LOKALIZÁCIA KREATÍVNYCH ODVETVÍ V PRIESTORE NITRIANSKEHO SAMOSPRÁVNEHO KRAJA

Barbora Milotová

Abstract

Approaches to the creative and cultural industries classification differs from continent to continent as the study DINÁMIA (2009) shows. This explain the number of classification that exists according to the purpose, country etc. The paper focus therefore on the classification of creative industries in Slovakia. This model has been applied on the Nitra Self-governing Region. Results showed that almost 77% of creative industries are localised in towns of the region with the strong polarisation of Nitra town, more than 60% of firms are micro- or small businesses. Creative industries are more concentrated in county Komárno and Nitra in comparison to region. The weaknesses of this model and the future development of the research are outlined in the conclusion.

Keywords: creative industries, localisation coefficient, Nitra Self-governing Region

Úvod

V úvode je potrebné vysvetliť koncept kreatívnej ekonomiky, a prečo sa tento koncept dostáva do popredia nielen v akademických, ale aj v politických kruhoch. V súčasnom vývoji globalizácie a glocalizácie sa výrazne mení fungovanie ekonomiky, ktorá postupne v Európskom priestore prechádza od tzv. priemyselnej k znalostne orientovanej ekonomike. K tomuto posunu vedie celosvetový vývoj, v rámci ktorého Európsky a severoamerický región postupne strácajú svoju pozíciu na globálnom trhu, pretože nie sú konkurencieschopné na trhu lacných výrobných faktorov ani nevytvárajú v takej miere výnosy z rozsahu vyplývajúce z vysokej špecializácie regiónu. Konkurenčná výhoda týchto regiónov spočíva najmä vo vysoko kvalitnom ľudskom kapitáli, ktorý vyvíja a zavádza inovácie a nové technológie, čím zabezpečuje neustály rozvoj. Inovácie a inovačné procesy sú podmienené kreativitou. Pojem kreativita sa tak dostáva do spojenia s ekonomikou. Kreativita sa stáva čoraz dôležitejším vstupom vo výrobných procesoch všetkých tovarov a služieb, ale zároveň pozorujeme rast významnosti určitých ekonomických odvetví, pre ktoré je kreativita základným výrobným vstupom a ktoré využívajú vysokú úroveň profesionálnej špecializácie. Tieto odvetvia sa označujú ako kreatívne odvetvia, stretneme sa aj so spojením kultúrne a kreatívne odvetvia, či priemysly, alebo sektory. Napríklad hodnotenie kultúrneho a kreatívneho sektora podľa KEA (2006) hovorí o 2,6 % príspevku k EU

HDP s obratom 654 mld. Eur v roku 2003; o 3,1 % podiele na zamestnanosti v EU (2004), ktorá v tomto sektore rýchlo rastie, vysokým podielom vysokoškolsky vzdelaných pracujúcich (46,8 %), samostatne podnikajúcich (dvojnásobne vyšší podiel v porovnaní s celkovou zamestnanosťou).

