



Aktualizace strategických materiálů v oblasti podpory KKO v Olomouckém kraji

(dále jen „Strategie“)

květen 2025

Obsah

I. ÚVOD.....	3
II. KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ	5
III. ANALYTICKÁ ČÁST	8
Kvantitativní analýza.....	10
Kvalitativní část výzkumu.....	18
SWOT analýza KKO v regionech Olomouckého kraje	21
Souhrn výsledků klíčových analýz	23
IV. NÁVRHOVÁ ČÁST.....	24
Charakteristika cílů a opatření	27
CÍL 2.1 V Olomouckém kraji existuje dobré povědomí o KKO a jejich potřebách	27
Cíl 2.2. Olomoucký kraj systematicky podporuje rozvoj kreativního sektoru.....	29
Cíl 2.3. Aktéři KKO v kraji jsou propojeni a spolupracují na rozvoji kreativního ekosystému	30
Cíl 2.4. Olomoucký kraj disponuje infrastrukturou pro rozvoj KKO	32
Cíl 2.5. Podpora vzdělávání a rozvoje dovedností v kreativních odvětvích	33
V. IMPLEMENTAČNÍ ČÁST	35
VI. ZÁVĚR.....	38
Seznam zkratk.....	39
Přílohy	40
Seznam grafů.....	40
Seznam tabulek.....	40

I. ÚVOD

Základní informace

Olomoucký kraj se účastnil Výzvy č. 0232/2022 na tvorbu strategických materiálů v oblasti rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví, kterou vyhlásilo MK ČR, spolu s ostatními kraji ČR a obdržel dotaci ze zdrojů Národního plánu obnovy na rok 2023-2025 na projekt „Aktualizace strategických materiálů v oblasti podpory KKO v Olomouckém kraji, viz Rozhodnutí, Č. j.: MK 76407/2023 OUKKO.

Účel a cíle

Strategie je obrazem kulturně-kreativního prostředí v kraji jako celku, představuje společnou platformu pro dohodu a spolupráci aktérů na úrovni Olomouckého kraje, měst a obcí, příspěvkových organizací zřizovaných krajem, akademickým sektorem, kulturních organizací, aktivních jednotlivců i soukromého sektoru. Definuje oblasti rozvojových aktivit v KKO v kraji a návrhy opatření, která mohou pomoci řešit také některé problémy přesahující do oblasti vzdělávání, sociální, ekonomické a akcelarovat příležitosti pro rozvoj a inovace.

Cílem dokumentu je nové systémové zarámování kulturních a kreativních odvětví v kraji, které umožní:

- selektovat sektory KKO, které jsou v rámci mikroregionů klíčová
- pojmenovat konkrétní výzvy, směry rozvoje a kritická místa, následně hledat a kalibrovat cílené strategie pro podporu rozvoje nosných oblastí
- budovat povědomí o přínosu KKO na základě zmapování aktérů KKO v kraji, komunikační platformy, přispět k budování značky regionu či měst
- vytvořit systémovou podporu KKO jejím ukotvením ve strategických materiálech kraje, spolupracovat na všech úrovních kreativního ekosystému
- rozvíjet infrastrukturu podpory KKO, kulturně-komunitního prostředí, spolupráci, síťování,
- podpořit podnikání a inovací ve všech regionech kraje, přinášet podněty a přispět k proměně tradiční průmyslové výroby na inovativní odvětví s vysokou přidanou hodnotu
- podpořit celoživotního vzdělávání, rozvoj digitálních, podnikatelských a manažerských dovedností

Uživatelé

Kraj, obce, aktéři KKO, příspěvkové organizace, zástupci ziskové i neziskové sféry, zájmových spolků, regionálních organizací (MAS, ...), apod.

Související strategické dokumenty

Evropská úroveň:

Pracovní plán EU pro kulturu 2023–2026

Státní úroveň:

Státní kulturní politika 2021–2025

Strategie vzdělávací politiky do roku 2030+

Strategie rozvoje kulturních a kreativních odvětví České republiky 22+

Krajská úroveň:

Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje 2021–2027

Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022–2029

RIS3 strategie Olomouckého kraje

Dlouhodobé záměry vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Olomouckého kraje na období 2024–2028

+ Implementace dlouhodobého záměru Olomouckého kraje (IDZ OK)

II. KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ (dále jen KKO)

Vymezení pojmu KKO

Certifikovaná Metodika mapování KKO na lokální a regionální úrovni v ČR (dále jen Metodika) vymezuje pojem KKO jako odvětví, jejichž „činnosti jsou založeny na kulturních hodnotách nebo na uměleckých a jiných individuálních nebo kolektivních kreativních projevech. Tyto činnosti mohou zahrnovat vývoj, tvorbu, produkci, šíření a ochranu produktů a služeb, které představují kulturní, umělecké či jiné kreativní projevy, jakož i související funkce, jako je vzdělávání nebo řízení. Budou mít potenciál vytvářet inovace a pracovní místa zejména z duševního vlastnictví. K těmto odvětvím patří architektura, archivy, knihovny a muzea, umělecká řemesla, audiovizuální odvětví (například kinematografie, televize, videohry a multimédia), hmotné a nehmotné kulturní dědictví, design (včetně módního návrhářství), festivaly, hudba, literatura, scénická umění, knihy a vydavatelská činnost, rozhlas a výtvarné umění/trh s uměním.“¹

V návaznosti na statistické vymezení v Metodice a dle současného trojsektorového členění kulturního a kreativního sektoru, resp. oblasti kultury dle Satelitního účtu kultury (dále jen „SÚK“) kopíruje výčet ekonomických činností základní statistické vymezení použité v Metodice.

Členění kulturního a kreativního sektoru:

- I. Kulturní a umělecké jádro (tradiční a umělecký sektor)
- II. Kulturní odvětví (audiovizuální a mediální sektor)
- III. Kreativní odvětví (kreativní sektor)

Kulturní a umělecké jádro v sobě zahrnuje 5 oblastí:

- i. kulturní dědictví
- ii. scénické umění
- iii. výtvarné umění
- iv. umělecké vzdělávání
- v. umělecká řemesla

Kulturní odvětví obsahuje 6 oblastí:

- i. knihy a tisk
- ii. hudba
- iii. film a video
- iv. rozhlas
- v. televize
- vi. videohry

¹ Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR, Institut umění - Pavel Bednář, Markéta Dubová, Marcel Kraus, Petr Návrat, Eva Žáková, 2016

Kreativní odvětví představuje 3 oblasti:

- i. architektura
- ii. reklama
- iii. design

Význam KKO pro Olomoucký kraj

Kulturní a kreativní průmysly, představují jedinečnou příležitost k posilování kvality života v kraji, zásadně obohacují společenský a kulturní život, kultivují veřejný prostor a způsoby trávení volného času, napomáhají budovat lokální komunity, rozvíjí přirozenou lidskou potřebu tvořit a jsou současně i ekonomicky významným sektorem.

Všechna odvětví i subjekty v oblasti kultury a kreativních průmyslů přinášejí zajímavé pracovní příležitosti tím, že se navzájem prolínají a doplňují, nabízí profese, které lze v současném digitálně propojeném pracovním prostředí do velké míry realizovat pro klienty i zaměstnavatele po celé republice, a především přináší velkou přidanou hodnotu průmyslovým odvětvím, jejich produktům a službám.

Historie mapování KKO v Olomouckém kraji

První metodicky relevantní mapování KKO v Olomouci proběhlo v r. 2017. Tato aktivita byla na jednu stranu naprosto průlomová a posunula debatu o významu sektoru KKO na novou úroveň, na stranu druhou se týkala pouze malého (byť zásadního) výseku celého území Olomouckého kraje a z dnešního pohledu již bohužel nereflektuje specifika řady mikroregionů Olomouckého kraje. Bylo shrnuto v publikaci **Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku** (Radek Palašák, Petr Bilík a kolektiv, Univerzita Palackého v Olomouci, 2017).

V roce 2019 navázala Univerzita Palackého v Olomouci projektem, jehož výstupem se stala souhrnná publikace **Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu** (Rostislav Netek, Petr Bilík a kol., Univerzita Palackého v Olomouci, 2020).

V říjnu 2023 byla realizována analytická studie, jejíž předmětem byl výzkum kulturní participace obyvatel Olomouckého kraje. Proběhla formou dotazníku, který byl formulován ve spolupráci se zástupci krajské politické reprezentace a odboru sportu, kultury a památkové péče KÚ Olomouckého kraje, na reprezentativním vzorku 500 respondentů. Cílem dotazníku bylo zjistit úroveň účasti obyvatel na kulturních službách na celém území kraje, včetně jejich spokojenosti s kulturními organizacemi a kulturními akcemi, které kraj dlouhodobě podporuje. Součástí byly také otázky na dostupnost kultury, otázky na aktivní uměleckou činnost a kulturní angažovanost obyvatel kraje či výdaje domácností na kulturu. Na základě výzkumu vznikla publikace **Kultura v Olomouckém kraji: výzkum kulturní participace obyvatel kraje** (Tereza Raabová, Ondřej Špaček, Economic Impact Art s.r.o., listopad 2023).

V roce 2022 Olomouci kraj vydal **Koncepci rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022-2029** (ONplan lab, s. r. o., 2022, dále jen „Koncepce“).

<https://www.olkraj.cz/sport-kultura-a-pamatkova-pece-kultura-v-olomouckem-kraji-strategicke-materialy-kraje-v-oblasti-kultury/koncepce-rozvoje-kultury-kreativity-a-pamatkove-pece-olomouckeho-kraje>

Ke spolupráci na naplňování Koncepce byli zváni aktéři činní v oblasti kultury, památkové péče a kulturních a kreativních odvětvích, dále obce, jimi zřizované organizace a další organizace a platformy, které pomáhají rozvíjet území kraje, sdružující veřejný, komerční, neziskový i akademický sektor. Mezi vítanými partnery byly také organizace, které působí v oblastech, do kterých koncepce přesahuje, jako jsou např. vzdělávání či sociální služby.

Koncepce se skládá ze 3 částí:

Analytická část

Profil kraje

Situace v obcích

Financování

SWOT analýzy

Vypořádání připomínek veřejnosti

Návrhová část

Implementační pravidla

Na Konceptci navázalo mapování KKO v Olomouckém kraji, které proběhlo v období 09/2023-11/2024 v rámci výše zmíněného projektu, a umožnilo:

- zaktualizovat datovou základnu aktivních aktérů KKO v Olomouckém kraji
- redefinovat oblasti podpory rozvoje KKO v návaznosti na koncepci
- rozšířit počet cílů a návazných opatření a navrhnout tak systematickou podporu rozvoje KKO v celém Olomouckém kraji
- vytipovat klíčové partnery pro realizaci navrhovaných opatření
- definovat zdroje financování k udržitelnosti navrhovaných opatření

a zároveň se stalo podkladem pro předkládanou Aktualizaci strategických materiálů v oblasti KKO v Olomouckém kraji.

Zapojení klíčových partnerů

Systémový pohled na rozvoje oblastí podpory KKO a na něj navazující konkrétní návrhy opatření, vyplynul z dlouhodobé dosavadní vzájemné spolupráce Odboru sportu, kultury a památkové péče Olomouckého kraje s klíčovými externími partnery: Inovační centrum Olomouckého kraje (dále jen ICOK), Univerzita Palackého v Olomouci, Statutární město Olomouc, Kreativní Olomouc, KIP, obce, kulturní organizace, příspěvkové organizace, MAS.

Struktura Strategie

Předkládaný materiál obsahuje:

- a) analytickou část, která doplňuje již vzniklou Konceptci v oblasti datových analýz a závěrů na základě mapování KKO v kraji,
- b) návrhovou část, která na základě mapování KKO v kraji doplňuje a redefinuje oblast rozvoje týkající se KKO do 5 cílů a 14 na sebe navazujících opatření,
- c) implementační část, která vychází z implementačních pravidel Koncepce.

III. ANALYTICKÁ ČÁST

Analytická část doplňuje šetření v rámci přípravy koncepce o současném stavu KKO v Olomouckém kraji, aktualizuje datovou základnu a rozšiřuje ji o kvalitativní analýzu potřeb aktérů KKO v kraji. Výsledky poslouží k identifikaci silných a slabých míst i příležitostí podpory KKO rozvoje v jednotlivých částech kraje.

