



Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu
Wydział Finansów i Zarządzania

Magdalena Krawiec

**Model funkcjonowania gospodarki kreatywnej w procesie wzrostu
gospodarczego**

Rozprawa doktorska
napisana pod kierunkiem:

Prof. dr hab. Mariana Nogi

Wrocław 2018

Spis treści

Wprowadzenie.....	3
Rozdział 1. Powstanie i rozwój gospodarki kreatywnej	9
1.1. Kultura w życiu człowieka.....	9
1.2. Kultura a dobrobyt społeczny	18
1.3. Kulturowe uwarunkowania wzrostu i rozwoju gospodarczego	30
1.4. Przemysły kultury a przemysły kreatywne.....	35
1.5. „Nowa gospodarka” a gospodarka kreatywna.....	43
Rozdział 2. Istota gospodarki kreatywnej i jej związki z gospodarką narodową.	60
2.1. Strategia czerwonego oceanu i strategia błękitnego oceanu a innowacyjność i kreatywność ...	60
2.2. Definiowanie gospodarki kreatywnej. Cechy sektorów kreatywnych	67
2.3. Konceptualizacja gospodarki kreatywnej i jej związki z gospodarką narodową. Model gospodarki kreatywnej.....	75
2.4. Rola gospodarki kreatywnej w ujęciu przestrzennym i jej wpływ na rozwój miast i regionów ...	87
Rozdział 3. Polityka ekonomiczna państwa dotycząca wsparcia gospodarki kreatywnej w Polsce i w Unii Europejskiej.....	95
3.1. Istota interwencji państwa w obszarze gospodarki kreatywnej.....	95
3.2. Programy i instrumenty wsparcia rozwoju gospodarki kreatywnej w Unii Europejskiej	102
3.3. Instrumentarium wsparcia gospodarki kreatywnej przez władze publiczne w Polsce	117
Rozdział 4. Pomiar siły wpływu gospodarki kreatywnej na dobrobyt społeczny w Polsce	123
4.1 Global Creativity Index (GCI) i inne miary zaproponowane w literaturze przedmiotu do badania siły wpływu gospodarki kreatywnej na rozwój społeczno-gospodarczy	123
4.2. Udział gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB w Polsce.....	136
4.3. Koncepcja pomiaru wpływu gospodarki kreatywnej na wzrost gospodarczy za pomocą „reszty” Solowa.....	143
Zakończenie	146
Bibliografia	149
Netografia.....	153
Ustawy	154
Spis tablic.....	154
Spis schematów	155
Spis wykresów	155
Spis załączników.....	156

Wprowadzenie

W 1998 roku w Wielkiej Brytanii, w Ministerstwie Kultury utworzono Departament Kultury, Mediów i Sportu (DCMS), który opracował swój pierwszy dokumenty CREATIVE INDUSTRIES MAPPING DOCUMENT, podając w nim MAPĘ PRZEMYSŁÓW KREATYWNYCH i klasyfikacje przedsiębiorstw, które w nowy sposób przedstawiły ujęcie sztuki i dziedzictwa kulturowego.

Te przemysły to:

- reklama,
- architektura,
- rynek sztuki i antyków,
- gry wideo i gry komputerowe,
- rzemiosło
- design,
- moda,
- film,
- muzyka,
- sztuki performatywne,
- książka,
- oprogramowanie,
- telewizja,
- radio.¹

Ukazanie się pierwszego raportu Creative Industries Task Force wywołało lawinę publikacji. Wydano zbiór wystąpień Chrisa Smitha, brytyjskiego ministra kultury, zatytułowany „Creative Britain” (1998), książkę Richarda E. Cavesa *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce* (2000), opisującą specyfikę działalności przemysłów kreatywnych pracę Johna Hawkinsa *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas* (2001), która była pierwszą naukową publikacją zawierającą podstawowe definicje i szacunki dotyczące wielkości przemysłów kreatywnych na świecie, bestsellerowe *Narodziny klasy kreatywnej* (2002) Richarda Floridy i wiele innych pozycji. Obszerną bibliografię liczącą 26 stron zawiera dostępny

¹ R. Towse, *Ekonomia Kultury*, Kompendium, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011, str. 44-45

w Internecie raport Creative, Culture & Education *The Cultural and Creative Industries: a literature review (2010)*.²

Rozwiązania brytyjskie stały się przedmiotem wielu analiz w różnych agendach Unii Europejskiej. W 2016 roku w Brukseli ukazał się raport *The Economy of Culture in Europe* opracowany przez zespół KEA [Kern European Affairs] kierowany przez Philippe Kerna. Było to pierwsze systematyczne i kompletne studium porównawcze przemysłów kreatywnych zawierające dane dla poszczególnych krajów. Raport zawiera interesującą część metodologiczną. Zawierał najczęściej chyba cytowane statystyki dotyczące wielkości przemysłów kreatywnych (w 2003r. odpowiadały one za 2.6 % PLB w Europie oraz za 3,1 % pracujących, czyli 5,8 mln osób).³

Wielka Brytania nie była jedynym krajem prowadzącym aktywną politykę w odniesieniu do przemysłów kreatywnych. W 2015 roku w Holandii ukazał się raport *Our creative potential* zawierający kompleksową propozycję prowadzenia polityki w obszarze przemysłów kreatywnych. Do konkretnych rozwiązań należał system wsparcia powstawania małych firm w tej branży. Holandia może pochwalić się także posiadaniem klastra przemysłów kreatywnych o światowym znaczeniu - Brainport Eindhoven, w którego skład wchodzi m.in. firma Philips i Design Eindhoven. Z nowatorskich rozwiązań znane są także kraje skandynawskie.

Konferencja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD) w 2008 roku opublikowała obszerny raport *Creative Economy*, który zawiera dane dla całego świata. UNCTAD zaproponowała w nim własną definicję przemysłów kreatywnych, zgodnie z którą, przemysły kreatywne:

- są cyklami tworzenia, produkcji i dystrybucji dóbr i usług, które wykorzystują kreatywność i kapitał intelektualny jako podstawowy wkład;
- tworzą zestawy działań opartych na wiedzy skoncentrowanej wokół sztuki, ale nie ograniczających się do niej oraz obejmują działania generujące dochody z handlu i praw własności intelektualnej;
- obejmują policzalne produkty, oraz trudną do policzenia pracę umysłową i usługi artystyczne mające kreatywną treść, wartość ekonomiczną i cele rynkowe;

² Regionalny Kongres Kultury 2012 w Łodzi, kongres-kultury.pl/.../news-tomasz_kukulowicz_dwa_przypis_na_przemysly_kreatywne [data poboru 28.05.2017] (http://www.kongres-kultury.pl/arttag-przemys%C5%82y+kreatywne/art-tomasz_kukulowicz_dwa_przepisy_na_przemysly_kreatywne.html) – [data poboru 2.04.2018]

³ ibidem

- stoją na skrzyżowaniu rzemiosła, usług i przemysłów;
- stanowią nowy, dynamiczny sektor w handlu międzynarodowym.⁴

Od 1998 roku do dzisiaj pojawiło się tysiące publikacji na całym świecie, dotyczących następujących kategorii:

- sektor kultury i przemysł kultury,
- sektory kreatywne i przemysły kreatywne,
- gospodarka kreatywna (Creative Economy),
- klasa kreatywna,
- ekonomika kultury,
- ekonomia kultury.

Kategorie te definiowane są w różny sposób, co może nie dziwić, jednakże w zdecydowanej przewadze znajdują się tutaj definicje naukowców spoza ekonomii, a mianowicie:

- socjologów i socjologów kultury,
- psychologów i psychologów społecznych ,
- geografów i geografów ekonomicznych.

Dlatego też, wydało się koniecznym budowanie teorii gospodarki kreatywnej. K. Stachowiak pisze słusznie, że „Chociaż wiedza na temat sektora kreatywnego jest stabilna, ciągle odczuwalny jest niedostatek spójnych podstaw konceptualnych, który utrudnia badanie ogólniejszych zależności, np. jaką rolę sektor kultury odgrywa w rozwoju gospodarczym lub jakie są mechanizmy wpływu kultury na gospodarkę i odwrotnie.”⁵

Te fakty pokazują, że w teorii ekonomii jest jeszcze luka w zakresie badań nad gospodarką kreatywną. Dlatego też podjęłam się próby wypełnienia tej luki poprzez dokonanie badań i opublikowanie ich w tej rozprawie doktorskiej, dotyczących roli i wpływu gospodarki kreatywnej na wzrost gospodarczy. Dlaczego w taki sposób ujęłam cel niniejszej rozprawy? Odpowiedź na to pytanie wynika z sekwencji badań nauk ekonomicznych dotyczących kultury i gospodarki kreatywnej:

- a) kultura najpierw była przedmiotem badań socjologii, etnografii, filozofii i historii;

⁴ ibidem

⁵ K. Stachowiak, Gospodarka kreatywna i mechanizmy jej funkcjonowania. Perspektywa geograficzno-ekonomiczna, Wydawnictwo UAM, Poznań 2017, s.14-15.

- b) gdy ekonomia zaczęła korzystać z badań innych dziedzin nauki, a szczególnie socjologii zaczęła się „kulturowa poprawka do klasycznej ekonomii”, polegająca na badaniu kulturowych uwarunkowań gospodarowania, które to badania po raz pierwszy przeprowadzili w USA William Baumol i William Bowen w pracy *„Performing ARTS: The Economic Dilemma”* w 1966 roku;
- c) w 1998 roku ogłoszono wyniki badań dotyczących gospodarki kreatywnej w Wielkiej Brytanii. Później rozpoczęła się lawina badań na całym świecie dotycząca gospodarki kreatywnej. Jednakże te badania do dzisiaj nie doprowadziły chociażby do jednej definicji tej gospodarki, która by zadowoliła wszystkich. Nie ma natomiast żadnych wątpliwości w literaturze przedmiotu, że fundamentem gospodarki kreatywnej są przemysły kultury i cały sektor kultury.

Twórca ekonomii klasycznej Adam Smith stwierdził w swoich badaniach, że podstawowymi czynnikami wzrostu gospodarczego są: zasób siły roboczej i jej wydajność pracy. Oczywiście, że Adam Smith dostrzegał również wpływ kapitału fizycznego czy nawet moralności (etyki) na wzrost gospodarczy (nazywany przez Niego „bogactwem narodów”) ale głównymi czynnikami wzrostu i rozwoju gospodarczego były zasób siły roboczej i wydajność siły roboczej z jej umiejętnościami, kreatywnością, innowacyjnym myśleniem itp.

Później teoria ekonomii „uzupełniła” czynniki wzrostu gospodarczego kolejno o:

- edukację (E. Denison),
- zarządzanie (P.F Drucker),
- innowację (J. Schumpeter),
- kapitał ludzki, intelektualny i kapitał społeczny (OECD, Bank Światowy),
- czynniki instytucjonalne (T.Veblen),
- czynniki behawioralne (D.Kahneman),
- czynniki neurologiczne (F.C. Camerer).

Dopiero w drugiej połowie XX wieku pojawiają się prace dotyczące wpływu kultury na wzrost i rozwój gospodarczy. Badanie wpływu gospodarki kreatywnej na wzrost i rozwój przeprowadzono dopiero w XXI wieku przez Johna Howkinsa w 2001 roku w pracy *„The creative economy How people make many from ideals”*. Dla mnie nie ulega wątpliwości, że gospodarka kreatywna jest specyficznym czynnikiem wzrostu i rozwoju gospodarczego. Ponadto jak słusznie pisze K. Stachowiak kreatywność nie jest tylko realizowana przez ludzi w sektorze przemysłów kreatywnych ale też poza nimi. Identycznie jest z kulturą, bowiem

kultura i dziedzictwo kulturowe nie są tylko realizowane przez przemysł kultury i cały sektor kultury ale mają swój „performance” poza sektorem kultury i poza gospodarką kreatywną.

Badania nad gospodarką kreatywną są dopiero *in statu nascendi*. Ukazały się w języku polskim badania dotyczące gospodarki kreatywnej przeprowadzone przez K. Stachowiaka, J. Wilkina, M. Nogę, D. Ilczuk, J. Hausnera, A. Klasika, J. Pietruchy, R. Żelaznego, M. Podegrodzkiej, M. Grochowskiego, A. Wieczorka, K. Kopackiej-Piech, M. Murzyn -Kupisz, B. Namyślak, T. Strykiewicza i wielu innych. Ukazały się raporty badań nad gospodarką kreatywną AGERONU Warszawa, ASM-Centrum Badań i Analiza Rynku w Łodzi, ECORYSU Research and Consulting w Warszawie i wiele innych raportów z ośrodków wojewódzkich. Badania nad gospodarką kreatywną prowadzą również dwa polskie ministerstwa tj., Ministerstwo Rozwoju i Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Jednakże badania te skupione są przede wszystkim na roli gospodarki kreatywnej w rozwoju miast, regionów w perspektywie geograficzno-ekonomicznej, na definiowaniu gospodarki kreatywnej, na badaniu mechanizmów rozwoju gospodarki kreatywnej w aspekcie wzajemnych oddziaływań na siebie sektorów kultury i sektorów kreatywnych. Brakuje natomiast, syntezy badań z zakresu gospodarki kreatywnej, a właściwie brakuje teorii gospodarki kreatywnej. Fundamentu teorii gospodarki kreatywnej nie da się zbudować tylko na badaniach empirycznych. Potrzebna jest tutaj dedukcyjna wizja gospodarki kreatywnej jako bytu strukturalnego, która zostanie poddana analizie strukturalnej. Tę lukę, powstałą w teorii ekonomii stara się wypełnić ta rozprawa poprzez zbudowanie neuronowego modelu funkcjonowania gospodarki kreatywnej w Polsce, gdzie zaprezentowane zostaną zależności i sprzężenia zwrotne pomiędzy gospodarką narodową a gospodarką kreatywną. Ten model, opisujący mechanizmy funkcjonowania gospodarki kreatywnej, pozwala na zastosowanie takich aplikacji ekonomicznych, które przyspieszą wzrost gospodarczy i tym samym przyczynią się do wzrostu dobrobytu społecznego. W związku z tym celem głównym rozprawy jest określenie roli i siły wpływu gospodarki kreatywnej na wzrost gospodarczy.

Celami szczegółowymi rozprawy są:

1. Zdefiniowanie kategorii sektora kultury i przemysłów kultury
2. Zdefiniowanie kategorii sektora kreatywnego i przemysłów kreatywnych
3. Zdefiniowanie kategorii gospodarki kreatywnej i jej konceptualizacja
4. Sprzężenia zwrotne pomiędzy gospodarką kreatywną a gospodarką narodową oraz sprzężenia zwrotne pomiędzy podmiotami gospodarki kreatywnej.

5. Analiza mechanizmu funkcjonowania i rozwoju gospodarki kreatywnej oraz określenie elementów polityki ekonomicznej państwa wspierających rozwój tej gospodarki.
6. Zastosowanie „reszty” SOLOWA do mierzenia rozwoju gospodarki kreatywnej
7. Wpływ gospodarki kreatywnej na rozwój regionów, miast i gmin - ujęcie przestrzenne.
8. Rozwój gospodarki kreatywnej w Polsce i w Unii Europejskiej.
9. Budowa neuronowego modelu funkcjonowania gospodarki kreatywnej [NMFGK].

Te cele szczegółowe, będą służyły realizacji celu głównego.

Jaka jest podstawowa hipoteza badawcza rozprawy?

Brzmi ona następująco:

Gospodarka kreatywna oparta na fundamencie strefy kultury i sztuki, charakteryzuje się wyższym tempem wzrostu produktywności czynników użytych do wytwarzania dóbr i usług w porównaniu z tempem wzrostu produktywności tych czynników w innych sektorach [działach, gałęziach] gospodarki narodowej. Dlatego też przemieszczanie tych czynników, z innych sektorów gospodarki narodowej, do gospodarki kreatywnej, przyspieszy tempo wzrostu gospodarczego i tym samym sprzyjać będzie powiększeniu dobrobytu społecznego. Hipoteza główna rozprawy poddawana będzie weryfikacji za pomocą metod statystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem metody reszty Roberta SOLOWA.

Ponadto w pracy wykorzystywać będę następujące metody badawcze:

- analizę strukturalną w naukach ekonomicznych
- analizę komparatywną literatury przedmiotu. Indukcję, dedukcję, redukcję jako podstawowe metody budowania wniosków naukowych, ze szczególnym uwzględnieniem predykcji
- modelowanie ekonomiczne z uwzględnieniem modeli neuronowych.

W pracy wykorzystam bogatą literaturę przedmiotu w języku angielskim i polskim. Tak sformułowanym celom rozprawy i jej hipotezie, która będzie weryfikowana, podporządkowana została struktura dysertacji.

W rozdziale 1 „Kultura jako element stymulujący powstanie i rozwój sektora kreatywnego” staram się przede wszystkim udowodnić, że przejście gospodarki narodowej określonego kraju z peryferii gospodarki światowej do centrum gospodarki światowej, nie jest możliwe bez aktywnego udziału kultury. Podobnie jak wielu badaczy nazywam to kulturową poprawką klasycznej ekonomii. W tym rozdziale przedstawiam wyniki moich badań dotyczących:

- roli kultury w życiu człowieka- aspekty pozaekonomiczne
- wpływ kultury na dobrobyt społeczny
- redefinicji kultury i przemysłów kultury
- redefinicji przemysłów kreatywnych.

W rozdziale 2 „Istota gospodarki kreatywnej i jej związki z gospodarką narodową” staram się przedstawić rozwój poglądów na gospodarkę kreatywną w literaturze przedmiotu. Próbuję odpowiedzieć tutaj na pytanie dlaczego obok kategorii „przemysły kreatywne” wprowadzono kategorię „gospodarki kreatywnej”. Dokonuje tutaj konceptualizacji gospodarki kreatywnej jako bytu strukturalnego różnicującej się od tradycyjnych sektorów gospodarki. Analizuję sprzężenia zwrotne pomiędzy gospodarką kreatywną a sektorami tradycyjnymi, oraz pomiędzy gospodarką kreatywną a gospodarką narodową, która również jest bytem strukturalnym. W tym rozdziale szczególną uwagę poświęcę analizie strukturalnej, która jest podstawowym narzędziem badawczym w chemii. W rozprawie , staram się analizę strukturalną zastosować do badania gospodarki kreatywnej.

Rozdział 3 „Polityka ekonomiczna państwa dotycząca wsparcia rozwoju gospodarki kreatywnej w Polsce i w Unii Europejskiej” poświęcony jest wsparciu rozwoju gospodarki kreatywnej przez państwa członkowskie Unii Europejskiej. Szczególnie istotnym w tym rozdziale jest próba oceny efektywności polityki ekonomicznej państwa wspierającej rozwój gospodarki kreatywnej.

Rozdział 4 „Pomiar siły wpływu gospodarki kreatywnej na dobrobyt społeczny” poświęcony będzie konstrukcji mierników siły wpływu gospodarki kreatywnej na PKB i poziom życia, rozumianego jako dobrobyt społeczny.

Rozprawa zakończona będzie konkluzjami i wnioskami naukowymi o charakterze teoretycznym i aplikacyjnym.

Rozdział 1. Powstanie i rozwój gospodarki kreatywnej

1.1. Kultura w życiu człowieka

Człowiek ma potrzeby wrodzone takie jak jedzenie i spanie oraz potrzeby nabyte np. prąd, gaz, wodociągi, mosty, drogi, a także potrzeby kulturalne. Potrzeby kulturalne są nie mniej ważne jak potrzeby materialne. Dlatego też ekonomiści zaczęli badać rolę kultury w procesie gospodarowania.

