smysl otázek, na který je doporučeno se zaměřit při vyhodnocování dotazníků (viz Tab. 14). Informace z rozhovorů umožňují zacílit podporu rozvoje KKO a zmapování odvětvových specifik. Před samotnými otázkami je uvedeno, zda se jedná o povinnou či nepovinnou část.

Tab. 14: Struktura dotazníků

### 1. OBECNÉ ÚDAJE (povinná část)

Identifikace firem umožňuje kombinovat ukazatele z různých zdrojů dat, lokalizovat firmy a jejich pobočky do úrovně adresních bodů a vytvářet odvětvové či regionální agregáty zaměstnanosti, přidané hodnoty a dalších souhrnných ukazatelů za KKO. Podíl obratu spadajícího do KKO umožňuje identifikovat firmy, pro které kulturní a kreativní aktivity představují jádro ekonomických činností.

### 2. EKONOMICKÉ ÚDAJE (nepovinná část)

Tento oddíl je nepovinný. Agregované ekonomické ukazatele obdrží účastníci výzvy od MK, viz Harmonogram (viz obr. 8). V případě zájmu o mapování doporučujeme sbírat v následující struktuře. Výsledky slouží pouze pro Vaše účely.

Oddíl slouží k odlišení aktivních firem, které v daném roce vyvíjely ekonomickou činnost. V Registru ekonomických subjektů je řada subjektů, které existují pouze jako registrované právnické osoby, ale již nevyvíjejí, případně ani nikdy nevyvíjely skutečnou ekonomickou činnost. Kvantifikace ekonomického významu KKO na národní úrovni (podíl na HDP aj.) vyžaduje sběr firemních ekonomických ukazatelů z firemních Výkazů zisků a ztrát. Tržby z prodeje výrobků a služeb odrážejí



velikost sektoru KKO, přičemž zahrnují pouze tržby z vlastní jádrové ekonomické činnosti. Doplnujícím ukazatelem je čistý obrat za účetní období, který zahrnuje též kapitálové příjmy, příjmy z výnosu akcií a další. Z hlediska kvantifikace dopadů KKO na trh práce je nezbytné rovněž sledovat celkový objem mezd. Pro výpočet podílu KKO na národních účtech je klíčovým ukazatelem přidaná hodnota.

### **3. ORGANIZAČNÍ ÚDAJE**

Následující oddíl otázek cílí na současný stav subjektu.

#### **3.1: Pracovníci (povinná část)**

Tento pododdíl pokrývá sběr dat umožňujících kvantifikovat význam KKO pro trh práce.

#### **3.2: Dodavatelsko-odběratelské vazby (povinná část)**

Pododdíl slouží pro doplnění kvantifikace socioekonomického významu KKO. Kromě přímých pozitivních dopadů KKO na lokální a regionální rozvoj (pracovní místa, mzdy, zvýšení prestiže a atraktivity lokality pro bydlení a podnikání) jsou zcela klíčové nepřímé dopady: stimulace inovační aktivity, zvýšení konkurenceschopnosti produktů a služeb ze strany KKO.

#### **3.3: Konkurence (povinná část)**

Oddíl mapuje intenzitu lokální a regionální konkurence jako jeden z klíčových předpokladů pro rozvoj odvětvových klastrů.

### **4. IDENTIFIKACE POTŘEB SUBJEKTŮ KKO**

Následující oddíl se zaměřuje na současné (nenaplněné) potřeby a budoucí výzvy.

#### **4.1: Trh práce (povinná část)**

Pododdíl mapuje potřeby firem v KKO ohledně počtu a kvalifikační struktury pracovníků s cílem poskytnout informace pro efektivnější zacílení intervencí do rozvoje trhu práce a sektoru vzdělávání.

#### **4.2: Konkurenceschopnost (nepovinná část)**

Pododdíl mapuje zdroje konkurenceschopnosti, rozlišuje specifika jednotlivých oborů KKO s cílem identifikovat jejich potřeby a zacílit politické nástroje a intervence na národní, regionální a lokální úrovni.

#### **4.3: Znalost trhu (povinná část)**

Tento pododdíl se zabývá problematikou výměny poznatků o trhu, např. znalostí týkajících se nových trendů na trhu a aktuálního vývoje nabídky a poptávky, které podporují udržení konkurenceschopnosti a relevance činnosti subjektu.

#### **4.4: Tvorba inovací (povinná část)**

Pododdíl identifikuje subjekty s aktivní inovační činností, mapuje typy inovací a bariéry inovačního procesu. Cílem je poskytnout detailnější vhled do tvorby znalostí, produktů a služeb v oboru KKO a nastavit přesněji politické nástroje na podporu inovační aktivity.

#### **4.5: Podpůrné politiky a programy (povinná část)**

Cílem pododdílu je získat zpětnou vazbu ohledně participace a potenciálních přínosech realizovaných politik na rozvoj subjektů KKO.

#### **4.6: Výzvy a trendy (povinná část)**

Pododdíl identifikuje trendy v oblasti KKO, které ovlivňují či budou ovlivňovat fungování a rozvoj jednotlivých subjektů, a také to, jakým způsobem na ně aktéři nahlíží.

Stručný souhrn metodických pokynů při realizaci rozhovorů za pomoci dotazníků je uveden v úvodu dotazníků (viz Příloha č. 4 a Příloha č. 5).

4, *Vyhodnocení rozhovorů*<sup>2</sup>: Vyhodnocení Google Forms, což je nástroj od společnosti Google pro tvorbu online dotazníků a průzkumů, lze provést několika způsoby. Otázky dotazníku jsou koncipovány pro odpovědi umožňující následnou analýzu pomocí kvantifikace výsledků (mimo otázek s možností otevřené odpovědi). Následující postup popisuje základní kroky pro vyhodnocení odpovědí z Google Forms:

- Získání odpovědí: Primární funkcí je přehledné shrnutí odpovědí.
- Využití statistik: Google Forms nabízí několik statistických nástrojů, které umožňují vyšší míru porozumění výsledkům. Lze pracovat se základními testy deskriptivní statistické analýzy (průměr, medián, rozsah atd.). Také lze využít automatickou tvorbu grafů a tabulek, které zvýší míru přehlednosti výsledků.
- Export dat: Pokud potřebujete provést pokročilejší analýzy nebo pracovat s odpověďmi v jiném nástroji, můžete si data exportovat do formátů, jako je CSV nebo Google Sheets.
- Výběr a segmentace dat: Umožňuje provádět analýzy pouze na určitém výběru respondentů nebo vytvořit segmenty podle odpovědí na konkrétní otázky.
- Interpretace výsledků: Po vyhodnocení dat bude následovat interpretace výsledků, což zahrnuje analýzu odpovědí, nalezení trendů nebo souvislostí a odvození závěrů z průzkumu.
- Prezentace výsledků: Výsledky vyhodnocení můžete vložit například do formy prezentace nebo výzkumné zprávy, abyste je mohli sdílet s ostatními.

Vyhodnocení Google Forms by mělo být provedeno s ohledem na cíle dotazníku a v souladu s metodologií průzkumu. Správná interpretace dat z dotazníku je klíčová pro získání smysluplných výsledků a informací pro Vaše účely.

#### Výstup etapy:

Výstupem této etapy bude kvalitativní zmapování rozvojového a inovačního potenciálu s důrazem na identifikaci budoucích výzev a trendů dané oblasti KKO, které bude využita k syntéze v Etapě 4.

Příjemci dotace odevzdají MK Souhrn dotazníkového šetření (export dat), který bude obsahovat kompletní informace o realizovaných rozhovorech, ve formátu CSV či Microsoft Excel.

---

<sup>2</sup> Příklad vyhodnocení rozhovorů:

[https://fajnovacentrum.cz/wp-content/uploads/2022/05/Vyhodnoceni-pruzkumu-fajnOVA-CENTRUM\\_verejna-verze.xlsx](https://fajnovacentrum.cz/wp-content/uploads/2022/05/Vyhodnoceni-pruzkumu-fajnOVA-CENTRUM_verejna-verze.xlsx)

## **Etapa 4: Kompletace a odevzdání Finální zprávy**

Příjemci dotace jsou povinni do 31. 5. 2025 odevzdat MK Finální zprávu o mapování.

Finální zpráva<sup>3</sup> syntetizuje dosavadní poznatky z mapování a poskytne MK podklady pro další strategická rozhodnutí a plánování podpory oblastí KKO.

Zpráva bude obsahovat analytickou část, ve které budou popsány poznatky předchozích Etap 1-3. Návrhová část bude obsahovat vizi, cíle a případné doporučení směřující k rozvoji konkrétní oblasti KKO.

### **2.3 Eventový průmysl a Internetová ekonomika**

Jak eventový průmysl, tak i internetová ekonomika v užším pojetí představují určitou platformu či interface mezi produkcí na straně jedné a spotřebou na straně druhé. Jelikož neexistuje jasné vymezení obou odvětví, jak je tomu například v USA (Barefoot a kol. 2018), je nezbytné nejdříve pomocí intenzivního výzkumu analyzovat a vyhodnotit organizace produkce. Pomocí zjištěných výsledků pak bude možné odhadnout, jaký je podíl kreativní činnosti napříč subjekty v těchto odvětví. Proto se jako vhodný přístup jeví případová studie, která je vhodná metoda pro hlubší porozumění fungování daných odvětví.

Vzhledem ke specifické povaze events, jako určitého rozhraní mezi kulturní nabídkou a spotřebou, lze pracovat s potřebností hlubšího pochopení jejich fungování v rámci kreativního ekosystému. Samotný event můžeme chápat tak, že „se vyznačují tím, že se jedná o jednorázové, pravidelné nebo epizodní akce s omezenou dobou trvání, počtem návštěvníků a také rozpočtem. Konají se jednou ročně, případně pouze jednou za několik let, jsou veřejné a jejich hlavním cílem je buď oslava (slavnost) nebo koncentrace na určité téma (např. kulturní akce) (Metzler a Job 2007, s. 514). Ekosystémové chápání events koresponduje s pojetím KKO dle Pratt (2005), který pracuje s kreativními odvětvími jako uceleným produkčním řetězcem, ale s tím rozdílem, že produkční řetězec kreativních odvětví se od klasického produkčního řetězce liší v povaze primárního vstupu – kreativitou či přesněji imateriálním kreativním obsahem. Samotná kreativní odvětví či kulturní produkci definuje v „hlubokém“ („depth“) pojetí jako proces vzájemně kontextuálně provázaného kulturního produkčního řetězce („cultural production chain“), kdy events plní roli směny („Exchange“) mezi tvůrci obsahu a spotřebními sítěmi. Pokud nahlédneme na events jako prostředníka mezi vstupy/výstupy, pak u druhého jmenovaného je k dispozici celá řada přístupů a studií (viz např. Herrero a kol. 2006, Raabová a Palla, 2011). Již významně méně evidence, minimálně

---

<sup>3</sup> Doporučená struktura Finální zprávy, viz Metodika příprava veřejných strategií Ministerstva pro místní rozvoj (Fáze 3 – Analytická a prognostická, Fáze 4 – Stanovení strategického směřování): <https://www.databaze-strategie.cz/cz/emetodika-pripravy-verejnych-strategii>

v kontextu Česka, máme k dispozici o významu a působení events ve vztahu k tvorbě obsahu. Proto se doporučuje zpracovat studii právě pro tuto oblast. Inspirativním zdrojem může být práce od Hjalager (2009), která analyzovala a hodnotila festival v Roskilde, přičemž zaměřila pozornost na: a) na formy a způsoby spolupráce mezi (primárně) organizátory a umělci a taktéž mezi dalšími relevantními aktéry, b) na identifikaci mechanismů šíření informací a znalostí v mezi zapojenými aktéry, c) inovace (organizační, procesní a produktové), která vznikly právě v kontextu daného festivalu. Podobný přístup lze aplikovat i u internetové ekonomiky.

Tab. 15: Oblast působení

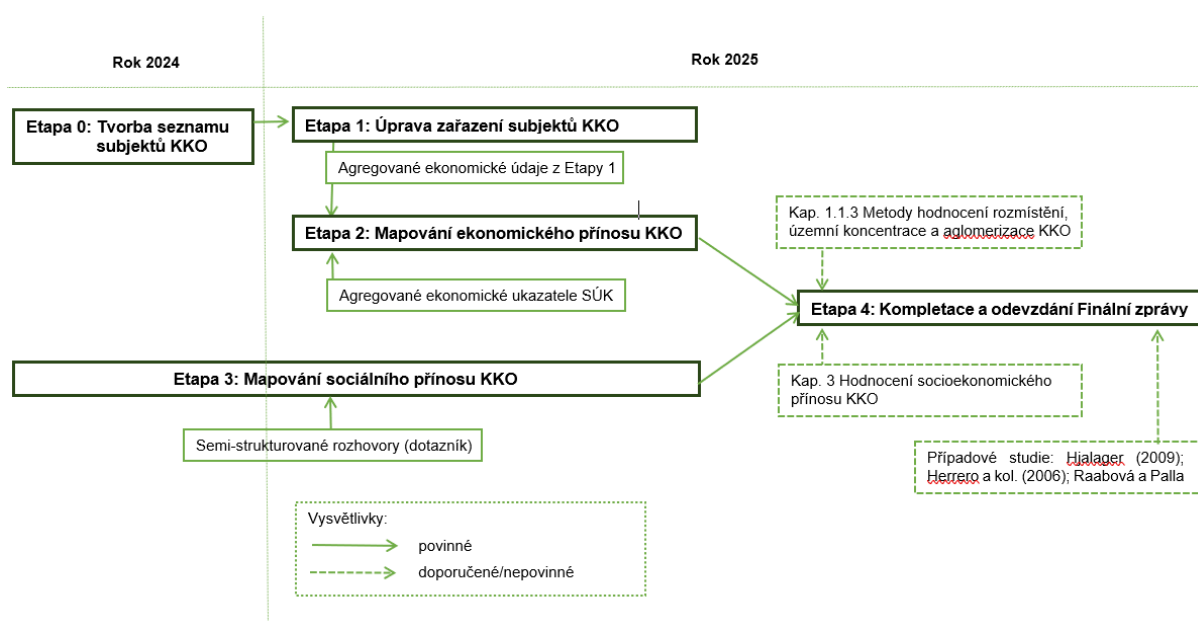
Měřitelnost	Oblast působení			
	Ekonomický dopad	Politika	Sociální/psychologické	Životní prostředí
Hmatatelná (tangibel)	Pracovní místa, počet zaměstnanců, obrat, přidaná hodnota/multiplikátor	Souhlas/odmítnutí místních obyvatel	Počet návštěvníků, frekvence návštěvníků, omezení vstupu	Odpady, spotřeba energie, emise
Nehmatatelná (intangibel)	Efekty v oblasti kompetencí, vznik sítí, image efekty, interní strukturální efekty	Přívlastek kvality pro rozhodující činitele, akceptace	Regionální identita, kvalita zážitku, relevance	Alternativní k přírodě šetrné volnočasové využití

Zdroj: Metzler, D., Job, H. (2007): Events and their contribution to regional economies—The BUGA 05. Raumforschung und Raumordnung, 65, 514-530.

### **Metodologie výzkumu role a významu Eventového průmyslu a Internetové ekonomiky**

Vzhledem ke specifikům Eventového průmyslu a Internetové ekonomiky v rámci oblastí KKO představujeme upravenou verzi podstaty (viz Obr. 9) a harmonogramu mapování (viz Obr. 10).

Obr. 9: Podstata mapování Eventového průmyslu a Internetové ekonomiky



Zdroj: autoři

Obr. 10: Harmonogram mapování Eventového průmyslu a Internetové ekonomiky

HARMONOGRAM PROJEKTU - Kap. 2.3	2023				2024												2025					
ETAPY:	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	
Vyhlášení výzvy, příjem a hodnocení žádostí																						
Řízení projektu																						
Etapa 0: Tvorba seznam subjektů KKO																						
Etapa 1: Úprava zařazení subjektů KKO																						
Etapa 2: Mapování ekonomického přínosu KKO																						
Etapa 3: Mapování sociálního přínosu KKO																						
Etapa 4: Kompletace a odevzdání Finální zprávy																						

Zdroj: autoři

## **Rok 2024**

### **Etapa 0: Tvorba seznam subjektů KKO**

Cílem etapy je tvorba seznamu subjektů KKO (ve formátu Microsoft Excel a struktuře odpovídající Tab. 16) spadající do dané oblasti KKO, která bude podkladem pro ČSÚ pro tvorbu datasetu (viz Etapa 1). V průběhu listopadu-prosince 2024 odevzdají příjemci dotace MK seznam subjektů KKO. MK následně předá seznam ČSÚ, která na základě tohoto kroku může v roce 2025 emitovat dataset pro Etapu 1, i přesto, že dané oblasti KKO nemají vymezené NACE.