Prečo sa koncept kreatívnych odvetví začal považovať za dôležitý z pohľadu jeho príspevku k hospodárskemu rastu možno vysvetliť na príklade Ministerstva kultúry, médií a športu Veľkej Británie (DCMS) v štúdiu *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries* (The Work Foundation, 2007): BBC Wales sa stal producentom obnoveného seriálu *Doctor Who*, ktorý bol s prestávkami produkováný od roku 1963. Aj napriek negatívnym prognózam o úspešnosti seriálu a pochybnostiam o schopnosti Cardiffu produkovať takýto seriál, sa tento nápad nakoniec stal veľmi úspešný, a to nielen pre BBC Wales. Veľký úspech seriálu (3 série a 30 mil. divákov) priniesol aj úspech po stránke ekonomickej. Seriál je označovaný ako najväčší projekt siete BBC Wales a vďaka nemu došlo k výraznému rozvoju nielen mediálneho odvetvia, ale aj ďalších ekonomických odvetví. Štúdiový komplex zamestnáva 400 hercov, redaktorov, technikov, producentov a pod., produkuje ďalšie nadväzujúce seriály a iné formy propagácie. V priebehu troch rokov BBC Wales zdvojnásobila svoje príjmy, ktoré investovala do lokálnej ekonomiky. Staviteľia, výrobcovia nábytku, elektrikári, technici, opravári, všetky tieto lokálne firmy sa podieľajú na tvorbe seriálu, ktorého úspech spätne ovplyvňuje ich príjmy. Dochádza k lokálnemu sieťovaniu a k sociálnemu premostovaniu (*social bridging*), teda k tvorbe sociálneho kapitálu medzi rôznymi skupinami, čo vytvára predpoklad pre ďalší rozvoj (Putnam, 1995). Dôležitý dopad možno pozorovať aj v cestovnom ruchu v tomto regióne, kde až 20% návštevníkov príde do Cardiffu kvôli *Doctor Who*. Aj vďaka takémuto nárastu návštevníkov sa Wales dostal do top 10 najnavštevovanejších destinácií vo Veľkej Británii. Na tomto príklade je možné vysvetliť vplyv kreatívneho odvetvia na ekonomický rozvoj, aj keď je náročné kvantifikovať reálny príspevok kreatívnych odvetví k ekonomike, pretože jeho význam spočíva hlavne v *snowball* efekte či v priesakoch (*spillovers*) do iných odvetví.

Mnohí akademici ako aj politici sa snažia nájsť spôsob, ktorý by dokázal kvantifikovať reálny efekt kreatívnych odvetví na hospodársky rast. Stretávame sa tak s rôznym ponímaním konceptu, rôznymi klasifikáciami kreatívnych odvetví a rôznymi informáciami o príspevku kreatívnych odvetví k ekonomike. Koncept je vnímaný kontroverzne, a má mnoho kritikov tak ako aj mnoho prívržencov. Kreatívna ekonomika je vysvetľovaná jednak cez kreatívne odvetvia, cez kreatívnu triedu alebo cez kreatívne mestá. Kreatívnu triedu vytvoril Florida (2005), v rámci ktorej hovorí o tých pracujúcich, ktorí sa zaoberajú vytváraním zmysluplných nových foriem (túto skupinu považuje za jadro kreatívnej triedy) alebo ich úlohou je hľadať kreatívne riešenia problémov (kreatívni profesionáli). Koncept kreatívneho mesta je postavený na myšlienke, že kreatívne odvetvia a kreatívna

trieda sa koncentruje vo veľkých mestách, ktoré sú tolerantné a otvorené voči inakosti (Florida, 2005, Andersson a i., 2011). Na druhej strane sa však čoraz viac stretávame aj so štúdiami, ktoré sa zaoberajú konceptom kreatívnych odvetví mimo mestského prostredia. Preto sa v článku zameriame na klasifikáciu kreatívnych odvetví a následne na zhodnotenie lokalizácie týchto odvetví v Nitrianskom samosprávnom kraji.

Rôzne pohľady na definovanie kreatívnych odvetví a vytvorenie klasifikácie kreatívnych odvetví