W 1966 roku Wiliam Baumol i Wiliam Bowen opublikowali wyniki swoich badań w pracy „*Performing Arts: The Economic Dilemma*”, która była zwieńczeniem projektu badawczego zainicjonowanego przez Fundusz XX Wieku (Twentieth Century Fund).⁶ Od tego momentu rozpoczęły się badania określane jako „ekonomia kultury”. Dotychczas kulturą zajmowała się przede wszystkim socjologia i ukazało się tysiące prac pod nazwą „socjologia kultury”. Stąd nazwa ekonomia kultury” jest kalką „socjologii kultury”. Jednakże pierwsze badania Baumola i Bowena dotyczyły nie tylko roli kultury w gospodarce ale również dotyczyły „przemysłu kultury” czyli ekonomiki kultury.⁷ W języku angielskim termin „Cultural Economics” tłumaczone jest na język polski jako „ekonomika kultury” bądź jako „ekonomia kultury”. Nie ulega wątpliwości, że ekonomika kultury to ekonomika branżowa a ekonomia kultury to integralna część ekonomii.

Ekonomika kultury to sektory kultury i sektory kreatywne. Z punktu widzenia celu tej rozprawy to przekazywanie kultury musi mieć swoje ramy organizacyjne, którymi są stworzone przez człowieka sektory kultury i sektory kreatywne.

W literaturze przedmiotu podaje się setki definicji kultury. Można ją definiować opisowo, tak jak zrobił to Tylor lub historycznie, kładąc nacisk na „dorobek ludzkości”, „dziedzictwo narodowe”, bądź „przeżytek kulturowy”.⁸ Można „kulturę” definiować normatywnie, psychologicznie strukturalistycznie i genetycznie. Do analizy kategorii „kultury” musimy podchodzić racjonalistycznie bowiem to rozum decyduje o tym co nazywamy kulturą, selektywnie i wartościująco, odróżniając „dobro” od „zła”. Już w XVII wieku Samuel von Puffendorf twierdził, że nie ma ludów kulturalnych i niekulturalnych a w XX wieku Kochan Hawder stwierdził jednoznacznie, że nie ma kultur lepszych i gorszych, bowiem kultury są różne.⁹

Wszystko co człowiek tworzy jest kulturą i od zarania dziejów kultura zawsze rekompensowała fizyczne niedostatki człowieka w walce o byt.¹⁰

Myślę, że powyższa analiza definiowania kategorii „kultura” dała asumpt do prezentacji roli kultury w życiu człowieka.

⁶ W. Baumol, W. Bowen, *Performing Arts: The Economic Dilemma*, Hartford, Connecticut 1966

⁷ D. Ilczyk, *Ekonomika kultury*, Wydanie Naukowe PWN, Warszawa 2012

⁸ M. Noga, *Kultura a ekonomia*, CEDEWU.PL, Warszawa 2014, s.20-21.

⁹ *ibidem*, s.18-20

¹⁰ *ibidem*, s.21

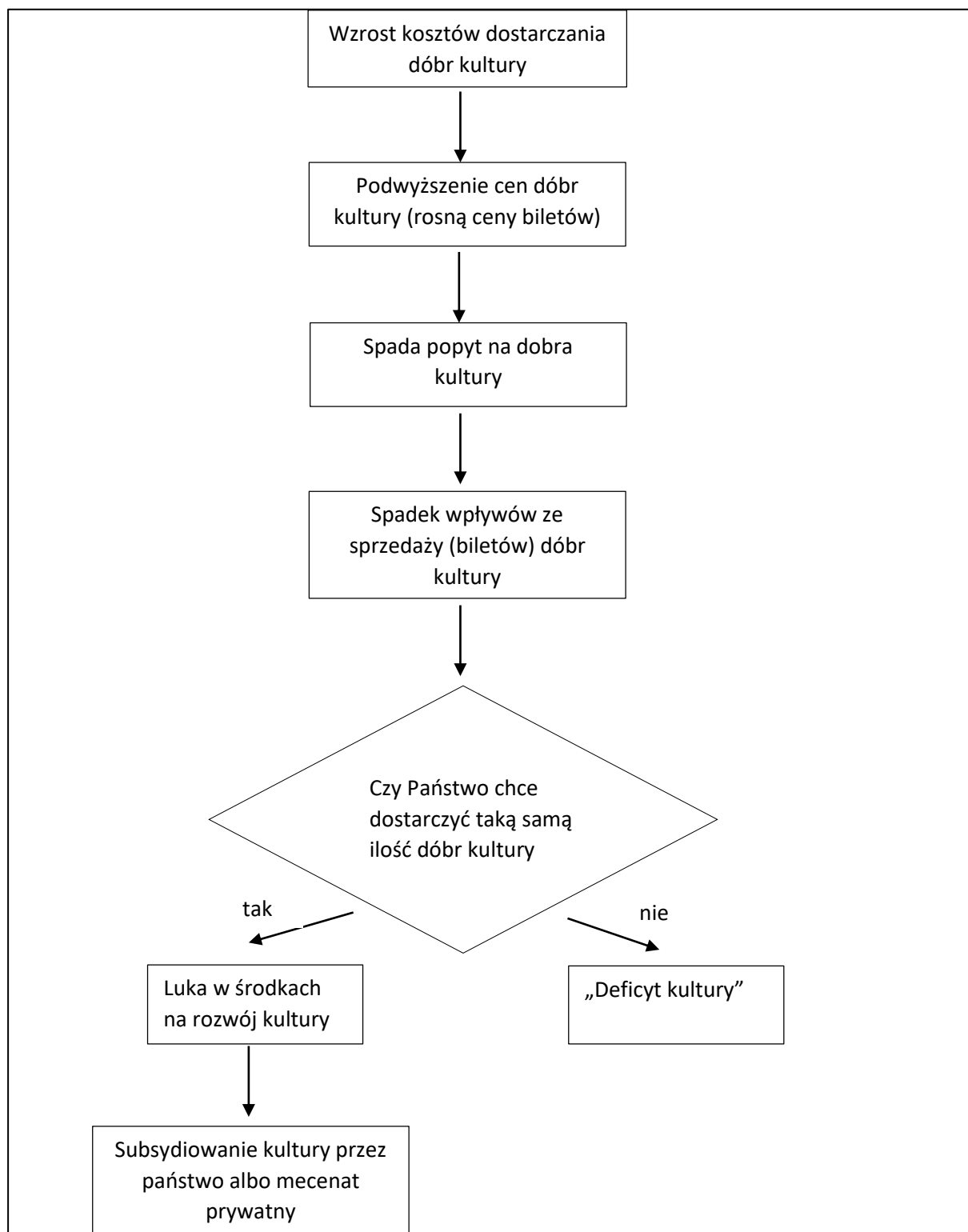
Wracając do badań profesorów Baumola i Bowena, to stworzony przez Nich zespół badawczy, zbierał oraz analizował dane kilkuset organizacji. Skierowano 150 tysięcy kwestionariuszy do widzów 100 spektakli, które odbyły się w kilku miastach Stanów Zjednoczonych i w Londynie. Zadaniem Baumola było wyznaczenie celów i zaprojektowanie badań, natomiast Bowen odpowiadał za gromadzenie danych i ich analizę. To właśnie William Baumol napisał większą część książki i formułował *cost disease* (choroba kosztów) zwany w literaturze przedmiotu bardzo różnie np.:¹¹

- efekt „choroby kosztów Baumola”,
- efekt Baumola,
- prawo Baumola,
- efekt Baumola-Bowena.

Koncepcję efektów Baumola prezentuje schemat 1, który jest formą schematu blokowego. W. Baumol i W. Bowen, jako ekonomiści, nie twierdzili, że państwo „za wszelką cenę” powinno subsydiować wytwarzanie dóbr Kultury. Stwierdzali tylko, że wzrost cen dóbr kultury nie wynika ze złego zarządzania sektorem kultury i „performingiem” dóbr Kultury, tylko że są to koszty „cywilizacji”. Państwo chcąc zapewnić dostarczenie społeczeństwu dóbr kultury w dotychczasowej ilości i na odpowiednim poziomie artystycznym, musi ponieść wyższe koszty czyli pojawia się *cost disease* (choroba kosztów).

¹¹ W. Baumol, W. Bowen, *Performing Arts: The Economic Dilemma*, Twentieth Century Fund, Hartford, Connecticut 1966

Schemat 1 Efekt Baumola



Źródło: M. Noga, *Kultura a ekonomia*, CEDEWU.PL, Warszawa 2014, s. 87.

Dostarczanie społeczeństwu dóbr kultury ściśle wiąże się z:

- teorią dóbr publicznych,

- teorią działań grupowych,
- teorią praw własności,
- polityką ekonomiczną państwa nakierowaną na wsparcie wytwarzania dóbr kultury w sektorze kultury i w gospodarce kreatywnej.

Teoria dóbr kultury a kultura

W literaturze przedmiotu dobro publiczne określa się jako dobro mające nierywalizacyjny charakter niewykluczający nikogo z konsumpcji tego dobra. Paul A. Samuelson stwierdził, że są to dobra, który mają następujący charakter:

- pełnią funkcję użyteczności dla poszczególnych osób,
- nikt nie jest wyłączony z korzyści wynikających z ich użytkowania,
- mają być użytkowane przez bardzo wiele podmiotów gospodarczych. Powiększenie się liczby użytkowników nie eliminuje ani nie pomniejsza możliwości korzystania z danego dobra przez wszystkich użytkowników.¹²

Przeciwieństwem dóbr publicznych są dobra prywatne, które mają cechy wyłączności w korzyściach oraz konkurencyjności w użytkowaniu. W teorii i w praktyce gospodarczej wyróżnia się całą gamę dóbr publicznych, które otrzymały dodatkowe określenia np.:

- czyste dobra publiczne- to takie dobra, które sektor prywatny – z różnych powodów- nie może wytworzyć, bo nie poddają się one regułom rynkowym. Dobrymi przykładami są tutaj: usługi armii, aparatu bezpieczeństwa wewnętrznego (policji) i administracji centralnej i samorządowej,
- klubowe dobra publiczne, tj. takie, które przeznaczone są dla określonego kręgu osób, np. parking dla mieszkańców danego osiedla, czy ulicy,
- dobra merytoryczne, pojęcie wprowadzone przez Richarda Musgrave’a, oznaczające dobra niezbędne dla społeczeństwa, jak np. szczepienia ochronne, bądź edukacja, które mogą mieć charakter dóbr publicznych, ale mogą też być dobrami prywatnymi,
- w społecznej nauce Kościoła Rzymsko-Katolickiego funkcjonuje pojęcie dobra wspólnego, które Jan XXIII określił jako „sumę takich warunków życia społecznego, w jakich ludzie mogą pełniej i szybciej osiągnąć swą własną doskonałość”.¹³ Niewątpliwie dobro wspólne

¹² Por. J. E. Stiglitz, *Ekonomia sektora publicznego*, PWN, Warszawa 2004, D.Begg, R. Dornbusch, S. Fischer. *Mikroekonomia*, PWE, Warszawa 1998.

¹³ M. Noga, *Kultura a ekonomia*, CEDEWU.PL, Warszawa 2014, s.28-35

w określonej mierze można porównać do dobra publicznego, chociaż zdajemy sobie sprawę z trudności takiego zabiegu.

Jak już niejednokrotnie podkreślałam nie ma kultur „złych” i „dobrych”, albo nie ma narodów „kulturalnych” i „niekulturalnych”. Kultura jest specyficzna dla danej grupy, wspólnoty, narodu. Pluralizm kulturowy, wielokulturowość jest dobrem całej ludzkości i to dobro powinno być chronione. W związku z tym rodzi się pytanie, czy dostarczenie dóbr kultury społeczeństwu (obywatelom) powinno mieć charakter nierynkowy czyli, powinny to być dobra publiczne? Oczywiście nie wszystkie dobra kultury mogą być dobrami publicznymi i niektóre są stricte dobrami prywatnymi. Chociaż, większość dóbr kultury kwalifikuje się do miana dóbr merytorycznych, bowiem mogą one być zarówno dobrami publicznymi, jak i dobrami prywatnymi, albo dobrami finansowanymi ze źródeł prywatnych i publicznych.

Teoria działań grupowych a kultura

Działaniami grupowymi zajmuje się zarówno ekonomia neoklasyczna, jak i ekonomia instytucjonalna.¹⁴ Teorię działań grupowych najszerszej ujął Martin Olson, który w 1965 roku napisał „*The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*”.¹⁵ M. Olson twierdzi, że określona grupa zawodowa, biznesowa, branżowa dochodzi do wniosku, że swoje cele, które są wspólne dla całej grupy, łatwiej będzie osiągnąć za pomocą działań grupowych niż indywidualnych. Ponadto Olson uważa, że jeśli członkowie pewnej grupy rzeczywiście mają udział we wspólnym interesie, to poparcie tego wspólnego interesu będzie automatycznie korzyścią dla każdego członka grupy, niezależnie od tego, kto poniósł koszty. Tak więc efektem działania grupy są dobra zbiorowe (*collective goods*). Te dobra zbiorowe mają:

- a) cechę niekonkurencyjności w konsumpcji, bowiem dostarczane są poza rynkiem
- b) cechę niewyłączności korzyści, bowiem każdy może uznać korzyści z działania tych dóbr.

Jednakże, spełnienie tych dwóch cech czyni dobra zbiorowe dobrami publicznymi, z tym, że adresowane są one do określonej grupy, czy branży i przypominają klubowe dobra publiczne. Pojawia się tutaj zjawisko „jeźdźca na gapę” (*free-riders*), który nie należy do grupy – świadomie nie włączając się do niej – a z korzyści wynikających z funkcjonowania dobra zbiorowego korzysta.

¹⁴ B. Klimczak, *Między ekonomią a etyką*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, 2008, s. 64-73.

¹⁵ M. Olson, *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*, Harvard University Press, Cambridge 1965.

Jeśli chodzi o kulturę, to nie ma żadnych wątpliwości, że takie grupy przedstawicieli kultury jak:

- plastycy,
- muzycy,
- aktorzy,
- filmowcy,
- piosenkarze ,
- śpiewacy operowi,
- pisarze,
- redaktorzy wszystkich mediów,
- przedstawiciele rzemiosła, rynku sztuki, architektury, muzeów, itp.

mogą podjąć działania zbiorowe, zapewniające: subsydiowanie ich działalności artystycznej, mecenat państwa nad działalnością tych przedstawicieli kultury, itp.

Oczywiście M. Olson dążył do tworzenia takich reguł funkcjonowania instytucji w biznesie, aby przyczyniały się one do instytucjonalnego ładu gospodarki.¹⁶

W życiu człowieka niezwykle ważny jest czas wolny i jego związki z kulturą.¹⁷

Czas wolny jest jednym z elementów, które zwykło się uważać za wskaźnik poziomu i jakości życia. O zmianach w jakości życia ma świadczyć między innymi rozmiar i struktura czasu wolnego.

Najogólniej można stwierdzić, że czas wolny to jest ta część 24-godzinnego budżetu czasu, której różne czynności są wykonywane dobrowolnie.¹⁸

Pojęcie czasu wolnego jest szeroko używane w socjologii i ekonomii. W tych dziedzinach oznacza on wymiar aktywności nie związanej z funkcjami produkcyjnymi. Czas wolny jest trudny do zdefiniowania, gdyż w języku potocznym jest to czas na zbyciu, „nadwyżka” czasu, z którą nie wiadomo co zrobić. Ponieważ nie ma precyzyjnej definicji czasu wolnego, ludzie prowadzący ożywione życie towarzyskie i kulturalne, jak i ludzie bez reszty oddani pracy zawodowej czyli tzw. pracoholicy, „nie mają czasu wolnego”.

¹⁶ M.Noga, Kultura a Ekonomia, CEDEWU.PL, Warszawa 2014, s.88-92

¹⁷ Ibidem, s.114-117

¹⁸ Metodologia pomiaru jakości życia, Red. W. Ostasiewicz, Wyd. Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2002, s. 94.

Rodzi to wiele nieporozumień, szczególnie w badaniach ankietowych socjologów, gdzie respondenci skarżą się na brak czasu wolnego.¹⁹

Czas wolny jest ściśle związany z kulturą. Aby określić istotę i siłę tego związku, spróbuję obecnie zaprezentować kilka definicji czasu wolnego i zaproponować własne rozwiązania w tym zakresie.

Joffre Dumazedir - „Czas wolny – to zajęcie, w którym jednostka może się oddawać z własnej chęci, bądź odpoczynkowi, rozrywce, bądź rozwojowi swych wiadomości lub swego kształcenia (bezinteresownego), swego dobrowolnego udziału w życiu społecznym, po uwolnieniu się z obowiązków zawodowych, rodzinnych, społecznych.”²⁰

Aleksander Kamiński - „Czas wolny – jest to ta część budżetu czasu, która nie jest zajęta przez pracę zarobkową, normalną i dodatkową, ani przez systematyczne kształtowanie się, uczenie się, ani przez zaspokajanie elementarnych potrzeb fizjologicznych (sen, posiłki, higiena), ani przez stałe obowiązki domowe (gotowanie, pranie, sprząatanie, opieka nad członkami rodziny) i może być spożytkowana bądź na swobodne wczasowanie, bądź na życie rodzinne, obowiązki społeczne i aktywności przynoszące doraźne korzyści.”²¹

Lech Witkowski - „Czas wolny- to czas nie uzupełniony rolami, bywa to czasem „czas pusty”. Wymaga nowych kompetencji kulturowych i nowej strategii edukacyjnej (poza strukturą ról zawodowych). Wymusza umiejętności zachowań mających subiektywne wartości i sens – gdy nie ma stróża! Bez tych kompetencji (umiejętności) jest to „zabijanie czasu”.²²

Podane wyżej definicje czasu wolnego są definicjami socjologiczno-psychologicznymi. Z punktu widzenia dobowego bilansu osoby pracującej można mówić o następującej strukturze tego bilansu:

- A. Czas roboczy- ściśle określony czas pracy wypełniony obowiązkami zawodowymi (dojazd do pracy i z pracy, przygotowanie stanowiska pracy, sama praca itp.)
- B. Czas pozaroboczy:
 - 1. Czas zaspokajania potrzeb biologicznych
 - 2. Czas pracy w gospodarstwie domowym i „dla domu” (np. zakupy)
 - 3. Czas wolny - czas przeznaczony na:

¹⁹ M. Noga, Państwo a inwestycje w gospodarce rynkowej z uwzględnieniem procesu transformacji, Dolnośląska Oficyna Wydawnicza, Wrocław 1994, s. 54-55

²⁰ Podaję za www.pokoj.ciszewscy.pl/index/wsp/Czaswolnydefinicje.pdf [data pobrania 7.09.2013]

²¹ ibidem

²² ibidem

- a) Relaks
- b) Odpoczynek bierny
- c) Kulturę, telewizję, czytanie prasy i książek
- d) Naukę i podnoszenie kwalifikacji zawodowych

Czas wolny jest problemem współczesnego człowieka i bada go wiele dyscyplin naukowych, zwykle oddzielnie, a potrzebna jest tutaj synteza tych badań, sporządzona interdyscyplinarnie. Dlatego też spróbujemy najpierw cofnąć się do starożytności i zobaczymy jak ówczesi myśliciele analizowali czas wolny.

Arystoteles dowodził, że czas wolny (scholia) nie jest wypoczynkiem ani końcem pracy. Z kolei praca (ascholia) ma stanowić ukoronowanie czasu wolnego. Stąd kto pracuje nie ma czasu wolnego, nie rozporządza sobą i nie jest szczęśliwy.²³ To określenie Arystotelesa przeciwstawia czas wolny czasowi pracy, co filozoficznie można by określić następująco: czas wolny jest antynomią czasu pracy. Zresztą według Arystotelesa człowiek w czasie wolnym powinien zajmować się filozofią, sztuką i nauką.