Tab. 16: Tvorba seznam subjektů KKO

Proměnná	Název proměnné	Pokyny k záznamu
ICO	Identifikační číslo	
FIRMA	Název firmy	
NACE	Hlavní CZ-NACE – kód	Uvádí se NACE v oficiálním záznamu subjektu
NACE_TEXT	Název hlavní CZ-NACE	Uvádí se NACE v oficiálním záznamu subjektu
NOVÁ NACE	Hlavní CZ-NACE – kód	Vyplňuje se v případě, že oficiální záznam neodpovídá reálné činnosti subjektu.

Zdroj: ČSÚ, autoři

### **Etapa 3: Mapování sociálního přínosu KKO**

Etapa se shoduje s postupem uvedeným na str. 47-50.

## **Rok 2025**

### **Etapa 1: Úprava zařazení subjektů KKO**

Etapa se shoduje s postupem uvedeným na str. 44-46.

### **Etapa 2: Mapování ekonomického přínosu KKO**

Etapa se částečně shoduje s postupem uvedeným na str. 46-47.

Pro účely mapování budou povinně využity pouze:

*Agregované ekonomické údaje vzešlé z Etapy 1 v roce 2025 za danou oblast KKO.*

### **Etapa 3: Mapování sociálního přínosu KKO**

Etapa se shoduje s postupem uvedeným na str. 47-50.

### **Etapa 4: Kompletace a odevzdání finální zprávy**

Etapa se shoduje s postupem uvedeným na str. 51.

Doporučenou (nepovinnou) případovou studií pro výzkum role a významu vybraných odvětví KKO je studie Hjalager (2009) (příp. (viz např. Herrero a kol. 2006, Raabová a Palla, 2011). Přičemž doporučená je metodologie v následující struktuře:

*Výběr zkoumaného případu/případů:* V prvním kroku je nezbytné jasně definovat kritéria pro výběr konkrétního event/events. Kritéria pro výběr mohou zahrnovat například velikost eventu, lokaci, specifčnost/unikátnost, délku trvání, historii apod. V případě výběru více případů se doporučuje využití tzv. Millovy metody rozdílů viz např. (Della Porta, Keating, a kol. 2008, Ženka a Kofroň 2012).

*Výběr respondentů:* Již zmiňovaná Hjalager (2009) využila jako hlavní metodu/techniku sběru dat semi-strukturované rozhovory, přičemž při výběru respondentů využila tzv. metodu (techniku) sněhové koule (viz např. Raworth a kol. 2008). Počet respondentů není striktně určen, nicméně pro potřeby vyhodnocování se uvádí, že počet by měl alespoň 15 respondentů a rozhovor by měl trvat alespoň 60 minut, přičemž se doporučuje, při souhlasu respondenta, rozhovor nahrávat.

*Vyhodnocení rozhovorů:* Pro vyhodnocení rozhovorů doporučujeme využít speciální software jako např. Atlas.ti, který umožňuje plně valorizovat zjištěné informace. Současně je nezbytné konstatovat, že je nezbytné mít rozhovory v podobě textového korpusu. Zajímavým doplněním vyhodnocení může být také využití social network analysis, pomocí níž lze identifikovat typ a charakter vazeb mezi zapojenými aktéry (viz např. Capron a kol. 2022).

*Syntéza a implikace:* Výsledky výzkumu je nezbytné v přehledné podobě prezentovat, tak aby bylo možné odvodit širší implikace pro daný sektor.

K dalším doporučeným (nepovinným) způsobem mapování, které rozšiřují možnosti hodnocení, jsou popsány v Kap. 3 Hodnocení socioekonomického přínosu KKO a Kap. 1.1.3 Metody hodnocení rozmístění, územní koncentrace a aglomerizace KKO.

### **3. Hodnocení socioekonomického přínosu KKO**

V první části kapitoly je předložen seznam ukazatelů umožňujících kvantifikaci, měření a predikci dílčích i souhrnných socioekonomických přínosů sektoru KKO, s důrazem na ukazatele pokryté relevantními daty na národní a regionální úrovni. Dále je poskytnut kompletní seznam detailních ukazatelů sbíraných v rámci P5-01 Ročního výkazu ekonomických subjektů vybraných produkčních odvětví. Sekce 3.1 charakterizuje vybrané metody měření, predikce a hodnocení socioekonomických přínosů KKO se zaměřením na národní úroveň. Predikce socioekonomických přínosů KKO má tři úrovně: prognóza rozmístění a vývoje KKO na národní, regionální a lokální úrovni; model měření socioekonomických přínosů KKO a hodnocení dopadů KKO na kvalitu života obcí a regionů.

Vytvoření sjednocené databáze KKO vyžaduje kombinaci jedenácti různých datových zdrojů: ČSÚ P5-01 Roční výkaz ekonomických subjektů vybraných produkčních odvětví (kmen, varianty pro velké, střední, malé firmy a mikrofilmy) a deset statistických výkazů jednotlivých kulturních odvětví v rámci NIPOS (Tab. 7). Jako stěžejní ukazatele socioekonomického významu KKO na národní úrovni, zahrnující všechna odvětví a všechny typy zpravodajských jednotek, používat:

- celkový počet pracovníků ve fyzických osobách
- celkový počet pracovníků přepočtený
- tržby za výrobky a služby
- mzdy

Důležitým ukazatelem ekonomické výkonnosti komerčně orientovaných subjektů v kreativních odvětvích je:

- přidaná hodnota.

Satelitní účet kultury (NIPOS) nabízí výpočty celkové zaměstnanosti, HDP a přidané hodnoty sektoru kultury, který zahrnuje i kreativní odvětví. Pro základní kvantifikaci socioekonomického významu KKO lze využít tato data. V případě potřeby odvětvové nebo územní agregace je možné postupovat níže uvedeným způsobem.

Pro výpočet celkového počtu pracovníků ve fyzických osobách:

$$CPFO_{KKO} = A022C01_{P5-01} + AII_{1214} *_{KULT(MK)1-01} + III_{0301}_{KULT(MK)14-01} + III_{0301} *_{KULT(MK)12-01} + III_{0301}_{KULT(MK)17-01} + II_{0201}_{KULT(MK)18-01} + III_{0201}_{19-01} + VI_{0601}_{KULT(MK)22-01} + I_{0101} *_{KULT(MK)24-01} + II_{0201}_{KULT(MK)25-01}$$

$CPFO_{KKO}$  = celkový počet pracovníků ve fyzických osobách v sektoru KKO; ostatní ukazatele se váží k celkovému počtu pracovníků ve fyzických osobách v jednotlivých výkazech (sekce výkazu a číslo řádku), které jsou označeny dolním indexem. \* označuje výkazy, ve kterých je

k dispozici pouze celkový počet pracovníků přepočtený na plné úvazky. V celkových číslech za KKO se jedná o minimální zkresení.

Celkový počet pracovníků přepočtených na plné úvazky jsou k dispozici ve výkazech NIPOS pro kulturní odvětví, nikoli ve výkazu P5-01 pro kreativní odvětví. Pro výpočet celkového počtu pracovníků přepočteného na plné úvazky pro kulturní odvětví:

$$\begin{aligned} \text{CPFO}_{\text{KO}} = & \text{AII}_{1214}_{\text{KULT(MK)1-01}} + \text{III}_{0302}_{\text{KULT(MK)14-01}} + \text{III}_{0301} *_{\text{KULT(MK)12-01}} \\ & + \text{III}_{0302}_{\text{KULT(MK)17-01}} + \text{II}_{0202}_{\text{KULT(MK)18-01}} + \text{III}_{0202}_{19-01} \\ & + \text{VI}_{0602}_{\text{KULT(MK)22-01}} + \text{I}_{0101}_{\text{KULT(MK)24-01}} + \text{II}_{0202}_{\text{KULT(MK)25-01}} \end{aligned}$$

$\text{CPP}_{\text{KKO}}$  = celkový počet pracovníků přepočtený; ostatní ukazatele se váží k celkovému počtu pracovníků přepočtenému v jednotlivých výkazech (sekce výkazu a číslo řádku), které jsou označeny dolním indexem.

Pro výpočet celkového objemu tržeb za výrobky a služby lze využít vzorec:

$$\begin{aligned} \text{TVS}_{\text{KKO}} = & \text{A024a01}_{\text{SBS1 P5-01}} + \text{A024c01}_{\text{SBS2 P5-01}} + \text{A024b01}_{\text{SBS3 P5-01}} \\ & + \text{BVI}_{2501}_{\text{KULT(MK)1-01}} + \text{IV}_{0401}_{\text{KULT(MK)14-01}} \\ & + \text{VII}_{0701} *_{\text{KULT(MK)12-01}} + \text{IV}_{0401}_{\text{KULT(MK)17-01}} \\ & + \text{IV}_{0404}_{\text{KULT(MK)18-01}} + \text{IV}_{0404}_{19-01} + \text{VIII}_{0804}_{\text{KULT(MK)22-01}} \\ & + \text{IV}_{0404}_{\text{KULT(MK)25-01}} \end{aligned}$$

$\text{TVS}_{\text{KKO}}$  = tržby za výrobky a služby; ostatní ukazatele pokrývají tržby za vlastní výrobky a služby v jednotlivých výkazech ČSÚ a NIPOS.

Kalkulace celkového ročního objemu mezd je založena na výpočtu:

$$\begin{aligned} \text{MZDY}_{\text{KKO}} = & \text{A022c05}_{\text{P5-01}} + \text{A.VI}_{1604}_{\text{KULT(MK)1-01}} + \text{V}_{1504}_{\text{KULT(MK)14-01}} \\ & + \text{VIII}_{0804} *_{\text{KULT(MK)12-01}} + \text{V}_{0504}_{\text{KULT(MK)17-01}} \\ & + \text{III}_{0301}_{\text{KULT(MK)18-01}} + \text{III}_{0301}_{19-01} + \text{VII}_{0701}_{\text{KULT(MK)22-01}} \\ & + \text{III}_{0301}_{\text{KULT(MK)25-01}} \end{aligned}$$

Níže uvedená Tab. 17 poskytuje doplňující kompletní přehled ekonomických ukazatelů, které jsou každoročně sbírány výkazy ČSÚ a NIPOS a jsou relevantní pro detailní mapování a analýzy jednotlivých odvětví KKO.

Tab. 17: Kompletní seznam ukazatelů pro mapování kulturních a kreativních odvětví (legenda – viz níže)

IČO	A015	A022C01	A022C05	A0580103								<b>P5-01 kmen</b>
	A024b011	A025c021										<b>Mikrofirmy P5-01</b>
Název a sídlo (adresa) zpravodajské jednotky	A050a012	A050a022	A050a032	A050a042	A050a052	A050a062	A050a072	A050a082	A050a092	A050a172	A050a342	<b>P5-01 NACE 58-63</b>
	A050a012	A050a022	A050a032	A050a042	A050a052	A050a062	A050a072	A050a082	A050a092	A050a102		<b>P5-01 NACE 71</b>
	A050a012	A050a022	A050a032	A050a112	A050a122	A050a132	A050a142	A050a152	A050a162	A050a192		<b>P5-01 NACE 73</b>
	12141	12142	15011	16011	16041							<b>Kult (MK) 1-01</b>
	07012	08012	0804									<b>Kult (MK) 12-01</b>
	03012	04012	05012	05042								<b>Kult (MK) 14-01</b>



03012	04012	05012	05042		Kult (MK) 17-01
02012	03012	04022	04042		Kult (MK) 18-01
02012	03012	04022	04042		Kult (MK) 19-01
06012	06042	07012	08012	08042	Kult (MK) 22-01
05012	08012	09012	09072		Kult (MK) 23-01
01012	01022				Kult (MK) 24-01
02012	03012	04012	04042		Kult (MK) 25-01

Zdroj: autoři

Kód	Název ukazatele	Kód	Název ukazatele
A015	Byl Váš ekonomický subjekt ve sledovaném období ekonomicky aktivní/vyvíjel činnost? (ANO, NE)	A050a062	Urbanistické plánování
A022C01	Průměrný evidenční počet zaměstnanců ve fyzických osobách	A050a072	Územní plánování venkova
A022C05	Mzdy-bez ostatních osobních nákladů (v tis. Kč)	A050a082	Projektové plánování území
A0580103	Identifikace subjektu se zahraniční kapitálovou účastí; podíl na základním kapitálu v % bez desetinných míst	A050a092	Služby v oblasti krajinářské architektury, kromě poradenství
A050a012	Vydávání knih	A050a102	Poradenské služby v oblasti krajinářské architektury
A050a022	Vydávání adresářů a jiných seznamů	A050a012	Komplexní reklamní služby
A050a032	Vydávání novin (včetně reklamních; jsou vydávány nejméně čtyřikrát týdně...)	A050a022	Přímý marketing a služby reklamní pošty
A050a042	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	A050a032	Vývoj reklamy
A050a052	Ostatní vydavatelské služby (služby v oblasti vydávání tiskovin...)	A050a112	Průzkum trhu: kvalitativní zjišťování
A050a062	Počítačové hry, na fyzickém nosiči (vydávání softwaru)	A050a122	Průzkum trhu: kvantitativní ad-hoc zjišťování
A050a072	Počítačové hry, stažitelné z internetu (vydávání softwaru)	A050a132	Průzkum trhu: kvantitativní nepřetržité a pravidelné zjišťování
A050a082	On-line hry (vydávání softwaru)	A050a142	Průzkum trhu, jiný než zjišťování
A050a092	Licenční služby k právu užívat počítačové hry	A050a152	Ostatní průzkum trhu
A050a172	Originály počítačových her	A050a162	Průzkum veřejného mínění
A050a342	Služby reklamních agentur	A050a192	Plány a výkresy pro architektonické účely
A050a012	Plány a výkresy pro architektonické účely	12141	Celkový počet pracujících (fyzických osob - stálí zaměstnanci)
A050a022	Architektonické služby týkající se projektů bytových budov	12142	Celkový počet pracujících (fyzických osob - smluvní pracovníci)
A050a032	Architektonické služby pro projekty nebytových budov	15011	Tržby za vlastní výkony (výrobky, služby) a za zboží
A050a042	Architektonické služby týkající se rekonstrukcí historických staveb	16011	Spotřeba materiálu, energie, zboží a služeb
A050a052	Architektonické poradenské služby týkající se stavebních projektů	08012*; 07012; 04012; 03012	Tržby za vlastní výkony (výrobky, služby) a za zboží
09012; 08012; 05012; 04022; 04012	Spotřeba materiálu, energie, zboží a služeb	01022	z toho s vysokoškolským vzděláním

02012; 03012; 05012; 06012	Celkový počet pracujících (fyzických) osob	02012	Celkový počet pracujících (fyzických) osob
06042	Počet zaměstnanců (přepočtený stav) - VŠ	04012	Spotřeba materiálu, energie, zboží a služeb
01012	Počet zaměstnanců přepočtený na plně zaměstnané za rok (bez sezónních zaměstnanců)		
16041; 0804; 05042; 04042; 08042; 09072	Mzdy	*Kult MK(23-01)	

Zdroj: ČSÚ; NIPOS autoři

Hodnocení socioekonomického přínosu KKO v této metodice je založené na syntetickém přístupu dle Boix a kol. (2022), který umožňuje hodnotit rozdílné geografické úrovně: národní, regionální a městskou. Autoři analyzují, jaký vliv má ekonomická specializace v KKO na vývoj příjmů (přepočteno na obyvatele) v různých typech územních jednotek. Klíčovou otázkou je, zda je socioekonomický přínos vyšší v ekonomicky méně vyspělých regionech, a tudíž rozmístění KKO snižuje regionální ekonomické disparity, nebo zda naopak územní koncentrace a regionálně vysoce selektivní růst inovativních firem v tomto sektoru prohlubuje existující rozdíly v distribuci bohatství.

Rozlišují se dva základní typy dopadů KKO na regionální rozvoj: přímé a nepřímé dopady. Přímé dopady jsou měřitelné příjmem, HDP, přidanou hodnotou, výsledkem hospodaření vytvořeným nebo spotřebovaným přímo v sektoru KKO (Boix a Raussel 2018). Nepřímé efekty mají dopad na celý ekonomický systém (Boix a Soler 2017), např. díky stimulaci inovační aktivity a zvýšení přidané hodnoty výrobků a služeb v ostatních odvětvích odebírajících od KKO. Celkové dopady KKO jsou součtem přímých a nepřímých dopadů, přičemž mohou být pozitivní, neutrální nebo negativní (Potts a Cunningham 2008).