Howkins (2007) pristupuje ku klasifikácii kreatívnych odvetví na základe „ocenenia“ kreatívneho produktu prostredníctvom intelektuálneho vlastníctva. Hovorí o 4 skupinách kreatívnych odvetví, ktoré sa viažu na niektoré z práv duševného vlastníctva; a to na autorské práva, patenty, ochranné známky a dizajn. Autorské práva zahŕňajú autorské diela, ktoré sú spojené s kreativitou jednotlivca prevedenej do špecifického produktu. Patenty ako aj ochranné známky či dizajn sa týkajú priemyselného vlastníctva, patenty sa však viažu na výrazne invenčné nové produkty a procesy, ktoré sú úzko napojené na vedu a výskum a na špecifické znalosti a skúsenosti. Ochranná známka či dizajn nevyžadujú ani tvorivé alebo umelecké vyjadrenie (chránené autorskými právami) ani znalosti expertov (patenty), ale sú do určitej miery unikátne, neobvyklé. Na rozdiel od anglického, európskeho či austrálskeho pohľadu na kreatívne odvetvia, Howkins aj Florida, vo svojich prácach vyzdvihujú, narozdiel od európskych prístupov, úlohu výskumu a vývoja v kreatívnej ekonomike, ktorá by mala byť zahrnutá aj v kreatívnych odvetviach. Howkins teda hovorí o 15 odvetviach: reklama, architektúra, umenie, remeslá, dizajn, móda, film, hudba, scénické umenie (divadlo, opera, balet, tanec), vydávanie, výskum a vývoj, softvér, hračkárstvo a hry (okrem videohier), TV a rádio a videohry.

DCMS zadefinovala v roku 1998 kreatívne odvetvia nasledovne: „odvetvia, ktorých pôvod vychádza z individuálnej tvorivosti, skúseností a talentu a ktoré majú potenciál vytvárať bohatstvo a pracovné príležitosti prostredníctvom generovania a využitia duševného vlastníctva.“ Toto Ministerstvo Veľkej Británie je považované za jedno z prvých, ktoré sa začalo orientovať na podporu rozvoja kreatívnych odvetví. Zadefinovalo 13 kreatívnych odvetví: reklama, architektúra, umenie a trh so starožitnosťami, remeslá, dizajn, móda, film a video, interaktívny zábavný softvér, hudba, scénické umenie, vydávanie, softvér a počítačové služby, televízia a rádio. Postupne dochádza k zmenám v jednotlivých klasifikáciách ekonomických činností na základe každoročne vyhodnocovaných ekonomických efektov.

Klasifikáciám kreatívnych odvetví a hodnotiacim správam, ktoré sa snažia popísať reálny vplyv kreatívnych odvetví na ekonomický rast sa vyčíta najmä

spájanie veľmi rôznorodých odvetví, ktoré nemusia mať rovnaký význam pre ekonomiku. Úplne iné výsledky dosiahneme, ak ku kultúrnym odvetviam pridáme napríklad softvér, ktorý výrazne skresľuje výsledky, alebo ak spájame spolu dizajn a umeleckú tvorbu napríklad. Preto **KEA (2006)** vytvorila klasifikáciu, ktorá sa zdá byť najvhodnejšia, pretože vytvára 4 základné okruhy odvetví, a tým umožňuje hodnotenie reálneho ekonomického dopadu každého z týchto okruhov (obr. 1). Kreativne jadro zahŕňa aktivity, ktorých produkty sú prototypy s primárne kultúrnou hodnotou, aspoň potenciálne môžu byť chránené autorskými právami, ich výrobný proces je vysoko kreatívny a nemá priemyselný charakter. V rámci kultúrnych odvetví sú definované aktivity priemyselného charakteru, ich produkty sú určené na masovú reprodukciu, majú kultúrny charakter a sú chránené autorskými právami. Kreativne odvetvia predstavujú aktivity, ktoré nie sú nevyhnutne priemyselné, vo svojom produkčnom procese využívajú kultúrne vstupy ako pridanú hodnotu pre vlastné produkty, samotné produkty kreatívnych odvetví majú primárne úžitkový charakter (nie kultúrny), môžu tiež vstupovať do produkčného procesu iných odvetví. Nadväzujúce odvetvia nie sú jasne zadané, ale KEA k nim radí IKT, softvér a pod., hlavne pre ich výrazný podiel na možnostiach šírenia a vytvárania kreatívnych produktov.