Przypomnijmy, Arystoteles żył w IV wieku przed naszą erą i już wtedy prezentował silny związek pomiędzy czasem wolnym i sztuką, czyli pomiędzy czasem wolnym a kulturą. Z punktu widzenia niniejszej rozprawy ten związek jest dla mnie najistotniejszy, bowiem jego analiza pozwoli mi na zweryfikowanie hipotezy naukowej pracy i zrealizowanie wszystkich celów pracy. Oczywiście czas wolny pełni w życiu człowieka obok funkcji kulturalnej również funkcje:

- wypoczynkowe (rekreacja, zabawa, sen, odpoczynek bierny);
- zdrowotne w aspekcie poprawy stanu zdrowia jak i w aspekcie profilaktyki prozdrowotnej;
- integracyjne, zaspokajające potrzeby przynależności, osiągnięć, uznania, spajające rodzinę, grupę towarzyską, rówieśniczą;
- wychowawcze- polegające na przyswajaniu sobie bądź przekazywaniu innym określonych zasad współżycia i zachowania się (wspólne zabawy, wycieczki, imprezy, spotkania);
- oświatowe- polegające na poszerzeniu swojej wiedzy, zdobywaniu nowych doświadczeń, doskonaleniu się, doskonaleniu intelektu;

²³ W. Woronowicz, D. Apanel (red.), Opieka- wychowanie- kształcenie. Moduły edukacyjne, Impuls, Kraków 2010, s.17

- kompensacyjne- polegające na możliwości wyżycia się w innej sferze niż praca zawodowa, dowartościowanie się w innych układach życiowych, sprawdzenia się w innych sferach aktywności niż praca zawodowa.²⁴

Denis Diderot (1713-1784) francuski filozof encyklopedysta okresu Oświecenia twierdził, że „historia czasu wolnego jest najważniejszą częścią naszego bycia”.²⁵

Czas wolny staje się ważnym elementem poprawy jakości życia. Stąd czas wolny działa jak kanał, bądź pas transmisyjny dla kultury silnie wpływa na jakość naszego życia.

Postęp naukowo-techniczny spowodował, że tzw. dobra gospodarcze, czyli dobra wytwarzane przez człowieka nie są we współczesnych warunkach problemem technicznym, technologicznym czy organizacyjnym. Dlatego też zmieniają się relacje czasu wolnego od czasu pracy. Czas wolny rośnie i staje się pożądanym, poszukiwanym dobrem *sui generis* (*samym w sobie*). Dlatego też czas wolny i różnorodność form spędzania go staje się dobrem ogólnodostępnym a kształtowanie umiejętności korzystania z niego wzrasta do rangi problemu społecznego. Olbrzymią rolę w tym zakresie odgrywa kultura.

Stąd wyraźnie wynika, że czas wolny wymaga takiego działania sektora kultury, który dostarczy odpowiedniej ilości dóbr i usług kultury. Sektor kultury musi być kreatywny i innowacyjny, co indukuje nową jakość, czyli powstanie gospodarki kreatywnej. Jednakże zanim przejdę do tych problemów, które są celem niniejszej rozprawy, przeanalizuję wpływ kultury na dobrobyt społeczny, co jest ściśle związane z zaspokajaniem przez kulturę, czasu wolnego człowieka.

1.2. Kultura a dobrobyt społeczny

Powyżej, próbowałam określić rolę kultury w życiu człowieka i przede wszystkim, skupiałam się tutaj na analizie bilansu dobowego osoby pracującej w którym występuje czas wolny i dla niego kultura stanowi fundament odnowy siły roboczej i odnowienie zdolności do pracy zawodowej tej osoby pracującej. Oczywiście można rozpatrywać rolę kultury w życiu człowieka w inny sposób, np. tak jak zrobił to Sigmund Freud, który twierdził, że „... kultura jest dla człowieka źródłem cierpień”.²⁶ Zgodnie z tym poglądem kultura ma dwa aspekty,

²⁴ M. Kwilecka, Z. Brożek, Bezpośrednie funkcje reakcji, Alamer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2007, s. 63

²⁵ W. Woronowicz, A. Apanel (red.), Opieka..., op.cit s.17

²⁶ S. Freud, Kultura jako źródło cierpień, [w:] Dzieła t.4, Warszawa 1998, s. 185

z jednej strony, kultura ma charakter represyjny a z drugiej charakter sublimacyjny. Kultura dla pojedynczego członka społeczeństwa ma charakter represyjny gdyż wymusza na nim określone zachowania, wynikające z dziedzictwa kulturowego i obowiązującej etyki. Natomiast z drugiej strony, kultura „opowiada” o dziejach cywilizacji, o zaspokojeniu potrzeb ludzkich, wśród których występują obok potrzeb materialnych, fizycznie namacalnych, również potrzeby duchowe, niematerialne. Jednakże dzisiaj, w świecie Internetu obserwujemy jak inne państwa (społeczeństwa) zaspokajają potrzeby duchowe i jeśli nasz standard życia jest wysoki to odczuwamy zadowolenie i satysfakcję ale możemy również poczuć frustrację gdy nasz standard życia jest niski i to również jest „źródło cierpień”. Jest to swoisty paradoks, gdzie nawet aspekt sublimacyjny kultury może być źródłem cierpień. Są to jednak problemy socjologii bądź psychologii społecznej, które nie są przedmiotem badań rozprawy. Natomiast, ekonomia analizuje dobrobyt społeczny jednostki i społeczeństwa i nie ulega wątpliwości, że powinien on obejmować:

- dobrobyt materialny i duchowy,
- jakość i ochronę środowiska naturalnego człowieka,
- sprawiedliwość międzygeneracyjną w dostępie do dóbr nieodnawialnych,
- zaspokojenie potrzeb bezpieczeństwa, uznania, afiliacji i dodatniego kontaktu uczuciowego, przynależności, aktywności, pracy lub spokoju, sensu życia i wartości, dodatniej oceny i samorealizacji.²⁷

To do ekonomii należy skonstruowanie takiej metodologii która pozwoliłaby taki miernik wykreować i która uwzględniałaby elementy dobrobytu jednostki i społeczeństwa, wymienione powyżej.

Zanim przejdę do analizy mierników dobrobytu to koniecznym jest zwrócenie uwagi na następujące fakty:

A. Obok pojęcia dobrobytu społecznego, wymienia się jako pojęcia pokrewne:

- jakość życia,
- dobrostan,
- dobrobyt ekonomiczny (materialny),
- dobrobyt duchowy.

²⁷ M. Noga, Szkice z makroekonomii, CEDEWU.PL, Warszawa 2009, s. 263-271

Nie ulega wątpliwości, że pojęcie dobrobyt społeczny jest pojęciem najszerszym bowiem obejmuje ono dobrobyt ekonomiczny (materialny), oraz czynniki jakości życia, wśród których najczęściej wymienia się:

- system wartości,
- pełnione i pożądane role społeczne,
- poziom usług społecznych, ich dostępność i jakość.²⁸

B. Dobrobyt społeczny jako kategoria ekonomiczna i społeczna ma swoje źródło jeszcze w starożytności:

- Platon (427-347 p.n.e.) stawiał państwu i jego obywatelom wspólny pożytek za największy obowiązek. Sprawdzianem sztuki rządzenia jest służba dla społecznego interesu, gdyż zainteresowania wspólne w przeciwieństwie do dążeń prywatnych utrzymują obywateli w jedności.²⁹
- Arystoteles (384-322 p.n.e.) sprowadził zadania państwa do dobrego ukształtowania całości obywatelskiego życia. Wysunął w tym celu ideę sprawiedliwości, która miała przynosić szczęście, dobro bytu obywatelskiego. Przyjmował zasadę przeciwieństwa części przed całością.³⁰

Później dobrobyt społeczny analizowali św. Augustyn i św. Tomasz z Akwinu:

- Św. Augustyn (354-430) twierdził, że człowiek osiąga szczęście wtedy, gdy pomnaża swoje wewnętrzne dobro. Im bardziej troszczysz się o dobro wspólne, a nie o prywatną pomyślność, tym wcześniej zauważysz, że sam robisz postępy. Warunkiem osiągnięcia dobra wspólnego jest pokój społeczny, czyli uporządkowana zgoda członków społeczności.
- Św. Tomasz (1225-1274) uważał, że prawdziwe dobro wspólne to:
 - 1) Bóg, który jest uniwersalnym i transcendentnym dobrem całego kosmosu, w którym uczestniczą wszystkie stworzenia,
 - 2) Ład uniwersum dla całego kosmosu,
 - 3) Doskonałość wszechświata, w którym mieści się dobro poszczególnych istot,
 - 4) Porządek społeczny, który zespala działalność poszczególnych osób, prowadząc je wszystkie do szczęścia w społeczności,

²⁸ R. Bielak, Jakość życia w świetle strategii rozwoju. Dylematy pomiaru, „Wiadomości statystyczne” Nr 6, czerwiec 2015 rok

²⁹ M. Biernacki, Kilka uwag o pomiarze dobrobytu społecznego, „Mathematical Economics” No.2(10), 2006, s.212

³⁰ ibidem

- 5) Dobro wspólne jako doskonałość ludzkiej natury. Uczestnicy życia społecznego osiągają dzięki niemu, na swój indywidualny sposób, osobistą miarę doskonałości,

Dobro całości powinno harmonizować z indywidualnymi potrzebami każdego jednostkowego bytu.³¹

Opierając się na poglądach św. Tomasza z Akwinu, Jacques MARITAIN stwierdził, że „człowiek został obdarzony przez Boga godnością i nikt nie może jej mu odebrać... każdy człowiek, jakkolwiek by był i skądkolwiek by pochodził, zasługuje na szacunek innych ludzi”.³²

J. Maritain (1882-1973) początkowo protestant, później przeszedł na katolicyzm, był „głównym świeckim filozofem” II Soboru Watykańskiego (11.10.1962-8.12.1965). W społecznej nauce Kościoła zapisał zasadę Maritaina „*Persona est affirmanda propter se ipsam*”, co oznacza, że „osobę ludzką trzeba afirmować dla niej samej”.³³

Zwykle to określenie Maritaina jest przywoływane przy definiowaniu dobrobytu społecznego, który jest pojęciem złożonym, bowiem obok dobrobytu ekonomicznego obejmuje dobrobyt duchowy, stan środowiska naturalnego, sprawiedliwość międzygeneracyjną oraz elementy zaspokojenie potrzeb bezpieczeństwa, uznania, dodatniego kontaktu uczuciowego, aktywności zawodowej, dostępu do pracy i rozrywki a także dodatniej oceny i samorealizacji. Jak w związku z tym można zmierzyć dobrobyt społeczny? Nie ma tutaj rozwiązania, które zadowoliliby wszystkich. W tablicy 1 przedstawiłam najczęściej prezentowane w literaturze przedmiotu mierniki dobrobytu. Analiza danych zawartych w tablicy 1 prowadzić musi do poszukiwania odpowiedzi na następujące pytanie:

Tablica 1. Mierniki dobrobytu społecznego (MDS)

A. Mierniki SNA, czyli mierniki Systemu Rachunków Narodowych:
1. PNB- Produkt Narodowy Brutto
2. PNN- Produkt Narodowy Netto
3. PKB- Produkt Krajowy Brutto
4. DN- Dochód Narodowy
5. DO- Dochody Osobiste
6. DOD- Dochody Osobiste do Dyspozycji
B. Zdefiniowane mierniki Systemu Rachunków Narodowych:

³¹ ibidem, s.121-122

³² J. Maritain, Religia i kultura, Fronda 2007, s. 132

³³ Encyklopedia podręczna, wyd.2. Wydawnictwo Kluszczyński, Kraków 2001, s.688

1. MEW- Mierniki Dobrobytu Ekonomicznego (Measure of Economic Welfare)
2. NNW- Mierniki Czystego Dobrobytu (Net National Welfare)
3. EAW- Wskaźniki Ekonomicznych Aspektów Dobrobytu (Economic Aspects of Welfare)
4. Tzw. „zielony” PKB, czyli wytworzony w taki sposób, że stan środowiska naturalnego człowieka nie został zanieczyszczony. (GGDP- Green Gross Domestic Product- Zielony Produkt Krajowy Brutto)
5. GNNP- Green Net National Product- Zielony PRODUKT NARODOWY NETTO.
6. ISEW- Indeks Trwałego Dobrobytu Ekonomicznego (Index of Sustainable Economic Welfare)
7. GPI- Wskaźniki Faktycznego Postępu (Genuine Progress Indicator)

C. Miary indeksowe dobrobytu społecznego zwane również niepieniężnymi albo wieloaspektowymi.

1. UNRISD- United Nations Research Institute for Social Development – Wskaźnik poziomu życia opracowany przez J. Drewnowskiego i W. Scotta, zwany koncepcja genewską poziomu życia (wskaźnik należy do rodziny wskaźników taksonomicznych).
2. Wskaźniki taksonomiczne:
 - a) TMDE Mariana Nogi
 - b) HDI (Human Development Index), czyli wskaźniki rozwoju społecznego
 - c) HPI (Happy Planet Index) -Wskaźniki Szczęśliwej Planety
 - d) QOLI- Quality of Life Index- Indeks Jakości Życia, lub LQI (Life Quality Index) jako zmodyfikowany QOLI
 - e) EVI- Indeks Wrażliwości Ekonomicznej (Economic Vulnerability Index)
 - f) HAI- Indeks Zasobów Ludzkich (Human Assets Index)
3. Wskaźniki naturalne:
 - a) ilość kalorii per capita jaką państwo jest w stanie dostarczyć w ciągu 1 dnia
 - b) ilość np. sprzętu AGD na 100 gospodarstw domowych
4. Inne wskaźniki taksonomiczne, np. biedy społecznej, równouprawnienia, fizycznej jakości życia, zagrożenia środowiska naturalnego i.t.p.

D. Matematyczne funkcje dobrobytu skonstruowane np. metodą lejdejską i krakowską.

Źródło: opracowanie własne na podstawie literatury przedmiotu.

Czy zaprezentowane tutaj mierniki dobrobytu społecznego dobrze opisują dobrobyt jednostki bądź gospodarstwa domowego, które również może być jednoosobowe, dające się porównać w czasie i w przestrzeni?

Oznacza to:

- a) porównywanie tego dobrobytu materialnego i duchowego w dynamice, czyli roku po roku
- b) porównywanie tych wskaźników dobrobytu społecznego wewnątrz danego kraju i pomiędzy krajami w skali międzynarodowej. Gdy weźmiemy do porównań w skali międzynarodowej mierniki wartościowe, to pojawi się problem sprowadzenia wartości mierników do wspólnej waluty, co wywołuje kolejną dyskusję czy ma to być przeprowadzone za pomocą kursu walutowego czy za pomocą porównań siły nabywczej waluty porównywanej do przyjętej waluty wspólnej dla wszystkich mierników [Purchasing Power Parity-PPP].

Powszechnie w literaturze ekonomicznej dla porównań dobrobytu społecznego stosuje się porównywanie Produktu Krajowego Brutto (PKB) na 1 mieszkańca (*per capita*) wyrażonego w dolarach amerykańskich.

PKB jako miernik dobrobytu społecznego ma wiele wad, ale jak na razie lepszego wskaźnika nie wymyślono. Przekonał się o tym Prezydent Francji Nicolas Sarkozy, który w lutym 2008 roku powołał Komisję ds. Pomiaru Kondycji Gospodarki oraz Postępu Społecznego (CMEPSP). Jej zadaniem było zbadanie defektów produktu krajowego brutto jako najważniejszego wskaźnika dobrobytu i zasugerowanie alternatyw.³⁴ Na szefa tej komisji Prezydent Sarkozy powołał laureata Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii Josepha STIGLITZA. Wśród 25 członków tej komisji było jeszcze 4 laureatów Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii, w tym wybitny ekonomista i filozof zajmujący się dobrobytem i ubóstwem społecznym Amartya SEN. Jak pisze gazeta „Parkiet” z 26.09.2016 wniosek z Raportu J. Stiglitz jest następujący; „Rządy często myślą wąskie miary aktywności rynkowej z pojęciami dobrobytu, tracąc z oczu potrzeby społeczeństwa...Rychłej rewolucji w dziedzinie państwowej statystyki nie należy się jednak spodziewać”.³⁵

Można Wnioski Komisji Stiglitz ująć bardzo prosto:

³⁴ Dlaczego PKP szczęścia nie daje, „Parkiet” z 26.09.2016 roku

³⁵ ibidem

PKB per capita ma wiele wad, ale na razie lepszego miernika dobrobytu społecznego nie wymyślono. PKB jest dzisiaj dlatego najbardziej predystynowany do mierzenia dobrobytu społecznego, bowiem:

- a) jednakowo oblicza się go na całym świecie według koncepcji System of National Accounts (SNA). Oczywiście specyfiki narodowe dają się uwzględniać i zawarte jest to w aktach prawnych najwyższej rangi np. w Polsce Ustawa o obliczeniu produktu krajowego brutto.
- b) PKB daje się porównać w czasie (poprzez zastosowanie cen porównywalnych) i w przestrzeni za pomocą wybranej do porównań waluty metodą PPP.

Jednakże nie oznacza to, że nie należy szukać innych alternatywnych miar dobrobytu społecznego. Np. ONZ zaleca stosowanie miernika HDI (vide tab.1), który jest miernikiem taksonomicznym skonstruowanym jako złożenie matematyczno-statystyczne trzech wielkości (zmiennych):

1. PKB per capita w dolarach USA
2. Przeciętnej długości życia w danym kraju
3. Wykształcenia, jako złożenie matematyczne odsetka analfabetów i lat nauki (szkoła podstawowa, średnia, studia wyższe) w danym kraju. W Polsce ten wskaźnik oficjalnie nazywa się WRS, czyli „Wskaźnik Rozwoju Społecznego” i coroczne raporty ONZ dla całego świata rankingu HDI, są publikowane po polsku jako Raporty WRS.

W literaturze ekonomicznej występują również propozycje matematycznego pomiaru dobrobytu. Pojawiają się jednak tutaj różnego rodzaju dylematy.

Stanisław M. Kot pisze tak: „Ekonomiczny problem porównania dobrobytu sprowadza się do udzielenia odpowiedzi na następujące „paradygmatyczne” pytanie: Jakim dochodem x powinno dysponować gospodarstwo domowe m -osobowe, aby uzyskać dobrobyt gospodarstwa m_0 osobowego, dysponującego dochodem x_0 ?” . Problematyka ta jest tradycyjnie lokalizowana w ramach teorii rynkowych zachowań konsumenta”.³⁶

Jednakże dla porównywania dobrobytu idealnym rozwiązaniem byłoby dysponowanie kardynalną funkcją dobrobytu.

Gdybyśmy znali wartości tej funkcji dla gospodarstwa domowego składającego się z m osób i dysponującego dochodem x , tj. $U(x, m)$ i gospodarstwa odniesienia składającego się z m_0 osób i dysponującego dochodem x_0 , tj. $U(x_0, m_0)$, to dochód x zapewniający pierwszemu

³⁶ S. M. Kot, Metodologiczne dylematy pomiaru nierówności i dobrobytu, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy Nr 1, 2003 rok, s.161-179

z tych gospodarstw dobrobyt gospodarstwa odniesienia może by otrzymać rozwiązując następujące równania, ze względu na x:

$$U(x, m) = U(x_0, m_0)$$

Zauważmy, że iloraz x/x_0 wyznaczałyby skalę ekwiwalentności, informacja o tym, ile razy dochód x gospodarstwa domowego m-osobowego powinien być większy od dochodu x_0 gospodarstwa odniesienia. Jako gospodarstwo odniesienia najczęściej wybiera się gospodarstwo jednoosobowe.³⁷

Z kolei Marek Biernacki proponuje funkcję dobrobytu społecznego oprzeć na funkcji produkcji (wzrost PKB) Cobba-Duglasy. Jak wiadomo ta funkcja ma dwa człony, pierwszy technologiczno-produkcyjny i drugi ekonomiczno-socjalny.