Neutrální dopad nastává v případě, kdy přímý efekt KKO odpovídá podílu tohoto sektoru na ekonomice v dané zemi. Negativní dopad může být způsoben nedostatečným nebo neefektivním využitím produktů a služeb vznikajících v KKO, pomalým růstem produktivity výrobních faktorů (TFP) nebo prekarizací pracovní vztahů. Pozitivní dopady mohou být způsobeny dvěma typy efektů: růstovými a evolučními. Růstové efekty jsou spojeny se stimulací poptávky nebo nabídky. Efekty tažené poptávkou vyplývají přímo z výdajů sektoru KKO a nepřímo z odvětví odebírajících od KKO produkty a služby a souvisejících indukovaných příjmových efektů. Naproti tomu efekty na straně nabídky pocházejí přímo z vlastní produkce KKO a nepřímo z dalších mechanismů:

a) Multiplikační efekt generovaný životním cyklem a přeléváním znalostí mezi odvětvími díky dodavatelským vazbám.

b) Přelévání znalostí díky exportu myšlenek do ostatních odvětví nebo zprostředkování přijímání, vstřebávání a uchovávání nových myšlenek a technologií.

c) Atrakce kvalifikovaných a vzdělaných lidí a firem do regionu díky nabídce občanské vybavenosti (Florida a kol. 2008).

Přímé a nepřímé dopady KKO je v realitě velmi obtížné odlišit, nepřímé jsou však pravděpodobně silnější. To dokládají Boix a Soler (2017), kteří zjistili, že nepřímý dopad ovlivňuje růst produktivity práce z 90 %.

### **3.1 Využití prognostických modelů socioekonomických dopadů**

#### **KKO**

Prognózy vývoje KKO lze pro účely Metodiky rozdělit do třech základních typů podle účelu zpracování:

- a. predikce rozmístění firem KKO na národní, regionální a lokální úrovni;
- b. kvantifikace budoucích socioekonomických dopadů KKO na různých geografických měřítkových úrovních;
- c. hodnocení dopadů KKO na kvalitu života obcí a regionů.

#### **3.1.1 Predikce rozmístění firem KKO na národní, regionální a lokální úrovni**

Tento typ studií se v odborné literatuře téměř nevyskytuje: nejsou k dispozici relevantní analýzy či metodiky modelující budoucí vývoj lokalizačních vzorců KKO. Důvodem je příliš široké spektrum faktorů a geografických specifik, které ovlivňují rozmístění tohoto sektoru. Přesto lze uvést základní doporučení, která je třeba vzít v úvahu.

1. Sběr dat: pro případné predikce je klíčové shromáždit co nejdelší časové řady zaměstnanosti, produkce a přidané hodnoty v sektoru KKO na národní, regionální a lokální úrovni. Důležité je navzdory postupným změnám a inovacím metodiky sběru a zpracování dat (mapování KKO a kvantifikace jejich socioekonomických dopadů) zajistit kompatibilitu základních dat v historické perspektivě. Je nutné identifikovat hlavní centra a oblasti územní koncentrace KKO.

2. Analýza trendů vývoje KKO: i přes potenciální nepřesnosti je zásadní pokusit se odhadnout nejen současné, ale i historické trendy vývoje počtu firem, zaměstnanosti na všech zmíněných měřítkových úrovních. Důležité jsou analýzy zabývající se empirickými testy faktorů rozmístění KKO, jejich socioekonomických dopadů a dopadů na kvalitu života v obcích a regionech. Z důvodu vysoké komplexity podmiňujících faktorů je téměř nemožné spolehlivě

predikovat budoucí dynamiku vzniku, vývoje a rozmístění KKO pouze na základě odhadu budoucího demografického a socioekonomického vývoje. Vždy je nezbytné vzít v úvahu empirickou evidenci historického vývoje sektoru KKO. Nicméně pro hrubý odhad budoucího vývoje HDP v KKO lze využít tento základní model:

$$GDP_{CI} = b_0 + b_1 \times GDP_{growth} + b_2 \times PUBL + b_3 \times TECH + b_4 \times MET + \epsilon$$

kde  $GDP_{CI}$  je odhad vývoje HDP v sektoru KKO;  $b_0$  je konstanta;  $b_1, b_2, b_3, b_4$  jsou nestandardizované regresní koeficienty kvantifikující vliv dané nezávisle proměnné na vývoj HDP v KKO;  $GDP_{growth}$  je růst národního HDP,  $PUBL$  představuje celkové investice veřejného sektoru KKO,  $TECH$  je technologický pokrok zvyšující elasticity kapitálu (Boix a kol. 2022);  $MET$  odráží podíl metropolitních regionů a krajských měst na celkovém počtu obyvatel jako zástupná proměnná pro urbanizační úspory reflektující hustotu zalidnění a firem, ekonomickou diverzitu a vzdělanost obyvatelstva;  $\epsilon$  je reziduální člen.

Na základě celkových odhadů HDP vytvářeného v sektoru KKO je následně možné predikovat budoucí socioekonomické dopady sektoru KKO. Klíčovými ukazateli jsou již zmíněné nestandardizované regresní koeficienty  $b_1, b_2$  a  $b_3$  a  $b_4$ , které ukazují průměrnou změnu HDP v sektoru KKO, pokud se hodnoty nezávisle proměnných  $GDP_{growth}$ ,  $TECH$  a  $MET$  změní o jednotku. Lze tedy posoudit a srovnat sílu efektů jednotlivých vysvětlujících proměnných: do jaké míry je růst KKO ovlivněn celkovým ekonomickým růstem (HDP na národní úrovni), do jaké míry investicemi veřejného sektoru aj.

Lze využít níže uvedený model měření vyvinutý pro úroveň národních států, který lze dezagregovat pro nižší územní celky: regiony NUTS2, kraje nebo správní obvody obcí s rozšířenou působností. Podíly jednotlivých regionů na celkovém HDP v sektoru KKO na národní úrovni mohou být odhadnuty na základě lineárních trendů odvozených z časových řad ukazatelů vstupujících do výše uvedeného regresního modelu.

### 3.1.2 Model měření socioekonomických dopadů KKO (Boix a kol. 2022)

Celkové efekty KKO na růst HDP na obyvatele lze predikovat pomocí ekonometrického modelu. HDP na obyvatele ( $GDP/P$ ) lze rozlišit na dvě složky: produktivitu práce ( $HDP/L$ ) a podíl pracovní síly na obyvatelstvu ( $L/P$ ):

$$GDP/P = (GDP/L) * (L/P)$$

Po zlogaritmování:

$$\ln(GDP/P) = \ln(GDP/L) + \ln(L/P)$$

Model je založen na multiplikativní produkční funkci:

$$Y = K^{\{\alpha\}}(AL_Y)^{\{1-\alpha\}}$$

kde  $Y$  je ekonomický výstup,  $A$  je technologie zvyšující produktivitu práce (zásoba znalostí),  $K$  je kapitál a  $\alpha$  je výstup elasticity kapitálu.

Výsledný model je definován jako:

$$\ln \frac{GDP}{P} = b \ln \delta + b \lambda \ln s_R + \ln s_Y + a \ln s_K - b \ln g_A + b \lambda \ln L - a \ln(n + g_A + d) + \ln \left( \frac{L}{P} \right)$$

kde  $GDP/L$  je produktivita práce v roce  $t$ ,  $\delta$  je tempo inovační aktivity,  $s_R$  je podíl KKO na zaměstnanosti,  $s_Y$  je podíl ostatních odvětví na celkové zaměstnanosti;  $s_K$  je kapitálová náročnost ekonomiky (na zaměstnance),  $n$  je dynamika růstu populace a  $d$  je intenzita depreciace kapitálu.  $\lambda$  měří přítomnost úspor z rozsahu,  $a = \alpha/(1-\alpha)$ ,  $b = 1/(1-\varnothing)$ ; kde  $\alpha$  je výstup elasticity kapitálu a  $\varnothing$  je produktivita inovační činnosti.

Technikou pro odhad modelu je LLLS, 'local linear least-squares estimator' (Henderson a Parmeter 2015). Jedná se o neparametrickou techniku založenou na zobecněných produktových kernelech, která nevyžaduje normalitu dat.

### Data a proměnné vstupující do modelu

**HDP na obyvatele** je závisle proměnnou pro modely na národní a regionální úrovni (NUTS2, NUTS3). Na nižší geografické úrovni (města, SO ORP, okresy) je třeba HDP nahradit přidanou hodnotou.

**Podíl KKO na národní/regionální úrovni na celkové zaměstnanosti:** měření KKO je optimální provádět s využitím 4–digitálních odvětví NACE rev. 2.0, což může omezovat dostupnost statistických dat zejména pro územní jednotky na nižší než NUTS3 úrovni.

**Podíl ostatních odvětví na národní/regionální úrovni na celkové zaměstnanosti:** Boix a kol. (2022) doporučují vypustit zemědělství, těžbu a stavebnictví za účelem snížení multikolinearity.

**Fixní kapitál na obyvatele:** na národní úrovni jsou tato data k dispozici z databáze World Bank, na regionální z Eurostatu (regionální toky kapitálu).

**Celková zaměstnanost:** dostupná z národních a regionálních účtů ČSÚ

**Tvorba znalostí:** tento ukazatel lze měřit meziočním indexem růstu patentových aplikací. Na národní úrovni lze ukazatel pokrýt např. z dat World Bank, na regionální z databáze European Patent Office.

Na základě výše uvedeného modelu lze kvantifikovat ryze ekonomické dopady sektoru KKO na růst HDP na národní úrovni. Ačkoli tyto dopady mají významné sociální aspekty týkající se

zaměstnanosti, životní úrovně a obecně kvality života jakožto ultimátního cíle ekonomického rozvoje na všech měřítkových úrovních, model tyto dopady explicitně neměří. Z tohoto důvodu je vhodné zabývat se též měřením, modelováním a predikcemi dopadů sektoru KKO na kvalitu života obcí a regionů.

### 3.1.3 Hodnocení dopadů KKO na kvalitu života obcí a regionů

Pro hodnocení dopadů KKO na kvalitu života v obcích a regionech je optimální využít aktuální metodiku a empirické výsledky projektu TA ČR TL02000206 „Systém hodnocení a srovnávání kvality života obyvatel České republiky v regionální dimenzi“. Kvalita života byla hodnocena na úrovni správních obvodů obcí s rozšířenou působností (SO ORP) pomocí tzv. kompozitních indexů hodnotících kvalitu života. Každý index je konstruován jako vážený agregát 63 dílčích statistických ukazatelů, které odrážejí 10 vybraných dimenzí kvality života (viz Tab. 18).

Tab. 18: Dimenze hodnocení objektivní kvality života

Dimenze	Subdimenze	Počet indikátorů
Příjem a bohatství	Reálný peněžní příjem, Míra zadlužení, Sociální podpora	5
Zaměstnanost	Dostupnost práce, dostupnost kvalitní práce, Nezaměstnanost	6
Bydlení	Kvalita bydlení, Dostupnosti bydlení, Finanční dostupnost bydlení	6
Zdraví	Zdravotní stav populace, Životní styl, Dostupnost primární zdravotní péče	9
Sladování soukromého a pracovního života	Časová dostupnost práce, Dostupnost péče o děti, Dostupnost péče o seniory a nemocné	5
Vzdělávání	Dostupnost vzdělávání, Kvalita a výsledky vzdělávání, Úroveň vzdělanosti	9
Mezilidské vztahy	Rodinné vztahy, Sousedské vztahy a fluktuace obyvatel, Trestná činnost	7
Občanská angažovanost a dobré vládnutí	Volební chování, Organizovaná činnost, Dobré vládnutí	6
Životní prostředí	Environmentální zdraví, Kvalita a vitalita ekosystémů	5
Bezpečnost	Sociální ohrožení, Přírodní ohrožení	5

Zdroj: <https://storymaps.arcgis.com/stories/6dfcc3a3be4b4587be49629168a6424f>

Takto komplexní úroveň hodnocení kvality života na mikroregionální úrovni je zatížena problémy s dostupností dat. Významná část ukazatelů vychází z dat Sčítání lidí, domů a bytů, které se provádí s desetiletou periodou. Na druhou stranu se regionální rozdíly v subdimenzích kvality života zpravidla krátkodobě zásadně nemění: dlouhodobé regionální vzorce jsou poměrně stabilní.

Nejjednodušší metodou pro měření dopadu KKO na kvalitu života regionů (v tomto případě

správních obvodů obcí s rozšířenou působností) je lineární regresní model o tvaru:

$$CIQL_N = b_0 + b_1 \times CCI_{N-T} + \epsilon$$

, kde  $CIQL_N$  je hodnota kompozitního indexu hodnotícího kvalitu života na úrovni SO ORP v roce N,  $b_0$  je konstanta v regresním modelu,  $b_1$  je nestandardizovaný regresní koeficient určující průměrný efekt zaměstnanosti v KKO na kvalitu života SO ORP v Česku,  $CCI_{N-T}$  je zaměstnanost (počet pracovníků ve fyzických osobách) v KKO,  $\epsilon$  je reziduální člen. 'N-T' se vztahuje k roku nebo periodě měření lokalizačního kvocientu KKO: podle účelu a dostupnosti dat lze podíl KKO na zaměstnanosti měřit např. v roce N-1, N-2 apod., případně jako průměr či trend za víceleté období. Regresní koeficient  $b_1$  tedy určuje průměrnou změnu kvality života v Česku v případě, že se zaměstnanost v KKO změní o jednotku; koeficient determinace poskytne podíl regionální variability (na úrovni SO ORP) kvality života, kterou lze vysvětlit na základě zaměstnanosti v sektoru KKO. Užitečným nástrojem může být analýza reziduálních hodnot regresního modelu. Vysoké hodnoty reziduí poukazují na SO ORP, které mají vyšší kvalitu života, než odpovídá predikcím regresního modelu, tudíž těží i z jiných pozitivních efektů, než jsou přínosy sektoru KKO. Nízké hodnoty naopak identifikují SO ORP, ve kterých je kvalita života nižší, než odpovídá predikcím regresního modelu.

Možným sofistikovanějším rozšířením je použití geograficky vážené regrese (např. Spurná 2008; Horák a kol. 2020), které kalkuluje se vzájemnou závislostí kvality života v geograficky blízkých/sousedících SO ORP. Vzhledem k extrémně vysoké míře územní koncentrace KKO a rapidně klesajícím efektům aglomeračních úspor s rostoucí vzdáleností (Rosenthal a Strange 2003; Arzaghi a Henderson 2008; Ženka a kol. 2021) však není pravděpodobné, že geograficky vážená regrese přinese výrazně odlišné výsledky nad rámec základních lineárních regresních modelů.

## **4. Použité zdroje**

Arzaghi, M., Henderson, J. V. (2008): Networking off Madison Avenue. *Rev. Econ. Stud.*, 75, 1011–1038.

Aslesen, H. W., Isaksen, A. (2007): Knowledge intensive business services and urban industrial development. *The Service Industries Journal*, 27, 321–338.

Bakhshi, H. (2009). *Soft innovation: Towards a more complete picture of innovative change*. NESTA, London.

Bathelt, H., Glückler, J. (2012): *Wirtschaftsgeographie: Ökonomische Beziehungen in Räumlicher Perspektive (Economic Geography: Economic Relations in Spatial Perspective)*. Stuttgart: Ulmer, UTB.

Boix, R., Hervás-Oliver, J.L., & Miguel-Molina, D. (2015): Micro-geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages. *Papers in Regional Science*, 94, 4, 753–772.

BMWK (2009): *Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland* <<https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2009/gesamtwirtschaftliche-perspektiven-kuk.html>>.

COCO4CCI (2019): *COLLIDER COOPERATION for Culture and Creative Industries*. Interreg Central Europe.

Brazanti, C. (2015): Creative clusters and district economies: Towards a taxonomy to interpret the phenomenon. *European Planning Studies*, 23, 7, 1401–1418.

Camacho-Ballesta, J., Melikhova, Y., & Hernández-Peinado, M. (2013): Localization of business services in European regions: large urban areas stand out. *European Planning Studies*. doi:10.1080/09654313.2013.819416.

Capron, E., Sagot-Duvaurox, D., & Suire, R. (2022): Anatomy of a techno-creative community—the role of brokers, places, and events in the emergence of projection mapping in Nantes. *European Planning Studies*, 30(9), 1755-1776.

Ciarli, T., Meliciani, V., & Savona, M. (2012): Knowledge dynamics, structural change and the geography of business services. *Journal of Economic Surveys*, 26, 445–467.

Chinitz, B. (1961): Contrasts in agglomeration: New York and Pittsburgh. *The American Economic Review*, 51, 2, 279–289.

Coffey, W., Shearmur, R. (1997): The growth and location of high order services in the Canadian Urban System, 1971–1991. *The Professional Geographer*, 49, 404–418.

Coe, N. M., Townsend, A. R. (1998): Debunking the myth of localized agglomerations: the development of a regionalized service economy in South-East England. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 23, 1–20.

Cruz, S.S., Teixeira, A.A.C. (2015): The neglected heterogeneity of spatial agglomeration and colocation patterns of creative employment: evidence from Portugal. *Annals of Regional Science*, 54, 143–177.

Cultural and Creative Industries Monitoring Report (2020): Summary. <[https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/2020-cultural-and-creative-industries-monitoring-report.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=5](https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/2020-cultural-and-creative-industries-monitoring-report.pdf?__blob=publicationFile&v=5)>.