Popis oblastí analýzy (rozvoje KKO řešeného strategií)

- rozšířit mapování KKO na celý kraj a skrze normativní metodiku získat srovnatelná data na republikové úrovni
- získat relevantní kvantitativní údaje a identifikovat klíčové oblasti a aktéry KKO včetně regionálních specifik
- zformulovat na základě získaných dat konkrétní opatření, aktivity a akce naplňující pilíře rozvoje kultury a kreativity v Olomouckém kraji (dostupnost kultury, zlepšování podmínek pro subjekty KKO, živé kulturní dědictví)
- pojmenovat konkrétní výzvy, cesty rozvoje i kritická místa tohoto sektoru a následně hledat a kalibrovat intervence s cílem podpořit ekosystém Olomouckého kraje a také velmi důležitý sektor distančně vykonavatelných profesí

Mapovací tým

Zkušenosti z dřívějších etap mapování KKO na Olomoucku byly přeneseny do současného postupu mapování, a proto jeho realizaci zajišťoval dle zadání Olomouckého kraje mapovací tým Inovačního centra Olomouckého kraje (ICOK).

Pracovní skupina

V průběhu projektu byla sestavena pracovní skupina, do níž byli přizváni zástupci kraje, konkrétně Odboru sportu, kultury a památkové péče, Odboru strategického rozvoje, Odboru školství a dále experti z partnerských organizací (Inovační centrum Olomouckého kraje, Univerzita Palackého v Olomouci a spolek Kreativní Olomouc). Na základě výsledků mapování navrhli její členové opatření k rozvoji KKO v Olomouckém kraji, která se promítnou do souvisejících strategických materiálů Olomouckého kraje.

Průběh mapování KKO v Olomouckém kraji a příprav návrhů opatření

Zainterесované strany se shodly na postupu kvantitativní a kvalitativní fáze včetně konkrétních termínů ukončení mapování a předání výstupů z obou fází.

termín	aktivita	cílová skupina	výstup
9/2023-11/2024	Mapování subjektů KKO	subjekty KKO v Olomouckém kraji v data setů z ČSÚ	Data set s aktivními subjekty KKO
9/2024-11/2024	Dotazníkové šetření	aktivní subjekty KKO v Olomouckém kraji	Vyhodnocení dotazníkového šetření

6/2024-11/2024	Diskusní skupiny	aktivní subjekty KKO v regionech SŠ s kreativními obory v Olomouckém kraji	Kvalitativní studie kulturních a kreativních aktérů Olomouckého kraje 2024_2025
3/2024-3/2025	Pracovní skupina	Zástupci OSKPP a partnerských organizací	Návrh cílů a opatření k rozvoji podpory KKO v Olomouckém kraji

Vstupní datasety a databáze

- RES_KKO_NACE_CORE_ICO - 4997 subjektů
- RES_KKO_NACE_DOPLNEK_ICO – 2806 subjektů
- CRUNCHBASE_CZ – 925 subjektů
- INKA – 31 subjektů
- Databáze podpora kultury (Olomoucký kraj) – 434 subjektů
- Celostátní galerie kreativců – 70 subjektů
- Katalogy DESIGN – 120 subjektů
- Export z databáze Albertina – 21098 subjektů
- Mapování KKP na Olomoucku – 1292 subjektů
- Export z databáze Kreativní Olomouc – 1187 subjektů
- Webová rešerše (+ sociální platformy)
- Kontakty mapovacího týmu metodou snowball

Metodologie

Metodický přístup vycházel z Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni i její Aktualizace certifikované Ministerstvem kultury České republiky (dále jen Metodika). Hlavním cílem bylo vyčištění dodaného datového souboru s názvem *RES_KKO_NACE_CORE_ICO*, který poskytl Český statistický úřad (ČSÚ), a jeho následné doplnění za účelem vytvoření komplexního přehledu aktivních subjektů KKO v Olomouckém kraji. Dílčí cíle zahrnovaly také aspekty, které nelze zachytit pouze prostřednictvím existujících administrativních a ekonomických údajů – zejména profesní zázemí aktérů, překážky jejich zaměstnávání nebo podmínky spolupráce a rozvoje v rámci ekosystému KKO.

Limity

Na základě zkušeností mapovacího týmu během postupu mapování KKO byly zjištěny některé poměrně zásadní problémy zkreslující celkový výsledek mapování:

- evidence již neexistujících či nečinných subjektů, neaktuálnost některých údajů
- častá absence údajů, např. obratu a počtu zaměstnanců, případně chybovost
- velká část subjektů, které jsou uvedeny v registru, je zařazena pod několik CZ-NACE kódů, příp. uvádí pouze třímístné nebo dvoumístné úrovně klasifikace. To má za následek, že je vyšší úroveň natolik široká, že zahrnuje i subjekty mimo oblast KKO. V takových případech se musí přistoupit k individuální verifikaci dat.

- nezachycení velkých subjektů a jejich významné působení na poli KKO, např. velké technologické firmy se silnou složkou tvorby designu.
- nezohlednění provozoven (zkresluje rozložení subjektů KKO a jejich aktivity v regionu).

Výzkumný přístup

Výzkumný postup byl koncipován jako smíšený, který kombinoval kvantitativní a kvalitativní přístup k analýze kulturních a kreativních odvětví v Olomouckém kraji. Cílem bylo nejen získat komplexní a validní data o struktuře a výkonnosti subjektů působících v oblasti KKO, ale také porozumět motivacím, zkušenostem, potřebám a bariérám, které ovlivňují chování a rozhodování aktérů uvnitř těchto odvětví.

Použitý výzkumný přístup odpovídá typu tzv. sekvenční časové posloupnosti, kdy byla jako první realizována kvantitativní analýza, která poskytla základní obraz o rozmístění, typu, ekonomickém výkonu a zaměření subjektů tvořících regionální ekosystém KKO. Na tuto část navázalo dotazníkové šetření, které bylo určeno všem subjektům identifikovaným jako relevantní pro oblast KKO v Olomouckém kraji.

Dotazník se soustředil na čtyři klíčové oblasti: povědomí o KKO, ekonomickou a organizační charakteristiku subjektů, jejich potřeby a zkušenosti s podporou ze strany veřejné správy. Ačkoliv návratnost dotazníků nedosáhla očekávané úrovně, výsledky přinesly doplňující informace o kontextu fungování jednotlivých subjektů a byly zohledněny při interpretaci kvantitativních a kvalitativních dat.

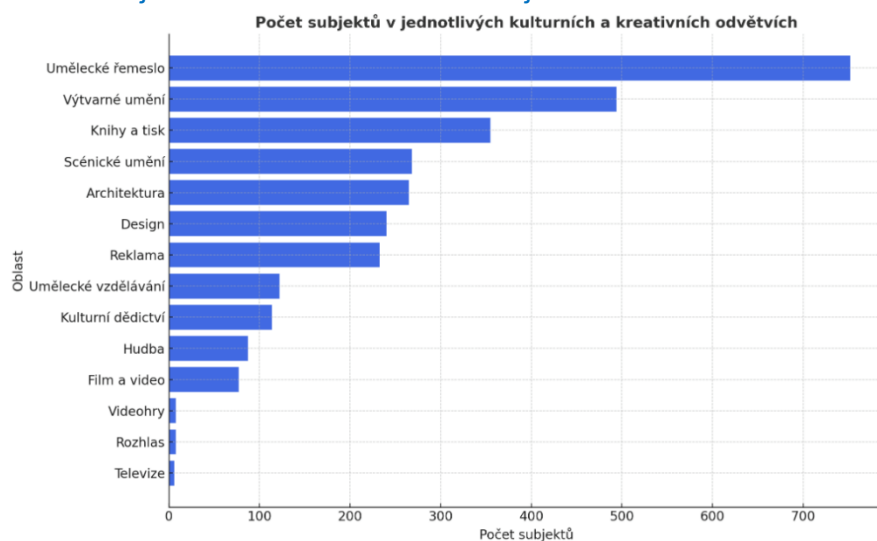
Další fází výzkumu byla kvalitativní studie, realizovaná formou diskusních skupin s kreativci, absolventy oborů a vzdělavateli. Jejím cílem bylo rozšířit a interpretovat kvantitativní poznatky prostřednictvím výpovědí samotných aktérů KKO, s důrazem na kompetence, pracovní uplatnění, podnikání, spolupráci a očekávání směrem k veřejné správě.

Kombinace vícero přístupů nám tak umožnila vytvořit rozšířený pohled na současný stav a potřeby rozvoje aktérů KKO v regionu.

Kvantitativní analýza

Klíčovou součástí výzkumu byla kvantitativní analýza, zaměřená na identifikaci subjektů spadajících pod KKO, hodnocení jejich ekonomické výkonnosti, zaměstnanosti a regionálních specifik. **Cílem kvantitativní části výzkumu bylo získat relevantní a průkazná data o ekonomicky činných subjektech v Olomouckém kraji, které lze zařadit do KKO.** Analýza zahrnovala nejen identifikaci subjektů a doplnění jejich lokalizačních a kontaktních údajů, ale také zhodnocení jejich ekonomické výkonnosti prostřednictvím údajů o obratech, zaměstnanosti, právní formě a délce působení. Dále byly identifikovány nejvýznamnější subjekty a proveden detailní přehled jednotlivých oblastí KKO v regionech.

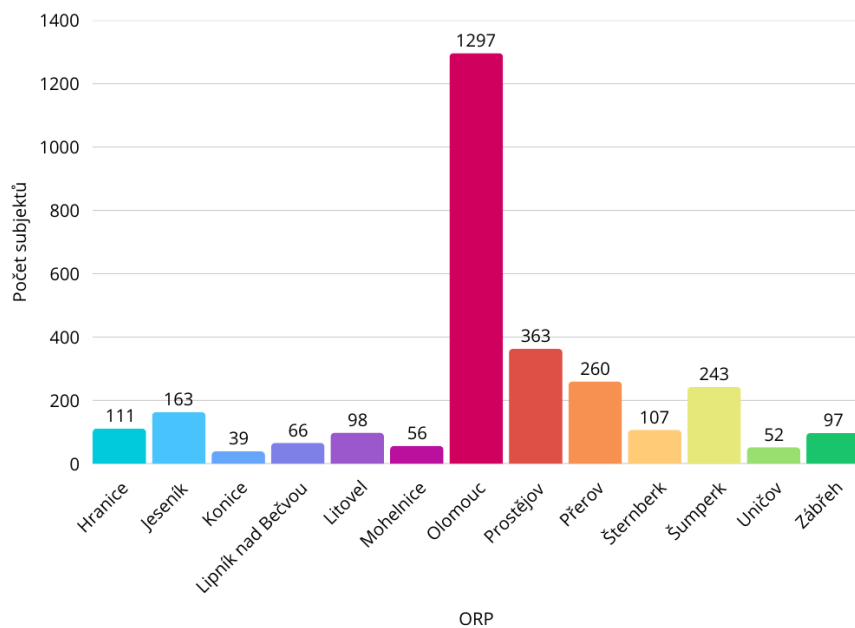
Počet subjektů KKO v Olomouckém kraji



Největší počet subjektů v rámci KKO v Olomouckém kraji byl zjištěn v oblasti **Uměleckých řemesel, celkem 752 subjektů**. U tohoto čísla je třeba vzít v úvahu fakt, že do této kategorie byly nakonec zařazeny pouze vybrané NACE kódy, které vykazovaly nejčastější výskyt napříč částmi kraje. **Druhou nejpočetnější oblastí je Výtvarné umění s 494 subjekty**, což je do značné míry ovlivněno tím, že do této oblasti spadá kategorie NACE 742XX – Fotografické činnosti, jejichž zástupci tvoří významnou součást této oblasti. Silné zastoupení má také oblast **Knihy a tisk, kde vysoký podíl z výsledných 355 subjektů tvoří překladatelé**. Vedle nich zde také působí nakladatelé, editoři a další, kteří se podílejí na tvorbě a distribuci tištěných a digitálních materiálů. Mezi další silné oblasti patří **Scénické umění, které zahrnuje 268 subjektů**, představujících divadelní soubory, operní soubory, taneční skupiny a také podpůrné činnosti pro scénická umění. Podobně silnou oblastí je **Architektura s 265 subjekty**, kde se v kraji uplatňují nejen zavedenější ateliéry s širším portfoliem projektů, ale také menší nezávislé architekti. Často jde také o projekční kanceláře, které se zabývají i architekturou. Naopak **nejnižší zastoupení mají oblasti jako Televize, kde bylo identifikováno pouze 6 subjektů, a Rozhlas s 8 subjekty. Stejný počet subjektů, tedy 8, se nachází v oblasti Videohry.**

Při analýze jsme zároveň využili kódu adresního místa, s jehož pomocí jsme získali **vizualizaci geografického rozložení subjektů ve správních obvodech obcí s rozšířenou působností (ORP)**. **Nejvyšší koncentrace subjektů je patrná v krajském městě Olomouci (1 297 subjektů)**, což víceméně koresponduje s velikostí a významem tohoto města coby spádového centra plnícího funkci hlavního kulturního a kreativního bodu regionu. **Významné zastoupení vykazují také Prostějov (363 subjektů), Přerov (260) a Šumperk (243)**. V ostatních částech kraje je koncentrace nižší, ale také významná, například **Jeseník (163) a Zábřeh na Moravě (97) ukazují na určitá mikroregionální centra s potenciálem dalšího rozvoje**.