Aby wzrastała produkcja, potrzebna jest nowoczesna technologia i wykształcone kadry techniczne oraz powinien wzrastać kapitał ludzki.

Stąd proponowana funkcja dobrobytu społecznego jest postaci:

$$W_t = (X_t / P_t) / [(M_t - N_t) / x_1], \quad (1)$$

czyli

$$W_t = [A_t^w (K_t A_t^K)^\alpha (N_t h_t)^{(1-\alpha)}] / [(M_t - N_t) / x_1], \quad (2)$$

gdzie:

W_t – poziom dobrobytu społecznego w okresie t (np. dla danego roku)

P_t – liczba całej populacji

X_t – PKB w cenach stałych w okresie t

X_t / P_t – realny PKB na mieszkańca

M_t – liczba osób w wieku produkcyjnym

N_t – liczba pracujących

x_1 – reprezentujący dochód ubogich

A_t^w – poziom techniczny, którego przyrost odbywa się w wyniku pomnożenia ogólnodostępnej wiedzy technicznej i organizacyjnej

K_t – środki trwałe

A_t^K – poziom techniczny ucieleśniony w środkach trwałych

α – elastyczność produkcji względem kapitału na pracującego

$1-\alpha$ – elastyczność produkcji względem pracujących

³⁷ S.M. Kot, Dylematy metodologiczne pomiaru dobrobytu i ubóstwa, Problemy polityki społecznej. Studia i dyskusje. Nr 4/2002 s.97

h_t – poziom szkolnictwa i służby zdrowia, jakość pracujących, umiejętności i wiedza konkretnych pracujących

$h_t * N_t = H_t$, czyli kapitał ludzki rozumiany jako liczba pracujących o odpowiednich kwalifikacjach wyrażona w jednostkach efektywności.³⁸

Funkcja dobrobytu społecznego (1) jest oryginalną konstrukcją Marka Biernackiego, a funkcja (2) prezentuje rozwiniętą (rozszerzoną) wersję tego rozwiązania. W swojej konstrukcji pomiaru dobrobytu społecznego, Marek Biernacki zastosował klasyczną funkcję produkcji Cobba-Douglasa ze stałymi korzyściami skali tj.

$$X_t = A_t^w (K_t A_t^K)^\alpha (N, h_t)^{1-\alpha} \quad (3)$$

gdzie wszystkie symbole zostały użyte tak samo jak we wzorach (1) i (2).

Ciekawą propozycję pomiaru dobrobytu społecznego zaproponował Marian Noga, poprzez konstrukcję TMDEK czyli taksonomiczną miarę dobrobytu społecznego z uwzględnieniem roli kultury.³⁹

Zmienne opisujące dobrobyt społeczny za pomocą taksonomicznego miernika rozwoju mogą być zestandaryzowane lub znormalizowane. Przy zestandaryzowaniu zmiennych (cech diagnostycznych) w tworzonym taksonomicznym mierniku rozwoju są one traktowane jako jednakowo ważne.

Odmierna koncepcja konstruowania taksonomicznego miernika rozwoju opiera się na znormalizowanych wartościach cech diagnostycznych. Normalizacja- w przeciwieństwie do standaryzacji- umożliwia zachowanie zróżnicowanych wariacji poszczególnych cech diagnostycznych, a dzięki temu na nadanie im zróżnicowanego znaczenia. Ponadto normalizacja cech diagnostycznych jest znacznie prostsza od standaryzacji pod względem rachunkowym oraz pozwala na uniknięcie niedogodności związanych z pojawieniem się ujemnych wartości zestandaryzowanych. W tym przypadku wszystkie cechy powinny być stymulantami, a jeśli występują destymulanty, to należy przekształcić je w stymulanty. Normalizacja cech diagnostycznych jest przeprowadzana według ogólnej formuły:

$$z_{ik} = \frac{x_{ik}}{x_{0k}} \quad (k=1,2,\dots,K; i=1,2,\dots,N),$$

gdzie x_{0k} oznacza podstawę normalizacji cech diagnostycznych x_k .

³⁸ M. Biernacki, Kilka uwag..., op.cit.

³⁹ por. M. Noga, Kultura..., op. cit. s. 131-137

Podstawa normalizacji cechy diagnostycznej x_{0k} może być ustalona w różny sposób. Z punktu widzenia naszych potrzeb, tj. konstrukcji miernika dobrobytu społecznego uwzględniającego stan i jakość środowiska przyrodniczego oraz zmienne dotyczące zaspokojenia potrzeb ludzi w zakresie kultury, najlepszym rozwiązaniem byłoby cechy diagnostyczne normalizować według formuły:

$$x_{0k} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N x_{ik},$$

co oznaczałoby odnoszenie wartości pierwotnych (rzeczywistych) zmiennych do średnich arytmetycznych.

Przyjmując ten sposób normalizacji cech diagnostycznych, można skonstruować taksonomiczny miernik dobrobytu uwzględniający stan i jakość środowiska przyrodniczego o wszystkie zmienne z zakresu kultury zaspokajające potrzeby ludzi-TMDEK. Może on być konstruowany w trzech wersjach według formuł:

(I)

$$TMDEK = \sum_{k=1}^K z_{ik},$$

albo

(II)

$$TMDEK = \frac{1}{K} \sum_{k=1}^K z_{ik},$$

albo

(III)- gdy do TMDEK wprowadzi się wagi (w) cech diagnostycznych. Wówczas formuła przyjmuje postać:

$$TMDEK = \sum_{k=1}^K w_k z_{ik}.$$

W tym ujęciu taksonomicznym miernik dobrobytu uwzględniający stan i jakość środowiska przyrodniczego i kultury TMDEK.

$$TMDEK = f(x_1, x_2, \dots, x_k)$$

przekształcającą macierz obserwacji x w wektor z o wymiarach $[N \times 1]$, obejmujący zmienne (cechy) opisujące dobrobyt społeczny, które zostały już znormalizowane.

Interpretacja tak sformułowanego miernika dobrobytu społecznego, uwzględniającego stan i jakość środowiska przyrodniczego i kultury, jest następująca: dany kraj charakteryzuje się wyższym poziomem dobrobytu społecznego, im większą wartość przyjmuje miernik TMDEK.⁴⁰ Wybór zmiennych TMDEK wg profesora M. Nogi powinien obejmować:

- I. Wskaźnik PKB per capita w dolarach USA, obliczony według siły nabywczej waluty krajowej (metoda PPP)
- II. Wskaźniki charakteryzujące spożycie dóbr żywnościowych według wyspecjalizowanej agencji ONZ, powołanej w 1963 roku tj. Światowego Programu Żywnościowego (World Food Programme-WFP). Wizją WFP jest świat, w którym każdy mężczyzna, kobieta, dziecko ma stały dostęp do żywności, potrzebnej do aktywnego i zdrowego trybu życia. Według WFP bez żywności nie istnieje trwały pokój, demokracja i rozwój. WFP opracowała dzienną porcję kalorii dla człowieka, która minimum wynosi 1800 kalorii, w ciągu 1 dnia. Również WFP opracowała tabelę potrzebnych do życia kalorii w ciągu 1 dnia dla kobiety, mężczyzny i dzieci, również w podziale na grupy wiekowe. Odpowiedzialność za realizację tego programu spoczywa na władzach publicznych danego kraju.
- III. Wskaźniki spożycia dóbr nieżywnościowych powinni zaprezentować specjaliści, którzy opracują minimum biologiczne i minimum społeczne wynikające z poziomu rozwoju danego kraju.
- IV. Wskaźniki charakteryzujące pożądaną stan i jakość środowiska przyrodniczego człowieka powinny opierać się na wskaźnikach AIS (Anvironmental Impact Analysis- AIA), które oceniają wpływ poszczególnych działań człowieka na środowisko i na dobrobyt społeczny.
- V. Wskaźniki sektora kultury i przemysłów kreatywnych oddziałujących na dobrobyt jednostki i społeczeństwa. Moja propozycja w tym zakresie jest następująca.

Tablica 2. Wskaźniki sektora kultury i przemysłów kreatywnych oddziałujących na dobrobyt jednostki i społeczeństwa

1.	Tytuł książek wydanych w roku	
2.	Nakład książek	- stymulanta
3.	Tytuł książek dla dzieci	- stymulanta
4.	Tytuł książek z etnografii, antropologii, kultury (zwyczaje, folklor, tradycja)	- stymulanta
5.	Nakłady w/w książek	- stymulanta
6.	Broszury z dziedziny kultury- tytuły	- stymulanta
7.	Broszury z dziedziny kultury- nakłady	- stymulanta

⁴⁰ ibidem

8.	Gazety i czasopisma ukazujące się regularnie w podziale na: a) w tygodniu (tytuły) b) w miesiącu (tytuły) c) w kwartale (tytuły) d) w półroczu (tytuły) e) w roku (tytuły)	- stymulanta - stymulanta - stymulanta - stymulanta - stymulanta
9.	Nakłady w/w gazet	- stymulanta
10.	Ilość bibliotek i punktów bibliotecznych (p.6)	- stymulanta
11.	Księgozbiór bibliotek i p. bibliotecznych (p.6)	- stymulanta
12.	Czytelnicy bibliotek i p.b.	- stymulanta
13.	Wypożyczalnie w bibliotekach i p.b.	- stymulanta
14.	Ilość muzeów	- stymulanta
15.	Zwiedzający muzea	- stymulanta
16.	Ilość galerii sztuki	- stymulanta
17.	Zwiedzający galerie	- stymulanta
18.	Ilość teatrów i instytucji muzycznych	- stymulanta
19.	Miejsca na widowni teatrów i instytucji muzycznych	- stymulanta
20.	Widzowie i słuchacze teatrów i instytucji muzycznych w roku	- stymulanta
21.	Ilość kin (Multikin)	- stymulanta
22.	Seanse w kinach w ciągu roku	- stymulanta
23.	Widzowie w kinach w ciągu roku	- stymulanta
24.	Produkcja filmów w ciągu roku	- stymulanta
25.	Oglądalność telewizji: a) programów politycznych i publicystycznych w ciągu dnia b) teatru- w tygodniu c) filmu- w tygodniu	- stymulanta - stymulanta - stymulanta
26.	Produkcja płyt- tytuły	- stymulanta
27.	Produkcja płyt- nakłady	- stymulanta
28.	Udział dotacji na sektor kultury PKB	- stymulanta
29.	Zatrudnieni w sektorze kultury	- stymulanta
30.	Udział zatrudnionych w sektorze kultury w stosunku do zatrudnienia ogółem	- stymulanta
31.	Udział sektora kultury w tworzeniu PKB (wartości dodanej)	- stymulanta
32.	Ilość analfabetów w kraju	- stymulanta
33.	Ilość analfabetów odniesiona do społeczeństwa powyżej 18 lat w %	- stymulanta
34.	Ilość wypalonych papierosów na 1 mieszkańca w ciągu roku	- stymulanta
35.	Rozmiar czasu wolnego w tygodniu	- stymulanta
36.	% zatrudnionych z wykształceniem wyższym	- stymulanta

Źródło: Marian Noga, *Kultura a ekonomia*, CEDEWU.PL, Warszawa 2014, s. 131-137

Dodałabym jeszcze ze swojej strony:

37.	% zatrudnionych w przemysłach kreatywnych w stosunku do ogółu zatrudnionych	- stymulanta
38.	Udział gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB	- stymulanta

Oczywiście listę tą można jeszcze poszerzać lub wykreślać z niej zmienne, które zdaniem ekspertów już nie wpływają na dobrobyt społeczny.

Jakie są więc kulturowe uwarunkowania wzrostu i rozwoju gospodarczego? Próbę odpowiedzi na to pytanie zamierzam dokonać w poniższym podrozdziale.

1.3. Kulturowe uwarunkowania wzrostu i rozwoju gospodarczego

Ten podrozdział należy rozpocząć od wyjaśnienia i rozróżnienia pojęć „wzrost gospodarczy” i „rozwój gospodarczy”.

Słownik języka polskiego stwierdza, że „... Rozwój to proces przechodzenia do stanów lub form bardziej złożonych lub pod pewnym względem doskonalszych”.⁴¹

Jak z tej definicji wynika o rozwoju możemy mówić dopiero wtedy gdy nastąpiła zmiana jakościowa i gdy przechodzimy od istniejącej sytuacji do lepszej sytuacji. Dotyczy to również badań prowadzonych przez ekonomistów. Ale ekonomiści używają takich pojęć jak:

- 1) rozwój gospodarczy,
- 2) rozwój społeczno-gospodarczy,
- 3) rozwój trwały i zrównoważony,
- 4) rozwój zrównoważony,
- 5) rozwój dualny,
- 6) rozwój autonomiczny.⁴²

Łatwo zauważyć, że wśród tych pojęć, stanowiących określone kategorie ekonomiczne, są pojęcia rozwoju rozumianego bardzo wąsko, jako mechanistycznie pojmowany proces powiększania fundamentów gospodarki prezentowanych przez dane makroekonomiczne albo z drugiej strony rozwoju rozumianego szeroko, jako poprawa jakości życia czy dobrobytu społecznego. Ponadto ekonomiści rozpatrują rozwój w różnej skali:⁴³

- a) w ujęciu mikroekonomicznym - rozwój przedsiębiorstwa
- b) w ujęciu mezoekonomicznym - rozwój regionu (województwa, powiatu, gminy, miasta)
- c) w ujęciu makroekonomicznym - rozwój danego konkretnego kraju
- d) w ujęciu globalnym - rozwój grupy państw, rozwój gospodarki światowej jako całości.

⁴¹ Słownik języka polskiego, <http://sjp.pwn.pl/> [dostęp 12.01.2018]

⁴² S. Czaja, A. Becla, J. Włodarczyk, T. Poskrobko. Wyzwania współczesnej ekonomii. Wybrane problemy. , Difin, Warszawa 2012, s. 77

⁴³ ibidem s.78 oraz uwagi własne

Kathleen Staudt wyjaśniła, że w przestrzeni naukowej funkcjonuje 700 różnych definicji rozwoju które można by pogrupować na dwa nurty:

Nurt 1 dotyczy rozwoju jako procesu

Nurt 2 dotyczy rozwoju jako celu.⁴⁴

Nie wchodząc w dalsze dywagacje dotyczące kategorii rozwoju gospodarczego, uważam że robocze ujęcie tej kategorii zaproponowane przez L. Balcerowicza najlepiej opisuje tę kategorię ekonomiczną, która brzmi następująco: „Rozwój gospodarczy wiążemy zwykle z systematyczną, długofalową i masową poprawą materialnych warunków życia ludzi, tzn. warunków w sferze wyżywienia, ubrania, mieszkania, wyposażenia mieszkań, środków transportu i łączności, dostępności do rozmaitych usług i.t.p. czyli w sumie-konsumpcji. Takie potoczne ujęcie wydaje się właściwe, wyraża ono to, czego oczekują ludzie- jako konsumenci- od gospodarki. ⁴⁵

Spróbuję obecnie określić pojęcie wzrostu gospodarczego. Jest to pojęcie węższe, bowiem dotyczy tylko zjawisk obserwowalnych i mierzalnych, najczęściej wyrażanych poprzez wzrost realnego Produktu Krajowego Brutto na 1 mieszkańca (PKB per capita rok do roku). Oczywiście wzrost gospodarczy mogą wyrazić takie wskaźniki jak:

- wzrost poziomu inwestycji (rok do roku),
- wzrost poziomu konsumpcji (rok do roku),
- wzrost udziału konsumpcji w tworzeniu PKB, itp.

W uproszczeniu można te rozważania ująć następująco:

Rozwój gospodarczy = wzrost gospodarczy + obserwowane zjawiska jako zmiany jakościowe, powiększające standard życia mieszkańców w krótkim, średnim i długim okresie.

W tym miejscu dochodzimy od konstatacji, że kultura i przemysł kultury jak również przemysły kreatywne były dotychczas w teorii ekonomii analizowane przede wszystkim jako przejaw ich wpływu na rozwój gospodarczy jako czynników jakościowych. Natomiast zbyt mało uwagi (albo wcale) zwracano na rolę kultury we wzroście gospodarczym, czego domagają się tacy ekonomiści jak W. Baumol, W. Bowden, R. Towse, R. Care, D. Throsby, M.Hutter, Ph. Kern, Ph. Chantepie, C. Bodo, J. Hawhins, J. Newbigin a w Polsce E.Bogalska-Martin, J.Hausner, D.Iczuk, M. Noga, K. Stachowiak, A. Klasik i wielu innych.⁴⁶ Jak słusznie pisze

⁴⁴ K. Staudt, *Managing, Development: State, Society and International Contexts*, Ed: Newbury Park, California 1991.

⁴⁵ L. Balcerowicz, *Wolność i rozwój*, wyd. Znak, Kraków 1998

⁴⁶ Zob. M.Noga, *Kultura w ekonomia*, CEDEWU.PL, Warszawa 2012, s.7-15

E. Bogalska-Martin, badanie kulturowych uwarunkowań gospodarczych stanowi „kulturową poprawkę do klasycznej teorii ekonomii”.⁴⁷

W kolejnym podrozdziale 1.4. wyjaśnię dlaczego kultura i gospodarka kreatywna są specyficznymi czynnikami rozwoju gospodarczego. Dlatego też zanim zacznę analizować te specyficzne czynniki, przestawię obecnie specyfikację czynników rozwoju gospodarczego, które profesor Leszek Zienkowski nazywa determinantami i dzieli je na „krótkookresowe”, „średniookresowe” i „długookresowe”.

Ta specyfikacja determinant rozwoju gospodarczego Leszka Zienkowskiego wygląda następująco:

A. Determinanty krótkookresowe (bezpośrednie I rzędu):

1. Nakłady kapitału
2. Nakłady pracy
3. Niezależny postęp techniczno-organizacyjny wyrażony łączną produktywnością czynników produkcji (ang. TFP-Total Factor Productivity)

B. Determinanty średniookresowe (pośrednie II rzędu):

1. Stan sektora finansów publicznych (obciążenia podatkowe, dług publiczny, potrzeby pożyczkowe sektora finansów publicznych)
2. Inflacja (poziom i dynamika inflacji)
3. Porządek prawny (jakość prawa i jego egzekwowanie, stopień regulacji obrotu gospodarczego i warunki do rozpoczynania, prowadzenia i likwidacji działalności gospodarczej, zakres ingerencji państwa w procesy gospodarcze, korupcja i związane z nią odchylenia alokacji czynników produkcji od stanu optymalnego, elastyczność rynku pracy, szczególnie w zakresie procedur zatrudniania i zwalniania pracowników oraz w zakresie negocjacji płacowych).
4. Jakość polityki gospodarczej i społecznej państwa

C. Determinanty długookresowe (pośrednie III rzędu):

1. Nauka, wiedza i innowacyjność (kapitał wiedzy naukowej)
2. Edukacja i poziom wiedzy społeczeństwa (kapitał wiedzy społeczeństwa)
3. Poziom cywilizacji i kultury – mentalność społeczeństwa.⁴⁸

⁴⁷ ibidem

⁴⁸ L. Zienkowski (red.), Co sprzyja rozwojowi gospodarczemu, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2005

Determinanty charakterystyczne dla gospodarki kreatywnej rozumianej jako przemysł kultury i przemysł kreatywne opisane we wprowadzeniu do niniejszej rozprawy są determinantami długookresowymi czyli pośrednimi III rzędu, jak nazywa je L. Zienkowski. Już to zakwalifikowanie kultury do długookresowych determinant rozwoju powoduje, że ich obserwowalność jest w okresie dłuższym niż 1 rok a praktycznie wszystkie mierniki wzrostu gospodarczego dotyczą 1 roku bądź porównań rok do roku (r/r).