Currid, E., Williams, S. (2010): Two cities, five industries: similarities and differences within and between cultural industries in New York and Los Angeles-. *Journal of Planning Education and Research*, 29, 322–335. doi:10.1177/0739456X09358559.



Cuadrado-Roura, J. R. (2013): Service industries and regions. Berlin: Advances in Spatial Science. Springer.

ČSÚ (2008): Klasifikace ekonomických činností (CZ NACE).

<<https://www.czso.cz/documents/10180/20565267/021608.pdf/2f45895b-4c51-435b-a52a-0c7164dbf371?version=1.0>>.

Daniels, P. W., Bryson, J. R. (2002): Manufacturing services and servicing manufacturing: knowledge-based cities and changing forms of production. *Urban Studies*, 39, 977–991.

DCMS (2016): Creative Industries Economic Estimates Methodology.

<[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/499683/CIEE\\_Methodology.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf)>.

DCMS (2021): DCMS Sectors Economic Estimates 2019: Regional GVA – Technical and quality assurance report. <<https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2019-regional-gva/dcms-sectors-economic-estimates-2019-regional-gva-technical-and-quality-assurance-report>>.

Della Porta, D., Keating, M. (Eds.). (2008): Approaches and methodologies in the social sciences: A pluralist perspective. Cambridge University Press.

Delgado-Márquez, B. L., García-Velasco, M. M. (2013): Geographical distribution and regional specialization of knowledge-intensive business services: an empirical investigation across European regions. In J. R. Cuadrado-Roura (Ed.), *Service industries and regions*. Berlin: Springer.

Duranton, G., Puga, D. (2000): Diversity and specialisation in cities: why, where and when does it matter? *Urban Studies*, 37, 533–555.

Escalona-Orcao, A.I., Escolano-Utrilla, S., SáezPérez, L.A., & Sánchez-Valverde Garcia, B. (2016): The location of creative clusters in non-metropolitan areas: A methodological proposition. *Journal of Rural Studies*, 45, 112–122.

Essnet-CULTURE (2012): European Statistical System Network on Culture. Final report.

<<https://cros-legacy.ec.europa.eu/system/files/ESSnet%20Culture%20Final%20report.pdf>>.

Felton, E., Collis, C., & Graham, P. (2010): Making connections: creative industries networks in outer-suburban locations. *Australian Geographer*, 41, 1, 57–70.

Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*. Basic Books. New York.

Francois, J., Woerz, J. (2007): Producer services, manufacturing linkages, and trade. *Journal of Industry Competition and Trade*, 8, 199–229.

Gallego, J., Maroto, A. (2013): The specialization in knowledge-intensive business services (KIBS) across Europe: permanent co-localization to debate. *Regional Studies*. doi:10.1080/00343404.2013.799762.

Glaeser, E., Kallal, H., Scheinkman, J., & Shleifer, A. (1992): Growth in cities. *Journal of Political Economy*, 100, 1126–1152.

Gong, H., Hassink, R. (2017): Exploring the clustering of creative industries. *European Planning Studies*, 25, 4: 583–600.

Grabher, G. (1994): *Lob der Verschwendung: Redundanz in der Regionalentwicklung ; ein sozioökonomisches Plädoyer*, ISBN 3-89404-132-3, Edition Sigma, Berlin.

Grabher, G. (2002): Cool projects, boring institutions: temporary collaboration in social context. *Regional Studies* 36, 3, 205–214

Henderson, J. V. (2003): Marshall's scale economies. *Journal of Urban Economics*, 53, 1–28.

Hjalager, A. M. (2009): Cultural tourism innovation systems—the Roskilde festival. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2-3), 266-287.

- Herrero, L. C., Sanz, J. Á., Devesa, M., Bedate, A., & Del Barrio, M. J. (2006): The economic impact of cultural events: a case-study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *European urban and regional studies*, 13(1), 41-57.
- Horák, J., Orlíková, L., Arjona, J. S., Svoboda, R. (2020): *Prostorové regresní modelování s příklady*. GIS Ostrava 2020. Ostrava.
- Hutton, T.A. (2004): The New Economy of the inner city. *Cities*, 21, 2, 89-108.
- INFOSTAT (2021): Zhrnutie výsledkov satelitného účtu kultúry a kreatívneho priemyslu SR (2015-2020). <<https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/Zhrnutie-vysledkov-satelitneho-uctu-kultury-a-kreativneho-priemyslu-SR-2015-2020.pdf>>.
- Keeble, D., Nachum, L. (2002): Why do business service firms cluster? Small consultancies, clustering and decentralization in London and southern England. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 27, 67–90.
- Kunzmann, K. R. (2002). Kultur, Wirtschaft und Raumentwicklung. *Informationen zur Raumentwicklung*, 4(4/5), 185-197.
- Lazzeretti, L., Boix, R., & Capone, F. (2008): Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain. *Industry and Innovation*, 15, 5, 549–567.
- Lipnická, P., Jaurová, Z., Jenčíková, K., Geist, R., Salajová, S. a kol. (2013): *Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku*.
- Metzler, D., Job, H. (2007): Events and their contribution to regional economies—The BUGA 05. *Raumforschung und Raumordnung*, 65, 514-530.
- Lorenzen, M., Frederiksen, L. (2008): Why do cultural industries cluster? Localisation, urbanization, products and projects. In *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Eds.: Cooke, P. and Lazzeretti, L., Cheltenham, Edward Elgar, 155–179.
- MK SR (neuveďeno): Podrobná definícia odvetví kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Integrovaný regionálny operačný program 2014 – 2020. <[https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/Priloha\\_9\\_Definicia\\_KKP.pdf](https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/Priloha_9_Definicia_KKP.pdf)>.
- MK SR (2022): *Stratégia kultúry a kreatívneho priemyslu Slovenskej republiky 2030*. <[https://strategiakultury.sk/wp-content/uploads/2023/02/strategia\\_KKP\\_SR\\_2030.pdf](https://strategiakultury.sk/wp-content/uploads/2023/02/strategia_KKP_SR_2030.pdf)>.
- Moulaert, F., Djellal, F. (1995): Information technology consultancy firms: economies of agglomeration from a wide-area perspective. *Urban Studies*, 32, 105–122.
- Müller, E., Doloreux, D. (2009): What should we know about knowledge intensive business services. *Technology in Society*, 31, 64–72.
- Müller, E., Zenker, A. (2001): Business services as actors of knowledge transformation: the role of KIBS in regional and national innovation systems. *Research Policy*, 30, 1501–1516.
- ONS (2022): *Creative, cultural and digital industries*. <<https://www.ons.gov.uk/businessindustryandtrade/business/activitysizeandlocation/adhocs/15046creativeculturalanddigitalindustries>>.
- Parr, J. B. (2002): Missing elements in the analysis of agglomeration economies. *International Regional Science Review*, 25, 151–168.
- Porter, M. E. (2000): Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, 14, 1, 15–34, <<https://doi.org/10.1177/089124240001400105>>.
- Pratt, A. C. (2005): Cultural industries and public policy: An oxymoron?. *International journal of cultural policy*, 11(1), 31-44.
- Raabová, T., Palla, M. (2011): *Návrh certifikované metodiky pro výpočet ekonomických dopadů kulturní organizace*. Prague: Arts and Theatre Institute.

- Raworth, K., Sweetman, C., Narayan, S., Rowlands, J., & Hopkins, A. (2012): Conducting semi-structured interviews. Oxfam.
- Rodríguez-Pose, A., Fitjar, R.D. (2013): Buzz, archipelago economies and the future of intermediate and peripheral areas in a spiky world. *European Planning Studies*, 21, 3, 355–372.
- Rosenthal, S. S.; Strange, W. C.(2008): The attenuation of human capital spillovers.*J.Urban Econ.*,64,373–389.
- Rubalcaba, L., Gallego, J., Gallo, M. T., & Garrido, R. (2013): Business services location and market factors in major European cities. *Cities*, 31, 258–266
- Senn, L. (1993): Service activities' urban hierarchy and cumulative growth. *The Service Industries Journal*, 13, 11–22.
- Shearmur, R., Doloreux, D. (2014): Knowledge-intensive business services (KIBS) use and user innovation: high-order services, geographic hierarchies and internet use in Quebec's manufacturing. *Regional Studies*, doi:[10.1080/00343404.2013.870988](https://doi.org/10.1080/00343404.2013.870988).
- Spencer, M. (2015): Knowledge Neighborhoods: Urban Form and Evolutionary Economic Geography. *Regional Studies*, 49, 5, 883-898.
- Spurná, P.(2008): Geographically weighted regression: method for analysis spatial non-stacionarity of geographica phenomenon.*Geografie-Sborník ČGS*,113,s.125-139.
- Stam, E., De Jong, J.P., & Marlet, G. (2008): Creative industries in the Netherlands: Structure, development, innovativeness and effects on urban growth. *Geografiska Annaler: series B, Human Geography* 90. (2): 119–132
- Stoneman, P. (2016). On soft innovation: changes in product form and the definition and measurement of innovation. *Rivista internazionale di scienze sociali*, 105-126.
- Storper, M. (1995): The resurgence of regional economies, ten years later: The region as a nexus of untraded interdependencies. *European Urban and Regional Studies*, 2, 3, 191–221.
- Storper, M., Venables, A. J. (2004): Buzz: face-to-face contact and the urban economy. *Journal of Economic Geography*, 4, 351–370.
- Storper, M. (2013): *Keys to the city: How economics, institutions, social interaction, and politics shape development*. Princeton, Princeton University Press.
- Wood, S., Dovey, K. (2015): Creative Multiplicities: Urban Morphologies of Creative Clustering, *Journal of Urban Design*, 20, 1, 52-74, DOI: [10.1080/13574809.2014.972346](https://doi.org/10.1080/13574809.2014.972346).
- Zandiatashbar, A., Hamidi, S. (2018): Impacts of transit and walking amenities on robust local knowledge economy. *Cities*, 81, 161–171.
- Ženka, J., Kofroň, J. (2012): *Metodologie výzkumu v sociální geografii–případové studie*. Ostrava: Ostravská univerzita, 22.
- Ženka, J., Krtička, L., Paszová, L., Pundová, T.; Rudincová, K., Šťastná, S., Svetlíková, V., Matula, J. (2021): Micro-Geographies of Information and Communication Technology Firms in a Shrinking Medium-Sized Industrial City of Ostrava (Czechia).*Land* 2021,10,695.<https://doi.org/10.3390/land10070695>.

## 5. Přílohy

### Příloha 1: Velká Británie: Třísektorové členění KKO (ONS, 2022)

<b>Kreativní průmysly (Creative Industries)</b>	Reklama a marketing ( <i>Advertising and marketing</i> )	70.21	Poradenství v oblasti vztahů s veřejností a komunikace
		73.11	Činnosti reklamních agentur
		73.12	Zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru
	Architektura ( <i>Architecture</i> )	71.11	Architektonické činnosti
	Řemesla ( <i>Crafts</i> )	32.12	Výroba klenotů a příbuzných výrobků
	Design a designová móda ( <i>Design and designer fashion</i> )	74.10	Specializované návrhářské činnosti
	Film, televize, video, rozhlas a fotografie ( <i>Film, TV, Video, Radio and Photography</i> )	59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.14	Promítání filmů
		60.10	Rozhlasové vysílání
		60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
		74.20	Fotografické činnosti
	IT, software a počítačové služby ( <i>IT, software and computer services</i> )	58.21	Vydávání počítačových her
		58.29	Ostatní vydávání softwaru
		62.01	Programování
		62.02	Poradenství v oblasti informačních technologií
	Vydavatelské činnosti ( <i>Publishing</i> )	58.11	Vydávání knih
		58.12	Vydávání adresářů a jiných seznamů
		58.13	Vydávání novin
		58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
		58.19	Ostatní vydavatelské činnosti
		74.30	Překladačské a tlumočnické činnosti
	Muzea, galerie a knihovny ( <i>Museums, galleries and libraries</i> )	91.01	Činnosti knihoven a archivů
		91.02	Činnosti muzeí
	Hudba, performance a výtvarné umění ( <i>Music, performing and visual arts</i> )	59.20	Požizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
		85.52	Umělecké vzdělávání
		90.01	Scénická umění
		90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění
		90.03	Umělecká tvorba
		90.04	Provozování kulturních zařízení
<b>Kulturní sektor (Cultural Sector)</b>	Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti ( <i>Arts</i> )	90.01	Scénická umění
		90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění
		90.03	Umělecká tvorba
		90.04	Provozování kulturních zařízení
	Film, televize a hudba ( <i>Film, TV and Music</i> )	18.20	Rozmnožování nahrávaných nosičů
		32.20	Výroba hudebních nástrojů
		47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy
		59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.14	Promítání filmů
		59.20	Požizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
		60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
		60.10	Rozhlasové vysílání
	Rádio ( <i>Radio</i> )	60.10	Rozhlasové vysílání
	Fotografie ( <i>Photography</i> )	74.20	Fotografické činnosti
	Řemesla ( <i>Crafts</i> )	32.12	Výroba klenotů a příbuzných výrobků
Muzea a galerie ( <i>Museums and galleries</i> )	91.02	Činnosti muzeí	
Knihovny a archívy ( <i>Library and archives</i> )	91.01	Činnosti knihoven a archivů	
Umělecké vzdělávání ( <i>Cultural education</i> )	85.52	Umělecké vzdělávání	

	Provozování historických staveb a obdobných turistických zajímavostí ( <i>Operation of historical sites and similar visitor attractions</i> )	91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
<b>Digitální sektor (Digital Sector)</b>	Výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení ( <i>Manufacturing of electronics and computers</i> )	26.11	Výroba elektronických součástek
		26.12	Výroba osazených elektronických desek
		26.20	Výroba počítačů a periferních zařízení
		26.30	Výroba komunikačních zařízení
		26.40	Výroba spotřební elektroniky
		26.80	Výroba magnetických a optických médií
	Velkoobchod s počítačovým a komunikačním zařízením ( <i>Wholesale of computers and electronics</i> )	46.51	Velkoobchod s počítači, počítačovým periferním zařízením a softwarem
		46.52	Velkoobchod s elektronickým a telekomunikačním zařízením a jeho díly
	Vydavatelské činnosti (s výjimkou překladatelské a tlumočnické činnosti) ( <i>Publishing (excluding translation and interpretation activities)</i> )	58.11	Vydávání knih
		58.12	Vydávání adresářů a jiných seznamů
		58.13	Vydávání novin
		58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
		58.19	Ostatní vydavatelské činnosti
	Vydávání softwaru ( <i>Software publishing</i> )	58.21	Vydávání počítačových her
		58.29	Ostatní vydávání softwaru
	Film, televize, video, rádio a hudba ( <i>Film, TV, video, radio and music</i> )	59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.14	Promítání filmů
		59.20	Požizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
		60.10	Rozhlasové vysílání
		60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
	Telekomunikační činnosti ( <i>Telecommunications</i> )	61.10	Činnosti související s pevnou telekomunikační sítí
		61.20	Činnosti související s bezdrátovou telekomunikační sítí
		61.30	Činnosti související se satelitní telekomunikační sítí
		61.90	Ostatní telekomunikační činnosti
	Programování, poradenství a související činnosti ( <i>Computer programming, consultancy and related activities</i> )	62.01	Programování
		62.02	Poradenství v oblasti informačních technologií
		62.03	Správa počítačového vybavení
		62.09	Ostatní činnosti v oblasti informačních technologií
		63.11	Činnosti související se zpracováním dat a hostingem
	Informační činnosti ( <i>Information service activities</i> )	63.12	Činnosti související s webovými portály
		63.91	Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
63.99		Ostatní informační činnosti j. n.	
Opravy počítačů a komunikačních zařízení ( <i>Repair of computers and communication equipment</i> )	95.11	Opravy počítačů a periferních zařízení	
	95.12	Opravy komunikačních zařízení	

Zdroj: ONS (2022), přeloženo dle ČSÚ (2008)

## Příloha 2: Slovensko: Třísektorové členění KKO (MK SR, 2019)

<b>Kulturní jádro</b>	Kulturní dědictví, archivy a knihovny	91.01	Činnosti knihoven a archivů
		91.02	Činnosti muzeí
		91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
		47.78*	Ostatní maloobchod s novým zbožím ve specializovaných prodejnách
		33.19*	Opravy ostatních zařízení
	Vizuální umění	90.03	Umělecká tvorba
		74.20	Fotografické činnosti
		23.70*	Řezání, tvarování a konečná úprava kamenů
		33.19*	Opravy ostatních zařízení
	Scénické umění	90.01	Scénická umění
		90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění
		90.04	Provozování kulturních zařízení
		74.90*	Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti j. n.
	Řemeslní výroba	n/a**	
Umělecké vzdělávání	85.52	Umělecké vzdělávání	
<b>Kulturní průmysl</b>	Literatura a tištěná media	58.11	Vydávání knih
		58.13	Vydávání novin
		58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
		63.91	Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
		47.61	Maloobchod s knihami
		47.62	Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím
		74.30	Překladatelské a tlumočnické činnosti
		47.79*	Maloobchod s použitým zbožím v prodejnách
	Hudba, audiovizie a multimédia	59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
		59.14	Promítání filmů
		59.20	Požizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
		60.10	Rozhlasové vysílání
60.20		Tvorba televizních programů a televizní vysílání	
47.63		Maloobchod s audio- a videozáznamy	
58.21	Vydávání počítačových her		
62.01*	Programování		
<b>Kreativní průmysl</b>	Dizajn	74.10	Specializované návrhářské činnosti
	Architektura	71.11	Architektonické činnosti
	Reklama	73.11	Činnosti reklamních agentur