Počet subjektů spadajících do KKO v jednotlivých ORP



Počet subjektů spadajících do KKO v ORP dle jednotlivých oblastí

↓ Oblast	Hranice	Jeseník	Konice	Lipník nad Bečvou	Litovel	Mohelnice	Olomouc	Prostějov	Prerov	Šternberk	Šumperk	Uničov	Zábřeh
Architektura	9	6	5	6	6	2	120	35	15	12	25	1	7
Design	7	12	1	5	8	5	122	22	20	9	17	2	4
Film a video	3	2	1	1	1	1	28	13	10	0	9	4	1
Hudba	6	2	0	0	6	2	34	5	10	2	10	2	2
Knihy a tisk	3	17	4	6	9	9	219	21	26	8	14	2	8
Kulturní dědictví	4	9	2	2	11	1	44	12	13	2	8	3	2
Reklama	12	10	1	4	5	3	112	35	19	4	15	2	3
Rozhlas	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	1	0	0
Scénické umění	15	14	5	4	7	9	119	19	26	4	28	2	8
Televize	0	0	0	0	0	0	5	0	1	0	0	0	0
Umělecké řemeslo	31	63	12	26	24	14	213	126	75	33	67	19	40
Umělecké vzdělávání	6	9	2	1	2	2	57	13	7	3	13	1	4
Videohry	0	0	0	0	0	0	6	1	0	0	0	1	0
Výtvarné umění	15	19	6	11	19	8	211	61	38	30	36	13	18

Nejvýznamnější subjekty

OBLAST	NÁZEV SUBJEKTU	KATEGORIE OBRATU
Architektura	ALFAPROJEKT OLOMOUC, a.s.	60 000 000 - 99 999 999 Kč
	ZÁHRADA Olomouc s.r.o.	30 000 000 - 59 999 999 Kč
	ASET studio s.r.o.	10 000 000 - 29 999 999 Kč
	A2 ARCHITEKTI s.r.o.	10 000 000 - 29 999 999 Kč
Design	Plastkon product s.r.o.	100 000 000 - 299 999 999 Kč
	Creative Caps s.r.o.	300 000 000 - 499 999 999 Kč
	JAP FUTURE s.r.o.	300 000 000 - 499 999 999 Kč
	Slezák - RAV CZ s.r.o.	100 000 000 - 299 999 999 Kč
Film a video	DCI KINO Olomouc s.r.o.	10 000 000 - 29 999 999 Kč
	KINO METRO 70 Prostějov, příspěvková organizace	10 000 000 - 29 999 999 Kč
	Kino Oko	5 000 000 - 9 999 999 Kč
Hudba	AQ import trading s.r.o.	100 000 000 - 299 999 999 Kč
	Martin Kapek	3 000 000 - 4 999 999 Kč
Knihy a tisk	ANAG, spol. s r. o.	60 000 000 - 99 999 999 Kč
	PRODOS spol. s r.o.	10 000 000 - 29 999 999 Kč
	UniStudies s.r.o.	10 000 000 - 29 999 999 Kč
	Haná Press, s.r.o.	10 000 000 - 29 999 999 Kč
Kulturní dědictví	Archeologické centrum Olomouc, příspěvková organizace	60 000 000 - 99 999 999 Kč
	Muzeum umění Olomouc	60 000 000 - 99 999 999 Kč
	Muzeum Komenského v Přerově, příspěvková organizace	30 000 000 - 59 999 999 Kč
Reklama	GRAPO s.r.o.	100 000 000 - 299 999 999 Kč
	Algraf - reklamní agentura s.r.o.	30 000 000 - 59 999 999 Kč
	Ing. Zdeněk Smital	10 000 000 - 29 999 999 Kč
Rozhlas	HAMCO, s.r.o.	10 000 000 - 29 999 999 Kč
Scénické umění	Moravské divadlo Olomouc, příspěvková organizace	100 000 000 - 299 999 999 Kč
	Zábřežská kulturní, s.r.o.	30 000 000 - 59 999 999 Kč
	Dům kultury Šumperk, s.r.o.	30 000 000 - 59 999 999 Kč
Televize	TV MORAVA, s.r.o.	5 000 000 - 9 999 999 Kč
	TV-MAJ s.r.o.	5 000 000 - 9 999 999 Kč
Umělecké řemeslo	Koutný spol. s r. o.	500 000 000 - 799 999 999 Kč
	Bernhardt Fashion CZ, s.r.o.	100 000 000 - 299 999 999 Kč
	Woox Syndicate s.r.o.	100 000 000 - 299 999 999 Kč
Umělecké vzdělávání	Základní umělecká škola „Žerotín“ Olomouc, Kavaleristů 6	30 000 000 - 59 999 999 Kč
	Základní umělecká škola Vladimíra Ambrose Prostějov	30 000 000 - 59 999 999 Kč
	Konzervatoř Evangelické akademie	30 000 000 - 59 999 999 Kč
Videohry	Gaming Center s.r.o.	1 000 000 - 2 999 999 Kč
	Veles Technology, s.r.o.	1 000 000 - 2 999 999 Kč
	QDLAN, z. s.	1 000 000 - 2 999 999 Kč
Výtvarné umění	Radomír Surma	3 000 000 - 4 999 999 Kč
	TRINITY ART s.r.o.	3 000 000 - 4 999 999 Kč
	Ice Event, realizace ledových soch s.r.o.	1 000 000 - 2 999 999 Kč

OBLAST	NÁZEV SUBJEKTU	KATEGORIE POČET ZAMĚSTNANCŮ
Architektura	ALFAPROJEKT OLOMOUC, a.s.	25 - 49 zaměstnanců
Design	JAP FUTURE s.r.o.	100 - 199 zaměstnanců
	LACHMAN INTERIER DESIGN, s.r.o.	100 - 199 zaměstnanců
Film a video	KINO METRO 70 Prostějov, příspěvková organizace	25 - 49 zaměstnanců
Hudba	AQ import trading s.r.o.	10 - 19 zaměstnanců
Knihy a tisk	ANAG, spol. s r. o.	100 - 199 zaměstnanců
Kulturní dědictví	Muzeum umění Olomouc	100 - 199 zaměstnanců
Reklama	GRAPO s.r.o.	50 - 99 zaměstnanců
Rozhlas	Radio Haná, s.r.o.	25 - 49 zaměstnanců
Scénické umění	Moravské divadlo Olomouc, příspěvková organizace	250 - 499 zaměstnanců
Televize	TV MORAVA, s.r.o.	1 - 5 zaměstnanců
	TV-MAJ s.r.o.	1 - 5 zaměstnanců
	ZZIP s.r.o.	1 - 5 zaměstnanců
Umělecké řemeslo	Bernhardt Fashion CZ, s.r.o.	250 - 499 zaměstnanců
Umělecké vzdělávání	Dům dětí a mládeže Olomouc	250 - 499 zaměstnanců
Videohry	Gaming Center s.r.o.	1 - 5 zaměstnanců
Výtvarné umění	Radomír Surma	6 - 9 zaměstnanců
	TRINITY ART s.r.o.	6 - 9 zaměstnanců
	Galerie Caesar, družstvo pro podporu výtvarného umění	6 - 9 zaměstnanců

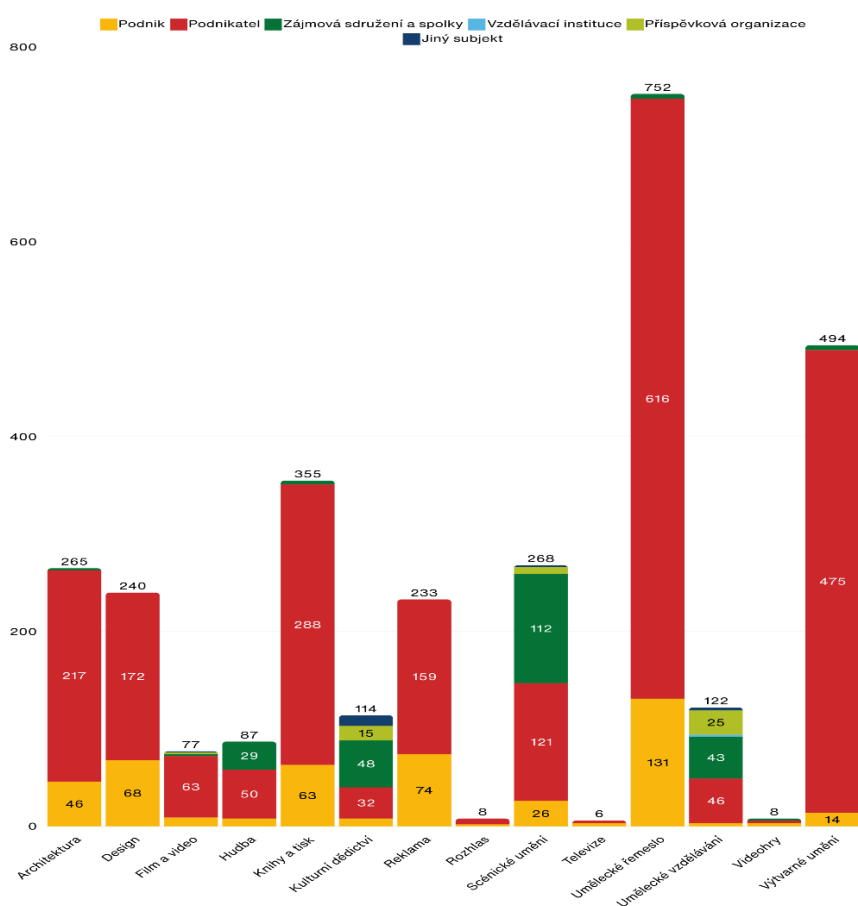
Tabulka zobrazuje nejvýznamnější subjekty KKO v jednotlivých oblastech podle kategorie jejich ročního obratu. Pozn.: do přehledu byly zařazeny pouze ty subjekty, u nichž alespoň 15 % celkového obratu připadá na činnosti v oblasti KKO.