Powracając do koncepcji kulturowej poprawki do klasycznej teorii ekonomii E. Bogalska-Martin stwierdza, że opiera się ona na następujących przesłankach:

Przesłanka 1 Kulturowy kontekst powstania kapitalizmu i możliwości jego ekspansji.

Przesłanka 2 Kulturowe uwarunkowania I, II i III rewolucji przemysłowej

Przesłanka 3 Zróżnicowanie rozwoju między Europą Zachodnią i Wschodnią

Przesłanka 4 Zróżnicowanie rozwoju gospodarczego między bogatą Północą i biednym Południem

Przesłanka 5 Możliwości powielania ścieżek rozwoju społeczno-gospodarczego w innych (nawet odległych) obszarach kulturowych.⁴⁹

Te przesłanki pozwalają na redefinicję w teorii ekonomii takich kategorii jak bogactwo bądź sam rozwój oraz na badanie sprzężeń zwrotnych pomiędzy kulturą a gospodarką, pomiędzy kulturą a globalizacją a także badanie wpływu kultury na modyfikację (a nie likwidację) paradygmatu ekonomii głównego nurtu w taki sposób, że lepiej będzie on opisywał rzeczywistość gospodarczą i formułował precyzyjne wnioski, które pozwolą na budowę modeli prognostycznych, trafnie przewidujących zdarzenia przyszłe w gospodarce.

W pracy „Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce” pod reakcją R. Borowieckiego (2005 rok) kulturę zaliczali do podstawowych czynników rozwoju społecznego, ponieważ:

- kreuje potencjał intelektualny regionów,
- popularyzuje różnorodności kulturowe tworząc świadome społeczeństwo kierujące się normami etycznymi czyli społeczeństwo otwarte i nieksenofobiczne,
- przeciwdziała patologiom społecznym,
- jest spoiwem integracji społecznej,
- jest elementem tożsamości narodowej,
- pielęgnuje więzi lokalne,

⁴⁹ E. Bogalska-Martin, Wprowadzenie do teorii kulturowych uwarunkowań rozwoju gospodarczego [w:] *Ekonomia rozwoju PWE*, Warszawa 2011, s. 248-268

- realizuje założenia polityki równouprawnienia płci, równości rasowej i solidarności społecznej,
- pomaga przywrócić osoby niepełnosprawne fizycznie i umysłowo do życia społecznego i zawodowego (np. terapie przez kulturę),
- zmniejsza dysproporcje rozwoju osobowego obywateli,
- stanowi drogę awansu społecznego.⁵⁰

Dalej w tej pracy stwierdza się, że „Kultura jako istotny czynnik rozwoju ekonomicznego:

- wpływa na atrakcyjność regionów dla inwestorów oraz jako miejsce zamieszkania,
- stymuluje rozwój turystyki,
- tworzy rynek pracy,
- kreuje przemysł kultury,
- wzbudza mnożnikowe procesy gospodarcze wywołane rozwojem infrastruktury społecznej,
- określa funkcje metropolitarne miast,
- sprzyja alokacji zasobów ludzkich w sektorach rozwojowych.⁵¹

Jest to bardzo ciekawe zestawienie gdyż ściśle opisuje rozwój gospodarczy jako sumę wzrostu gospodarczego i czynników jakościowych podnoszenia standardów życia, czyli:

rozwój gospodarczy = wzrost gospodarczy + czynniki jakościowe rozwoju gospodarczego.

W rozprawie staram się realizować jej cel główny, czyli określenie roli i siły wpływu kultury i gospodarki kreatywnej, które są specyficznymi czynnikami rozwoju gospodarczego, właśnie na ten rozwój gospodarczy. Prezentowane wyniki badań zespołu Profesora Ryszarda Borowieckiego określają kulturę jako „istotny” czynnik rozwoju ekonomicznego, który można bez dodatkowych analiz utożsamić z rozwojem gospodarczym, o czym już pisałam powyżej. Alen zanim to uczynię, w pierwszej kolejności muszę:

- a) dokonać charakterystyki kultury i gospodarki kreatywnej jako specyficznych czynników i uzasadnić dlaczego nazywam je specyficznymi (następny podrozdział 1.4. w pełni to wyjaśni)
- b) dokonać opisu gospodarki kreatywnej, jej powstania i rozwój, a także wpływu polityki ekonomicznej państwa na jej rozwój (rozdziały 2 i 3)

⁵⁰ R. Bronowicki (red.), Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce, Wydawnictwo Oficyny Ekonomicznej, Kraków 2005, s. 14-15

⁵¹ ibidem, s.16

Po zrealizowaniu tych analiz będę mogła w rozdziale 4 przeprowadzić obliczenia siły wpływu kultury i gospodarki kreatywnej na rozwój gospodarczy.

1.4. Przemysły kultury a przemysły kreatywne

Gdy w 1998 Brytyjskie Ministerstwo Kultury (DCMS) opublikowało listy przemysłów kreatywnych w literaturze przedmiotu toczy się dyskusja dotycząca określenia „przemysłu kultury” i „przemysłu kreatywnego”.

Specjaliści Komisji Europejskiej pod kierownictwem Phillippa KERNA (Kern European Affairs- KEA) w następujący sposób klasyfikują „cultural sector” i „creative sector”:

Tablica 3. Sektory kultury i sektory kreatywne według Filipa Kerna

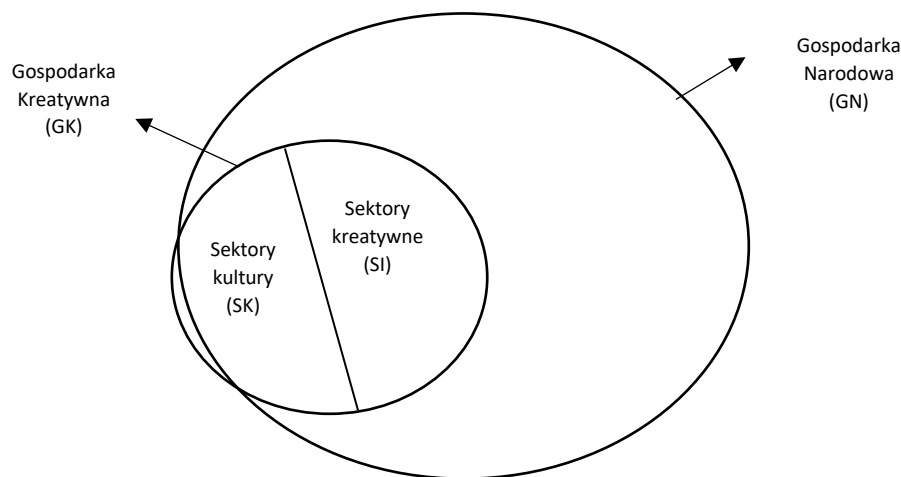
SEKTOR	BRANŻE	SUBBRANŻE	CHARAKTERYSTYKA	
SZTUKA	sztuka wizualna	rzemiosło, malarstwo, fotografia	dobra kultury „do konsumpcji na miejscu” nieprzemysłowe :targi sztuki, wystawy, koncerty	SEKTOR KULTURY (the cultural sector)
	performing arts	teatr, taniec, opera, cyrk		
	dziedzictwo kultury	muzea, biblioteki, zabytki		
MEDIA	film i wideo	kina	dobra kultury do masowego rozpowszechniania opartego na prawach autorskich	
	telewizja i radio			
	gry wideo			
	muzyka	rynek płyt		
	Książki i płyty			
DESIGN	moda, grafika, produkt, wnętrza		skala działań przemysłowa lub pojedyncze egzemplarze rozpowszechnianie produktów oparte na prawach autorskich i znakach towarowych, wykorzystywanie kreatywności ludzi wywodzących się z sektorów sztuki o mediów jako czynnika rozwoju	SEKTOR KREATYWNY (the creative sector)
ARCHITEKTURA				
REKLAMA				

Źródło: *The Economy of Culture in Europe. Raport KEA EUROPEAN AFFAIRS dla Komisji Europejskiej, październik 2006, s.3*

Myślę, że jest to bardzo klarowny podział gospodarki kreatywnej, gdyż Autor tego Raportu uważa, że:

Gospodarka kreatywna = Sektory kultury + Sektory kreatywne

Rys.1. Gospodarka kreatywna jako byt strukturalny.



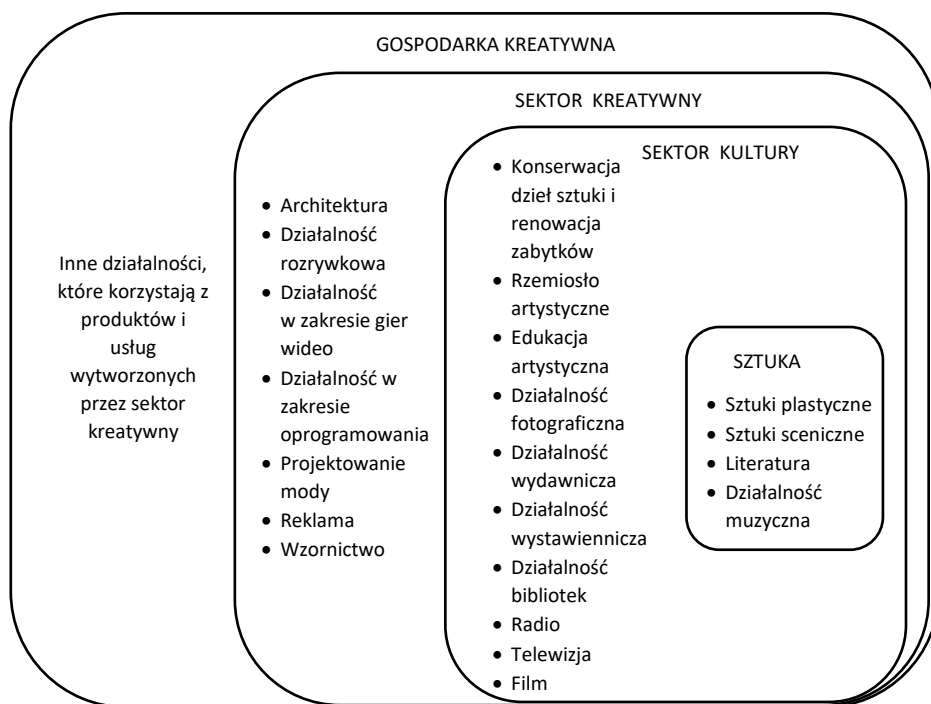
Źródło: opracowanie własne

Rys. 1. prezentuje pozycjonowanie gospodarki kreatywnej w strukturze gospodarki narodowej. Gospodarka narodowa i gospodarka kreatywna są bytami strukturalnymi, co będzie przedmiotem analizy w dalszej części rozprawy. Obecnie moim zadaniem jest rozróżnienie pojęć „sektory kultury” i „przemysły kultury” oraz „sektory kreatywne” i „przemysły kreatywne”.

W rozprawie będę jako tożsame traktować pojęcia „sektory kultury” z „przemysłami kultury” oraz również jako tożsame pojęcia „sektory kreatywne” z „przemysłami kreatywnymi”.

Charakterystyka Phillipa Kerna przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych jest klarowna i nie budzi kontrowersji. Są w literaturze przedmiotu próby innej interpretacji tych koncepcji, które zaproponował Krzysztof Stachowiak (vide rys.2.)

Rys.2. Gospodarka kreatywna w ujęciu K. Stachowiaka



Źródło: K. Stachowiak, *Gospodarka kreatywna i mechanizm jej funkcjonowania. Perspektywa geograficzno-ekonomiczna*, wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2017, s. 94

To ujęcie sektora kultury i sektora kreatywnego K. Stachowiak nazywa ujęciem branżowym. W ujęciu brytyjskim listy branż kreatywnych prezentuje tabela 4.

Tabela 4. Lista branż kreatywnych

Kod PKD 2007	Nazwa brytyjskiej klasyfikacji działalności (SIC-07)	Nazwa PKD 2007
32.12	Manufacture of jewellery and related articles	Produkcja wyrobów jubilerskich i podobnych
58.11	Book publishing	Wydawanie książek
58.12	Publishing of directories and mailing lists	Wydawanie wykazów oraz list
58.13	Publishing of newspapers	Wydawanie gazet
58.14	Publishing of journals and periodicals	Wydawanie czasopism i pozostałych periodyków
58.19	Other publishing activities	Pozostała działalność wydawnicza
58.21	Publishing computer games	Działalność wydawnicza w zakresie gier komputerowych
58.29	Other software publishing	Działalność wydawnicza w zakresie pozostałego oprogramowania
59.11	Motion picture, video and television programme production activities	Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych

59.12	Motion picture, video and television programme pos-production	Działalność postprodukcyjna związana z filmami, nagraniami wideo i programami telewizyjnymi
59.13	Motion picture, video and television programme distribution	Działalność związana z dystrybucją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych
59.14	Motion picture projection activities	Działalność związana z projekcją filmów
59.2	Sound recording and music publishing activities	Działalność w zakresie nagrań dźwiękowych i muzycznych
60.1	Radio broadcasting	Nadawanie programów radiofonicznych
60.2	Television programming and broadcasting activities	Nadawanie programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych
62.01	Computer programming activities	Działalność związana z doradztwem
62.02	Computer consultancy activities	Działalność związana z doradztwem w zakresie informatyki
70.21	Public relations and communication activities	Stosunki międzyludzkie (public relations) i komunikacja
71.11	Architectural activities	Działalność w zakresie architektury
73.11	Advertising agencies	Działalność agencji reklamowych
73.12	Media representation	Działalność związana z reprezentowaniem mediów
74.1	Specialised desing activities	Działalność z zakresie specjalistycznego projektowania
74.2	Photographic activities	Działalność fotograficzna
74.3	Translation and interpretation activities	Działalność związana z tłumaczeniami
85.52	Cultural education	Pozaszkolne formy edukacji artystycznej
90.01	Performing arts	Działalność związana z wystawianiem przedstawień artystycznych
90.02	Support activities to performing arts	Działalność wspomagająca wystawianie przedstawień artystycznych
90.03	Artistic creation	Artystyczna i literacka działalność twórcza
90.04	Operation of arts facilities	Działalność obiektów kultury
91.01	Library and archive activities	Działalność bibliotek i archiwów
91.02	Museum activities	Działalność muzeów

Źródło: *Creative industries economic estimates. Department for Culture, Media and Sport, London 2014, s.26*

Prowadzenie dalszych analiz rozróżniających przemysł kultury od przemysłów kreatywnych nie jest racjonalne z następujących powodów:

1. W literaturze przedmiotu powszechnie akceptuje się pojęcie gospodarki kreatywnej jako wspólnego, połączonego działania sektorów (przemysłów) kreatywnych z sektorami (przemysłami) kultury.

2. Zanim John HOWKINS wprowadził pojęcie „gospodarki kreatywnej” w 2001 roku, w literaturze przedmiotu uważano, że przemysł kreatywny jest pojęciem szerszym od przemysłu kultury, gdyż obejmuje jeszcze np. architekturę i reklamę. Architektura i reklama mogą w praktyce być nie tylko nośnikami kultury ale integralnymi elementami kultury. Dyskusja na ten temat wykracza poza ramy tej rozprawy.
3. W teorii i w praktyce, kultura i gospodarka kreatywna są specyficznymi czynnikami rozwoju gospodarczego, co udowodnię poniżej.

Kultura i gospodarka kreatywna mimo, że nie można ich utożsamiać, to efekty kultury czy gospodarki kreatywnej możemy nazywać dobrami kreatywnymi. W ekonomii „dobrem” nazywamy wytwór (obiekt, produkt, usługa) stworzony przez człowieka, który posiada określoną wartość użytkową, zaspokajającą określone potrzeby człowieka. Obiekty wytworzone przez człowieka i nieistniejące w naturze nazywane są ARTEFAKTAMI (łacińskie *arte factum* = „sztuczne wykonanie”). Artefakty to wytwory kultury rozumianej możliwie najbardziej szeroko.⁵²

W praktyce artefakty mogą być:

- językowe (język, mity, legendy)
- behawioralne (ceremonie, rytuały)
- fizyczne (sztuka, technologia, przedmioty materialne).⁵³

Jednakże to co odróżnia dobra kreatywne od pozostałych dóbr to fakt, że poza wartością użytkową mają one wartość kulturową.⁵⁴ Wartość kulturową należy rozumieć jako sumę wartości:

- semiotycznych (znaki, oznaczenia, język, akt poznania, znaczenia)
- estetycznych
- artystycznych
- historycznych
- autentycznych

⁵² K.Stachowiak, Gospodarka... op.cit, s.156

⁵³ ibidem

⁵⁴ ibidem, s.157-159

Tabela 5. Rodzaje dóbr kreatywnych

Kryterium	Rodzaje dóbr kreatywnych	
Stopień złożoności	Dobra proste <i>np. piosenki, obrazy, fotografie, książki</i>	Dobra złożone <i>np. filmy, gry wideo, programy telewizyjne</i>
Trwałość	Dobra trwałe <i>np. obrazy, fotografie, filmy, nagrania koncertu, rzeźby, książki, dziedzictwo kultury</i>	Dobra nietrwałe <i>np. koncerty, przedstawienia, sztuki teatralna, recytacje poezji</i>
Możliwość wyłączenia z konsumpcji i konkurencyjności w konsumpcji	Dobra publiczne Wielkość dóbr kreatywnych, <i>np. muzyka, filmy, reprodukcje, reklama, książki, informacji</i>	Dobra prywatne <i>np. ubrania (moda), rzemiosło, wzornictwo, budynki (architektura), gry wideo</i>
	Dobra klubowe <i>Np. kona, teatry, prywatne szkoły artystyczne</i>	Wspólne zasoby <i>brak</i>
Możliwość, lokalizacja	Dobra zlokalizowane <i>np. pomniki, dzieła sztuki w muzeach, przedstawienia, koncerty, kina, teatry</i>	Dobra niezlokalizowane <i>np. filmy, piosenki, gry wideo, wzornictwo</i>
Liczebność	Dobra jednostkowe <i>np. przedstawienia teatralne, koncerty, muzyka klasyczna, kino niezależne</i>	Dobra masowe <i>np. kino głównego nurtu (hollywoodzkie), muzyka popularna, gry wideo, reklamy</i>
Powszechność	Dobra unikatowe <i>np. filmy, piosenki, gry wideo, reklamy</i>	Dobra powszechne <i>brak</i>

Źródło: K. Stachowiak, *Gospodarka kreatywna*, op.cit., s.165

Ten dokładny opis dóbr kreatywnych jako efekt działalności kultury i gospodarki kreatywnej wyraźnie wskazuje na ich specyfikę i odrębność w stosunku do innych dóbr (pozostałych dóbr). W literaturze przedmiotu oceniając dobra kultury, twierdzi się, że mają one obok wartości użytkowej, „fizycznie namacalnej” również wartość symboliczną.⁵⁵ Wartość symboliczna to inne ujęcie cechy semiotyczności dobra kreatywnego. Można tutaj zastosować również określenie wartość wyobrażona.