\*zahrnuto nad rámec ESSnet-Culture

\*\*oblast definována ISCO kódy

Zdroj: MK SR (2019), přeloženo dle ČSÚ (2008)

## Příloha 3: Vybrané sestavy tabulek SÚK

Tabulka 3 Příjmy a výdaje kulturních institucí podle kulturních oblastí v roce 2020

OBLAST	Příjmy (výnosy) celkem	z toho: tržby za vlastní výkony	Výdaje (náklady) celkem	v tom			Rozdíl příjmů (výnosů) a výdajů (nákladů)
				spotřeba materiálu, energie, zboží a služeb	osobní náklady	Ostatní výdaje (náklady)	
Kulturní dědictví	22 899 287	8 886 455	23 198 537	6 838 548	9 784 072	6 575 917	-299 250
Scénické umění	12 978 630	2 357 478	13 010 144	4 093 694	7 113 828	1 802 622	-31 514
Výtvarné umění	10 925 135	9 986 134	9 093 824	5 796 034	1 417 193	1 880 597	1 831 311
Periodický a neperiodický tisk	40 307 467	35 309 902	35 379 127	17 191 222	6 750 793	11 437 112	4 928 340
Audiovizuální a interaktivní média	50 625 427	41 636 830	45 726 663	27 745 884	7 216 896	10 763 883	4 898 764
Architektura	28 672 520	26 905 763	24 747 260	16 466 478	4 795 545	3 485 237	3 925 260
Reklama	78 112 911	73 390 925	73 144 869	47 819 355	8 890 846	16 434 668	4 968 042
Umělecké vzdělávání	1 058 755	503 379	946 144	380 916	499 648	65 580	112 611
Správa a podpora kulturní činnosti	3 254 591	985 455	3 234 783	1 161 569	1 810 990	262 224	19 808
<b>CELKEM</b>	<b>248 834 723</b>	<b>199 962 321</b>	<b>228 481 351</b>	<b>127 493 700</b>	<b>48 279 811</b>	<b>52 707 840</b>	<b>20 353 372</b>

Tabulka 5 Makroekonomické ukazatele podle kulturních oblastí v roce 2020 (odhad)

OBLAST	Produkce organizací s převažující kulturní činností <sup>1)</sup>	Mezispotřeba organizací s převažující kulturní činností <sup>2)</sup>	Hrubá přidaná hodnota organizací s převažující kulturní činností	Podíl jednotlivých oblastí na celkové hrubé přidané hodnotě v %	Produkce kulturního zboží a služeb organizací s převažující nekulturní činností <sup>1)</sup>
Kulturní dědictví	19 027 370	6 903 505	12 123 866	10,0	.
Scénické umění	17 958 640	6 013 622	11 945 018	9,9	.
Výtvarné umění	11 036 804	6 591 709	4 445 095	3,7	.
Periodický a neperiodický tisk	30 187 619	16 226 199	13 961 420	11,5	.
Audiovizuální a interaktivní média	61 880 392	30 856 674	31 023 719	25,6	.
Architektura	27 202 517	14 926 558	12 275 959	10,1	.
Reklama	67 826 358	44 913 858	22 912 499	18,9	.
Umělecké vzdělávání	11 127 473	1 761 605	9 365 869	7,7	.
Správa a podpora kult. činnosti	4 688 059	1 541 688	3 146 370	2,6	.
<b>CELKEM</b>	<b>250 935 232</b>	<b>129 735 418</b>	<b>121 199 815</b>	<b>100,0</b>	<b>102 390 407</b>

<sup>1)</sup> základní ceny

<sup>2)</sup> kupní ceny

Tabulka 6 Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2020 (sl. 3–5 odhad)

SEKTOR	OBLAST	PŘÍJMY (VÝNOSY) CELKEM	VÝDAJE (NÁKLADY) CELKEM	HODNOTA PRODUKCE <sup>1)</sup>	MEZI-SPOTŘEBA <sup>1)</sup>	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA <sup>1)</sup>	POČET ZAM. (PŘEP.) v os.	VÝDAJE NA INVESTICE	EXPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB <sup>2)</sup>	IMPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB	POČET PŘÁV. A FYZIC. OSOB v os.	CZ-NACE	
KULTURNÍ SEKTOR	Kulturní dědictví	22 899 287	23 198 537	19 027 370	6 903 505	12 123 866	19 196	3 496 594	955 686	1 573 201	5 125	91.01, 02.03, část 72.20 a 47.78, 793)	
	Scénické umění	12 978 630	13 010 144	17 958 640	6 013 622	11 945 018	13 926	953 060	1 568 605	1 457 017	5 150	90.01, 02, 04	
	Výtvarné umění <sup>3)</sup>	5 855 651	4 702 894	6 534 511	3 694 727	2 839 784	1 633	262 882	679 058	614 601	7 039	74.20, 90.03	
	Umělecké vzdělávání	1 058 755	946 144	11 127 473	1 761 605	9 365 869	760	86 338	.	.	405	85.52	
	Umělecká řemesla	890 168	786 274	776 365	331 988	444 377	1 299	13 621	1 839 771	3 014 733	1 196	oddíl 14, 15, 16, 23, 25, 31, 32 (část)	
	<b>Sektor celkem</b>	<b>43 682 491</b>	<b>42 643 993</b>	<b>55 424 359</b>	<b>18 705 447</b>	<b>36 718 914</b>	<b>36 814</b>	<b>4 812 495</b>	<b>5 043 120</b>	<b>6 659 552</b>	<b>18 915</b>	-	
	KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film a video	16 326 357	15 654 239	20 535 178	11 745 825	8 789 353	1 288	1 243 576	22 263 116	12 748 596	2 666	59.11, 12, 13, 14, 77.22, 47.63 (část)
		Hudba	2 446 871	2 061 418	3 031 786	1 267 799	1 763 987	172	106 681	8 926 602	5 601 291	338	59.20, 47.63 (část) 3)
		Rozhlas	4 003 262	3 968 020	4 952 456	2 725 336	2 227 120	1 877	152 720	.	27 542	44	80.10
		Televize	24 185 934	21 733 026	29 920 544	14 202 664	15 717 880	4 167	2 322 891	56 985	3 128 111	126	60.20
Knihy a tisk		40 307 467	35 379 127	30 187 619	16 226 199	13 961 420	10 987	1 608 309	16 335 460	11 930 340	16 938	58, 10, 11, 13, 14, 83, 91, 74, 30, 47, 61, 62, 63)	
Videochy		3 663 003	2 309 960	3 440 429	915 050	2 525 379	794	641 835	.	.	883	58.21	
<b>Sektor celkem</b>	<b>90 932 894</b>	<b>81 105 790</b>	<b>92 068 012</b>	<b>47 082 873</b>	<b>44 985 139</b>	<b>19 285</b>	<b>6 076 012</b>	<b>47 582 163</b>	<b>33 435 880</b>	<b>20 995</b>	-		
USEKVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	28 672 520	24 747 260	27 202 517	14 926 558	12 275 959	7 236	1 079 791	134 013	69 723	23 354	71.11	
	Reklama	78 112 911	73 144 869	67 826 358	44 913 858	22 912 499	12 854	2 434 050	12 020 784	13 151 203	14 733	73.11	
	Design	4 179 316	3 604 656	3 725 928	2 564 994	1 160 934	865	193 116	191 609	211 672	3 473	74.10	
	<b>Sektor celkem</b>	<b>110 964 747</b>	<b>101 496 785</b>	<b>98 754 803</b>	<b>62 405 410</b>	<b>36 349 392</b>	<b>20 955</b>	<b>3 706 957</b>	<b>12 346 406</b>	<b>13 432 598</b>	<b>41 560</b>	-	
Správa a podpora kult. činnosti	3 254 591	3 234 783	4 688 059	1 541 688	3 146 370	2 922	31 841	0	0	4 063	84.11, 12 (část), 94.99.2		
<b>KULTURA CELKEM</b>	<b>248 834 723</b>	<b>228 481 351</b>	<b>250 935 233</b>	<b>129 735 418</b>	<b>121 199 815</b>	<b>79 976</b>	<b>14 627 305</b>	<b>64 971 689</b>	<b>53 528 030</b>	<b>85 533</b>	-		

<sup>1)</sup> odhad na základě vlastních propočtů z údajů národního účetnictví

<sup>2)</sup> za rozhlásovou vysílání (export) jsou k dispozici pouze individuální data, která nelze zveřejnit

<sup>3)</sup> údaje za maloobchod se vztahují jen ke sloupcům 1 až 7 a 10

<sup>4)</sup> bez designu a uměleckých řemesel

Zdroj: NIPOS, ČSÚ (2020), dostupné zde: [Satelitní účet kultury – STATISTIKA KULTURY České republiky](#)



## Příloha 4: Dotazník A

<b><u>Metodika národního mapování ekonomického a sociálního přínosu KKO</u></b> <b>Dotazník – verze A</b>
<p><b>Metodické pokyny pro použití dotazníku jsou uvedeny na str. 47-50.</b></p> <p><b>Typy odpovědí použitých v dotazníku</b> (u každé otázky je uveden typ odpovědi níže uvedenými zkratkami):</p> <p><b>JVO</b>_Jednoduchá výběrová odpověď: Respondent vybere jednu z nabízených odpovědí.</p> <p><b>VVO</b>_Více-výběrová odpověď: Respondent vybere více než jednu možnost z nabízených odpovědí. Pokud není uvedeno jinak, je možný výběr všech možností.</p> <p><b>ŠB</b>_Škála bodování: Respondent přiděluje body nebo body na základě určitých kritérií nebo vlastností. V dotazníku je použita škála 1-5, přičemž u každé otázky jsou uvedeny krajní charakteristiky.</p> <p><b>BO</b>_Binární odpověď: Respondent odpovídá "ano" nebo "ne" na jednoduchou otázku.</p> <p><b>MO</b>_Matematická odpověď: Respondent zadává číselnou odpověď (jedná se o matematické nebo kvantitativní hodnoty v absolutních či relativních (%) hodnotách. Pokud není uvedeno jinak, vyplňují se celá čísla.</p> <p><b>OO</b>_Otevřená odpověď: Respondent píše své odpovědi vlastními slovy.</p>
<p><b>1. OBECNÉ ÚDAJE (povinná část)</b></p> <p><i>Identifikace firem umožňuje kombinovat ukazatele z různých zdrojů dat, lokalizovat firmy a jejich pobočky do úrovně adresních bodů a vytvářet odvětvové či regionální agregáty zaměstnanosti, přidané hodnoty a dalších souhrnných ukazatelů za KKO. Podíl obratu spadajícího do KKO umožňuje identifikovat firmy, pro které kulturní a kreativní aktivity představují jádro ekonomických činností.</i></p>
1.1 (OO) Datum:
1.2 (OO) Název subjektu:
1.3 (OO) IČO subjektu:
1.4 (OO) Sídlo subjektu:
1.5 (OO) Sídlo pobočky či poboček:
1.6 (JVO) Označte oblast KKO, do které svojí činností spadáte: a. I. KNIHY A TISK b. II. HUDBA c. III. FILM A VIDEO d. IV. ROZHLAS A TELEVIZE e. V. HERNÍ VÝVOJÁŘSTVÍ f. VII. REKLAMA g. VII. DESIGN h. IX. EVENTOVÝ PRŮMYSL i. X. INTERNETOVÁ EKONOMIKA
1.7 (MO) Podíl (%) Vaší činnosti spadající do KKO:
1.8 (OO) Jméno respondenta:
1.9 (JVO) Funkce respondenta (v příp. vícero-možností, označte nejvyšší pozici): a. Majitel subjektu b. Statutární zástupce c. Vedoucí funkce d. Jiná, prosím upřesněte



1.10 (OO) NACE hlavní ekonomické činnosti <sup>4</sup> :
1.11 (OO) NACE vedlejší ekonomické činnosti <sup>5</sup> :
<p><b>2. EKONOMICKÉ ÚDAJE (nepovinná část)</b></p> <p>Tento oddíl je nepovinný. Agregované ekonomické ukazatele obdrží účastníci výzvy od MK v průběhu ledna-února 2024 a 2025.</p> <p>V případě zájmu o mapování doporučujeme sbírat v následující struktuře.</p> <p>Výsledky slouží pouze pro Vaše účely.</p> <p><i>Oddíl slouží k odlišení aktivních firem, které v daném roce vyvíjely ekonomickou činnost. V Registru ekonomických subjektů je řada subjektů, které existují pouze jako registrované právnické osoby, ale již nevyvíjejí, případně ani nikdy nevyvíjely skutečnou ekonomickou činnost. Kvantifikace ekonomického významu KKO na národní úrovni (podíl na HDP aj.) vyžaduje sběr firemních ekonomických ukazatelů z firemních Výkazů zisků a ztrát. Tržby z prodeje výrobků a služeb odrážejí velikost sektoru KKO, přičemž zahrnují pouze tržby z vlastní jádrové ekonomické činnosti. Doplnujícím ukazatelem je čistý obrat za účetní období, který zahrnuje též kapitálové příjmy, příjmy z výnosu akcií a další. Z hlediska kvantifikace dopadů KKO na trh práce je nezbytné rovněž sledovat celkový objem mezd. Pro výpočet podílu KKO na národních účtech je klíčovým ukazatelem přidaná hodnota.</i></p>
2.1 (BO) Byl Váš ekonomický subjekt (právníká/fyzická osoba, organizační složka státu) ve sledovaném období ekonomicky aktivní/vyvíjel činnost? (ANO, NE)
2.2 (MO) Průměrný evidenční počet pracovníků (ve fyzických osobách):
2.3 (MO) Tržby z prodeje výrobků a služeb (v tis. Kč):
2.4 (MO) Přidaná hodnota (v tis. Kč):
2.5 (MO) Mzdy – bez ostatních osobních nákladů (v tis. Kč):
2.6 (MO) Čistý obrat za účetní období (v tis. Kč):
<p><b>3. ORGANIZAČNÍ ÚDAJE</b></p> <p>Následující oddíl otázek cílí na současný stav subjektu.</p>
<p><b>3.1: Pracovníci (povinná část)</b></p> <p><i>Tento pododdíl pokrývá sběr dat umožňujících kvantifikovat význam KKO pro trh práce.</i></p>
<p>3.1.1 (MO) Uvedte prosím (výši úvazku zaokrouhlete na desetinné číslo):</p> <p>a. Průměrný roční počet pracovníků s pracovní smlouvou a celým pracovním úvazkem:</p> <p>b. Průměrný roční počet pracovníků s pracovní smlouvou a částečným pracovním úvazkem:</p> <p>c. Průměrný roční počet pracovníků bez pracovního poměru (na DPČ nebo DPP):</p> <p>d. Průměrný počet spolupracujících pracovníků pravidelně najímaných na subdodávky bez pracovněprávního vztahu (OSVČ):</p>
<p>3.1.2 (MO) S kolika pracovníky spolupracuje Váš subjekt více než pět let? (výši úvazku zaokrouhlete na desetinné číslo)</p> <p>a. Pracovníci s pracovní smlouvou v celém pracovním úvazku:</p> <p>b. Pracovníci s pracovní smlouvou v částečném pracovním úvazku:</p> <p>c. Pracovníci bez pracovní smlouvy (DPČ, DPP)</p> <p>d. Spolupracující pracovníci (OSVČ):</p>

<sup>4</sup> Tazatel může využít pro lepší identifikaci NACE respondentem přehled NACE dostupný: [https://www.info.mfcr.cz/ares/nace/ares\\_nace.html.cz](https://www.info.mfcr.cz/ares/nace/ares_nace.html.cz)

<sup>5</sup> Tazatel může využít pro lepší identifikaci NACE respondentem přehled NACE dostupný: [https://www.info.mfcr.cz/ares/nace/ares\\_nace.html.cz](https://www.info.mfcr.cz/ares/nace/ares_nace.html.cz)

3.1.3 (MO) Jaká je struktura vzdělání Vašich zaměstnanců?  
Uvedte prosím podíl v %, přičemž celkový součet bude 100 %.