Právní forma subjektů KKO v Olomouckém kraji

Při rozdělení subjektů na jednotlivé právní formy jsme postupovali obdobně jako ostatní kraje a pro systematické členění jsme použili kód právní formy. Struktura právních forem mimo jiné ovlivňuje způsobilost k čerpání podpory, přístup k veřejnému financování nebo možnosti spolupráce v rámci kulturní infrastruktury kraje. Pro zjednodušení byly subjekty rozděleny dle tohoto kódu do hlavních kategorií právních forem na:

- podnik
- podnikatel
- zájmová sdružení a spolky
- vzdělávací instituce
- příspěvková organizace
- jiný subjekt

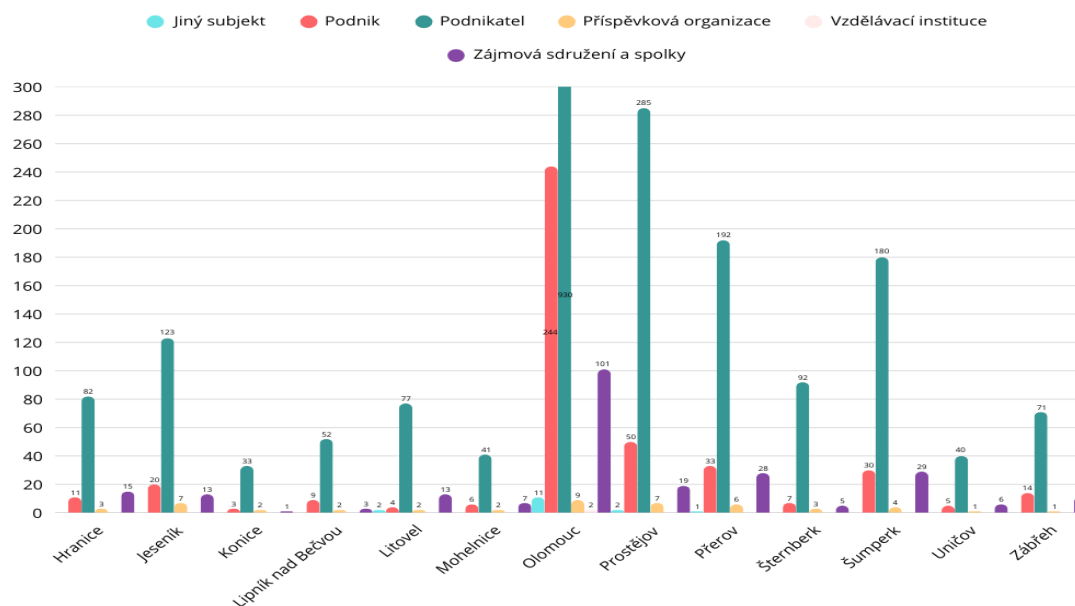
Počet subjektů v oblastech



Z analýzy nahromaděných dat vyplývá, že největší zastoupení mezi KKO mají podnikatelé, kteří tvoří dominantní část subjektů ve většině oblastí, tj. 61%. Například v oblasti *Architektura* je 217 z 265 subjektů podnikatelů, podobně v oblasti *Knihy a tisk* je 288 z 355 subjektů podnikatelů. Největší zastoupení mají ale podnikatelé v oblasti *Umělecké řemeslo* (616). Naopak nejméně zastoupenou kategorií jsou vzdělávací instituce, a to pouze se dvěma subjekty. Příspěvkové organizace se objevují pouze v některých oblastech, například v oblasti *Umělecké vzdělávání* (25). Významné zastoupení mají zájmová sdružení a spolky, zejména v oblasti *Scénické umění* (112), kde tvoří téměř

polovinu subjektů. Celkově z nahromaděných údajů vyplývá, že KKO z hlediska počtu subjektů, tvoří převážně osoby samostatně výdělečně činné.

Největší koncentrace všech typů subjektů, zejména podnikatelů a podniků, je patrná v ORP Olomouc, která slouží jako přirozené krajské centrum. Výrazně zastoupeny jsou také ORP Prostějov, Přerov a Šumperk. Podnikatelé tvoří nejpočetnější kategorii napříč všemi ORP.



Zaměstnanci dle právní formy



Pozn.: počet zaměstnanců připadajících na KKO (dle proměnné podíl_zam) v jednotlivých kategoriích.

Důležité je také sledovat právní formu z hlediska počtu zaměstnanců v jednotlivých kategoriích. **Celková zaměstnanost v KKO se výrazně liší dle právní formy jednotlivých subjektů.** Zdaleka nejvíce osob zaměstnávají subjekty spadající dle právní formy do kategorie podnik – v některých oblastech, například v oblasti *Design*, připadá na podniky 1 561 zaměstnanců, což svědčí o vysoké koncentraci pracovních míst v tomto segmentu. Podobná situace je v oblasti *Knihy a tisk*, kde podniky zaměstnávají 1 162 osob.

Oproti tomu podnikatelé ve všech oblastech působí převážně jako fyzické osoby s malým počtem zaměstnanců – průměr v této kategorii je méně než 1 zaměstnanec na subjekt, což svědčí o tom, že většina těchto subjektů působí samostatně, bez zaměstnanců.

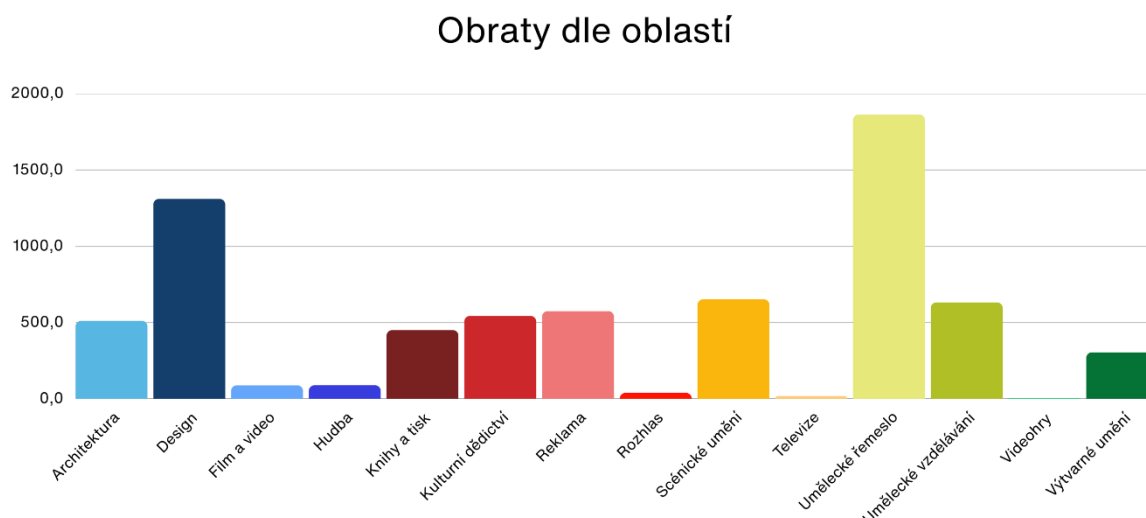
Největší oblastí z hlediska zaměstnanosti však zůstává oblast *Umělecké řemeslo*, kde je celkový počet zaměstnanců 3 512. Podniky v této oblasti zaměstnávají 3 075 pracovníků, což ukazuje, že mnoho z těchto subjektů působí jako větší či menší, často zavedené výrobní firmy. Podnikatelé v této oblasti zaměstnávají 433 osob, a to ukazuje, že i zde pracují živnostníci samostatně nebo s minimálním počtem zaměstnanců.

Oblast	Počet zaměstnanců						Průměrný počet zaměstnanců					
	Podnik	Podnikatel	Zájmová sdružení a spolky	Vzdělávací instituce	Příspěvková organizace	Jiný subjekt	Podnik	Podnikatel	Zájmová sdružení a spolky	Vzdělávací instituce	Příspěvková organizace	Jiný subjekt
Architektura	304	72	2	0	0	0	6,61	0,33	1	0	0	0
Design	1561	36	0	0	0	0	22,96	0,21	0	0	0	0
Film a video	40	15	4	0	0	59	4,44	0,24	2	0	29,5	1
Hudba	25	27	31	0	0	0	3,06	0,53	1,07	0	0	0
Knihy a tisk	1162	52	4	0	0	0	18,44	0,18	1	0	0	0
Kulturní dědictví	251	16	224	0	0	760	31,31	0,5	4,66	0	50,63	115,55
Reklama	354	60	0	0	0	0	4,78	0,37	0	0	0	0
Rozhlas	38	1	0	0	0	0	19	0,17	0	0	0	0
Scénické umění	612	46	194	0	0	604	23,52	0,38	1,73	0	86,29	29,5
Televize	9	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0
Umělecké řemeslo	3075	433	5	0	0	0	23,47	0,7	1	0	0	0
Umělecké vzdělávání	26	19	119	112	1286	30	8,5	0,4	2,77	55,75	51,42	10
Videohry	5	0	2	0	0	0	1,67	0	1	0	0	0
Výtvarné umění	39	108	43	0	0	0	2,79	0,23	8,6	0	0	0
Celkem	7498,35	880,5	627,39	111,5	2708	1361	16,37	0,39	2,49	55,75	55,27	80,06

Pozn.: celkový počet zaměstnanců ve sledovaných oblastech.

Pokud se kromě podniků a podnikatelů podíváme i na další kategorie, tak například zájmová sdružení a spolky zaměstnávají v průměru 2 až 3 osoby, přičemž největší počet zaměstnanců v této kategorii najdeme v oblasti *Kulturní dědictví* (224 zaměstnanců), což souvisí s velkým počtem kulturních institucí v této oblasti. Dále jsou v této kategorii právních forem z hlediska počtu zaměstnanců **stále významnými oblastmi *Scénické umění* a *Umělecké vzdělávání*.** Příspěvkové organizace, mají v některých oblastech také významnější zaměstnanost – například v oblasti *Umělecké vzdělávání* spadá do kategorie příspěvkových organizací (1 286 zaměstnanců), což je výrazný rozdíl oproti ostatním právním formám v tomto segmentu (např. podnikatelé s pouhými 26 zaměstnanci).

Celkově lze říci, že je v KKO ve všech sledovaných oblastech široká škála zaměstnavatelů, přičemž ***Umělecké řemeslo* se jeví jako oblast s největší celkovou zaměstnaností (3 512 osob), to při zohlednění skutečnosti, že se jedná pouze o vybrané kódy NACE, ukazuje, že se jedná o oblast KKO s výrazně největší zaměstnaností v kraji.** Naopak třeba oblast *Výtvarné umění* vykazuje jednu z nejnižších průměrných zaměstnaností, což naznačuje vysokou míru individualizace práce v tomto (jedná se především o jednotlivce bez zaměstnanců).



Výše uvedený graf ukazuje, jak se jednotlivé oblasti KKO liší z hlediska obratu. **Nejvýznamnější oblastí je Design, který s obratem 1,31 miliardy Kč a 1 597 zaměstnanci potvrzuje, že velikost obratu často kopíruje velikost zaměstnanosti v jednotlivých oblastech.** Vidíme tedy, že v některých oblastech je počet zaměstnanců a obrat v poměrně vyrovnaném poměru. Například oblast *Scénické umění* s obratem 652,6 milionu Kč a 1 514 zaměstnanci nebo *Umělecké vzdělávání* s obratem 632,2 milionu Kč a 1 590 zaměstnanci vykazují podobný poměr výše obratu a zaměstnanosti. Zajímavá je oblast *Reklama* s obratem 574,8 milionu Kč a 414 zaměstnanci, což znamená vyšší tržby na zaměstnance ve srovnání s dalšími oblastmi, jako je například oblast *Knihy a tisk*, která má při podobném obratu 450,9 milionu Kč třikrát více zaměstnanců (1 217).

Významnou oblastí se jeví Umělecké řemeslo, ale vysoké počty zaměstnanců a obrat jsou sporné vzhledem k problematickému zařazení jejich ekonomické činnosti do CZ-NACE. Pro případné další analýzy byly vybrány jen určité obory na základě jejich nejčtetnější zastoupení v kraji.

Na opačném konci spektra najdeme oblasti s nízkým zastoupením v kraji, jako jsou *Videohry* vykazující obrat 5,1 mil. Kč (7 zaměstnanců) a *Televize* s obratem 18,3 mil. Kč (9 zaměstnanců). Mezi oblastmi s nižším ekonomickým výkonem patří také *Rozhlas* (39,6 mil. Kč, 39 zaměstnanců) a *Film a video* (88,7 mil. Kč, 119 zaměstnanců).

Zajímavé je, že podobně si vede i oblast *Hudba* s obratem 89 milionů Kč a 82 zaměstnanci, přičemž stále přetrvává situace zmíněná již v předchozím Mapování KKP (2017), kdy se řada subjektů působících v této oblasti věnuje volnočasovým aktivitám, např. členové místních hudebních skupin, pro které hudba není zdrojem příjmů, a tyto subjekty se tak ve statistikách zaměstnanosti a obratu v KKO neprojeví.

Důležité je zmínit, že z celkového obratu byla vyloučena Univerzita Palackého v Olomouci. Vzhledem k jejímu velkému obratu a širokému spektru činností s nemožností přesně určit jejich zařazení do KKO by její zařazení mohlo výrazně zkreslit výsledné údaje.

Při interpretaci údajů o obrazech je nutné brát v úvahu různou míru dostupnosti a spolehlivosti dat. V některých případech šlo o orientační hodnoty založené na expertním odhadu nebo

sekundárních údajích, což se týká především OSVČ a menších subjektů bez veřejně přístupných hospodářských výsledků.