Obr. 1: Klasifikácia kreatívnych odvetví podľa KEA

Figure 1: Creative industries classification according to KEA

Zdroj: KEA, 2006

V tejto časti sú uvedené len najznámejšie klasifikácie. Pre účely článku bola vytvorená klasifikácia odvetví na základe poznatkov z rôznych literárnych zdrojov. Klasifikácia kreatívnych odvetví identifikuje aktivity zaradené do SK NACE Rev. 2 (2008), ktoré pokladáme za kreatívne (tab. 1).

Tab. 1 Klasifikácia tried SK NACE rev. 2 patriace do kreatívnych odvetví

Table 1: Classification of of SK NACE rev. 2 classes of creative industries

Kreatívne odvetvie	Trieda podľa SK NACE Rev. 2 (2008)*
Tlač a vydávanie	18.11 – 18.20, 47.61, 58.11 – 58.19
Remeslá	23.41, 32.12, 32.13, 32.20
Scénické umenie a kultúrne zariadenia	85.52, 90.01, 90.02, 90.04, 91.01 - 91.03
Architektúra	71.11
Reklama	73.11
Dizajn	74.10
Vizuálne umenie a fotografia	74.20, 90.03
Film a video	59.11 - 59.14, 77.22
Hudba	59.20, 47.63
Televízia a rádio	60.10, 60.20, 73.12
Softvér	62.01, 58.29
Veda a výskum	72.19, 72.20, 74.90

*pre nedostatok miesta je uvedený len kód triedy a nie celý názov

Zdroj: vlastné spracovanie

Lokalizácia kreatívnych odvetví v Nitrianskom kraji

V tejto časti článku analyzujeme kreatívne odvetvia v Nitrianskom kraji. Údaje sú získané z Registra ekonomických subjektov (RES) z ELIS k decembru 2011, ktorý poskytuje informácie o firmách aktívnych v sledovanom období. Pre ďalší výskum je potrebné identifikovať odvetvia, ktoré sa lokalizujú v Nitrianskom kraji a analyzovať ich z pohľadu vzniku; z pohľadu právnej formy, a nasleduje priestorová analýza lokalizácie.

V Nitrianskom kraji sa lokalizuje skoro 2500 kreatívnych firiem, pričom skoro 64% týchto firiem tvoria firmy odvetvia reklamy, tlače a vydávania a vedy a výskumu (tab. 2). Ďalším významným odvetvím v kraji je architektúra a scénické umenie spolu s kultúrnymi zariadeniami. Najmenej firiem sa lokalizuje z oblastí dizajnu, hudby a televízie a rádia. Čo sa týka vývoja vzniku kreatívnych firiem, ako vidieť z obrázka 2, najväčší nárast nastal hneď po 1989, v rokoch 1990 – 1992, kedy vzniklo najviac firiem v reklame, tlači a vydávaní a vo vede a výskume. V ďalšom období výraznejší rast vzniku kreatívnych firiem je možné sledovať až od roku 2006, odkedy vzniklo až 44% všetkých firiem. K tomuto vývoju prispel aj celkový rozvoj služieb.

Graf 1: Vývoj vzniku kreatívnych firiem v Nitrianskom

Graph 1: The development of creative bussinesses creation in Nitra region

Zdroj: vlastné spracovanie

Čo sa týka právnej formy, skoro 60 % kreatívnych odvetví tvoria živnostníci a takmer 6 % tvoria slobodné povolania (tab. 2), čo potvrdzuje zistenia iných štúdií, že kreatívne odvetvia sú vo veľkej miere zastúpené mikro- a malými podnikmi. Tento fakt vychádza už z podstaty kreatívnych odvetví. Preto, ako zdôrazňuje Martin Prosperity Institute (2009), jednou z hlavných výziev je zabezpečiť sociálnu a ekonomickú napojiteľnosť kreatívnych firiem. Spolupráca je nevyhnutná, pretože samotný kreatívny produkt vzniká na základe pôsobenia viacerých zástupcov kreatívnych odvetví. Tým je zabezpečená prosperita mikro a malých firiem, ktoré by inak nemali šancu prežiť. Mikro a malé firmy majú schopnosť veľmi flexibilne reagovať na zmeny a prispôbovať sa podmienkam, čo je kľúčové pre dynamický kreatívny sektor. Z ďalších foriem podnikania tvoria 29,6 % spoločnosti s ručením obmedzeným. Príspevkové a rozpočtové organizácie sú častou formou v odvetví scénického umenia a kultúrnych zariadení (tvoria 31 %), z čoho vyplýva ich úloha najmä v zabezpečovaní podmienok pre realizáciu tohto typu umenia, ako aj kompetencia zabezpečovať existenciu zariadení (ako múzeá, galérie), ktoré vytvárajú nevyhnutnú infraštruktúru pre intelektuálov, bohémov a kreatívnu triedu. Forma neziskových organizácií a združení je tiež najčastejšie využívaná v odvetví scénického umenia a kultúrnych zariadení.