- a. Vysokoškolské: %
- b. Střední s maturitou: %
- c. Střední bez maturity: %
- d. Základní a bez vzdělání: %

### 3.2: Dodavatelsko-odběratelské vazby (povinná část)

*Pododdíl je zásadní pro doplnění kvantifikace socioekonomického významu KKO. Kromě přímých pozitivních dopadů KKO na lokální a regionální rozvoj (pracovní místa, mzdy, zvýšení prestiže a atraktivity lokality pro bydlení a podnikání) jsou zcela klíčové nepřímé dopady: stimulace inovační aktivity, zvýšení konkurenceschopnosti produktů a služeb ze strany KKO.*

3.2.1 (MO) Jaký podíl výkonové spotřeby (tedy celkových nákladů na pořízení služeb, případně výrobků, materiálů a energií) Vašeho subjektu připadá na dodavatele z úrovně (Uvedte prosím v %, přičemž celkový součet bude 100 %):

- a. lokální (správní obvod obcí s rozšířenou působností): %
- b. regionální (kraje-NUTS3): %
- c. národní (Česko): %
- d. nadnárodní (EU, svět): %

3.2.2 (MO) Jaký podíl tržeb z prodeje Vašich služeb/produktů připadá na zákazníky na úrovni (Uvedte prosím v %, přičemž celkový součet bude 100 %):

- a. lokální (správní obvod obcí s rozšířenou působností): %
- b. regionální (kraje-NUTS3): %
- c. národní (Česko): %
- d. nadnárodní (EU, svět): %

3.2.3 (VVO) Kdo jsou Vaši nejdůležitější zákazníci? (vyberte max. 3 odpovědi)

- a. koncoví spotřebitelé-domácnosti
- b. veřejná správa (např. obecní úřad, magistrát, státní školy, nemocnice aj.)
- c. centrála/pobočky mateřské firmy, jejíž je Vaše firma součástí
- d. firmy působící ve stejném/příbuzném oboru jako Váš subjekt
- e. firmy působící v jiném oboru než Váš subjekt
- f. (OO) Jiné, uveďte:

### 3.3: Konkurence (povinná část)

*Oddíl mapuje intenzitu lokální a regionální konkurence jako jeden z klíčových předpokladů pro rozvoj odvětvových klastrů.*

3.3.1 (JVO) Kde se nacházejí Vaši největší konkurenti? Na úrovni:

- a. lokální (správní obvod obcí s rozšířenou působností)
- b. regionální (kraje-NUTS3)
- c. národní (Česko)
- d. nadnárodní v EU
- e. nadnárodní mimo EU

## 4. IDENTIFIKACE POTŘEB SUBJEKTŮ KKO

*Následující oddíl se zaměřuje na současné (nenaplněné) potřeby a budoucí výzvy.*

### 4.1: Trh práce (povinná část)

*Pododdíl mapuje potřeby firem v KKO ohledně počtu a kvalifikační struktury pracovníků s cílem poskytnout informace pro efektivnější zacílení intervencí do rozvoje trhu práce a sektoru vzdělávání.*

4.1.1 (BO) Pociťujete v současné době nedostatek pracovníků se středoškolským vzděláním?
4.1.2 (MO) Pokud ano, uveďte počet chybějících pracovníků pomocí výše úvazků:
4.1.3 (BO) Pociťujete v současné době nedostatek pracovníků s vysokoškolským vzděláním?
4.1.4 (MO) Pokud ano, uveďte počet chybějících pracovníků pomocí výše úvazků:
4.1.5 (MO) Kolik středoškolských pracovníků Vám bude chybět v příštích 5 letech?
4.1.6 (MO) Kolik vysokoškolských pracovníků Vám bude chybět v příštích 5 letech?
4.1.7 (ŠB) Vyjádřete důležitost chybějících kompetencí u současných absolventů <sup>6</sup> (1 - nedůležité, 5 - velmi důležité) <ul style="list-style-type: none"> <li>a. schopnost aplikovat znalosti současného vývoje výrazových prostředků a technik oboru/oblasti KKO:</li> <li>b. porozumění vztahu mezi historickými a teoretickými znalostmi na jedné straně a praxí oboru na straně druhé:</li> <li>c. schopnost prakticky využít znalosti/dovednosti z jiných oborů KKO:</li> <li>d. schopnost zformovat a přesvědčivě realizovat vlastní umělecký záměr:</li> <li>e. schopnost vyhledávat, kriticky zpracovávat a předávat informace v mateřském i cizím (nejčastěji anglickém) jazyce:</li> <li>f. schopnost samostatného řešení problémů:</li> <li>g. schopnost konstruktivní spolupráce a efektivní komunikace:</li> </ul>
4.1.8 (ŠB) Vyjádřete důležitost následujících kompetencí u Vašich budoucích pracovníků (1 - nedůležité, 5 - velmi důležité) <ul style="list-style-type: none"> <li>a. schopnost aplikovat znalosti současného vývoje výrazových prostředků a technik oboru/oblasti KKO:</li> <li>b. porozumění vztahu mezi historickými a teoretickými znalostmi na jedné straně a praxí oboru na straně druhé:</li> <li>c. schopnost prakticky využít znalosti/dovednosti z jiných oborů KKO:</li> <li>d. schopnost zformovat a přesvědčivě realizovat vlastní umělecký záměr:</li> <li>e. schopnost vyhledávat, kriticky zpracovávat a předávat informace v mateřském i cizím (nejčastěji anglickém) jazyce:</li> <li>f. schopnost samostatného řešení problémů:</li> <li>g. schopnost konstruktivní spolupráce a efektivní komunikace:</li> </ul>
4.1.9 (VVO) Jaké další kompetence u budoucích absolventů považujete vzhledem k vývoji ve Vašem oboru činnosti za důležité? <ul style="list-style-type: none"> <li>a. kreativita</li> <li>b. umělecké kreativní zpracování/umělecké know-how</li> <li>c. organizační a manažerské dovednosti</li> <li>d. kvalita technického zpracování/provedení (např. technika grafického zpracování aj.)</li> <li>e. individuální přístup (zpracování) ke klientovi</li> <li>f. (OO) jiné, uveďte</li> </ul>
4.1.10 (VVO) Prosím označte, z jakých organizací se rekrutují Vaši zaměstnanci/pracovníci.
4.1.11 (ŠB) ohodnoťte jejich relativní důležitost od 1 (nedůležité) až do 5 (velmi důležité). <ul style="list-style-type: none"> <li>a. střední školy:</li> <li>b. vysoké školy:</li> <li>c. firmy (stejně odvětví):</li> <li>d. firmy (jiná odvětví):</li> </ul>

<sup>6</sup> Absolvent bez výraznější praxe v oboru a do jednoho roku od absolvování školy

#### **4.2: Konkurenceschopnost (nepovinná část)**

*Pododdíl mapuje zdroje konkurenceschopnosti, rozlišuje specifika jednotlivých oborů KKO s cílem identifikovat jejich potřeby a zacílit politické nástroje a intervence na národní, regionální a lokální úrovni.*

4.2.1 (VVO) Označte hlavní zdroje Vaší konkurenceschopnosti?

4.4.2 (ŠB) Doplňte prosím jejich relativní důležitost od 1 (nedůležité) až 5 (velmi důležité)

- a. odborné know-how:
- b. znalost trhu:
- c. flexibilita produkce, schopnost individualizace služby/produktu:
- d. flexibilita řízení, rychlost reakce na měnící se poptávku:
- e. unikátnost služby/produktu, specializace na mezery na trhu:
- f. nízká cena vstupů (mzdy aj.):
- g. produktivita výroby, procesní/organizační inovace snižující cenu služby:
- h. design, nové technické konstrukce/řešení služby:
- i. marketing, značka:
- j. dlouhodobá vazba na jednoho klíčového zákazníka:
- k. (OO) jiné, doplňte:

#### **4.3: Znalost trhu (povinná část)**

*Tento pododdíl se zabývá problematikou výměny poznatků o trhu, např. znalostí týkajících se nových trendů na trhu a aktuálního vývoje nabídky a poptávky, které podporují udržení konkurenceschopnosti a relevance činnosti subjektu.*

4.3.1 (ŠB) Můžete prosím vyjádřit důležitost následujících zdrojů informací pro získávání znalostí o oboru a trhu? (1 nedůležité, 5 velmi důležité)

- a. veletrhy a výstavy
- b. prakticky zaměřené oborové časopisy
- c. průzkumy trhu
- d. akademické časopisy
- e. sociální sítě
- f. networkingová setkání oborových asociací/odborná fóra, festivaly a jiné eventy
- g. (OO) jiné zdroje znalostí o trhu, uveďte:

#### **4.4: Tvorba inovací (povinná část)**

*Pododdíl identifikuje subjekty s aktivní inovační činností, mapuje typy inovací a bariéry inovačního procesu. Cílem je poskytnout detailnější vhled do tvorby znalostí, produktů a služeb v oboru KKO a nastavit přesněji politické nástroje na podporu inovační aktivity.*

4.4.1 (BO) Uskutečnili jste v posledních třech letech tyto změny? (ANO/NE)

- a. Zavedli jste nové nebo výrazně zlepšené služby na český trh?
- b. Byly již analogické služby dostupné na trhu, nebo se jednalo o první službu tohoto typu?
- c. Zavedli jste novou nebo významně zlepšenou organizační strukturu?
- d. Zlepšili jste výrazně tržní/marketingovou koncepci?
- e. (OO) Jiné, doplňte:

4.4.2 (VVO) Kdo jsou Vaši hlavní partneři při tvorbě inovací?

4.4.3 (ŠB) Prosím ohodnoťte jejich relativní důležitost (1 nedůležitý, 5 velmi důležitý) a označte úroveň jejich působení.

Partneři:	Geografická úroveň:			
	kraj	Česko	Evropa	Svět
Zákazníci				
Dodavatelé				
Další výrobní jednotky v rámci firmy				
Konkurence (či firmy v rámci jednoho sektoru)				
Konzultantské firmy				
Vlastní výzkum a vývoj				
Vysoké školy				
Jiné výzkumné instituce				
Instituce (Komora, Svaz atd.)				
Média (internet, časopisy)				
Veletrhy, výstavy, konference, workshopy				
Jiné				

4.4.4 (VVO) Jaké jsou Vaše hlavní bariéry v tvorbě inovací?

4.4.5 (SB) Prosím ohodnoťte jejich relativní důležitost (1 nedůležitý, 5 velmi důležitý)

- Nedostatek finančních prostředků/vysoké náklady na inovace:
- Nedostatek odborného know-how:
- Nedostatek informací (o trzích, zdrojích financování atd.):
- Nejistota ohledně poptávky po inovativních službách subjektu:
- Chybějící poptávka po inovativních službách subjektu:
- (OO) jiné, uveďte:

#### 4.5: Podpůrné politiky a programy (povinná část)

*Cílem pododdílu je získat zpětnou vazbu ohledně participace a potenciálních přínosech realizovaných politik na rozvoj subjektů KKO.*

4.5.1 (VVO) Označte, jaké typy podpory jste využili v posledních 3 letech.

4.5.2 (ŠB) Ohodnoťte na škále 0-5 míru přínosnosti dané podpory pro Váš subjekt (0 - nevyužili jsme, 1 - nejméně přínosná, 5 - nejvíce přínosná).

- podpora přístupu ke znalostem o trhu
- podpora sdílení znalostí se zákazníky
- podpora sdílení znalostí s dodavateli
- podpora sdílení znalostí s univerzitami
- podpora společného využívání kulturní infrastruktury
- podpora rozvoje lidských zdrojů (vzdělávání, školení)
- finanční podpora
- (OO) jiné, uveďte:

4.5.3 (VVO) Uveďte nejčastější důvod pro nezískání podpory z veřejných zdrojů.

- Projekt byl zamítnut.
- Nepodání projektu z důvodu nedostatku informací o možnostech čerpání podpory.
- Nepodání projektu z důvodu složitosti a náročnosti (časové, finanční, administrativní) zpracování žádosti.
- Nepodání projektu z důvodu nevyhovujícího zacílení programu.
- (OO) jiné, uveďte:

4.5.4 (VVO) Uvedte prosím, jakou formu programů/nástrojů podporujících Vaši činnost byste využili.

4.5.5 (ŠB) K výběru přiřadte míru potřebnosti (1 nejméně potřebné, 5 velmi potřebné)

- a. přístup ke znalostem o trhu
- b. přístup ke znalostem z oboru
- c. sdílení znalostí se zákazníky
- d. sdílení znalostí s dodavateli
- e. sdílení znalostí s konkurenty
- f. sdílení znalostí s univerzitami
- g. společné využívání kulturní infrastruktury
- h. rozvoj lidských zdrojů (vzdělávání, školení)
- i. znalostní management
- j. finanční podpora
- k. (OO) jiné, uveďte:

#### 4.6: Výzvy a trendy (povinná část)

*Pododdíl identifikuje trendy v oblasti KKO, které ovlivňují či budou ovlivňovat fungování a rozvoj jednotlivých subjektů, a také to, jakým způsobem na ně aktéři nahlíží.*

4.6.1 (ŠB) Uvedte prosím význam níže uvedených trendů na škále (1 nejméně významné, 5 velmi významné) pro činnost Vašeho subjektu.

4.6.2 (OO) zdůvodněte (200-1000 znaků):

a. Digitalizace: umělá inteligence, rozšířená realita, gamefikace<sup>7</sup> :

b. Udržitelnost: recyklace, dekarbonizace<sup>8</sup>

c. Rovnost příležitostí na trhu práce<sup>9</sup>

d. Korporátní společenská zodpovědnost<sup>10</sup>

<sup>7</sup> **Umělá inteligence (AI)** je technologie, která umožňuje vytvoření počítačových systémů schopných provádět úkoly, které vyžadují lidskou inteligenci. Tyto systémy jsou navrženy tak, aby se učily a získávaly znalosti z velkého množství dat a poté je používaly k rozpoznávání vzorců, předpovídání událostí a rozhodování v různých oblastech. **Rozšířená realita (AR)** je technologie, která spojuje digitální prvky s fyzickým světem, což umožňuje uživatelům vnímat a interagovat s digitálními objekty ve skutečném prostředí. S pomocí speciálních zařízení, jako jsou například chytré telefony nebo brýle, mohou lidé vidět virtuální prvky, které jsou do jejich okolí vloženy. **Gamefikace** je použití herních prvků a technik v nehracích kontextech s cílem motivovat, angažovat a zlepšit uživatelskou interakci a zážitek. Gamefikace je využívána s cílem zvýšit zapojení uživatelů a dosáhnout požadovaných výsledků. rozpoznávání vzorců, předpovídání událostí a rozhodování v různých oblastech.

<sup>8</sup> **Udržitelnost** je koncept, který se zaměřuje na uspokojování současných potřeb, aniž by byla ohrožena schopnost budoucích generací uspokojovat své vlastní potřeby. V kontextu udržitelnosti se dvě důležité oblasti týkají recyklace a dekarbonizace. **Recyklace** je proces, který se zabývá sběrem, tříděním a zpracováním odpadu tak, aby se z něj získaly suroviny, které mohou být znovu použity ve výrobě nových produktů. **Dekarbonizace** se zaměřuje na snižování nebo odstraňování uhlíkových emisí způsobených lidskou činností, jako je spalování fosilních paliv. Tato opatření zahrnují přechod na čistší zdroje energie, jako jsou obnovitelné zdroje (solární, větrná, vodní energie), zlepšování energetické účinnosti, podpora elektromobility a rozvoj technologií s nízkými nebo žádnými emisemi CO<sub>2</sub>.

<sup>9</sup> **Rovnost příležitostí** na trhu práce je koncept, který se zavazuje zajistit rovnocenné podmínky v oblastech jako nábor zaměstnanců, přijímací řízení, platové ohodnocení, postupování v kariéře a další pracovní výhody každému jedinci bez ohledu na rasu, pohlaví, etnický původ, sexuální orientaci, náboženské vyznání, věk nebo jiné chráněné charakteristiky.

<sup>10</sup> **Korporátní společenská zodpovědnost (CSR)** je koncept, který se týká dobrovolného přijímání odpovědnosti firmami za dopad svých činností na společnost a životní prostředí. CSR zahrnuje zavedení a provádění politik, postupů a aktivit, které jsou zaměřeny na dosahování udržitelných a sociálně odpovědných výsledků. Firmy uplatňují korporátní společenskou zodpovědnost prostřednictvím různých opatření a iniciativ. To může zahrnovat ochranu životního prostředí, například snižování emisí

- e. Flexibilizace a prekarizace trhu práce<sup>11</sup>
- f. Požadavky na life-work balance zaměstnanců<sup>12</sup>
- g. jiné, uveďte:

4.6.3 (ŠB) Jakým způsobem budou tyto trendy ovlivňovat Vaši činnost?  
(1 - hrozba, 5 - příležitost).