Göran Therborn w monografii „Drogi do nowoczesnej Europy” (1998 rok) stwierdza, że szczególnie kraje Europy Środkowej i Wschodniej, po upadku komunizmu muszą zmierzać ku nowoczesności, która związana jest z:

- możliwościami
- poczuciem tożsamości kulturowej
- percepcją języka jako źródła poznania tego co „dobre” i odróżnienia tego co „złe”

⁵⁵ Por. M. Noga, *Kultura...* op. cit, s. 99-101

- konfliktem etnicznym i wielokulturowością
- zmianą systemu społecznego poprzez przekształcenie struktur instytucjonalnych i zmianami w kulturze.⁵⁶

To przejście do nowoczesności takich krajów jak Polska może odbywać się w różny sposób. O ile w USA przejście do nowoczesności opiera się przede wszystkim na rozwoju gospodarczym, to w literaturze europejskiej kładzie się tutaj nacisk aspekt całościowy tzn. rozwój i pęd ku nowoczesności wtedy będzie skuteczny i nieodwracalny, gdy oprócz zmian gospodarczych zaistnieje również zmiana jakościowa na polu społecznym i kulturowym.⁵⁷ Ścieżki przejścia ku nowoczesności opisuje bardzo bogata literatura przedmiotu, prezentując różnego rodzaju teorie:

- Teorie lokalizacji (Max Weber, Johann Heinrich von Thünen, Walter Cristaller, August Loesch)
 - Teoria kumulatywnej przyczynowości Gunnara Myrdala
 - Koncepcja „błędnego koła” Gunnara Myrdala
 - Teoria centrów wzrostu (Albert Otto Hirschman)
 - Teoria biegunów wzrostu (polaryzacji)- Francois Perroux
 - Teoria centrum i peryferii (John Friedman, Paul Prebisch Richard Malcom Weaver).⁵⁸
- Teoria ta również nazywana jest teorią rdzenia i peryferii.

Wszystkie te teorie jednoznacznie dowodzą że przejście ku nowoczesności, albo zgodnie z teorią centrum i peryferii, musi zawsze odbywać się przy intensywnym udziale kultury i gospodarki kreatywnej w tym procesie. Kultura zmienia mentalność ludzi i podejście do procesów gospodarowania oraz kształtowania dobrobytu jednostki i społeczeństwa w taki sposób że działania ludzi są racjonalne, zaś zaspokojenie potrzeb w określonych warunkach jest optymalne na maksymalnym poziomie. Dotyczy to również polskiej gospodarki.⁵⁹

Niezwykłe ciekawą teorią z punktu widzenia tej rozprawy, jest teoria rozwoju rdzenia i peryferii. A. Blajerski opisuje tą teorię w ten sposób: „Podział na rdzeń i peryferia jest często podziałem dychotomicznym, co prowadzi do uznania danego obszaru albo za rdzeń, albo za peryferia. Zaletą tego pierwotnego ujęcia jest jego prostota, wadą zaś niewyróżnienie

⁵⁶ G. Therborn, Drogi do nowoczesnej Europy, PWN, Warszawa 1998, s.26

⁵⁷ J.T Hryniewicz, Teoria „CENTRUM- PERYFERIE” w epoce globalizacji, studia regionalne i Lokalne Nr 2(40), 2010 rok

⁵⁸ ibidem

⁵⁹ M. Noga, Kultura... op. cit, s.141

kategorii pośrednich, co stanowi istotne ograniczenie. Dychotomiczny podział na rdzeń i peryferia stosuje się najczęściej. Nawet jeśli nie jest to podział wyczerpujący i niektóre jednostki nie są skategoryzowane, to i tak nie poświęca się im zbyt dużo uwagi. Można więc mówić o swoistej dychotomii nawet wówczas, gdy istnieją jednostki niesklasyfikowane jako rdzeń albo peryferia.

Przeciwieństwem podziału dychotomicznego jest koncepcja kontinuum, gdzie centrum i peryferia stanowią typy idealne, pomiędzy nimi zaś znajduje się cała gama innych jednostek, które są bardziej albo mniej peryferyjne. O miejscu na kontinuum decyduje stopień centralności lub jego odwrotność - stopień peryferyjności. Koncepcja kontinuum jest najpełniejszym ujęciem analizowanych relacji, jednakże posługiwanie się nią byłoby uciążliwe, ponieważ liczba wyróżnionych klas równałaby się liczbie analizowanych jednostek. Dlatego chyba najwłaściwszym rozwiązaniem jest wydzielenie kilku klas, gdyż podział analizowanych jednostek na kilka grup ułatwia analizę, a także zwiększa czytelność uzyskanych wyników. Ponadto w ten sposób kładzie się większy nacisk na kategorie pośrednie, które stają się przedmiotem badania”.⁶⁰

Na sposób dokonania podziału wpływa charakter wykorzystanych cech w określeniu rdzenia i peryferii. Wykorzystanie cech o charakterze społeczno-kulturowym pociąga za sobą częściową niemierzalność zjawiska. Ze względu na to- wobec utrudnień w kwantyfikacji- wydzielenie kilku klas staje się wielce kłopotliwe, wskazuje się więc zazwyczaj jedynie centrum i peryferia, co prowadzi do podziału dychotomicznego. Bazowanie na cechach mierzalnych, głównie społeczno-gospodarczych, gromadzonych przez statystykę publiczną i administrację, pozwala w znacznym stopniu konstruować podziały wieloklasowe. Nie oznacza to jednak bardziej kompleksowego ujęcia peryferii, ponieważ pociąga za sobą zubożenie spojrzenia na relacje centrum-peryferia poprzez eliminację niektórych cech, głównie o charakterze społeczno-kulturowym. Pewną groźbą w badaniu peryferyjności jest zatem określone „odspołecznienie” i „odkulturalnienie” relacji centrum-peryferia na rzecz pełniejszego wyróżnienia poszczególnych klas peryferyjności.⁶¹

Przejście od peryferii do centrum (rdzenia) światowego systemu gospodarczego jest więc niemożliwe bez istotnego udziału kultury i gospodarki kreatywnej. Stąd jest to druga

⁶⁰ A. Blajerski, Problemy wydzielenia peryferii społeczno-gospodarczych, *Ruch Prawicy, Ekonomiczny, socjologiczny*, Rok LXX-zeszyt 2-2008.

⁶¹ *ibidem*

przesłanka, charakteryzująca kulturę i gospodarkę kreatywną- obok kreowania wartości symbolicznej- jako specyficznej determinanty rozwoju gospodarczego. Od 1988 roku w obiegu naukowym pojawił się nowy termin „nowa gospodarka” [new economy], czyli 10 lat wcześniej niż „przemysły kreatywne” w Wielkiej Brytanii. Stąd wydaje się niezbędnym przeanalizowanie relacji pomiędzy terminem „gospodarka kreatywna” a „nowa gospodarka”.

1.5. „Nowa gospodarka” a gospodarka kreatywna

Pierwszy terminu „nowa gospodarka” użył Ronald Reagan podczas wykładu na Uniwersytecie Moskiewskim w dniu 31 maja 1988 roku. Prezydent USA w tym wykładzie stwierdził że „ludzkość przechodzi z rewolucji przemysłowej do „ekonomii umysłów”, w której nie istnieje żadne ograniczenie dla ludzkiej wyobraźni a wolność tworzenia stanowi najcenniejszy zasób”.⁶²

Definiowanie terminu -kategorii „nowa gospodarka” nie jest łatwe i właściwie nie ma w literaturze przedmiotu definicji, któraby zadowoliła wszystkich. Ponadto jak słusznie pisze Andrzej Wojtyna w literaturze przedmiotu odróżnia się określenie „nowa gospodarka” [new economy] od „nowa ekonomia” [new economisc].⁶³ Chodzi o to, czy „nowa gospodarka” odnosi się do zmiany techniki gospodarowania, wytwarzania dóbr i usług i zaspokojenia potrzeb ludzkich, czy też należy prawa ekonomii głównego nurtu sformułować po nowemu.

- A. Wojtyna słusznie konstatuje, że chodzi tutaj wyłącznie o nowe podejście do techniki gospodarowania. Skoro tak, to „nowa gospodarka” jest gospodarką która charakteryzuje się:
- a) globalizacją
 - b) jest oparta na wolności tworzenia i wyborów techniki wytwarzania i konsumpcji
 - c) jest gospodarką sieciową opartą na rosnącej implementacji technologii informacyjno-telekomunikacyjnych [ICT] tworzącą społeczeństwo informacyjne
 - d) jest gospodarką opartą na wiedzy
 - e) jest gospodarką o dominującym znaczeniu sektora szeroko pojętych usług w porównaniu z sektorami rolnictwa i przemysłu.

⁶² Ł. Bryl, znaczenie „nowej gospodarki” we współczesnych przedsiębiorstwach międzynarodowych [w:] www.wbc.poznan.pl/content/281923/Bryl_Lukasz-Rozprawa_doktorska.pdf. [dostęp 9.03.2018]

⁶³ A. Wojtyna, Czy tradycyjna ekonomia pozwala zrozumieć nową gospodarkę [w:] www.tiger.edu.pl/kolodko/ksiazki/Wojtyna.pdf [dostęp 9.03.2018]

W tablicy 6 przedstawiono porównanie cech „nowej gospodarki” z cechami gospodarki industrialnej.

Tabela 6 Cechy tradycyjnej i „nowej gospodarki”

Kluczowe elementy charakterystyki	Gospodarka industrialna	Gospodarka oparta na wiedzy
Rozwój ekonomiczny	Stabilny i liniowy; dość przewidywalny	Nagły i nieprzewidywalny-ekstremalnie szybkie zmiany z nagłymi wzrostami i spadkami tempa wzrostu; chaotyczny- kierunek zmian w gospodarce nie jest doskonale jasny
Zmiany na rynku	Wolne i liniowe	Szybkie i nieprzewidywalne
Gospodarka	Oparta na dostawcach	Nastawiona na klienta
Cykl życia produktów	Długi	Krótki
Siły napędowe gospodarki	Duże przemysłowe przedsiębiorstwa	Firmy innowacyjne, przedsiębiorcze, oparte na wiedzy
Zasięg konkurencji	Lokalna	Globalna hiperkonkurencja
Rodzaj strategii marketingowej	Mass marketing	Dyferencjacja

Źródło: R. Nowak-Lewandowska, G. Maniak, *Wybrane aspekty zarządzania w GOW [w:]K. Włodarczyk - Śpiewak, (red.) Wybrane problemy gospodarki opartej na wiedzy, Wydawnictwo Print Group Daniel Krzakowski, Szczecin 2006, s.177*

Natomiast w tablicy 7, Dariusz Kielczewski prezentuje proces przejścia od społeczeństwa agrarnego do społeczeństwa informacyjnego na podstawie 24 kryteriów różnicujących społeczeństwo agrarne, przemysłowe i informacyjne.

Tabela 7. Społeczeństwo agrarne, przemysłowe i informacyjne

Kryterium	Społeczeństwo agrarne	Społeczeństwo przemysłowe	Społeczeństwo informacyjne
Pierwotna lokalizacja	Morze Śródziemne	Atlantyk	Ocean Spokojny
Tempo zmian społeczno-gospodarczych	Tysiące lat	200-300 lat	Jedno pokolenie
Gospodarka	Zamknięta	Protekcjonistyczna	Globalna
Dominujący sektor	Pierwotny (m. in. rolnictwo)	Przetwórczy (produkcja dóbr)	Informacyjny, usługi
Źródła energii	Odnawialne	Nieodnawialne	Odnawialne
Strategiczne czynniki produkcji	Surowce (czynniki materialne)	Kapitał	Informacja, wiedza (czynniki niematerialne)

Środki przetwarzania	Siły natury	Energia wytworzona	Informatyka i telekomunikacja
Technika	Rękodzielnicza	Maszynowa	Intelektualna (niematerialna), odmaterializowana
Technologia produkcji	Pracochłonna	Kapitałochłonna	Wiedzo-chłonna
Metody produkcji	Procesy wydobywcze	Procesy wytwarzania	Przetwarzanie, recykulacja zasobów
Najważniejsze wytwarzane produkty	Żywność	Dobra przetworzone	Wiedza i jej zastosowanie, usługi, produkty ekologiczne
Style zarządzania	Klasa rządząca	Hierarchiczny	Partycypacyjny
Metodologia	Metoda prób i błędów, zdrowy rozsądek	Badania empiryczne	Badania teoretyczne, modelowanie, teoria decyzji, analiza systemowa
Społeczeństwo	Klasowe	Masowe	Tolerancyjne (zróżnicowanie społeczne, wielkość opcji)
Demografia	Ludność wiejska	Ludność miejska	Rurbanizacja (style na wsi lub na przedmieściu z możliwością połączenia z miejscem pracy przy pomocy łączności elektronicznej), znaczenie kontaktu z przyrodą
Rodzina	Wielopokoleniowa	Nuklearna (ojciec pracuje, matka zajmuje się domem)	Zróżnicowana
Struktura wiekowa	Krótki czas życia	Długi czas życia i przeludnienie	Starzenie się społeczeństwa (implozja demograficzna)
Edukacja	Przekaz ustny, rytuał, edukacja rodzinna	Edukacja masowa	Zróżnicowanie edukacyjne (kształcenie ustawiczne, kształcenie na odległość)

Kultura	Kultury lokalne	Kultury narodowe	Jedność i różnorodność kultur świata
Polityka	Predemokracja	Demokracja i system wielopartyjny	Wzrost roli demokracji bezpośredniej, jawność życia publicznego spowodowana przez oddziaływanie mediów
Perspektywa historyczna	Orientacja na przeszłość	Potrzeby bieżące	Orientacja na przyszłość
Wartości podstawowe	Tradycjonalizm	Konsumpcjonizm i wzrost gospodarczy	Rozwój intelektualny i samorealizacja (inwestycje w kapitał ludzki), szacunek dla świata przyrody
Intencje	Walka z naturą	Konkurencja wyrobów	Konkurencja wiedzy
Etyka	Etnocentryzm	Antropocentryzm	Komplementarność, wzajemna tolerancja, szacunek dla życia

Źródło: D. Kielczewski, *Procesy zmian w systemach a gospodarka oparta na wiedzy* [w:] Bazyli Poskrobko (red.), *Gospodarka oparta na wiedzy, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Białystok 2011, s.97*

W literaturze przedmiotu często pojawiają się ujęcia „nowej gospodarki” w postaci charakterystycznych reguł np. 10 reguł Kevina Kelly’ego bądź 12 reguł Don Tapscotta, prezesa międzynarodowego think tanku New Paradigm założonego w Kanadzie.

Kevin Kelly stwierdza że „nową gospodarkę” można charakteryzować za pomocą 10 reguł działania:

Reguła 1: Potęga decentralizacji

Reguła 2: Zwiększające się zyski

Reguła 3: Powszechność a nie rzadkość

Reguła 4: Niech wszystko będzie za darmo (chodzi o spadki cen produktów technologii informacyjno-komunikacyjnych, gdzie po okresie 18 miesięcy ceny tych produktów spadają o połowę-opisuje to prawo Moore’a i prawo Gildera)

Reguła 5: Najpierw nakarm sieć (nakaz rozszerzania sieci)

Reguła 6: Wspinaj się na szczyt

Reguła 7: Przestrzeń zamiast miejsca

Reguła 8: Żadnej harmonii- wszystko płynne

Reguła 9: Wzmacniaj relacje wewnątrz sieci

Reguła 10: Możliwość jest ważniejsza od wydajności.⁶⁴

Natomiast Don Tapscott „nową gospodarkę” charakteryzuje za pomocą 12 reguł:

Reguła 1: Wiedza

Reguła 2: Potęga techniki cyfrowej

Reguła 3: Rzeczywistość wirtualna

Reguła 4: Molekularyzacja

Reguła 5: Integracja (praca) w sieci

Reguła 6: Eliminacja pośredników

Reguła 7: Korelacja dziedzin gospodarki

Reguła 8: Nowatorstwo

Reguła 9: Konsument producentem

Reguła 10: Funkcjonowanie w czasie rzeczywistym

Reguła 11: Globalizacja

Reguła 12: Era niepokoju i zagrożenia.⁶⁵

Analiza tego typu opisu „nowej gospodarki” pokazuje jak różnie można ujmować cechy tej gospodarki. Reguły Dona Tapscota bardziej precyzyjnie, chociaż hasłowo, określają tę gospodarkę. Myślę, że założyciele Think-Tanku Information Technology and Innovation Foundation Robert A. Atkinson i R.H. Court obserwując zmiany i rozwój gospodarki amerykańskiej w latach 90-tych XX wieku doszli do wniosku, że „nowa gospodarka” ma pięć głównych wyznaczników:

- poruszenie (ang. *churning*), które dotyczy obszaru zatrudnienia. Według danych przedstawionych przez autorów, 30% miejsc pracy jest płynnych, tzn. zostały niedawno stworzone, bądź wkrótce zostaną zlikwidowane na skutek rosnących wymagań i dostosowań do gospodarki światowej;
- „gazele” (ang. *gazelles*); to enigmatyczne określenie dotyczy tych przedsiębiorstw, które w przeciągu czterech lat odnotowały średnioroczny wzrost przychodów o ponad dwadzieścia procent. Ponadto, firmy te odpowiedzialne były za powstanie 70% nowych

⁶⁴ K. Kelly, Nowe reguły dla nowej gospodarki Dziesięć przełomowych strategii dla świata połączonego siecią, WIG-Press, Warszawa 2001, s.12-180

⁶⁵ D. Tapscott, Gospodarka cyfrowa: nadzieje i niepokoje Ery Świadomości Systemowej, Business Press, Warszawa 2001, s.51-85

miejsc pracy. Większość tych podmiotów to przedsiębiorstwa małe, ale cechujące się dynamicznym wzrostem;

- koopetycja (ang. *coopetition*), amerykańskie przedsiębiorstwa tworzą powiązania z dostawcami, klientami, użytkownikami, uniwersytetami i laboratoriami państwowymi, w myśl zasady, że zarówno kapitał fizyczny, ludzki jak i społeczny stanowią siłę napędową rozwoju innowacji; najprościej : koopetycja to kooperacja połączona z konkurencją;
- wzrost produktywności (ang. *productivity growth*), utożsamiany ze wzrostem dochodu per capita, będącym podstawowym wyznacznikiem dobrobytu obywateli;
- prędkość (ang. *speed*), przejawiająca się w skróceniu czasu wprowadzania i wycofywania produktów z rynku. Ostatni wyznacznik jest odpowiednikiem koncepcji skracania cyklu życia produktu w branży o wysokim potencjale innowacyjnym.⁶⁶

Analiza tych wszystkich koncepcji „nowej gospodarki” sugeruje, że jest ona pojęciem węższym w porównaniu z terminem społeczeństwo informacyjne i gospodarka oparta na wiedzy. Dlatego też tworzone są przez badaczy, różne definicje robocze „nowej gospodarki”, z których bardzo ciekawą wydaje się być propozycja Łukasza Bryla, która brzmi:

„Nowa gospodarka” stanowi nowy poziom rozwoju państwa i przedsiębiorstw, będąc jednocześnie częścią tradycyjnej gospodarki z dominującą rolą tych przedsiębiorstw, które odpowiedzialne są za tworzenie i dostarczanie na rynek technologii informatyczno-telekomunikacyjnych i które w porównaniu z tradycyjną działalnością gospodarczą, charakteryzują się zmianą o charakterze ilościowym i jakościowym oraz intensywnym wykorzystaniem wiedzy i informacji.⁶⁷

Rozwój „nowej gospodarki” jest obserwowany, badany i mierzony. Istnieje cała gama indeksów mierzących poziom rozwoju tej gospodarki w ujęciu makroekonomicznym:

1. Knowledge Economy Index [KEI] publikowany przez World Bank Institute
2. Knowledge Index [KI] publikowany przez World Bank Institute
3. ICT Development Index [IDI] publikowany przez International Telecommunication Union
4. Networked Readiness index [NRI], czyli Indeks Gotowości Sieciowej (IGS) publikowany przez World Economic Forum (Davos)

⁶⁶ R.D. Athinson, R.H. Court, The New economy: How is it different? Issues in Science and Technology: Pro Quest Educational Journals 1999, Spring 15,3

⁶⁷ Ł. Bryl, znaczenie... op.cit, s.57

5. Global Innovation Index [GII] publikowany przez Business School of the World and the World Intellectual Property Organization (WIPO)

6. Summary Innovation Index [SII] publikowany przez Komisję Europejską

IDI czyli indeks Rozwoju Technologii Informacyjno-telekomunikacyjnych jest najbardziej wyspecjalizowanym wskaźnikiem odnoszącym się w głównej mierze do kategorii *sensu stricto* związaną z ICT. Stanowi on średnią ważoną z trzech elementów:

- dostęp do ICT (ang. ICT access);
- wykorzystanie ICT (ang. ICT use);
- umiejętności ICT (ang. ICT skills).