Tab. 2: Charakteristika kreatívnych odvetví v Nitrianskom kraji

Table 2: Creative industries classification in Nitra region

Kreatívne odvetvia	Počet firiem				Forma podnikania			
	rel.	%	FO	Slobodné povol.	s.r.o.	n.o. a MVO	Prisp. a rozp. org.	iné
Reklama	654	26,2	405	4	237			8
Tlač a vydávanie	491	19,7	359		127			5
Veda a výskum	440	17,7	259	35	127	3	7	9
Architektúra	176	7,1	25	103	43			5
Scénické umenie a kultúrne zar.	170	6,8	81		14	20	53	2
Remeslá	153	6,1	140		13			
Softvér	134	5,4	41	1	91			1
Vizuálne umenie a fotografia	121	4,9	99	2	19	1		
Film a video	72	2,9	43		27		2	
Dizajn	42	1,7	24		18			
Hudba	29	1,2	22		6			1
Televízia a rádio	10	0,4			10			
Celkový súčet	2492		1483	145	732	24	62	46

Zdroj: vlastné spracovanie

Florida (2005), ako aj ďalší autori, tvrdia, že kreatívne odvetvia sa rozvíjajú najmä v meste vďaka koncentrácii a určitej miery tolerancie, alebo otvorenosti k inakosti, čo vytvára priaznivé podmienky pre rozvoj kreativity. V rámci sledovanej vzorky sa potvrdzuje teória, že kreatívne odvetvia sa lokalizujú skôr v mestách. V rámci Nitrianskeho kraja sa v 15 mestách lokalizuje až 76,7 % všetkých firiem, pričom najviac sa koncentrujú aktivity softvéru (85,8 %) a hudby (82,8 %) (tento výsledok je ovplyvnený aj nižším počtom takýchto firiem) a najmenej remeslá (64,7 %). Ak si všimame jednotlivé mestá (tab. 3), tu je vidieť výraznú polarizáciu Nitry, kde vzniklo dvojnásobne viac firiem ako v ďalšom meste v poradí, v Komárne a trojnásobne viac ako v treťom meste, v Leviciach. Pri lokalizácii zohráva významnú úlohu aj existencia vedeckých a výskumných organizácií, tlač a vydávanie a reklama. V Nitre sa lokalizuje 50 % firiem televízie a rozhlasu, 41 % architektonických firiem a 31 % softvérových firiem. V Komárne sa lokalizuje 21,6 % dizajnerských firiem, kde vidieť výraznejšiu koncentráciu a tiež necelých 20 % softvérových firiem. Ako sa ukazuje z analýz, softvér je najviac koncentrovaným odvetvím, kde sa až 61 % lokalizuje v 3 mestách kraja:

Nitra, Komárno a Nové Zámky. Remeslá, naopak, sa vyznačujú vyššou mierou dekoncentrácie v priestore, čo vyplýva aj z charakteru tohto odvetvia. Odvetvie si nevyžaduje blízkosť k trhom, ale skôr sa lokalizuje na základe blízkosti k výrobným zdrojom, ktoré sú často špecifické pre danú lokalitu a teda remeselná firma sa bude skôr lokalizovať v blízkosti výrobných zdrojov. Skúmanie tohto odvetvia bude predmetom ďalšieho výskumu, keďže je to kreatívne odvetvie lokalizované aj na vidieku.