4.6.4 (OO) zdůvodněte (200-1000 znaků):

- a. Digitalizace: umělá inteligence, rozšířená realita, gamefikace :
- b. Udržitelnost: recyklace, dekarbonizace
- c. Korporátní společenská zodpovědnost
- d. Požadavky na life-work balance zaměstnanců
- e. jiné, uveďte:

Zdroj: vlastní zpracování

---

skleníkových plynů, efektivní využívání zdrojů nebo podpora obnovitelných energií. Cílem CSR je dosáhnout vyváženého a udržitelného rozvoje, kde firmy plní své obchodní cíle a současně přispívají ke společenskému a environmentálnímu prospěchu

<sup>11</sup> **Flexibilizace a prekarizace** trhu práce jsou dva související pojmy, které popisují trendy a změny v zaměstnání a pracovních podmínkách. Flexibilizace trhu práce se zaměřuje na zvýšení flexibility v organizaci práce a zaměstnávání. To zahrnuje např. použití flexibilních pracovních smluv, jako jsou dohody o práci na částečný úvazek, práce na volné noze, sezónní zaměstnání a práce na zkrácený pracovní úvazek. Flexibilizace také může zahrnovat přizpůsobitelné pracovní doby, práci na dálku a možnost přesunu mezi různými pracovními pozicemi. Prekarizace trhu práce se naopak týká zvýšené nejistoty a nestability zaměstnání. To se projevuje v přechodě od trvalých zaměstnání s plným úvazkem k nejistým a příležitostným pracovním místům, jako jsou dohody na dobu určitou, brigády, kontrakty a práce na volné noze. **Prekarizace** také často znamená omezený přístup k sociálním výhodám a ochraně pracovních práv, což ztěžuje zaměstnancům plánování a stabilitu jejich životů.

<sup>12</sup> **Požadavky na rovnováhu mezi prací a životem zaměstnanců** (life-work balance) se týkají snahy o vyvážení pracovních povinností s osobními a rodinnými závazky a potřebami. Zaměstnanci mají různé požadavky a očekávání, které pomáhají vytvářet zdravé a udržitelné pracovní prostředí.

## Příloha 5: Dotazník B

<u>Metodika národního mapování ekonomického a sociálního přínosu KKO</u>	
Dotazník – verze B	
<b>Metodické pokyny pro použití dotazníku jsou uvedeny na str. 47-50, 52-54.</b>	
<b>Typy odpovědí použitých v dotazníku</b> (u každé otázky je uveden typ odpovědi níže uvedenými zkratkami):	
<b>JVO</b> _Jednoduchá výběrová odpověď: Respondent vybere jednu z nabízených odpovědí.	
<b>VVO</b> _Více-výběrová odpověď: Respondent vybere více než jednu možnost z nabízených odpovědí. Pokud není uvedeno jinak, je možný výběr všech možností.	
<b>ŠB</b> _Škála bodování: Respondent přiděluje body nebo body na základě určitých kritérií nebo vlastností. V dotazníku je použita škála 1-5, přičemž u každé otázky jsou uvedeny krajní charakteristiky.	
<b>BO</b> _Binární odpověď: Respondent odpovídá "ano" nebo "ne" na jednoduchou otázku.	
<b>MO</b> _Matematická odpověď: Respondent zadává číselnou odpověď (jedná se o matematické nebo kvantitativní hodnoty v absolutních či relativních (%) hodnotách. Pokud není uvedeno jinak, vyplňují se celá čísla.	
<b>OO</b> _Otevřená odpověď: Respondent píše své odpovědi vlastními slovy.	
<b>1. OBECNÉ ÚDAJE (povinná část)</b>	
<i>Identifikace firem umožňuje kombinovat ukazatele z různých zdrojů dat, lokalizovat firmy a jejich pobočky do úrovně adresních bodů a vytvářet odvětvové či regionální agregáty zaměstnanosti, přidané hodnoty a dalších souhrnných ukazatelů za KKO. Podíl obratu spadajícího do KKO umožňuje identifikovat firmy, pro které kulturní a kreativní aktivity představují jádro ekonomických činností.</i>	
1.1 (OO) Datum:	
1.2 (OO) Název subjektu:	
1.3 (OO) IČO subjektu:	
1.4 (OO) Sídlo subjektu:	
1.5 (OO) Sídlo pobočky či poboček:	
1.6 Označte oblast KKO, do které svojí činností spadáte: <b>VIII. ARCHITEKTURA</b>	
1.7 (MO) Podíl (%) Vaší činnosti spadající do KKO:	
1.8 (OO) Jméno respondenta:	
1.9 (JVO) Funkce respondenta:	
a. Majitel subjektu	
b. Statutární zástupce	
c. Vedoucí funkce	
d. Jiná, prosím upřesněte:	
1.10 (OO) NACE hlavní ekonomické činnosti: <b>71.11</b>	
1.11 (OO) NACE vedlejší ekonomické činnosti <sup>13</sup> :	

<sup>13</sup> Tazatel může využít pro lepší identifikaci NACE respondentem přehled NACE dostupný: [https://www.info.mfcr.cz/ares/nace/ares\\_nace.html.cz](https://www.info.mfcr.cz/ares/nace/ares_nace.html.cz)



## 2. EKONOMICKÉ ÚDAJE (nepovinná část)

Tento oddíl je nepovinný. Agregované ekonomické ukazatele obdrží účastníci výzvy od MK v průběhu ledna-února 2024/3 a 2025.

V případě zájmu o mapování doporučujeme sbírat v následující struktuře.

Výsledky slouží pouze pro Vaše účely.

*Oddíl slouží k odlišení aktivních firem, které v daném roce vyvíjely ekonomickou činnost. V Registru ekonomických subjektů je řada subjektů, které existují pouze jako registrované právnické osoby, ale již nevyvíjejí, případně ani nikdy nevyvíjely skutečnou ekonomickou činnost. Kvantifikace ekonomického významu KKO na národní úrovni (podíl na HDP aj.) vyžaduje sběr firemních ekonomických ukazatelů z firemních Výkazů zisků a ztrát. Tržby z prodeje výrobků a služeb odrážejí velikost sektoru KKO, přičemž zahrnují pouze tržby z vlastní jádrové ekonomické činnosti. Doplnujícím ukazatelem je čistý obrat za účetní období, který zahrnuje též kapitálové příjmy, příjmy z výnosu akcií a další. Z hlediska kvantifikace dopadů KKO na trh práce je nezbytné rovněž sledovat celkový objem mezd. Pro výpočet podílu KKO na národních účtech je klíčovým ukazatelem přidaná hodnota.*

2.1 (BO) Byl Váš ekonomický subjekt (právníká/fyzická osoba, organizační složka státu) ve sledovaném období ekonomicky aktivní/vyvíjel činnost? (ANO, NE)

2.2 (MO) Průměrný evidenční počet pracovníků (ve fyzických osobách):

2.3 (MO) Tržby z prodeje výrobků a služeb (v tis. Kč):

2.4 (MO) Přidaná hodnota (v tis. Kč):

2.5 (MO) Mzdy – bez ostatních osobních nákladů (v tis. Kč):

2.6 (MO) Čistý obrat za účetní období (v tis. Kč):

## 3. ORGANIZAČNÍ ÚDAJE

Následující oddíl otázek cílí na současný stav subjektu.

### 3.1: Pracovníci (povinná část)

*Tento pododdíl pokrývá sběr dat umožňujících kvantifikovat význam KKO pro trh práce.*

3.1.1 (MO) Uvedte prosím (zaokrouhlete na desetinná místa):

- Průměrný roční počet pracovníků s pracovní smlouvou a celým pracovním úvazkem:
- Průměrný roční počet pracovníků s pracovní smlouvou a částečným pracovním úvazkem:
- Průměrný roční počet pracovníků bez pracovního poměru (na DPČ nebo DPP):
- Průměrný počet spolupracujících pracovníků pravidelně najímaných na subdodávky bez pracovněprávního vztahu (OSVČ):

3.1.2 (MO) S kolika pracovníky spolupracuje Váš subjekt více než pět let? (výši úvazku zaokrouhlete na desetinné číslo)

- Pracovníci s pracovní smlouvou v celém pracovním úvazku:
- Pracovníci s pracovní smlouvou v částečném pracovním úvazku:
- Pracovníci bez pracovní smlouvy (DPČ, DPP)
- Spolupracující pracovníci (OSVČ):

3.1.3 (MO) Jaká je struktura vzdělání Vašich zaměstnanců?

Uvedte prosím podíl v %, přičemž celkový součet bude 100 %.

- Vysokoškolské: %
- Střední s maturitou: %
- Střední bez maturity: %
- Základní a bez vzdělání: %

### 3.2: Dodavatelsko-odběratelské vazby (povinná část)

*Pododdíl je zásadní pro doplnění kvantifikace socioekonomického významu KKO. Kromě přímých pozitivních dopadů KKO na lokální a regionální rozvoj (pracovní místa, mzdy, zvýšení prestiže a atraktivitu lokality pro bydlení a podnikání) jsou zcela klíčové nepřímé dopady: stimulace inovační aktivity, zvýšení konkurenceschopnosti produktů a služeb ze strany KKO.*

3.2.1 (MO) Jaký podíl výkonové spotřeby (tedy celkových nákladů na pořízení služeb, případně výrobků, materiálů a energií) Vašeho subjektu připadá na dodavatele z úrovně (Uveďte prosím v %, přičemž celkový součet bude 100 %):

- lokální (správní obvod obcí s rozšířenou působností): %
- regionální (kraje-NUTS3): %
- národní (Česko): %
- nadnárodní (EU, svět): %

3.2.2 (MO) Jaký podíl tržeb z prodeje Vašich služeb/produktů připadá na zákazníky na úrovni (Uveďte prosím v %, přičemž celkový součet bude 100 %):

- lokální (správní obvod obcí s rozšířenou působností): %
- regionální (kraje-NUTS3): %
- národní (Česko): %
- nadnárodní (EU, svět): %

3.2.3 (VVO) Kdo jsou Vaši nejdůležitější zákazníci?

- koncoví spotřebitelé-domácnosti
- veřejná správa (např. obecní úřad, magistrát, státní školy, nemocnice aj.)
- centrála/pobočky mateřské firmy, jejíž je Vaše firma součástí
- firmy působící ve stejném/příbuzném oboru jako Váš subjekt
- firmy působící v jiném oboru než Váš subjekt
- (OO) jiné, uveďte:

### 3.3: Konkurence (povinná část)

*Pododdíl mapuje intenzitu lokální a regionální konkurence jako jeden z klíčových předpokladů pro rozvoj odvětvových klastrů.*

3.3.1 (JVO) Kde se nacházejí Vaši největší konkurenti? Na úrovni:

- lokální (správní obvod obcí s rozšířenou působností)
- regionální (kraje-NUTS3)
- národní (Česko)
- nadnárodní v EU
- nadnárodní mimo EU

## 4. IDENTIFIKACE POTŘEB SUBJEKTŮ KKO

*Následující oddíl se zaměřuje na současné (nenaplněné) potřeby a budoucí výzvy.*

### 4.1: Trh práce (povinná část)

*Pododdíl mapuje potřeby firem v KKO ohledně počtu a kvalifikační struktury pracovníků s cílem poskytnout informace pro efektivnější zacílení intervencí do rozvoje trhu práce a sektoru vzdělávání.*

4.1.1 (BO) Pociťujete v současné době nedostatek pracovníků se středoškolským vzděláním?

4.1.2 (MO) Pokud ano, uveďte počet chybějících pracovníků pomocí výše úvazků.

4.1.3 (BO) Pociťujete v současné době nedostatek pracovníků s vysokoškolským vzděláním?

4.1.4 (MO) Pokud ano, uveďte počet chybějících pracovníků pomocí výše úvazků.

4.1.5 (MO) Kolik středoškolských pracovníků Vám bude chybět v příštích 5 letech?
4.1.6 (MO) Kolik vysokoškolských pracovníků Vám bude chybět v příštích 5 letech?
4.1.7 (ŠB) Vyjádřete důležitost chybějících kompetencí u současných absolventů <sup>14</sup> (1 - nedůležité, 5 - velmi důležité) <ul style="list-style-type: none"> <li>a. porozumění vztahu mezi teoretickými znalostmi na jedné straně a praxí oboru na straně druhé</li> <li>b. schopnost prakticky využít znalosti z oboru činnosti v ostatních oborech KKO či technických oborech</li> <li>c. schopnost aplikovat techniky oboru (computer skills) v praxi a přehled o současných tendencích v oboru</li> <li>d. schopnost zformovat přesvědčivě realizovat vlastní umělecký záměr</li> <li>e. schopnost vyhledávat, kriticky zpracovávat a předávat informace v mateřském i cizím (nejčastěji anglickém) jazyce</li> <li>f. schopnost samostatného řešení problémů v projektech</li> <li>g. schopnost konstruktivní spolupráce a efektivní komunikace v projektovém týmu a s klienty</li> <li>h. technické dovednosti pro rutinní práci konstruktérského typu (DSP, DPS)</li> </ul>
4.1.8 (ŠB) Vyjádřete důležitost následujících kompetencí u Vašich budoucích pracovníků (1 - nedůležité, 5 - velmi důležité) <ul style="list-style-type: none"> <li>a. porozumění vztahu mezi teoretickými znalostmi na jedné straně a praxí oboru na straně druhé</li> <li>b. schopnost prakticky využít znalosti z oboru činnosti v ostatních oborech KKO či technických oborech</li> <li>c. schopnost aplikovat techniky oboru (computer skills) v praxi a přehled o současných tendencích v oboru</li> <li>d. schopnost zformovat přesvědčivě realizovat vlastní umělecký záměr</li> <li>e. schopnost vyhledávat, kriticky zpracovávat a předávat informace v mateřském i cizím (nejčastěji anglickém) jazyce</li> <li>f. schopnost samostatného řešení problémů v projektech</li> <li>g. schopnost konstruktivní spolupráce a efektivní komunikace v projektovém týmu a s klienty</li> <li>h. technické dovednosti pro rutinní práci konstruktérského typu (DSP, DPS)</li> </ul>
4.1.9 (VVO) Jaké další kompetence u budoucích absolventů považujete vzhledem k vývoji ve Vašem oboru činnosti za důležité? <ul style="list-style-type: none"> <li>a. kreativita (samostatnost při navrhování různých typů zakázek)</li> <li>b. umělecké zpracování/umělecké know-how</li> <li>c. flexibilita</li> <li>d. kvalita zpracování</li> <li>e. znalost pokročilých computer skills</li> <li>f. individuální přístup (zpracování) ke klientovi</li> <li>g. (OO) jiné, uveďte:</li> </ul>
4.1.10 (VVO) Prosím označte, z jakých organizací se rekrutují Vaši zaměstnanci/ pracovníci a ohodnoťte jejich relativní důležitost od 1 (nedůležité) až do 5 (velmi důležité). <ul style="list-style-type: none"> <li>a. střední školy</li> <li>b. vysoké školy</li> <li>c. firmy (stejně odvětví)</li> <li>d. firmy (jiná odvětví)</li> </ul>

<sup>14</sup> Absolvent bez výraznější praxe v oboru a do jednoho roku od absolvování školy

#### **4.2: Konkurenceschopnost (nepovinná část)**

*Pododdíl mapuje zdroje konkurenceschopnosti, rozlišuje specifika jednotlivých oborů KKO s cílem identifikovat jejich potřeby a zacílit politické nástroje a intervence na národní, regionální a lokální úrovni.*

4.2.1 (VVO) Označte hlavní zdroje Vaší konkurenceschopnosti?

4.2.2 (ŠB) Doplňte prosím jejich relativní důležitost od 1 (nedůležité) až 5 (velmi důležité)

- a. odborné know-how
- b. znalost trhu
- c. flexibilita produkce, schopnost individualizace služby/produktu
- d. flexibilita řízení, rychlost reakce na měnící se poptávku
- e. unikátnost služby/produktu, specializace na mezery na trhu
- f. nízká cena vstupů (mzdy aj.)
- g. produktivita výroby, procesní/organizační inovace snižující cenu služby
- h. design, nové technické konstrukce/řešení služby
- i. marketing, značka
- j. dlouhodobá vazba na jednoho klíčového zákazníka
- k. (OO) jiné, uveďte:

#### **4.3: Znalost trhu (povinná část)**

*Tento pododdíl se zabývá problematikou výměny poznatků o trhu, např. znalostí týkajících se nových trendů na trhu a aktuálního vývoje nabídky a poptávky, které podporují udržení konkurenceschopnosti a relevance činnosti subjektu.*

4.3.1 (ŠB) Můžete prosím vyjádřit důležitost následujících zdrojů informací pro získávání znalostí o oboru a trhu? (1 nedůležité, 5 velmi důležité)

- a. veletrhy a výstavy
- b. prakticky zaměřené oborové časopisy
- c. průzkumy trhu
- d. akademické časopisy
- e. sociální sítě
- f. networkingová setkání oborových asociací/odborná fóra, festivaly a jiné eventy
- g. (OO) jiné zdroje znalostí o trhu, uveďte:

#### **4.4: Tvorba inovací (povinná část)**

*Pododdíl identifikuje subjekty s aktivní inovační činností, mapuje typy inovací a bariéry inovačního procesu. Cílem je poskytnout detailnější vhled do tvorby znalostí, produktů a služeb v oboru KKO a nastavit přesněji politické nástroje na podporu inovační aktivity.*

4.4.1 (BO) Uskutečnili jste v posledních třech letech tyto změny? (ANO/NE)

- a. Zavedli jste nové nebo výrazně zlepšené služby pro klienty na trh?
- b. Byly již analogické služby dostupné na trhu nebo se jednalo o první službu tohoto typu? Byla v místě nabídka služeb architekta?
- c. Změnili jste složení týmu v reakci na poptávku typu architektonických služeb? R
- d. Uspěli jste v architektonické soutěži, která přinesla zakázku?