Kvalitativní část výzkumu

Kvalitativní část výzkumu byla provedena s cílem zjistit, co kreativci V Olomouckém kraji potřebují k tomu, aby se mohli rozvíjet, jaký okruh kompetencí (znalostí, schopností, dovedností a postojů) vnímají jako nezbytný pro odvětví, ve kterém působí, a jak by jim v tom mohla pomoci samospráva. Zatímco kvantitativní část výzkumu nabídla strukturovaný přehled o složení a ekonomické výkonnosti aktérů, cílem této fáze bylo navíc zachytit perspektivy samotných jednotlivců a institucí, které kulturní a kreativní sektor v kraji utvářejí. V širším kontextu bylo cílem kvalitativní analýzy dat lépe porozumět aktérům KKO, silným a slabým stránkám, hrozbám a příležitostem pro oblasti, v nichž kreativci z Olomouckého kraje profesně působí. Analýza se konkrétně zaměřila na příležitosti pro jejich rozvoj v regionu.

V období od června 2024 do prosince 2024 proběhlo deset skupinových diskusí, jejíž součástí byly také participativní SWOT analýzy. Diskusní skupiny byly tematicky rozděleny do dvou základních okruhů. Sedm skupin bylo realizováno s kreativci, kteří byli vybíráni s ohledem na své profesní zaměření (např. fotografie, video, umělecké řemeslo, grafický design, web design, architektura, původní umělecká tvorba) dle regionální působnosti v lokalitách: Jesenicko, Šumpersko, Přerovsko, Prostějovsko, Šternbersko, Hranicko a Olomoucko. Další tři diskusní skupiny se uskutečnily se zástupci středních škol s kreativními obory a jejich absolventy: jedna s řediteli, jedna s pedagogy, mistry odborného výcviku a kariérovými poradci, poslední s absolventy (do 3-5 let po ukončení SŠ).

Šetření bylo realizováno dle metodiky a v souladu s etickými zásadami kvalitativního výzkumu. Všichni účastníci byli předem informováni o účelu výzkumu a poskytli souhlas se záznamem. Data byla anonymizována a použita výhradně pro účely výzkumu.

Klíčové kompetence nutné pro uplatnění v KKO

Napříč diskusními skupinami zaznívala shoda, že úspěšné uplatnění v kulturních a kreativních odvětvích vyžaduje kombinaci odborných (tvůrčích) dovedností s podnikatelskými, marketingovými a komunikačními schopnostmi. Samotná kvalita výstupu (např. díla, návrhu, produktu) byla vnímána jako nezbytný, nikoliv však dostačující předpoklad profesního fungování. Tato potřeba je v souladu s výsledky kvantitativní analýzy, která ukázala, že dominantní právní formou subjektů KKO v kraji jsou podnikatelé tzn. primárně OSVČ bez zaměstnanců. Tyto subjekty si musí veškerou agendu kolem prezentace, distribuce a monetizace zajišťovat sami, nebo případně poptat externě. Jednotlivci se tak často musejí postarat o získávání zakázek, propagaci vlastní práce i administrativní zajištění svého podnikání. Zároveň jde často o subjekty s nižšími obraty, což potvrzuje i ekonomická analýza.

Kompetence podle kreativců

Pohledy kreativců, absolventů i pedagogů odhalují, že nejde pouze o osvojení konkrétních dovedností či znalostí, ale také o komplexní přístup k práci. **Zásadní roli hraje schopnost kontinuálního učení, adaptace na dynamické prostředí a nalezení vlastní tvůrčí cesty.** Právě propojení odborných, sociálních a osobnostních kompetencí určuje, zda se člověk dokáže nejen prosadit, ale zároveň si udržet vnitřní motivaci, radost z tvorby a pocit naplnění.

Z analýzy informací tedy vyplývá, že **kreativci nejvíce postrádají znalosti v oblasti cenotvorby, obchodní komunikace a vyjednávání, a rovněž dovednosti spojené s online prezentací a digitální propagací**, zejména v kontextu sociálních sítí, tvorby portfolia, nebo i základní práce s videem.

Zároveň se ukázala **potřeba rozvíjet schopnosti síťování, spolupráce a vytváření pracovních aliancí**, které jsou klíčové pro navazování profesních kontaktů, sdílení zdrojů a realizaci společných projektů v rámci kulturních a kreativních odvětví.

Z dalších potřeb kreativci označili **základní právní a finanční povědomí, zejména v oblastech týkajících se smluvních vztahů, fakturace a daňových povinností**, a také **orientace v dotačním a grantovém prostředí**, které by jim umožnilo efektivněji využívat dostupné formy finanční podpory pro rozvoj jejich činnosti.

Analýza dat rovněž poukázala na **důležitost odborných kompetencí spojených s kontinuálním profesním rozvojem**, konkrétně schopností neustále si prohlubovat znalosti a dovednosti v souladu s vývojem oboru. Mezi často zmiňované potřeby patří rovněž orientace v aktuálních trendech, schopnost inovativního myšlení, precizní a konzistentní přístup k práci a pokročilá znalost specifických technologií a softwarových nástrojů využívaných v kulturních a kreativních odvětvích.

Nedostatek všech, v této kapitole zmíněných, kompetencí byl označován jako hlavní překážka profesního růstu a stabilizace ve sledovaných oblastech. Zároveň vyplývá, že jejich význam se zvyšuje s růstem profesní autonomie, což potvrzuje kvantitativní část vysokým podílem samostatně podnikajících subjektů v klíčových oblastech kraje. Přítomnost těchto potřeb byla zřejmá napříč celým regionem, bez nějaké větší či menší závislosti na velikost lokality.

Kompetence podle ředitelů, pedagogů a absolventů odborných škol s kreativními obory

Základní příležitost, kterou ředitelé i pedagogové vnímají vzhledem rozvoji kreativních oborů a vzhledem ke svým absolventům a jejich profesnímu uplatnění, **je spolupracovat, propojovat se, a to nejenom mezi školami, univerzitami, ale také s firmami, které jim budou relevantními partnery** (aby praxe studentů dávaly smysl, aby studenti získávali potřebné kompetence pro své profesní působení a aby školám poskytovaly v rámci partnerství potřebné vybavení)

Další příležitostí je také vytvoření platformy, kde by mohli absolventi prezentovat svoji činnost i talent, a mohli se tak propojit s budoucími zaměstnavateli nebo zákazníky.

Potřebují ale také rozvíjet spolupráci s městem, s Olomouckým krajem a také mimo kraj.

Zároveň ředitelé vyjádřili, že **potřebují mít ve svých rozpočtech část zdrojů na rozvoj školy (inovace), příp. spolufinancování odbornými firmami**. Vyšší finanční podpora od Olomouckého kraje a Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy by vzdělavatelé uvítali ve větším objemu především kvůli náročnosti technologického vybavení a licencí.

Absolventi vyjádřili že kreativci by rádi v kraji zůstávali a přispívali k jeho rozvoji, ale **ekonomické podmínky je nutí odcházet za výrazně rozvinutějším trhem** (Brno, Ostrava).

V Olomouckém kraji jim totiž chybí pracovní příležitosti, příležitosti větších zakázek. Šetření ukázalo, že částí problému je needukovaný trh, který neocení přidanou hodnotu umělecké tvorby

Regionální ekosystém a rozvojové příležitosti

KKO v Olomouckém kraji se vyznačují vysokou mírou diverzity z hlediska ekonomické výkonnosti, regionální koncentrace i profesního zázemí jednotlivých aktérů. Z kvantitativní části mapování vyplývá, že kraj je charakteristický vysokým podílem malých subjektů, často fungujících na bázi samostatné výdělečné činnosti s nižšími obraty. **Většina subjektů identifikovaných v KKO spadá do kategorie právní formy podnikatel – tzn. fyzické osoby, často bez zaměstnanců**, jejichž ekonomická stabilita je často limitována velikostí trhu.

Ukázalo se, že regionální rozložení těchto subjektů je spíše nerovnoměrné – dominantní postavení zaujímá Olomouc jako přirozené centrum regionu s nejvyšší koncentrací subjektů i ekonomickým výkonem. Kromě Olomouce dle analýzy kvantitativních dat patří mezi na KKO silné ORP Prostějov, Přerov a Šumperk, zatímco ostatní ORP vykazují spíše nižší hustotu subjektů a omezenější infrastrukturu. Například v oblasti architektury je většina subjektů lokalizována právě v těchto ORP, zatímco v periferních částech kraje je výskyt subjektů v této oblasti minimální.

Ekonomická analýza dále ukazuje, že nejvyšších obrátů dosahují oblasti uměleckého řemesla a designu, přičemž větší část tohoto výkonu tvoří podniky s větším počtem zaměstnanců. Průměrný obrát na subjekt je výrazně vyšší u právnických (kategorie podnik) osob. Kvalitativní studie doplňuje tento obraz o vnímání samotných aktérů, kteří často poukazují na nejistotu, ekonomickou zranitelnost a obtížnou dostupnost profesních příležitostí. Kreativci, zastupující kategorii *podnikatel*, narážejí na nízkou dostupnost sdílených prostor, nedostatečné možnosti profesního síťování a slabou poptávku po jejich službách ze strany lokálních firem a institucí. **Nedostatečné propojení mezi kulturním a podnikatelským sektorem a chybějící systematická podpora ze strany samosprávy**, zejména ve formě zakázek či propagace, dále ztěžují jejich situaci. Ačkoliv některé iniciativy, jako například aktivity ICOK, jsou vnímány pozitivně, nejsou dostupné rovnoměrně napříč celým krajem.

Nedostatek informací o podpůrných programech a obtížný přístup k financím vedou k vysoké míře odlivu mladých talentů do větších měst mimo region, což dlouhodobě oslabuje lokální kreativní scénu. Kvantitativní zjištění potvrzují, že nové subjekty po roce 2020 přibývají jen v omezené míře, což je také důsledkem pandemie COVID-19, ale i systémových slabin regionálního prostředí. **Celkově vývoj KKO v kraji odráží jak zmíněné vnější ekonomické šok(y), tak i chybějící struktury podpory, nízkou míru síťování a nedostatečnou integraci kulturní a kreativní činnosti do širší ekonomiky kraje.**

SWOT analýza KKO v regionech Olomouckého kraje

SWOT analýza byla zpracována na základě dat získaných prostřednictvím diskusních skupin konaných ve vytípaných oblastech Olomouckého kraje, které definovala pracovní skupina. Kapitola se zaměřuje především na příležitosti pro rozvoj KKO podle jednotlivých lokalit v kraji, jak je vnímají aktéři působící v tomto odvětví.

Jesenicko

Jesenicko představuje podle místních kreativců region s mimořádným tvůrčím potenciálem – unikátní krajina, silný genius loci a vysoká koncentrace talentovaných jedinců zde vytvářejí inspirativní ekosystém pro uměleckou tvorbu i kvalitní život. Přesto se oblast potýká s nedostatečnou kulturní infrastrukturou, roztržitou komunitou a omezenou poptávkou po kreativních službách, což brání plnému profesnímu rozvoji místních tvůrců. Jako klíčové příležitosti vnímají respondenti posílení komunitních vazeb, systematickou podporu městských institucí a promyšlenou revitalizaci veřejného prostoru, jež by mohly nastartovat kulturní oživení regionu. Mezi hlavní hrozby naopak patří geografická izolovanost, úzký místní trh, nízká kupní síla obyvatel a přetrvávající skepse vůči investicím do kreativních odvětví.

Šumpersko

Kreativci ze Šumperska vnímají svůj region jako prostor s potenciálem, oceňují zdejší komunitní soudržnost, rodinné prostředí podporující spolupráci a aktivní snahu místních

o pozitivní změnu. Jako limity však identifikují absenci výstavních a performativních prostor, úzký lokální trh, finanční nestabilitu a nedostatek vzdělávacích kapacit, což ohrožuje profesní ukotvení i dlouhodobé perspektivy mladé generace. Mezi klíčové příležitosti řadí vytvoření multifunkčního komunitního centra, systémové propojování tvůrců s veřejností a vzdělávacími institucemi, stejně jako rozvoj mentoringových programů. Mezi hlavní hrozby patří omezená kupní síla obyvatel, vysoké riziko syndromu vyhoření v důsledku přetížení a strukturální bariéry bránící návratu na trh práce po rodičovské pauze.

Přerovsko

Přerovsko vnímají kreativci jako lokalitu s výhodnou polohou a dostupným bydlením, což však zároveň přináší obavy z jeho proměny v pouhou „noclehárnu“. **Sílu regionu spatřují v lidském kapitálu a místním nadšení** – označují se za srdcaře, kteří pracují s nasazením i bez očekávání zisku. Jako slabinu naopak identifikují odliv mladých lidí, nefunkční veřejný prostor a chybějící koncepční přístup města ke kultuře, včetně nedostatečné komunikace s místními kreativci. Příležitost k rozvoji vidí ve vzdělávání napojeném na praxi, v oživení městského centra i v lepším propojení s místními institucemi a školami.