Tab. 3: Lokalizácia kreatívnych odvetví v mestách kraja

Table 3: Localization of creative industries in towns of the region

mestá	kreatívne odvetvia			mestá	kreatívne odvetvia		
	počet	%	% k počtu firiem		počet	%	% k počtu firiem
Nitra	697	36,5%	6,05%	Vráble	31	1,6%	3,35%
Komárno	323	16,9%	5,19%	Hurbanovo	28	1,5%	3,61%
Levice	223	11,7%	5,35%	Želiezovce	18	0,9%	2,35%
Nové Zámky	187	9,8%	3,95%	Kolárovo	17	0,9%	1,73%
Šaľa	126	6,6%	4,74%	Šurany	16	0,8%	2,05%
Topoľčany	114	6,0%	3,61%	Šahy	10	0,5%	1,34%
Štúrovo	60	3,1%	3,93%	Tlmače	10	0,5%	2,53%
Zlaté Moravce	51	2,7%	3,44%				

Zdroj: vlastné spracovanie

Ďalšia časť analýzy je zameraná na zhodnotenie koncentrácie kreatívnych odvetví v okresoch Nitrianskeho kraja na základe lokalizačného koeficientu, ktorý vyjadruje mieru lokalizácie kreatívnych odvetví v danom okrese s porovnaním s krajom. Pre výpočet bol použitý nasledovný vzorec:

$$Lk = \frac{\frac{X_{kj}}{X_j}}{\frac{X_k}{X}}$$

kde: X_{kj} – počet firiem kreatívnych odvetví v j okrese; X_j – počet firiem v j okrese; X_k – počet firiem kreatívnych odvetví v kraji a X – počet firiem v kraji

Lokalizačný koeficient poukazuje na stupeň koncentrácie kreatívnych odvetví v okresoch Nitrianskeho kraja (mapa 1). Pokiaľ vykazuje hodnotu nad 1, tak sú kreatívne odvetvia výraznejšie lokalizované v danom okrese v porovnaní s celým krajom. Z toho vyplýva, že v rámci Nitrianskeho kraja sú to okresy Nitra

a Komárno. Nitra je krajské mesto a teda existuje tu predpoklad vyššej koncentrácie, keďže ako krajské mesto poskytuje širokú škálu služieb a je sídlom rôznych inštitúcií. Je možné predpokladať, že v okrese Komárno je hodnota nad 1 ovplyvnená aj vyšším počtom kreatívnych odvetví v meste Komárno (tab. č. 3).

Mapa 1: Lokalizácia kreatívnych odvetví v kraji na základe lokalizačného koeficientu

Map 1: Creative industries in the region according to localisation coefficient

Zdroj: vlastné spracovanie

Záver

Článok prezentoval výsledky prvej analýzy kreatívnych odvetví v Nitrianskom kraji. Výsledky potvrdili teóriu, ktorá sa zaoberá koncentráciou kreatívnych odvetví v mestách, pretože v Nitrianskom kraji sa ukázalo, že až 76,7 % sa lokalizuje v mestách kraja, pričom je viditeľná polarizácia krajského mesta Nitry oproti iným mestám. Lokalizačný index tiež poukázal na vyššiu koncentráciu v okresoch, kde okresné mestá sú na prvých priečkach pri hodnotení počtu kreatívnych firiem v kraji, a to okresy Nitra a Komárno.