W ramach pierwszej kategorii wyróżnia się pięć elementów:

- liczbę abonentów telefonów stacjonarnych na 100 mieszkańców (ang. Fixed-telephone lines per 100 inhabitants);
- liczbę abonentów telefonów komórkowych na 100 mieszkańców (ang. Mobile-cellular telephone subscriptions per 100 inhabitants);
- prędkość internetu (bit/s) przypadającą na jednego użytkownika Internetu (ang. International Internet bandwidth (bit/s) per Internet user);
- odsetek gospodarstw domowych dysponujących komputerem (ang. Percentage of households with a computer);
- odsetek gospodarstw domowych z dostępem do Internetu (ang. Percentage of households with Internet access)

Z kolei do kategorii: wykorzystanie ICT zalicza się poniższe kryteria:

- odsetek osób korzystających z Internetu (ang. Percentage of individuals using the Internet);
- liczbę użytkowników Internetu szerokopasmowego na 100 mieszkańców (ang. Fixed (wired)-broadband Internet subscriptions per 100 inhab.);
- liczbę użytkowników Internetu mobilnego szerokopasmowego na 100 mieszkańców (ang. Active mobile-broadband subscriptions per 100 inhab.)

Trzeci z elementów Indeksu Rozwoju ICT: umiejętności ICT zawiera następujące zmienne:

- odsetek osób umiejących czytać i pisać (ang. Adult literacy rate);
- odsetek populacji uczęszczającej do szkoły średniej (ang. Secondary gross enrolment ratio);

- odsetek populacji studiującej (ang. Tertiary gross enrolment ratio).⁶⁸

Struktura indeksu IDI jest następująca:

Dostęp od ICT	W.ref*	%	40%
Liczba abonentów telefonów stacjonarnych na 100 mieszkańców	60	20	
Liczba abonentów telefonów komórkowych na 100 mieszkańców	180	20	
Prędkość Internetu (bit/s) przypadająca na jednego użytkownika	280'377 **	20	
Odsetek gospodarstw domowych dysponujących komputerem	100	20	
Odsetek gospodarstw domowych z dostępem do Internetu	100	20	

Zastosowanie ICT	W.ref*	%	40%
Odsetek osób korzystających z Internetu	100	33	
Liczba użytkowników Internetu szerokopasmowego 100 mieszkańców	60	33	
Liczba użytkowników mobilnego Internetu szerokopasmowego 100 mieszkańców	100	33	

Umiejętności ICT	W.ref*	%	20%
Odsetek osób umiejących czytać i pisać	100	33	
Odsetek populacji uczęszczającej do szkoły średniej	100	33	
Odsetek populacji studiującej	100	33	

Uwagi: *Wartość referencyjna

** Wartość logarytmiczna 5,45 odnosząca się do procedury normalizacyjnej

Źródło: Statistics [dostęp 9.03.2018]

W załączniku 1 zamieszczono Ranking IDI sporządzony przez International Telecommunication Union dla 176 krajów w 2017 roku. W pierwszej 10-tce znalazły się:

1. Islandia
2. Korea Południowa
3. Szwajcaria
4. Dania
5. Wielka Brytania
6. Hong Kong
7. Holandia

⁶⁸ The ICT Development Index (IDI): Conceptual framework and methodology [w:] www.itu.int/ITU-D/ICTStatistics [dostęp 9.03.2018]

8. Norwegia
9. Luksemburg
10. Japonia

Poza pierwszą dziesiątką są:

- Niemcy 12 miejsce
- Australia 14 miejsce
- USA 16 miejsce
- Polska 49 miejsce

Polskę wyprzedzają między innymi:

- Estonia 17 miejsce
- Białoruś 32 miejsce
- Łotwa 35 miejsce
- Litwa 41 miejsce
- Czechy 43 miejsce
- Rosja 45 miejsce
- Słowacja 46 miejsce
- Węgry 48 miejsce

Oznacza to, że Polska wyprzedza – z krajów UE – tylko Bułgarię (50 miejsce) i Rumunię (58 miejsce). Oznacza to, że polska gospodarka stoi przed dużym wyzwaniem, bowiem daleko jej do czołówki tego rankingu.

Przeanalizowałam bardzo dogłębnie koncepcję „nowej gospodarki” aby można było dokonać porównania tej koncepcji z analizowaną przeze mnie w tej rozprawie koncepcją gospodarki kreatywnej. Nie ulega wątpliwości, że pewne elementy „nowej gospodarki” są również elementami gospodarki kreatywnej. Dotyczy to przede wszystkim:

- oprogramowania
- gier wideo i gier komputerowych
- funkcjonowania radia, telewizji
- realizacji sztuk performatywnych, reklamy, filmu, muzyki, designu.

Jednakże o ile „nowa gospodarka” jest „gospodarką sieciową”, opartą na fundamencie implementacji technologii informacyjno -komunikacyjnych (ICT) to gospodarka kreatywna ma zupełnie inne fundamenty (ang. *background*) a mianowicie kulturę i dziedzictwo kulturowe. Oczywiście kreatywność i innowacyjność są cechą obu koncepcji. Stąd ta rozprawa skupia się

przede wszystkim na uzupełnieniu luki jaką jest określenie siły wpływu kultury i gospodarki aktywnej na wzrost gospodarczy i oczywiście na rozwój społeczno – gospodarczy. Luka badawcza pojawiła się tutaj dlatego, że ekonomiści przede wszystkim badali wpływ kultury na rozwój społeczny, świadomość społeczną, behawioryzm jednostki i grupy. A mało badań poświęcono kulturze bezpośrednio wpływającej na makrofundamenty gospodarki jak: wartość dodana, produkcja globalna, zatrudnienie, instytucje, Produkt Krajowy Brutto.

W kolejnym drugim rozdziale zaprezentuję charakterystykę genezy gospodarki kreatywnej w rozwoju miast i regionów.

Załącznik nr 1 Ranking IDI sporządzony przez International Telecommunication Union dla 176 krajów w 2017 roku.

IDI 2017 Rank	Economy	IDI 2017 Value	IDI 2016 Rank	IDI 2016 Value	Rank Change
1	Iceland	8.98	2	8.78	↑
2	Korea (Rep.)	8.85	1	8.80	↓
3	Switzerland	8.74	4	8.66	↑
4	Denmark	8.71	3	8.68	↓
5	United Kingdom	8.65	5	8.53	–
6	Hong Kong, China	8.61	6	8.47	–
7	Netherlands	8.49	10	8.40	↑
8	Norway	8.47	7	8.45	↓
9	Luxembourg	8.47	9	8.40	–
10	Japan	8.43	11	8.32	↑
11	Sweden	8.41	8	8.41	↓
12	Germany	8.39	13	8.20	↑
13	New Zealand	8.33	12	8.23	↓
14	Australia	8.24	16	8.08	↑
15	France	8.24	17	8.05	↑
16	United States	8.18	15	8.13	↓
17	Estonia	8.14	14	8.16	↓
18	Singapore	8.05	20	7.85	↑
19	Monaco	8.05	18	8.03	↓
20	Ireland	8.02	19	7.90	↓
21	Austria	8.02	24	7.70	↑
22	Finland	7.88	21	7.83	↓
23	Israel	7.88	22	7.71	↓
24	Malta	7.86	25	7.65	↑
25	Belgium	7.81	23	7.70	↓

IDI 2017 Rank	Economy	IDI 2017 Value	IDI 2016 Rank	IDI 2016 Value	Rank Change
26	Macao, China	7.80	29	7.55	↑
27	Spain	7.79	27	7.61	–
28	Cyprus	7.77	31	7.30	↑
29	Canada	7.77	26	7.64	↓
30	Andorra	7.71	28	7.58	↓
31	Bahrain	7.60	30	7.46	↓
32	Belarus	7.55	32	7.29	–
33	Slovenia	7.38	33	7.20	–
34	Barbados	7.31	37	7.11	↑
35	Latvia	7.26	40	7.05	↑
36	Croatia	7.24	42	6.96	↑
37	St. Kitts and Nevis	7.24	35	7.18	↓
38	Greece	7.23	38	7.08	–
39	Qatar	7.21	36	7.12	↓
40	United Arab Emirates	7.21	34	7.18	↓
41	Lithuania	7.19	41	6.97	–
42	Uruguay	7.16	48	6.75	↑
43	Czech Republic	7.16	39	7.06	↓
44	Portugal	7.13	44	6.88	–
45	Russian Federation	7.07	43	6.91	↓
46	Slovakia	7.06	47	6.84	↑
47	Italy	7.04	46	6.84	↓
48	Hungary	6.93	49	6.74	↑
49	Poland	6.89	50	6.73	↑
50	Bulgaria	6.86	53	6.66	↑
51	Argentina	6.79	52	6.68	↑
52	Kazakhstan	6.79	51	6.72	↓

IDI 2017 Rank	Economy	IDI 2017 Value	IDI 2016 Rank	IDI 2016 Value	Rank Change
53	Brunei Darussalam	6.75	54	6.56	↑
54	Saudi Arabia	6.67	45	6.87	↓
55	Serbia	6.61	55	6.51	–
56	Chile	6.57	59	6.28	↑
57	Bahamas	6.51	58	6.29	↑
58	Romania	6.48	61	6.23	↑
59	Moldova	6.45	63	6.21	↑
60	Costa Rica	6.44	57	6.29	↓
61	Montenegro	6.44	56	6.30	↓
62	Oman	6.43	64	6.14	↑
63	Malaysia	6.38	62	6.22	↓
64	Lebanon	6.30	65	6.09	↑
65	Azerbaijan	6.20	60	6.25	↓
66	Brazil	6.12	67	5.89	↑
67	Turkey	6.08	72	5.66	↑
68	Trinidad & Tobago	6.04	71	5.71	↑
69	TFYR Macedonia	6.01	68	5.88	↓
70	Jordan	6.00	66	5.97	↓
71	Kuwait	5.98	70	5.75	↓
72	Mauritius	5.88	75	5.51	↑
73	Grenada	5.80	77	5.39	↑
74	Georgia	5.79	73	5.59	↓
75	Armenia	5.76	74	5.56	↓
76	Antigua & Barbuda	5.71	76	5.48	–
77	Dominica	5.69	69	5.76	↓
78	Thailand	5.67	79	5.31	↑
79	Ukraine	5.62	78	5.31	↓

IDI 2017 Rank	Economy	IDI 2017 Value	IDI 2016 Rank	IDI 2016 Value	Rank Change
80	China	5.60	83	5.17	↑
81	Iran (I.R.)	5.58	85	5.04	↑
82	St. Vincent and the Grenadines	5.54	80	5.27	↓
83	Bosnia and Herzegovina	5.39	81	5.23	↓
84	Colombia	5.36	84	5.12	–
85	Maldives	5.25	86	4.97	↑
86	Venezuela	5.17	82	5.22	↓
87	Mexico	5.16	90	4.87	↑
88	Suriname	5.15	94	4.77	↑
89	Albania	5.14	89	4.90	–
90	Seychelles	5.03	92	4.80	↑
91	Mongolia	4.96	87	4.91	↓
92	South Africa	4.96	88	4.91	↓
93	Cape Verde	4.92	91	4.83	↓
94	Panama	4.91	93	4.80	↓
95	Uzbekistan	4.90	103	4.48	↑
96	Peru	4.85	97	4.61	↑
97	Ecuador	4.84	101	4.52	↑
98	Jamaica	4.84	96	4.63	↓
99	Tunisia	4.82	95	4.70	↓
100	Morocco	4.77	98	4.57	↓
101	Philippines	4.67	100	4.52	↓
102	Algeria	4.67	106	4.32	↑
103	Egypt	4.63	104	4.44	↑
104	St. Lucia	4.63	99	4.53	↓
105	Botswana	4.59	102	4.51	↓
106	Dominican Rep.	4.51	107	4.26	↑

IDI 2017 Rank	Economy	IDI 2017 Value	IDI 2016 Rank	IDI 2016 Value	Rank Change
107	Fiji	4.49	105	4.34	↓
108	Viet Nam	4.43	108	4.18	–
109	Kyrgyzstan	4.37	110	4.06	↑
110	Tonga	4.34	109	4.13	↓
111	Indonesia	4.33	114	3.85	↑
112	Bolivia	4.31	115	3.84	↑
113	Paraguay	4.18	111	4.02	↓
114	Gabon	4.11	118	3.62	↑
115	Libya	4.11	112	3.93	↓
116	Ghana	4.05	113	3.88	↓
117	Sri Lanka	3.91	116	3.77	↓
118	Namibia	3.89	123	3.33	↑
119	El Salvador	3.82	117	3.62	↓
120	Belize	3.71	120	3.54	–
121	Bhutan	3.69	119	3.58	↓
122	Timor-Leste	3.57	127	3.11	↑
123	Palestine	3.55	122	3.42	↓
124	Guyana	3.44	121	3.44	↓
125	Guatemala	3.35	125	3.19	–
126	Syria	3.34	124	3.32	↓
127	Samoa	3.30	129	2.95	↑
128	Cambodia	3.28	128	3.04	–
129	Honduras	3.28	126	3.14	↓
130	Nicaragua	3.27	132	2.85	↑
131	Côte d'Ivoire	3.14	134	2.84	↑
132	S. Tomé & Príncipe	3.09	131	2.91	↓
133	Lesotho	3.04	130	2.94	↓

IDI 2017 Rank	Economy	IDI 2017 Value	IDI 2016 Rank	IDI 2016 Value	Rank Change
134	India	3.03	138	2.65	↑
135	Myanmar	3.00	140	2.59	↑
136	Zimbabwe	2.92	133	2.85	↓
137	Cuba	2.91	135	2.80	↓
138	Kenya	2.91	137	2.67	↓
139	Lao P.D.R.	2.91	144	2.43	↑
140	Nepal	2.88	139	2.60	↓
141	Vanuatu	2.81	136	2.75	↓
142	Senegal	2.66	142	2.48	–
143	Nigeria	2.60	143	2.44	–
144	Gambia	2.59	145	2.43	↑
145	Sudan	2.55	141	2.56	↓
146	Zambia	2.54	149	2.19	↑
147	Bangladesh	2.53	146	2.37	↓
148	Pakistan	2.42	148	2.21	–
149	Cameroon	2.38	150	2.14	↑
150	Mozambique	2.32	147	2.23	↓
151	Mauritania	2.26	152	2.08	↑
152	Uganda	2.19	158	1.90	↑
153	Rwanda	2.18	151	2.10	↓
154	Kiribati	2.17	155	2.04	↑
155	Mali	2.16	153	2.05	↓
156	Togo	2.15	159	1.86	↑
157	Solomon Islands	2.11	154	2.04	↓
158	Djibouti	1.98	161	1.80	↑
159	Afghanistan	1.95	165	1.71	↑
160	Angola	1.94	156	2.00	↓

IDI 2017 Rank	Economy	IDI 2017 Value	IDI 2016 Rank	IDI 2016 Value	Rank Change
161	Benin	1.94	157	1.92	↓
162	Burkina Faso	1.90	163	1.74	↑
163	Equatorial Guinea	1.86	160	1.82	↓
164	Comoros	1.82	162	1.78	↓
165	Tanzania	1.81	164	1.73	↓
166	Guinea	1.78	166	1.71	–
167	Malawi	1.74	169	1.58	↑
168	Haiti	1.72	168	1.63	–
169	Madagascar	1.68	167	1.70	↓
170	Ethiopia	1.65	171	1.42	↑
171	Congo (Dem. Rep.)	1.55	170	1.48	↓
172	Burundi	1.48	172	1.39	–
173	Guinea-Bissau	1.48	173	1.38	–
174	Chad	1.27	174	1.06	–
175	Central African Rep.	1.04	176	0.89	↑
176	Eritrea	0.96	175	0.96	↓

Źródło: <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html> [data poboru: 7.03.2018]

Rozdział 2. Istota gospodarki kreatywnej i jej związki z gospodarką narodową.

2.1. Strategia czerwonego oceanu i strategia błękitnego oceanu a innowacyjność i kreatywność

Zanim przejdę do strategii czerwonego oceanu i strategii błękitnego oceanu, które stanowiły przesłanki dla powstania rozwoju gospodarki kreatywnej przeanalizuję stosowane w literaturze przedmiotu pojęcia „kreatywność” i „innowacyjność”.

Słowo „kreatywność” pochodzi od łacińskiego określenia *creatus*, czyli twórczy. Stąd w Słowniku Języku Polskiego definiuje się przymiotnik „kreatywny” jako:

1. zdolny do tworzenia czegoś nowego, oryginalnego, twórczy, pomysłowy
2. mający na celu tworzenie czegoś nowego, oryginalnego, np. kreatywna dyskusja bądź kreatywna decyzja.⁶⁹

W literaturze przedmiotu rozważany jest następujący problem:

Adam maluje obraz, oryginalny obraz. Tak więc to Adam jest kreatywny a nie obraz jest kreatywny. Wynika to stąd że przedmioty nie mogą odznaczać się cechami, które są synonimami słów: płodny, produktywny, wydajny, bo to właśnie malarz Adam może być taki a nie jego obraz.

Ponadto obraz nie może być:

- pomysłowy
- zmyślny
- obdarzony wyobraźnią
- kreacyjny
- błyskotliwy itp.

W literaturze przedmiotu jest około setki definicji kreatywności. Przytoczę tutaj kilka:

- Z. Pietrasiński: „...kreatywność to aktywność przynosząca wytwory nowe i społecznie użyteczne”⁷⁰
- T. Proctor „Kreatywność to twórcze myślenie, które jest istotną cechą wszystkich aspektów podejmowania decyzji w biznesie. Jest to zjawisko pobudzania nowych myśli,

⁶⁹ <https://sjp.pl/kreatywny>[dostęp17.01.2018]

⁷⁰ Z. Pietrasiński, Myślenie twórcze, PZWS Warszawa 1969, s.9

przeformułowywania dotychczasowej wiedzy na nowo i aktualizowania założeń w celu sformułowania nowych teorii paradygmatów bądź też tworzenie świadomości.

Jest to proces, który obejmuje ujawnianie, selekcjonowanie, wymianę i łączenie faktów, idei i umiejętności.⁷¹

E. Nęcka: „...kreatywność pojawia się zwykle w jakiejś formie obserwowanego zachowania, polegającego na produkcji nowych i wartościowych utworów, przy czym wytworem może być samo zachowanie.”⁷²

Myślę, że podane powyżej definicje kreatywności tylko opisują zdefiniowany przymiotnik „kreatywny”, przez Słownik Języka Polskiego. Nie ma sporu w interpretacji efektu kreatywności, którym może być wytwór jako przedmiot, albo wytwór jako idea, zachowanie się, myślenie, rozwiązywanie problemu dotychczas nierozwiązanego jako proces. Ponadto nie ma sporu, że kreatywny jest człowiek a nie jego wytwór.