Prostějovsko

Prostějovsko je v očích místních kreativců prostředím, kde lze díky velikosti města snadno navázat kontakty a zviditelnit se. Jako konkurenční výhodu vidí cenu, kterou mohou nabídnout a také autenticitu, svůj osobitý styl a rukopis, ale vše často naráží na limity malého trhu. Kreativci proto hledají příležitosti mimo region, zejména v Brně (dobrá dostupnost) či Praze. Jako klíčovou potřebu zmiňují vznik platformy, která by jim umožnila propojení s klientelou a prezentaci vlastní tvorby. Slabinou je nízká známost jejich práce, nedostatek zakázek a konkurenční prostředí, kde rozhoduje přístup ke kontaktům. Obavy panují také z rostoucích odvodů a finanční nejistoty, která ztěžuje udržitelnost profesní dráhy v místě.

Šternbersko

V regionu Šternberska kreativci oceňují snadnost navazování kontaktů a ochotu si navzájem pomáhat, což považují za specifikum regionu. Přesto zde však výrazně rezonuje nejistota ohledně ekonomického přežití v KKO; kreativní práce je vnímána jako špatně placená a společensky nedoceněná. Výrazným problémem je také nedostatek praxe během studia, což absolventům komplikuje vstup do profesního života. Ačkoliv jsou Šternberští geograficky blízko Olomouci, cítí se často mimo hlavní proud informací a příležitostí. V rozvoji odvětví proto spatřují potenciál zejména v síťování, napojení užitého umění na podnikatelské prostředí, spolupráci s investory a v rozvoji prezentačních dovedností. Hrozbou pak může být i existenciální nejistota spojená s pochybnostmi o smyslu své tvorby.

Hranicko

Kreativci na Hranicku oceňují přístupnost kontaktů a blízkost mezi aktéry v místní scéně, zároveň si však uvědomují omezenou kupní sílu regionu a nízkou ochotu klientů investovat

do kvalitních služeb. To výrazně snižuje ekonomický potenciál podnikání v oboru, a kreativní činnost se pro mnohé stává finančně neudržitelnou. Kreativci často narážejí na nepochopení přidané hodnoty jejich práce a musí čelit pocitu nedocenění. Prostor k profesnímu uplatnění v oblasti kulturně-společenských služeb je v regionu omezený, což některé z nich nutí zvažovat odchod mimo region. Přesto se v Hranicích skrývá potenciál v síle komunitních vazeb, které mohou sloužit jako základ pro viditelnější prezentaci místní tvorby. Významnou překážkou však zůstává politická atmosféra, kterou kreativci vnímají jako dekuluralizační – městská kulturní politika podle nich postrádá odborné vedení i jasnou vizi a někdy přímo podkopává nezávislé iniciativy. Obavy panují rovněž z vlivu umělé inteligence, jež může oslabit hodnotu lidské autorské práce a přispět k dalšímu znejistění jejich pozice ve společnosti.

Olomoucko

Kreativci působící na Olomoucku vnímají jako jednu z největších výhod regionu jeho univerzitní charakter a intelektuální zázemí, které Olomouc odlišuje od jiných krajských měst. Tento vzdělanostní potenciál však podle nich zůstává z části nevyužitý, zmiňují například chybějící technickou univerzitu nebo omezený transfer technologií do praxe, což představuje promarněné příležitosti, které by bylo možné využít i z hlediska KKO. Výraznou slabinou je rovněž nedostatek byznysového kapitálu a firemní infrastruktury, což kreativce často nutí hledat uplatnění mimo region. Nedostupnost pracovních prostor, vysoké náklady na bydlení a slabá kulturní politika města pak přispívají k odlivu zkušených odborníků, což dlouhodobě oslabuje celý sektor. Kreativci proto akcentují potřebu udržet lidský kapitál v regionu, a to nejen skrze podporu podnikání a vzdělávání, ale i rozvoj komunit a partnerství s velkými institucemi (např. univerzita, nemocnice, technologický park). Zdůrazňují, že právě tato síťování může tvořit základ budoucí konkurenceschopnosti Olomouce v oblasti KKO. Vedle toho upozorňují na systémové překážky, jako je pomalé schvalování územních plánů, které brzdí strategické rozvojové projekty. V celkovém pohledu je tak Olomoucko prostředím s vysokým potenciálem, který však vyžaduje koordinovanější přístup k podpoře kultury, podnikání i bydlení, jinak bude jeho rozvoj dále ohrožován odlivem kvalifikovaných lidí.

Souhrn výsledků klíčových analýz

Silné stránky KKO v kraji jsou založeny především na kvalitě lidského kapitálu a specifických přednostech některých lokalit. Kreativci napříč regionem často vyzdvihují svou schopnost tvořit v souladu s tradicí a autenticitou místního prostředí. Například na Jesenicku a Šumpersku je oceňován genius loci a inspirativní příroda, zatímco v Olomouci se jako klíčová síla jeví univerzitní charakter města a vysoká koncentrace vzdělaných lidí. Kvantitativní data pak potvrzují, že v Olomouci je nejvyšší koncentrace subjektů a také nejvyšší ekonomický výkon.

Naopak **slabé stránky se odrážejí ve strukturálních nedostatcích celého sektoru. Kreativci často postrádají dostatek fyzických i virtuálních prostor pro práci, prezentaci a síťování.** Významná část regionu, zejména oblasti jako Jesenicko, Hranicko či Šternbersko, vykazuje nízkou kupní sílu, chybějící kulturní infrastrukturu a slabou poptávku po kreativních službách. Informanti také často zmiňovali finanční nejistotu a obtížnou udržitelnost profese v místních podmínkách. Kvantitativní data tuto skutečnost doplňují zjištěním o dramatickém poklesu počtu nově vzniklých subjektů po roce 2020, kdy pandemie COVID-19 odhalila zranitelnost těchto odvětví.

Příležitosti se otevírají zejména v oblasti lepšího propojení kreativního sektoru s ostatními oblastmi ekonomiky a veřejné správy. Vznik platforem, které by usnadňovaly prezentaci, síťování a přístup k zakázkám, je vnímán jako klíčová priorita napříč regionem. Kreativci vnímají potenciál v rozvoji sdílených prostor typu brněnského KUMSTu a ve větší institucionální podpoře, která by zahrnovala nejen grantové programy, ale i systematickou spolupráci s místními firmami a samosprávou. Hrozby představují zejména odliv talentů z kraje do větších měst, kde je širší nabídka zakázek, vyšší finanční ohodnocení a lepší infrastruktura.

V některých částech regionu je patrná slabá poptávka po kulturních a kreativních službách, což kreativce nutí pracovat pro klientelu mimo kraj, případně opustit obor. Tento trend je podpořen i nízkým zapojením samosprávy do podpory lokálních kreativců, což snižuje možnost zakázek z veřejných zdrojů. V kontextu technologického vývoje je za hrozbu vnímána i rostoucí role umělé inteligence, která může nahradit některé rutinní činnosti v grafických a designérských profesích. Kvantitativní data rovněž ukazují na hrozbu dlouhodobého útlumu odvětví, pokud nedojde k vytvoření udržitelných podpůrných struktur, které by eliminovaly regionální disparity a posílily ekonomickou stabilitu kreativců.

IV. NÁVRHOVÁ ČÁST

Východiskem návrhové části Strategie je definice hlavních rozvojových hodnot a problémů a identifikované pozitivní a negativní trendy z výstupů kvantitativní a kvalitativní části mapování KKO. Východiska byla formulována v následujících tematických oblastech: dobré povědomí o KKO a jejich potřebách, systematická podpora infrastruktury pro rozvoj kreativního ekosystému a podpora vzdělávání a rozvoje dovedností v kreativních odvětvích.

Návrhová část navazuje na Konceptci a na její formulaci vize, která definuje budoucí stav v horizontu příštích čtyř let. Dále popisuje oblast rozvoje 2 Konceptce, rozpracované do 5 cílů, které definují stav, jehož chce kraj dosáhnout v následujícím období, a jejich měřitelné indikátory, které pomáhají cíle zpřesnit. Cíle jsou dále rozčleněny v souborech 14 opatření, které formulují způsoby a aktivity naplňování vize.

Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022-2029

Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje **pro období 2022-2029 definuje vizi rozvoje na základě tehdejší analýzy stavu v oblasti kultury, kreativity a kulturního dědictví v Olomouckém kraji**, identifikovaných potenciálů, problémů a jejich příčin i důležitých trendů. Byly definovány 3 oblasti rozvoje, vizi dále zpřesňují strategické cíle, opatření a aktivity, které ukazují konkrétní cestu k naplnění cílů.

Strategická vize Konceptce popisuje stav v oblasti kultury, kreativity a památkové péče, kterého chce Olomoucký kraj dosáhnout do roku 2029. Tato vize je dále rozpracována do oblastí rozvoje, ke kterým se vztahují cíle a dílčí opatření s přehledem aktivit vedoucích k dosažení těchto cílů.

Na bodech vize se během společných workshopů shodli zástupci obcí, krajských příspěvkových organizací v oblasti kultury a aktéři kulturních a kreativních odvětví. Po zapracování všech podnětů a kritické zpětné vazby od členů pracovní a konzultační skupiny i širší kulturní veřejnosti připravil zpracovatelský tým tuto výslednou podobu vize:

*Ke kvalitě života v Olomouckém kraji přispívá kultura, která je zde respektována a celospolečensky vnímána. Na obou březích Moravy i Bečvy, v horách i na rovinaté Hané je **kultura obyvatelům dostupná**. Obce si uvědomují, že rozvojem kultury a kreativity přispívají k budování demokratických hodnot a občanské společnosti. Obyvatelé kraje jsou hrdí na regionální specifika místní kultury, angažují se v pořádání lokálních kulturních akcí a mají příležitosti ke konfrontaci se špičkovým uměním, které prezentují tvůrci z Česka i zahraničí.*

Přívětivé podmínky přitahují do Olomouckého kraje **kreativce**, kteří zde chtějí žít, tvořit a vzájemně spolupracovat. Díky vhodnému zázemí zde naplno využívají svůj potenciál a podílí se tak na vytváření pestré kulturní nabídky i ekonomickém rozvoji regionu. Kraj má situaci kulturního a kreativního sektoru dobře zmapovanou, a proto jej dokáže vhodnými nástroji efektivně podporovat. Občané si váží hodnot, které kulturní a kreativní sektor vytváří, a Olomoucký kraj dokáže využít jejich ekonomických přínosů.

Kulturní dědictví v Olomouckém kraji je **živé a dostupné** všem návštěvníkům, je prezentováno moderními marketingovými nástroji a za využití současných technologií. Aktéři kulturního dědictví si důvěřují a hledají společná řešení, která vedou k rozvoji míst.

Oblasti rozvoje:

Oblast rozvoje 1 ATRAKTIVNÍ A DOSTUPNÁ KULTURNÍ NABÍDKA PRO OBYVATELE
KRAJE

Oblast rozvoje 2 DOBRÉ PODMÍNKY PRO AKTÉRY KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH
ODVĚTVÍ

Oblast rozvoje 3 ŽIVÉ KULTURNÍ DĚDICTVÍ

Oblast rozvoje 2 byla na základě výsledků mapování a workshopů se zástupci obcí, krajských příspěvkových organizací v oblasti kultury a aktérů kulturních a kreativních odvětví definována takto:

Olomoucký kraj se zaměří na zajištění dobré znalosti potřeb aktérů v kulturních a kreativních odvětvích, rozvoj jejich sociálního kapitálu a zejména na podporu síťování aktérů mezi sebou i s aktéry z dalších oblastí rozvoje společnosti. Zlepší nástroje podpory podnikání a bude propagovat kulturní a kreativní odvětví v očích klíčových hráčů i veřejnosti jako důležitou součást ekonomiky regionu s vysokou přidanou hodnotou. Pro naplnění záměru bude iniciovat mapování kulturních a kreativních odvětví, připraví kreativní vouchery, posílí koordinační kapacity a vytvoří platformu pro setkávání a síťování na úrovni regionu. Bude také podporovat vzdělávání aktérů v oblasti rozvoje podnikání, marketingu, managementu nebo fundraisingu. Rozvine nástroje stabilní, předvídatelné a dlouhodobé finanční podpory pro významné akce a profesionální soubory. Kraj také posílí vlastní kapacity a know-how na realizaci projektů z evropských fondů pro rozvoj kulturních a kreativních odvětví v regionu. Bude se účastnit diskuse při nastavování pravidel národních dotačních programů i legislativy v zájmu udržitelného rozvoje kulturních a kreativních odvětví v regionech Česka ve spolupráci s ostatními kraji. Olomoucký kraj bude pokračovat ve vytváření dobrých finančních i prostorových podmínek pro zřizované příspěvkové organizace, tak aby byly konkurenceschopné na trhu práce a mohly naplňovat svoji odbornou i popularizační a komunitní roli.