Analýza je nazvaná ako prvotná, pretože ako sa ukázalo v priebehu písania tohto článku, má určité slabé miesta, ktoré je potrebné ďalej riešiť. Prvým slabým miestom je samotná klasifikácia, kde sa stretávame s problémom zadefinovania správnych tried v rámci SK NACE Rev. 2, pretože niektoré aktivity sú agregované pod triedami, v ktorých sa nachádzajú aj aktivity nespádajúce pod kreatívne odvetvia. Takýmito odvetviami sú napr. remeslá, alebo móda, či softvér. Ďalej chýbajú informácie o zamestnanosti, keďže tie sa vykazujú pre firmy s viac ako 20 zamestnancami, preto bol pri lokalizačnom koeficiente použitý počet firiem.

Ďalší výskum sa bude teda orientovať na úpravu klasifikácie kreatívnych odvetví, a ďalej na analýzu kreatívnej triedy a analýzu dopadov kreatívnych odvetví na hospodárstvo kraja.

Táto práca bola podporovaná Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe zmluvy č. APVV-0101-10.

Literatúra

Andersson, D. E. a i. 2011. Handbook Of Creative Cities. Edward Elgar Publishing, 2011. 576 s. ISBN 978 1 84980 150 8

Florida, R. 2005. Cities and the Creative Class. Routledge, 2005. 207 s. ISBN 0-203-99767-0

Putnam, R. 1995. Bowling Alone: America's Declining Social Capital. In Journal of Democracy 6:1, Jan 1995, 65-78. [cit. 2012-03-03]. Dostupné

The Work Foundation 2007. Staying Ahead: the Economic Performance of the UK's Creative Industries, 2007. Dostupné na: <http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/176_stayingahead.pdf>

Howkins, J. 2007. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas: revised version. Penguin Press, 2007. ISBN 978-0-140-28794-3.

Martin Prosperity Institute 2009. Canada's Creative Corridor: Connecting Creative Urban & Rural Economies within Eastern Ontario and the Mega Region: Final report. Dostupné na: <<http://pelacfdc.ca/newsc5.php?command=viewArticle&ID=29¤tFeed=1http://pelacfdc.ca/newsc5.php>>

KEA 2006. The Economy of Culture in Europe. European Commission. Directorate General for Education and Culture, 2006. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/culture/documents/chapter-2_en.pdf>

DCMS 1998. Creative Industries Mapping Document. Dostupné na: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4740.aspx>

Rato, B. – Roldão, A. – Mühlhan, O. 2009. A Typology of Creative Cities in the World – Lessons Learned. WP n° 2009/82. Dostupné na: < http://repositorio-iul.iscte.pt/bitstream/10071/3165/1/DINAMIA_WP_2009-82.pdf>

CREATIVE INDUSTRIES LOCALISATION IN NITRA SELF-GOVERNING REGION

Summary

With the current development of the global market, European and North American states are losing their competitive advantage on the market with low cost inputs or in the economy of scale. That is why this „developed world“ should be looking for new way how to be successful and sustainable. These regions have competitive advantage in research and development, in innovation processes and new Technologies development, where these all activities are connected with high quality labour source. Innovation and innovation processes are directly interlinked with the creativity, creative thinking and new ideas. That is why creativity is in last years more and more visible in economics and developed within the concept of creative economy. This concept is mainly explained through creative industries, creative class and creative cities. In the paper, the creative industries are identified and then analysed in the Nitra region. First the classification was prepared by using SK NACE Rev. 2 (2008) classes, then localisation of creative firms was analysed. Analysis showed, that the most of firms were created in 2 ways; first straight after 1989 and the second, more significant, after 2006. 60% of firms are tradesmen, so micro- and small businesses. 76,7% is localised in towns of the region, with strong polarisation of regional capital Nitra. Localisation coefficient showed that counties Nitra and Komárno are more specialised on the creative industries in comparison with the region. This analysis was just very first and early analysis as there is more questions to be solved, such as the accuracy of the presented classification of creative industries, or analysis of the impact of creative industries on the regional economics and possible development.

Ing. Barbora Milotová, PhD.

Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka FEŠRR SPU v Nitre
Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra
E – mail: barbora.milotova@uniag.sk