4.4.2 (VVO) Kdo jsou Vaši hlavní partneři při tvorbě inovací?

4.4.3 (ŠB) Prosím ohodnoťte jejich relativní důležitost (1 nedůležití, 5 velmi důležití) a označte úroveň jejich působení.

Partneři:	Geografická úroveň:			
	kraj	Česko	Evropa	Svět
Zákazníci				
Dodavatelé				
Další výrobní jednotky v rámci firmy				
Konkurence (či firmy v rámci jednoho sektoru)				
Konzultantské firmy				
Vlastní výzkum a vývoj				
Vysoké školy				
Jiné výzkumné instituce				
Instituce (Komora, Svaz atd.)				
Média (internet, časopisy)				
Veletřhy, výstavy, konference, workshopy				
Jiné				

4.4.4 (VVO) Jaké jsou Vaše hlavní bariéry v tvorbě inovací?

4.4.5 (ŠB) Prosím ohodnoťte jejich relativní důležitost (1 nedůležitě, 5 velmi důležitě)

- Nedostatek finančních prostředků/vysoké náklady na inovace.
- Nedostatek odborného know-how (schopnost, znalosti projektovat specializované zakázky).
- Nedostatek informací (o trzích, zdrojích financování atd.).
- Nejistota ohledně poptávky po inovativních službách subjektu.
- Chybějící poptávka po inovativních službách subjektu.
- (OO) jiné, uveďte:

#### 4.5: Podpůrné politiky a programy (povinná část)

*Cílem pododdílu je získat zpětnou vazbu ohledně participace a potenciálních přínosech realizovaných politik na rozvoj subjektů KKO.*

4.5.1 (VVO) Označte, jaké typy podpory jste využili v posledních 3 letech.

4.5.2 (ŠB) Ohodnoťte na škále 0-5 míru přínosnosti dané podpory pro Váš subjekt (0 - nevyužili jsme, 1 - nejméně přínosná, 5 - nejvíce přínosná).

- podpora přístupu ke znalostem o trhu
- podpora sdílení znalostí se zákazníky
- podpora sdílení znalostí s dodavateli
- podpora sdílení znalostí s univerzitami
- podpora společného využívání kulturní infrastruktury
- podpora rozvoje lidských zdrojů (vzdělávání, školení)
- finanční podpora
- (OO) jiné, uveďte:

4.5.3 (VVO) Uveďte nejčastější důvod pro nezískání podpory z veřejných zdrojů.

- Projekt byl zamítnut.
- Nepodání projektu z důvodu nedostatku informací o možnostech čerpání podpory.

- c. Nepodání projektu z důvodu složitosti a náročnosti (časové, finanční, administrativní) zpracování žádosti.
- d. Nepodání projektu z důvodu nevyhovujícího zacílení programu.
- e. (OO) jiné, uveďte:

4.5.4 (VVO) Uveďte prosím, jakou formu programů/nástrojů podporujících Vaši činnost byste využili.

4.5.5 (ŠB) K možnosti přiřadte míru potřebnosti (1 nejméně potřebné, 5 velmi potřebné).

- a. přístup ke znalostem o trhu
- b. přístup ke znalostem z oboru
- c. sdílení znalostí se zákazníky
- d. sdílení znalostí s dodavateli
- e. sdílení znalostí s konkurenty
- f. sdílení znalostí s univerzitami
- g. společné využívání kulturní infrastruktury
- h. rozvoj lidských zdrojů (vzdělávání, školení)
- i. znalostní management
- j. finanční podpora
- k. (OO) jiné, uveďte:

#### 4.6: Výzvy a trendy (povinná část)

*Pododdíl identifikuje trendy v oblasti KKO, které ovlivňují či budou ovlivňovat fungování a rozvoj jednotlivých subjektů, a také to, jakým způsobem na ně aktéři nahlíží.*

4.6.1 (ŠB) Uveďte prosím význam níže uvedených trendů na škále (1 nejméně významné, 5 velmi významné) pro činnost Vašeho subjektu.

4.6.2 (OO) zdůvodněte (200-1000 znaků):

- a. Digitalizace: umělá inteligence, rozšířená realita, gamefikace<sup>15</sup>:
- b. Udržitelnost: recyklace, dekarbonizace<sup>16</sup>
- c. Rovnost příležitostí na trhu práce<sup>17</sup>

<sup>15</sup> **Umělá inteligence (AI)** je technologie, která umožňuje vytvoření počítačových systémů schopných provádět úkoly, které vyžadují lidskou inteligenci. Tyto systémy jsou navrženy tak, aby se učily a získávaly znalosti z velkého množství dat a poté je používaly k rozpoznávání vzorců, předpovídání událostí a rozhodování v různých oblastech. **Rozšířená realita (AR)** je technologie, která spojuje digitální prvky s fyzickým světem, což umožňuje uživatelům vnímat a interagovat s digitálními objekty ve skutečném prostředí. S pomocí speciálních zařízení, jako jsou například chytré telefony nebo brýle, mohou lidé vidět virtuální prvky, které jsou do jejich okolí vloženy. **Gamefikace** je použití herních prvků a technik v nehracích kontextech s cílem motivovat, angažovat a zlepšit uživatelskou interakci a zážitek. Gamefikace je využívána s cílem zvýšit zapojení uživatelů a dosáhnout požadovaných výsledků. rozpoznávání vzorců, předpovídání událostí a rozhodování v různých oblastech.

<sup>16</sup> **Udržitelnost** je koncept, který se zaměřuje na uspokojování současných potřeb, aniž by byla ohrožena schopnost budoucích generací uspokojovat své vlastní potřeby. V kontextu udržitelnosti se dvě důležité oblasti týkají recyklace a dekarbonizace. **Recyklace** je proces, který se zabývá sběrem, tříděním a zpracováním odpadu tak, aby se z něj získaly suroviny, které mohou být znovu použity ve výrobě nových produktů. **Dekarbonizace** se zaměřuje na snižování nebo odstraňování uhlíkových emisí způsobených lidskou činností, jako je spalování fosilních paliv. Tato opatření zahrnují přechod na čistší zdroje energie, jako jsou obnovitelné zdroje (solární, větrná, vodní energie), zlepšování energetické účinnosti, podpora elektromobility a rozvoj technologií s nízkými nebo žádnými emisemi CO<sub>2</sub>.

<sup>17</sup> **Rovnost příležitostí** na trhu práce je koncept, který se zavazuje zajistit rovnocenné podmínky v oblastech jako nábor zaměstnanců, přijímací řízení, platové ohodnocení, postupování v kariéře a další pracovní výhody každému jedinci bez ohledu na rasu, pohlaví, etnický původ, sexuální orientaci, náboženské vyznání, věk nebo jiné chráněné charakteristiky.

- d. Odpovědnost Autorizované osoby vůči ČKA; odpovědnost neautorizované osoby vůči atelieru, odpovědnost zaměstnaneckého týmu obecně vůči klientovi
- e. Flexibilizace a prekarizace trhu práce<sup>18</sup>
- f. Požadavky na life-work balance zaměstnanců<sup>19</sup>
- g. jiné, uveďte:

4.6.3 (ŠB) Jakým způsobem budou tyto trendy ovlivňovat Vaši činnost?

(1 - hrozba, 5 - příležitost).

4.6.4 (OO) zdůvodněte (200-1000 znaků):

- a. Digitalizace: umělá inteligence, rozšířená realita, gamefikace
- b. Udržitelnost: recyklace, dekarbonizace
- c. Odpovědnost Autorizované osoby vůči ČKA; odpovědnost neautorizované osoby vůči atelieru, odpovědnost zaměstnaneckého týmu obecně vůči klientovi
- d. Požadavky na life-work balance zaměstnanců
- e. jiné, uveďte:

Zdroj: vlastní zpracování

<sup>18</sup> **Flexibilizace a prekarizace** trhu práce jsou dva související pojmy, které popisují trendy a změny v zaměstnání a pracovních podmínkách. Flexibilizace trhu práce se zaměřuje na zvýšení flexibility v organizaci práce a zaměstnávání. To zahrnuje např. použití flexibilních pracovních smluv, jako jsou dohody o práci na částečný úvazek, práce na volné noze, sezónní zaměstnání a práce na zkrácený pracovní úvazek. Flexibilizace také může zahrnovat přizpůsobitelné pracovní doby, práci na dálku a možnost přesunu mezi různými pracovními pozicemi. Prekarizace trhu práce se naopak týká zvýšené nejistoty a nestability zaměstnání. To se projevuje v přechodě od trvalých zaměstnání s plným úvazkem k nejistým a příležitostným pracovním místům, jako jsou dohody na dobu určitou, brigády, kontrakty a práce na volné noze. **Prekarizace** také často znamená omezený přístup k sociálním výhodám a ochraně pracovních práv, což ztěžuje zaměstnancům plánování a stabilitu jejich životů.

<sup>19</sup> **Požadavky na rovnováhu mezi prací a životem zaměstnanců** (life-work balance) se týkají snahy o vyvážení pracovních povinností s osobními a rodinnými závazky a potřebami. Zaměstnanci mají různé požadavky a očekávání, které pomáhají vytvářet zdravé a udržitelné pracovní prostředí.

## Příloha 6: Struktura datasetů KKO

Proměnná	Název proměnné	Číselník	Pokyny k záznamu
ICO	Identifikační číslo		vyplněné
ORP	Obec s rozšířenou působností – kód	A	vyplněné
ORP_TEXT	Název ORP		vyplněné
OKRESLAU	Okres – kód	A	vyplněné
OKRES_109_TEXT	Název okresu		vyplněné
UZEMKRAJ	Kraj – kód	A	vyplněné
UZEMKRAJ_TEXT	Název kraje		vyplněné
DDATVZN	Datum vzniku subjektu		vyplněné
ZPVZN	Způsob vzniku subjektu		vyplněné
FORMA	Právní forma (statistická) - kód	A <sup>1)</sup>	vyplněné
ROSFORMA	Právní forma (registr osob) - kód	A <sup>2)</sup>	vyplněné
KATPO	Kategorie dle počtu zaměstnanců – kód		vyplněné
KATPO_TEXT	Kategorie dle počtu zaměstnanců		vyplněné
NACE	Hlavní CZ-NACE – kód	A	vyplněné
NACE_TEXT	Název hlavní CZ-NACE		vyplněné
NOVÁ NACE	Hlavní CZ-NACE – kód	A	Vyplňuje se v případě návrhu změny kódu u proměnné NACE
TEXTOVÝ POPOPIS ČINNOSTI	Popis hlavní ekonomické činnosti subjektu		Vyplňuje se v případě návrhu změny kódu u proměnné NACE
OBLAST	Oblast KKO dle hlavní CZ-NACE		vyplněné
OBLAST_REVIZE	Kontrola a doplnění proměnné OBLAST		Proměnná má předdefinovaný výběr oblastí (znaků), vyplní se každý řádek
PODÍL_ZAM	Odhadnutý podíl zaměstnanců podílejících se na KKO ve Vašem kraji na celku		Vyplní se číselná hodnota od 0 do 100 – celé číslo bez jednotky. <b>V případě, že subjekt se v rámci Vašeho kraje na KKO nepodílí, bude zde uvedena 0.</b> Pokud zůstane buňka nevyplněna, bude se mít za to, že se jedná o 100procentní podíl.
PODÍL_OBRAT	Odhadnutý podíl obratu připadající KKO ve Vašem kraji na celku		Vyplní se číselná hodnota od 0 do 100 – celé číslo bez jednotky. <b>V případě, že subjekt se v rámci Vašeho kraje na KKO nepodílí, bude zde uvedena 0.</b> Pokud zůstane buňka nevyplněna, bude se mít za to, že se jedná o 100procentní podíl.
VÁHA	Chybovost zařazení subjektu do KKO		Předdefinovaná proměnná – riziko nižší / vyšší (třímístný kód NACE bez znalosti informací)
ICZUJ	Identifikační číslo základní územní jednotky	A <sup>3)</sup>	vyplněné
FIRMA	Název firmy		vyplněné
WWW	Webové stránky		
KONTAKT_JMÉNO	Jméno osoby pro případnou komunikaci		
KONTAKT_TEL	Telefonní číslo pro případnou komunikaci		
KONTAKT_EMAIL	Emailová adresa pro případnou komunikaci		



POZNÁMKA	Prostor pro jakékoli Vaše poznámky		
CISS2010	Institucionální sektor – kód	A <sup>4)</sup>	vyplněné
KODADM	Kód adresního místa dle ISUI	A <sup>5)</sup>	vyplněné
TEXTADR	Adresa		vyplněné
PSC	Poštovní směrovací číslo		vyplněné
OBEC	Kód obce	A	vyplněné
OBEC_TEXT	Název obce		vyplněné
COBCE	Kód části obce	A	vyplněné
COBCE_TEXT	Název části obce		vyplněné
ULICE	Kód ulice	A	vyplněné
ULICE_TEXT	Název ulice		vyplněné
TYPDOM	Číslo popisné/orientační		vyplněné
CDOM	Číslo domovní		vyplněné
COR	Číslo orientační		vyplněné
NOVÁ ADRESA SÍDLA	Nová adresa sídla, pokud je chybně uvedeno		Vyplňte do buňky vše, co k adrese víte
ADRESA ŠETŘENÉHO SUBJEKTU	Adresa šetřeného subjektu		Vyplňuje se v případě, že je adresa subjektu odlišná od adresy sídla. V případě, že je v kraji více subjektů (poboček) jedné firmy, která nemá v kraji sídlo, pak se zvolí dle uvážení pouze jedna adresa
ZDROJ ZÁZNAMU	Zdroj získaného záznamu		Předdefinovaná proměnná – vyplňte v závislosti na skutečnosti
PODÍL KKO_ČSÚ	Prostor pro záznam ČSÚ		Nevyplňujte!

- Právní forma organizace – kód číselníku ČSÚ 56:**  
[https://apl.czso.cz/iSMS/do\\_cis\\_export?kodcis=56&typdat=0&datapohl=31.12.2021&cisjaz=203&format=2&separator=%2C](https://apl.czso.cz/iSMS/do_cis_export?kodcis=56&typdat=0&datapohl=31.12.2021&cisjaz=203&format=2&separator=%2C)
- Právní forma (registr osob) - kód číselníku ČSÚ 149:**  
[https://apl.czso.cz/iSMS/do\\_cis\\_export?kodcis=149&typdat=0&datapohl=31.12.2021&cisjaz=203&format=2&separator=%2C](https://apl.czso.cz/iSMS/do_cis_export?kodcis=149&typdat=0&datapohl=31.12.2021&cisjaz=203&format=2&separator=%2C)
- Základní územní jednotky – kód číselníku ČSÚ 51:**  
[https://apl.czso.cz/iSMS/do\\_cis\\_export?kodcis=51&typdat=0&cisjaz=203&format=2&separator=%2C](https://apl.czso.cz/iSMS/do_cis_export?kodcis=51&typdat=0&cisjaz=203&format=2&separator=%2C)
- Kód institucionálního sektoru – kód číselníku ČSÚ 5161:**  
[https://apl.czso.cz/iSMS/do\\_cis\\_export?kodcis=5161&typdat=0&cisjaz=203&format=2&separator=%2C](https://apl.czso.cz/iSMS/do_cis_export?kodcis=5161&typdat=0&cisjaz=203&format=2&separator=%2C)
- Kód adresního místa dle ISUI – dostupné na webu ČÚZK:**  
formát CSV: <https://nahlizenidokn.cuzk.cz/StahniAdresniMistaRUIAN.aspx>  
formát VFR: [https://www.cuzk.cz/Uvod/Produkty-a-sluzby/RUIAN/2-Poskytovani-udaju-RUIAN-ISUI-VDP/Vymenny-format-RUIAN/Vymenny-format-RUIAN-\(VFR\).aspx](https://www.cuzk.cz/Uvod/Produkty-a-sluzby/RUIAN/2-Poskytovani-udaju-RUIAN-ISUI-VDP/Vymenny-format-RUIAN/Vymenny-format-RUIAN-(VFR).aspx)

## Zdroje financování:

Projekt „*Metodika národního mapování ekonomického a sociálního přínosu kulturních a kreativních odvětví*“ se uskutečňuje za finanční podpory Evropské unie z prostředků Národního plánu obnovy, programu Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru.