Aktualizace na základě výstupů projektu mapování KKO v kraji

Na základě výstupů mapování KKO v Olomouckém kraji dojde k aktualizaci Oblasti rozvoje 2 – DOBRÉ PODMÍNKY PRO AKTÉRY KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ, a to prostřednictvím redefinice cílů a opatření týkajících se této oblasti rozvoje. Nově bude tato oblast rozvoje zahrnovat 5 cílů a 14 opatření.

Oblast 2: DOBRÉ PODMÍNKY PRO AKTÉRY KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ Globální cíl: Aktéři v kultuře a KKO jsou viditelnou a stabilní součástí socioekonomického rozvoje kraje	
Cíl 2.1. V Olomouckém kraji existuje dobré povědomí o KKO a jejich potřebách	Opatření 2.1.1. Sdílení dobré znalosti dat o kultuře a KKO v kraji
	Opatření 2.1.2. Systematická spolupráce mezi kraji a MK ČR
	Opatření 2.1.3. Zapojení kraje do celostátních projektů a zprostředkování regionálních a mezinárodních programů aktivním aktérům KKO

Cíl 2.2. Olomoucký kraj systematicky podporuje rozvoj kreativního sektoru	Opatření 2.2.1. Systematická podpora KKO v Olomouckém kraji
	Opatření 2.2.2. KKO jako nástroj rozvoje obcí a kulturně-komunitního života
	Opatření 2.2.3. Rozvíjení mecenášství v kultuře a komunitním rozvoji jako standardní součásti společenské zodpovědnosti firem
Cíl 2.3. Aktéři KKO v kraji jsou propojení a spolupracují na rozvoji kreativního ekosystému	Opatření 2.3.1. Iniciace Olomouckého kreativního fóra a rozšíření formátů a nástrojů pro podporu kulturně-kreativního podnikání
	Opatření 2.3.2. Rozvíjení aktivní sítě aktérů KKO a jejich propojení s podnikateli a investory v rámci společné platformy
	Opatření 2.3.3. Zmapování podporovatelů KKO
Cíl 2.4. Olomoucký kraj disponuje infrastrukturou pro rozvoj KKO	Opatření 2.4.1. Zprostředkování diskuse aktérů KKO o zřízení a potřebě Kreativního centra v Olomouckém kraji
	Opatření 2.4.2. Vytvoření business development služby
	Opatření 2.4.3. Zřízení mikro-hubů/fab-labů
	Opatření 2.4.4. Podpora internacionalizace
2.5. Podpora vzdělávání a rozvoje dovedností v kreativních odvětvích	Opatření 2.5.1. Rozvoj Kreativní akademie

Charakteristika cílů a opatření

Oblast 2 DOBRÉ PODMÍNKY PRO AKTÉRY KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ

GLOBÁLNÍ CÍL: Aktéři v kultuře a KKO jsou viditelnou a stabilní součástí socioekonomického rozvoje Olomouckého kraje

Návrh indikátoru dopadu:

počet realizovaných setkání, workshopů, eventů
existence kreativního centra v Olomouci
existence mikro-hubů/fab-labů v kraji
funkční business development služby pro aktéry KKO

CÍL 2.1 V Olomouckém kraji existuje dobré povědomí o KKO a jejich potřebách

Návrh hlavních indikátorů cíle: existence veřejně přístupné databáze
počet realizovaných setkání, eventů
počet realizovaných projektů
ohlasy v médiích

Odpovědnost za naplňování cíle:

SPRÁVCE: člen ROK pro kulturu a památkovou péči

ADMINISTRÁTOR: OSKPP

PŘEDPOKLÁDANÍ REALIZÁTOŘI: OSKPP, OSR, OŠM, ICOK

PARTNEŘI: obce, SMOI, UP Olomouc, sdružení měst a obcí, MAS, AKCe, HK, partnerská města

Opatření 2.1.1. Sdílení dobré znalosti dat o kultuře a KKO v kraji

Návrh indikátoru opatření:

existence veřejně přístupné databáze
vznik souhrnného materiálu za účelem propagace a podpory KKO v kraji
počet realizovaných setkání, eventů
počet mediální výstupů

Příklady aktivit:

připravit živou databázi aktérů kultury a KKO na úrovni kraje zpracování datových a mapových výstupů z mapování subjektů kultury a KKO a jejich potřeb pro interní potřeby i směrem k veřejnosti

nastavení a realizace krajské marketingové kampaně

promyslet a připravit platformy prezentace aktérů kultury a KKO v kraji

připravit seminář, konferenci, fórum k výstupům mapování KKO pro aktéry KKO v kraji

aktivně sdílet výstupy mapování KKO v Olomouckém kraji s ostatními kraji

Opatření 2.1.2. Systematická spolupráce mezi kraji v oblasti KKO a s MK ČR**Návrh indikátoru opatření:**

počet realizovaných setkání, eventů

počet účastí na konferencích, workshopech, metodických setkáních apod. k tématu KKO na mezikrajské a národní úrovni

Příklady aktivit:

ve spolupráci s věcně příslušnými ministerstvy najít formy financování podpory KKO v kraji

účastnit se konferencí, workshopů, metodických setkání v oblasti KKO

přenášet příklady dobré praxe z různých krajů ČR

provádět průběžně benchmarking v oblasti KKO mezi kraji

Opatření 2.1.3. Zapojení kraje do celostátních projektů a zprostředkování regionálních a mezinárodních programů aktivním aktérům KKO**Návrh indikátoru opatření:**

počet realizovaných setkání, eventů

počet realizovaných projektů

Příklady aktivit:

připravit semináře, workshopy, online setkání

spolupracovat s organizacemi nabízejícími projekty

aktivně sdílet příklady dobré praxe

Cíl 2.2. Olomoucký kraj systematicky podporuje rozvoj kreativního sektoru

Návrh hlavních indikátorů cíle:

aktualizace Koncepce rozvoje kultury, kreativity
a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022-2029
počet metodických setkání kraje se samosprávami
počet realizovaných projektů

Odpovědnost za naplňování cíle:

SPRÁVCE: člen ROK pro kulturu a památkovou péči

ADMINISTRÁTOR: OSKPP

PŘEDPOKLÁDANÍ REALIZÁTOŘI: OSKPP, OSR, OŠM, ICOK

PARTNEŘI: obce, UP Olomouc, SMOI, sdružení měst a obcí, MAS, AKCe, architekti

Opatření 2.2.1. Systematická podpora KKO v Olomouckém kraji

Návrh indikátoru opatření:

aktualizace Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje
pro období 2022-2029

vznik pracovní skupiny kraje pro rozvoj KKO

rozvoj KKO je zakotven ve strategických dokumentech kraje:

- Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče v Olomouckém kraji
- Krajská příloha RIS3 za Olomoucký kraj
- Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje
- Dlouhodobé záměry vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Olomouckého kraje
na období 2024–2028

Příklady aktivit:

aktualizace Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje
pro období 2022-2029

pracovní setkání mezi zástupci jednotlivých oddělení, odborů

zakotvit rozvoj KKO do strategických dokumentů kraje

Opatření 2.2.2. KKO jako nástroj rozvoje obcí a kulturně-komunitního života

Návrh indikátoru opatření:

počet metodických setkávání zástupců obcí s krajem za účelem vzájemného informování, networkingu, sdílení potřeb a příkladů dobré praxe

počet odběratelů komunikačních nástrojů (newsletter, podcast, web – analytika)

Příklady aktivit:

metodická setkávání zástupců obcí a regionálních kulturních aktérů s krajem za účelem vzájemného informování, networkingu, sdílení potřeb a příkladů dobré praxe

spolupráce architektů a kreativních profesionálů na kultivaci veřejného prostoru v regionu

účast na podobných akcích v rámci ČR

Opatření 2.2.3. Rozvíjení mecenášství v kultuře a komunitním rozvoji jako standardní součásti společenské zodpovědnosti firem

Návrh indikátoru opatření:

krajská PR kampaň za účelem podpory mecenášství

Příklady aktivit:

podporovat pozitivní image mecenášství s využitím krajských propagačních nástrojů

podporovat místní a regionální donátorství

Cíl 2.3. Aktéři KKO v kraji jsou propojeni a spolupracují na rozvoji kreativního ekosystému

Návrh hlavních indikátorů cíle: jednotná komunikační platforma

atraktivní formáty a nástroje pro prezentaci KKO

počet realizovaných projektů

ohlasy v médiích

Odpovědnost za naplňování cíle:

SPRÁVCE: člen ROK pro kulturu a památkovou péči

ADMINISTRÁTOR: OSKPP

PŘEDPOKLÁDANÍ REALIZÁTOŘI: OSKPP, OSR, OŠM, ICOK

PARTNEŘI: obce, SMOI, ICOK, UP Olomouc, sdružení měst a obcí, MAS, místní a klíčové podnikatelské subjekty

Opatření 2.3.1. Inicie Olomouckého kreativního fóra a rozšíření formátů a nástrojů pro podporu kulturně-kreativního podnikání

Návrh indikátoru opatření:

počet setkání

Příklady aktivit:

participovat na každoroční organizaci Olomouckého kreativního fóra

vytvořit atraktivní formáty a nástroje pro prezentaci a propojení s hlavními regionálními aktéry

Opatření 2.3.2. Rozvíjení aktivní sítě aktérů KKO a jejich propojení s podnikateli a investory v rámci společné platformy

Návrh indikátoru opatření:

existence komunikační platformy

počet eventů aktérů KKO s byznys sférou

Příklady aktivit:

vytvořit komunikační platformu pro spolupráci aktérů KKO s podnikateli a investory

stimulovat spolupráci aktérů KKO s podnikateli a investory

Opatření 2.3.3. Zmapování podporovatelů KKO

Návrh indikátoru opatření:

databáze ambasadorů

databáze prostor vhodných pro sdílení aktéry KKO

Příklady aktivit:

vytipovat ambasadory KKO v Olomouckém kraji

zmapovat a vytvořit databázi ateliérů, zkušeben, hubů, komunitních prostor vhodných pro aktéry KKO

Cíl 2.4. Olomoucký kraj disponuje infrastrukturou pro rozvoj KKO

Návrh hlavních indikátorů cíle: zřízení kreativního centra v Olomouci

business development služby pro aktéry KKO

počet mikro-hubů/fab-labů v kraji

Odpovědnost za naplňování cíle:

SPRÁVCE: člen ROK pro kulturu a památkovou péči

ADMINISTRÁTOR: OSKPP

PŘEDPOKLÁDANÍ REALIZÁTOŘI: OSKPP, OSR, ICOK

PARTNEŘI: ICOK, obce, MAS, HK, Czechinvest, Inovační centra a rozvojové agentury

Opatření 2.4.1. Zprostředkování diskuse aktérů KKO o zřízení a potřebě Kreativního centra v Olomouckém kraji

Návrh indikátoru opatření:

počet eventů

počet zapojených partnerů

Příklady aktivit:

mapovat možné modely

benchmarking v ostatních krajích

analyzovat modely financování

testovat "Kreativní centrum nanečisto" / vytvořit "virtuální HUB"

Opatření 2.4.2. Vytvoření business development služby

Návrh indikátoru opatření:

počet setkání aktérů KKO a zástupců byznysové sféry

Příklady aktivit:

promyslet formát konzultací kreativců se zástupci byznysové sféry (matchmaking events)

Opatření 2.4.3. Zřízení mikro-hubů/fab-labů

Návrh indikátoru opatření:

zmapování potenciálních míst v regionu pro vznik mikro-hubů/fab labů

pilotní ověření

funkční model pro multiplikaci

Příklady aktivit:

využít stávající infrastrukturu (knihovny, klubovny, KD/KC) a jejich využití pro mikrokreativní centra

iniciovat fab laby – dílny – pilotní ověření, multiplikace

Opatření 2.4.4. Podpora internacionalizace

Návrh indikátoru opatření:

počet realizovaných projektů

Příklady aktivit:

výměnné rezidence

zapojení do projektů přeshraniční spolupráce

přenos dobré praxe

Cíl 2.5. Podpora vzdělávání a rozvoje dovedností v kreativních odvětvích

Návrh hlavních indikátorů cíle:

Odpovědnost za naplňování cíle:

SPRÁVCE: člen ROK pro kulturu a památkovou péči

ADMINISTRÁTOR: OSKPP

PŘEDPOKLÁDANÍ REALIZÁTOŘI: OSKPP, OSR, OŠM, ICOK

PARTNEŘI: ICOK, obce, SMOI, UP Olomouc, PO, krajské SŠ s kreativními obory

Opatření 2.5.1. Vytvoření vzdělávacího a mentoringového programu pro kreativce a manažery kulturních organizací

Návrh indikátoru opatření:

znalost formátu realizace Kreativní akademie

realizace vzdělávacích seminářů/workshopů

počet účastníků

Příklady aktivit:

připravit udržitelný model činnosti Kreativní akademie

vhodně zacílit vzdělávací programy pro aktéry KKO

Implementace výše uvedených opatření je blíže rozpracována v Příloze č. 1 této Strategie – Implementační plán k rozvoji KKO na období 2026–2029. Implementační plán obsahuje návrh termínů plnění jednotlivých opatření, jejich nákladů, zdrojů financování, předpokládaných realizátorů a indikátorů plnění. Implementační plán zohledňuje programové období Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje, tj. 2022–2029, přičemž konkrétní naplňování jednotlivých cílů bude dále stanovováno prostřednictvím akčních plánů pro jednotlivé roky.

V. IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

Implementační část stanovuje implementační pravidla pro naplňování Strategie. Tato pravidla vycházejí z implementačních pravidel Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje na období 2022–2029.

1. Aktéři implementace

1.1. Koordinátor

Implementaci Strategie řídí koordinátor zařazený do organizační struktury Odboru sportu, kultury a památkové péče. Koordinátor průběžně koordinuje svou činnost s vedoucím Odboru, vedoucími oddělení kultury a památkové péče a s členem Rady Olomouckého kraje, který je pověřen gescí kultury a památkové péče. Koordinátor dále stanovuje konkrétní termíny pro setkávání pracovní skupiny pro jednotlivé fáze procesu.

1.2. Pracovní skupina

Pracovní skupina připravuje návrh akčního plánu koncepce a jeho vyhodnocení. Pracovní skupina je složena zejména ze zástupců věcně příslušných odborů a krajem zřizovaných příspěvkových organizací. K účasti v pracovní skupině je možné podle potřeby přizvat další zástupce z řad veřejnosti.

Jednání pracovní skupiny vede vedoucí Odboru sportu, kultury a památkové péče, případně jím pověřená osoba. Členy pracovní skupiny jmenuje Rada Olomouckého kraje na návrh člena Rady Olomouckého kraje zodpovědného za oblast kultury a památkové péče.

2. Proces implementace

2.1. Akční plán

Akční plán je nástroj, jehož prostřednictvím je naplňována Strategie v jednotlivých letech s ohledem na dostupné finanční prostředky. Akční plán je strukturovaný dokument, který zahrnuje seznam aktivit a projektů, jež budou v daném roce realizovány s výhledem na další rok. U každé aktivity a projektu je nastavena odpovědnost a finanční alokace.

2.2. Tvorba akčního plánu

Strategie je naplňována prostřednictvím akčního plánu. Výsledná podoba akčního plánu bude korespondovat s rozpočtem kraje. Akční plán bude připraven a schválen v rámci procesu přípravy a schvalování rozpočtu kraje na příslušný kalendářní rok. Proces tvorby akčního plánu je dlouhodobým procesem. Akční plán se připravuje vždy na následující rok ($r+1$) s výhledem na další rok ($r+2$).

Při tvorbě akčního plánu se postupuje v několika krocích:

1. Pracovní skupina – připraví návrh akčního plánu
2. Komise pro kulturu a památkovou péči Rady Olomouckého kraje – projedná návrh akčního plánu připravený pracovní skupinou a doporučí finální návrh k projednání a ke schválení orgánům kraje
3. Rada/Zastupitelstvo Olomouckého kraje – projedná a schválí finální verzi akčního plánu.

2.3. Struktura akčního plánu

Akční plán bude připraven ve struktuře, která odpovídá struktuře zpracování akčních plánů na Krajském úřadu Olomouckého kraje. Struktura by měla obsahovat následující informace, v případě potřeby ji lze upravit.

Tabulka 1: Rámcová struktura popisu akčního plánu

Kód opatření	Název projektu	Popis aktivity	Výstupy projektu	Předpokládané náklady (v tis. Kč)								Období realizace	Garant	Realizátor	Stupeň rozpracovanosti	Pozn. (vazba na aktivitu)
				Celkem	Náklady SMOL			Externí zdroje								
					Celkem	2022	2023	Další roky	Výše dotace	Dotacíní titul	Jiné zdroje					

3. Vyhodnocení Strategie

3.1. Zpráva z implementace Strategie

Koordinátor implementace Strategie připravuje stručnou zprávu o implementaci Strategie za předchozí kalendářní rok. Cílem zprávy je informovat o stavu plnění akčního plánu Strategie za předchozí kalendářní rok a doporučit případné změny v koncepci a její implementaci pro další období. Zprávu připraví pracovní skupina, projedná Komise pro kulturu a památkovou péči Rady Olomouckého kraje a schvaluje Rada/Zastupitelstvo Olomouckého kraje.

3.2. Vyhodnocení indikátorů koncepce – úroveň dopadu

Plnění Strategie je měřeno soustavou indikátorů, které jsou přiděleny k jednotlivým globálním cílům na úrovni oblastí. V případě monitoringu indikátorů globálních cílů je zpravidla šetření realizováno na začátku naplňování koncepce a na jejím konci.

Měření indikátorů na úrovni specifických cílů je pravidelně vyhodnocováno. Metodika měření indikátorů bude popsána při prvním sběru dat pro zachování kontinuity měření.

Za vyhodnocování indikátorů je zodpovědný koordinátor implementace koncepce, který může sběrem dat pověřit členy pracovní skupiny nebo osoby zodpovědné za naplňování jednotlivých úkolů ve Strategii. Vyhodnocení indikátorů je součástí zprávy z implementace Strategie.

3.3. Metodika popisu indikátorů – úroveň dopadu

Struktura indikátorů v úrovni dopadu u jednotlivých cílů bude popsána v následujících kategoriích.

Tabulka 2: Struktura popisu monitorovacího indikátoru pro úroveň dopadu

Kód cíle	Monitorovací indikátor	Optimální směr	Hodnota					Frekvence hodnocení
			Výchozí stav	2022	2023	...	Cílový stav	
Popis indikátoru		Jednotka	Popis metodiky výpočtu			Zdroj dat		Správce indikátoru
...								

Správce indikátoru – stanovuje definici, metodiku výpočtu a hodnoty indikátoru, je odpovědný za získávání dat za jednotlivé indikátory, sledování a vyhodnocení plnění indikátorů v předchozím období.

Výchozí stav – výchozí hodnoty monitorovacích indikátorů jsou vztaženy k roku 2025. Pokud jejich konkrétní hodnoty nebyly v tomto roce známy, bude jejich hodnota nastavena na nulu.

Cílový stav – ideální stav cílových hodnot monitorovacích indikátorů. Těchto hodnot by mělo být dosaženo po úspěšné realizaci projektů a aktivit z akčního plánu a naplnění jednotlivých cílů a opatření Strategie, byť se to z různých objektivních důvodů nemusí podařit.

Optimální směr – optimální směr by měl odpovídat tendenci hodnoty indikátoru, ke které by mělo dojít splněním jednotlivých opatření a aktivit koncepce. Pro přehlednost byly stanoveny k jednotlivým směrům vývoje vizuální symboly.

Tabulka 3: Struktura popisu vyhodnocení indikátorů pro úroveň dopadu

Kód opatření	Monitorovací indikátor	Optimální směr	Hodnota					Trend plnění	Poznámka
			Výchozí stav	2022	2023	...	Cílový stav		
	Indikátor XX	↔	35	35	-	-	35		
	Indikátor XY	↑	10	10	-	-	20		

4. Změny Strategie a její implementace

Změny Strategie a její implementace připraví pracovní skupina, projedná Komise pro kulturu a památkovou péči Rady Olomouckého kraje a schvaluje Rada/Zastupitelstvo Olomouckého kraje.

Schválení a implementace Strategie

Výstupy projektu mapování KKO v kraji budou předloženy ke schválení orgánům kraje a následně implementovány do již stávajících strategických materiálů kraje nejpozději do konce roku 2025, a to v návaznosti na aktualizaci stávajících strategických materiálů kraje: Koncepce kultury, kreativity a památkové péče, RIS3 strategie Olomouckého kraje, Dlouhodobé záměry vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Olomouckého kraje a Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje.

VI. ZÁVĚR

Autoři

Předkládaný materiál vychází ze spolupráce mnoha zúčastněných stran, které přispěly ke zdárnému dokončení projektu mapování KKO v Olomouckém kraji a formulaci oblastí a cílů systematického rozvoje kreativního ekosystému v kraji v rámci mapovacího týmu a pracovní skupiny.

Olomoucký kraj

Ing. Monika Hryzbilová, náměstkyně hejtmána pro oblast sportu, kultury a památkovou péči

Ing. Petr Flora, Odbor sportu, kultury a památkové péče

Mgr. David Sychra, Odbor sportu, kultury a památkové péče

Mgr. Taťána Ságlová, Odbor sportu, kultury a památkové péče

Mgr. Marta Novotná, Odbor strategického rozvoje

Mgr. Martin Pustaj, Odbor školství a mládeže

ICOK

Mgr. Anna Jánská

Mgr. Tomáš Psutka

Bc. Dorota Ambrožová

Ing. Ludmila Andršová

Univerzita Palackého Olomouc

RNDr. Rostislav Nėtek, Ph.D.

Kreativní Olomouc

Mgr. Magdalena Hruška

Bc. Jan Źůrek

Seznam zkratek

ČSÚ – Český statistický úřad

ICOK – Inovační centrum Olomouckého kraje

ITI Strategie (Integrated Territorial Investments) - integrované územní investice jsou nástrojem regionální politiky, který v programovém období 2021-2027 rozhodujícím způsobem přispívá k naplňování integrovaných územních strategií 13 aglomerací a metropolitních území vymezených Ministerstvem pro místní rozvoj

KIP – Krajská inovační platforma

KKO – Kulturní a kreativní odvětví (také KKP – Kulturní a kreativní průmysly)

KÚOK – Krajský úřad Olomouckého kraje

MAS – Místní akční skupina

MK ČR – Ministerstvo kultury České republiky

MPO ČR – Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky

OIT – Odbor informačních technologií

OK – Olomoucký kraj

OKH – Odbor kanceláře hejtmána

ORP – Obec s rozšířenou působností

OSKPP – Odbor sportu, kultury a památkové péče

OSR – Odbor strategického rozvoje

OŠM – Odbor školství a mládeže

PO – Příspěvková organizace

RIS3 strategie (Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation) - koncept strategie inteligentní specializace inovační politiky

ROK – Rada Olomouckého kraje

SMOI – Statutární město Olomouc

SWOT – Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb (z anglického strengths, weaknesses, opportunities, threats)

UP – Univerzita Palackého v Olomouci

Přílohy

Příloha č.1 - Implementační plán k rozvoji KKO na období 2026–2029

Seznam grafů

Počet subjektů KKO v Olomouckém kraji

Počet subjektů spadajících do KKO v jednotlivých ORP

Počet subjektů spadajících do KKO v ORP dle jednotlivých oblastí

Nejvýznamnější subjekty

Právní forma subjektů KKO v Olomouckém kraji

Typy subjektů v ORP

Zaměstnanci dle právní formy

Celkový počet zaměstnanců ve sledovaných oblastech

Obraty dle oblastí

Seznam tabulek

Průběh mapování KKO v Olomouckém kraji a příprav návrhů opatření

Nejvýznamnější subjekty KKO

celkový počet zaměstnanců ve sledovaných oblastech

Přehled cílů a opatření

Rámcová struktura popisu akčního plánu

Struktura popisu monitorovacího indikátoru pro úroveň dopadu

Struktura vyhodnocení monitorovacího indikátoru pro úroveň dopadu

Tento projekt je spolufinancován Evropskou unií