Gilda Waisburd przedstawia szereg cech charakterologicznych dla osób kreatywnych.

- Elastyczność (wykraczanie poza rzeczy oczywiste)
- Płynność (tworzenie wielu pomysłów dotyczących danego problemu)
- Szczegółowość (wnikanie w szczegóły zadania)
- Tolerancja niejasności (sprawne radzenie sobie w sytuacjach konfliktowych)
- Zdolność postrzegania całości
- Dociekliwość
- Zrozumienie potrzeb innych i ich dostrzeganie
- Niezależność myślenia
- Orientacja na działanie
- Systematyczność pracy
- Zaangażowanie .⁷³

W tym miejscu należy zaznaczyć, że tzw. klimat kreatywności tworzy przede wszystkim otoczenie pracownika w jego twórczym działaniu. Ten klimat jest istotnym elementem rozwoju i sukcesu przedsiębiorstwa. Wtedy pracownicy sami potrafią się motywować do celów, które są atrakcyjne. Podobnie jest z innowacyjnością.⁷⁴

⁷¹ T.Proctor, Zarządzanie twórcze, Gebethner and Ska, Warszawa 1998, s.5-35

⁷² E. Nęcka, Psychologia twórczości, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001, s.6

⁷³ G. Waisburd, Creatividad y transformaciones, Trillas, Mexico 1966

⁷⁴ ibidem

Główny Urząd Statystyczny (GUS) innowacje definiuje jako: „Wdrożenie nowego lub istotnie ulepszanego (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody organizacyjnej lub nowej metody marketingowej w praktyce gospodarczej organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem”. Definicja ta nie budzi żadnych kontrowersji i obejmuje innowacje:

- a. marketingową
- b. organizacyjną
- c. procesową
- d. produktywną
- e. przynoszącą korzyści dla środowiska.

GUS wprowadza również pojęcie działalności innowacyjnej jako: „Całokształt działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych i komercyjnych, które rzeczywiście prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Działalność innowacyjna obejmuje także działalność badawczo – rozwojową (B+R), która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji.”⁷⁵

To rozróżnienie również nie budzi kontrowersji. Natomiast problemem jest pomiar innowacji, bo innowacyjność jest zjawiskiem wielowymiarowym, na który nie można już patrzeć przez pryzmat linearnego przejścia od działalności badawczej do umieszczenia na rynku nowego produktu. Konieczne jest zatem ujęcie, które pozwoli spojrzeć na proces innowacji zarówno od strony potencjalnych determinant, jak też uzyskiwanych rezultatów. Taką metodologię zaproponowała grupa ekspertów pracujących nad projektem pt. European Innovation Scoreboard (EIS). Jest to zespół powołany w 2000 r. przez Komisję Europejską w celu monitorowania efektów Strategii Lizbońskiej, która jednocześnie uważa innowacyjność za determinantę rozwoju konkurencyjności. Opracowany przez EIS syntetyczny miernik innowacyjności SII (Summary Innovation Index) jest założeniem matematyczno-statystycznym 25 wskaźników, obejmującym m.in. następujące składowe:

- czynniki innowacyjności (*innovation drivers*): warunki strukturalne, tworzące potencjał innowacyjny;
- tworzenie wiedzy (*knowledge creation*): inwestycje w działalność badawczo – rozwojową (B+R), rozumianą jako kluczowy element dla udanego tworzenia gospodarki opartej na wiedzy;

⁷⁵ http://old.stat.gov.pl/GUS/definicje_PLK_HTML.id=POJ_1477.htm [dostęp 18.01.2018]

- innowacyjność i przedsiębiorczość (*innovation and entrepreneurship*): wskaźniki informujące o działaniach nakierowanych na innowacyjność na poziomie przedsiębiorstwa;
- stosowanie (*aplication*): informacje o wpływie innowacyjności na zatrudnienie i wyniki ekonomiczne;
- własność intelektualna (*intellectual property*): wskaźniki informujące o stopniu zaangażowania i wykorzystywania praw chroniących własność intelektualną.⁷⁶

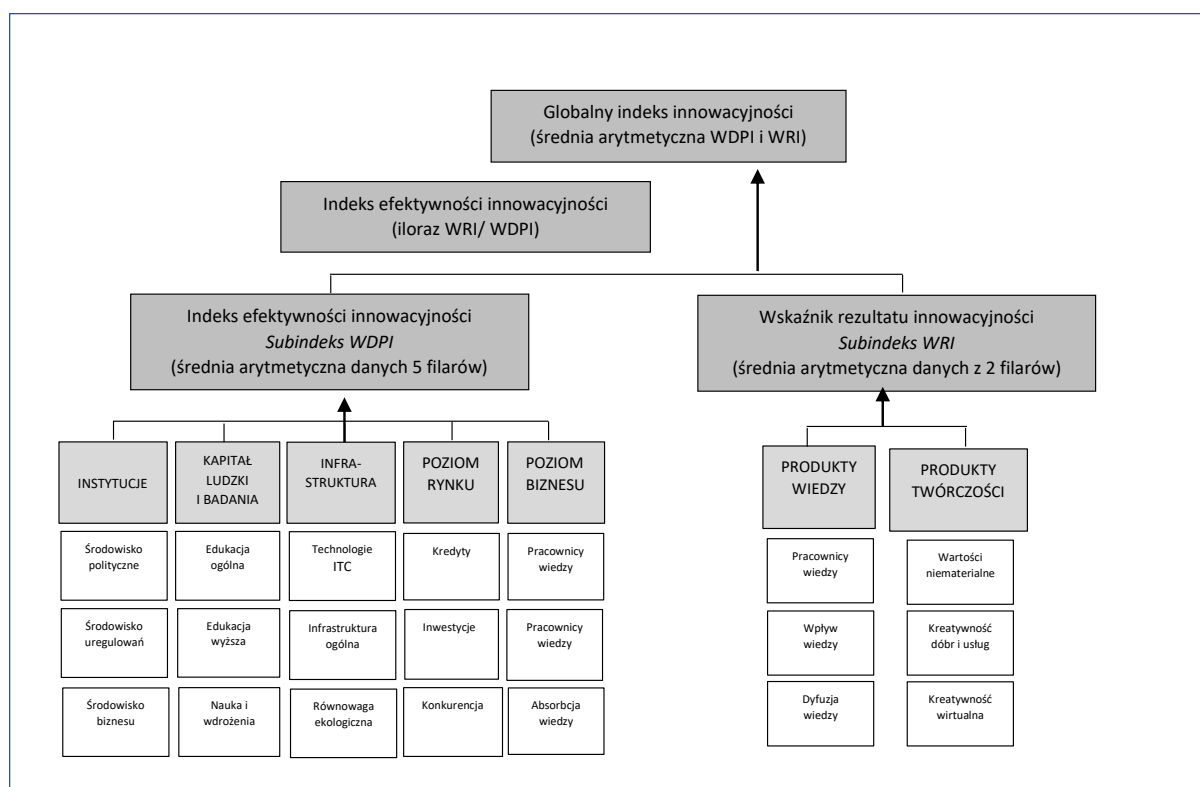
Dzisiaj WIPO (World Intellectual Property Organization) czyli Światowa Organizacja Własności Intelektualnej Connell University (New York USA) i INSEAD (fr. *Institut Européen d'Administration des Affaires*) jedna z najwybitniejszych szkół zarządzania i biznesu na świecie w strategicznym z Wharton Business School (*University of Pensylwania*) mająca siedziby na całym świecie a założona we Francji proponują do mierzenia innowacyjności Global Innovation Index (GII).⁷⁷ GII bada 143 gospodarki na całym świecie używając aktualnie 79 wskaźników pomiarowych, dotyczących zarówno potencjału innowacyjnego, jak i wymiernych efektów ekonomicznych. Szkielet koncepcyjny wskaźnika GII opiera się na dwóch subindeksach: Innovation Input Sub- index (Wskaźnik działań proinnowacyjnych WDPI) oraz Innovation Output Sub-index (Wskaźnik rezultatów innowacyjności – w otoczeniu WRI). Na każdy z tych subindeksów składają się określone filary innowacyjności. Każdy filar dzieli się na podfilary, a na nie składają się układy wskaźników szczegółowych.

Wskaźnik GII stanowi średnią arytmetyczną subindeksów WDPI oraz WRI. Natomiast wskaźnik efektywności innowacyjności definiowany jest jako iloraz subindeksów WRI/WDPI. Ten ostatni stanowi podstawę rankingu innowacyjności państw. Każdy z subindeksów zbudowany jest na grupie filarów innowacyjności, na które składa się po trzy filary. Te, z kolei są tworzone ze szczegółowych wskaźników. W ten sposób powstaje układ pomiarowy na zasadzie analizy wielokryterialnej, jak na rys.21.

Rys.3. Struktura wskaźnika Global Innovation Index.

⁷⁶ Pełny zestaw składników SII podaje <http://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/GII-2014-v5.pdf>, [dostęp 08.11.2014]

⁷⁷ WIPO, „Global Innovation Index”, <http://www.wipo.int/portal/en/index.html> [dostęp 25.03.2016]



Źródło: T. Gospodarek, *Innowacyjność po polsku, Kamieniec Wrocławski 2016- GGKEY: OLENHUK9TEK E*, s.18

Profesor T. Gospodarek dokonał obliczeń GII dla polskiej gospodarki dla 2015 roku i prognozy do roku 2017, które prezentuje tablica 8.

Tablica 8. Global Indeks Innovation (GII) dla Polski w 2015 roku i prognoza do 2017 roku.

Kategorie raportu GII	dane 2015		Prognoza 2017	
	wynik % najlepszego	pozycja w rankingu	optymistyczna	pesymistyczna
<i>Globalny wskaźnik GII</i>	40,2	46	40,4	35,9
<i>Globalny wskaźnik efektywności innowacyjności GEI</i>	70,2	93	60,0	60,0
I. Wskaźnik działań proinnowacyjnych (WDI)	48,4	39	50,6	44,9
1. Instytucje	75,3	34	69,0	57,6
1.1 Środowisko polityczne	74,1	35	73,3	55,5
1.2 Środowisko uregulowań	75,4	42	55,7	44,3
1.3 Środowisko biznesu	76,3	39	78,1	73,0
2. Kapitał ludzki i badania	37,2	45	46,5	41
2.1 Edukacja ogólna	53,6	36	60,3	59,1
2.2 Edukacja na poziomie wyższym	32,8	66	37,4	29,1
2.3 Badania i wdrożenia (R & D)	35,4	38	41,9	34,7
3. Infrastruktura	45,5	47	48,8	44,4
3.1 Technologie informacyjne i telekom. (ICT)	55,8	46	58,3	53,6
3.2 Infrastruktura ogólna	36,0	53	44,8	38,8
3.3 Równowaga ekologiczna	44,7	46	43,3	40,9
4. Stan zaawansowania rynku	49,0	60	49,7	47,8
4.1 Kredytowanie	31,0	69	33,5	35,5
4.2 Inwestycje	32,0	84	28,9	26,1

4.3 Rynek i konkurencja	83,9	33	86,8	81,8
5. Stan zaawansowania innowacyjnego biznesu	35,2	66	39,1	33,8
5.1 Pracownicy wiedzy	45,3	45	45,3	42,2
5.2. Łączy innowacyjności	24,8	102	30,3	24,4
5.3 Absorbacja wiedzy	35	60	41,8	34,9
II. Wskaźnik rezultatów innowacyjności (WRII)	31,9	56,0	30,2	26,9
6. Produkty wiedzy	28,3	56	29,4	25,0
6.1 Kreacja wiedzy	24,4	40	27,0	25,6
6.2 Wpływ wiedzy	35,7	81	32,5	29,6
6.3 Dyfuzja wiedzy	24,9	89	28,7	19,8
7. Wyniki działalności twórczej	35,4	89	31,0	28,7
7.1 Wartości niematerialne i prawne	36,6	108	38,4	34,3
7.2 Wykreowane usługi i produkty	31,0	36	29,8	27,7
7.3 Twórczość online	36,8	37	24,9	24,1

Źródło: T. Gospodarek, *Innowacyjność...op.cit.,s.147-148*

Ta analiza pojęć „kreatywność” i „innowacyjność” wskazuje jednoznacznie na ich związek z gospodarką kreatywną, chociaż z innych badań teoretycznych i z praktyki gospodarczej jednoznacznie wynika, że zjawiska funkcjonują również poza obrębem (sferą) gospodarki kreatywnej.

W 2004 roku Renée Mauborgne i W. Chan Kim profesorowie francuskiej szkoły biznesu INSEAD opublikowali pracę pt. „Blue Ocean Strategy”, która w języku polskim nazwana została „strategią błękitnego oceanu”. Jest to strategia kreowania przez przedsiębiorstwa wolnej i jeszcze nie zagospodarowanej przestrzeni rynkowej. Koncepcja strategii błękitnego oceanu jest przeciwwagą dla „strategii czerwonego oceanu”, czyli strategii zajmowania rynków, które są już zagospodarowane.⁷⁸

Podstawą definicji „błękitnego oceanu” jest kreowanie przez przedsiębiorstwa wolnej i niezagospodarowanej jeszcze przestrzeni rynkowej. Dzięki temu konkurencja przestaje być istotna oraz przedsiębiorstwa wykorzystują w pełni innowacyjność do kształtowania swojej pozycji. Istotą tej strategii jest innowacja wartości, której celem jest koncentrowanie się na wytwarzaniu nowych wartości dla klientów i własnego przedsiębiorstwa.⁷⁹

Sześć głównych zasad strategii błękitnego oceanu

1. Rekonstrukcja, zmiana granic dotychczasowego rynku.

⁷⁸ R. Mauborgne, W.C. Kim, Pułapki czerwonego oceanu, Harvard Business Review Polska, Nr 153 Listopad 2015

⁷⁹ ibidem

2. Skoncentrowanie się na szerokiej i długofalowej wizji działania, a nie wyłącznie na wskaźnikach strategicznych i operacyjnych.
3. Szukanie możliwości poza granicami istniejącego popytu rynkowego.
4. Realizacja strategii według ustalonej kolejności.
5. Poszukiwanie sposobów na pokonywanie przeszkód organizacyjnych, związanych z wdrażaniem strategii.
6. Wbudowanie realizacji w całość strategii.⁸⁰

Różnice pomiędzy strategiami „czerwonego oceanu i „błękitnego oceanu” prezentuje tablica 9.

Tablica 9. Cechy strategii czerwonego oceanu versus błękitnego oceanu.

Strategia czerwonego oceanu	Strategia błękitnego oceanu
Konkurowanie w istniejącej przestrzeni rynkowej	Tworzenie wolnej przestrzeni rynkowej
Zwalczanie konkurencji	Konkurencja przestaje być istotna
Wykorzystywanie istniejącego popytu	Tworzenie i przechwytywanie nowego popytu
Konieczność znajdowania kompromisu między wartością a kosztem	Przełamanie przymusu kompromisu między wartością a kosztem
Uporządkowanie całego systemu działań firmy zgodnie z jej strategicznym wyborem między wyjątkowością a niskimi kosztami	Uporządkowanie całego systemu działań, firmy zgodnie z jej dążeniem do wyjątkowości i niskich kosztów

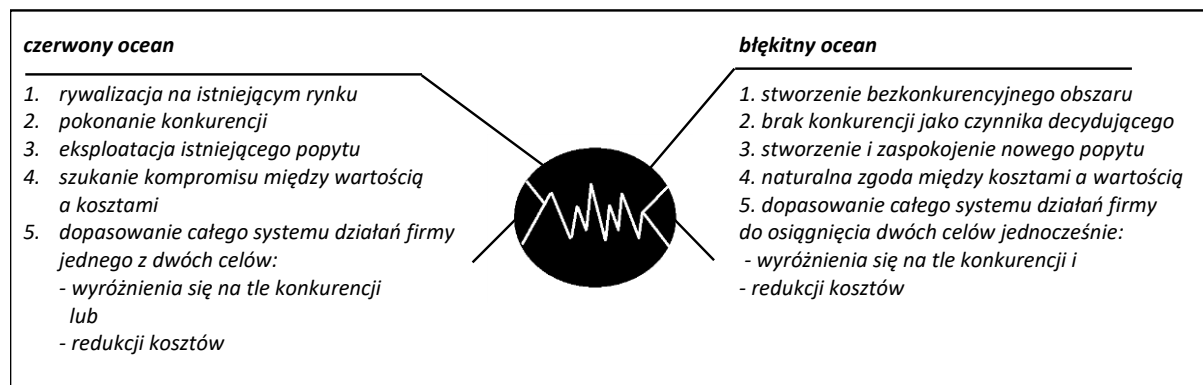
Źródło: Renée Mauborgne i W. Chan Kim, *Strategia błękitnego oceanu*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2005

Niezależnie od różnic, obie strategie stanowiły i stanowią przesłanki dla powstania i rozwoju gospodarki kreatywnej, obejmującej sektory kultury i sektory kreatywne stworzone w 2005 roku przez Marca Zuckerberga. Facebook jest doskonałym przykładem strategii błękitnego oceanu, ale również gospodarki kreatywnej. Zachowanie się przedsiębiorstw na rynkach w obu strategiach „barwnie” opisuje Jan Andreasik :

Czerwony ocean Wszystkie istniejące sektory rynku (przestrzeń odkryta i poznana) • obowiązują tu dawno zdefiniowane i zaakceptowane zasady gry • poruszające się w nim firmy starają się prześcignąć konkurencję i pozyskać dla siebie większą część popytu • w miarę jak wody oceanu stają się coraz bardziej tłoczne, perspektywy rozwoju i zysków kurczą się, produkty przekształcają się w podobne sobie towary powszechnego użytku, coraz ostrzejsza rywalizacja „plami wody krwią”	Błękitny ocean Wszystkie nieistniejące sektory rynku (przestrzeń nieodkryta i wolna od konkurencji) • tworzy się popyt, a nie walczy o niego • istnieją tu nieograniczone szanse na opłacalny i dynamiczny rozwój • tworzy się je poprzez ponowne wytyczenie granic dotychczasowych branż (<i>Cirque du Soleil</i>) lub gdy istniejąca firma tworzy załączek zupełnie nowej branży (e - Bay)
--	--

⁸⁰ Oficjalna Blue Ocean Strategy (<http://blueoceanstrategy.com/>) (ang.) [dostęp 12.03.2017]

Rodzą następujące działania:



Źródło: J. Andreasik, *Strategia Błękitnego Oceanu* [w:]

<https://www.wsiz.rzeszow.pl/pl/uczelnia/.../strategia%20Blekitnego%20oceanu.pptx> [29.05.2017]

W tym miejscu rodzi się pytanie: Czy strategię czerwonego i błękitnego oceanu mogą wyznaczyć „ścieżkę” powstania i rozwoju gospodarki kreatywnej, którą można by powielać?

Odpowiedź na tak postawione pytanie musi być negatywna z kilku powodów:

- 1) stworzenie błękitnego oceanu mimo, iż bardzo silnie związana jest z kreatywnością i innowacyjnością nie musi zależeć od innowacji technologicznych;
- 2) błękitne oceany są bardzo często dziełem firm o ugruntowanej pozycji i mogą powstawać wręcz w ramach ich podstawowego obszaru działania jednakże błękitny ocean może również powstać w zupełnie niezależnej małej firmie, chociażby FACEBOOK;
- 3) błękitne oceany to zwykle nowe branże, a gospodarka kreatywna ma dobrze znany fundament jakim jest kultura, chociaż również może powstawać poza kulturą;
- 4) błękitne oceany potrafią stworzyć nowe marki produktów i usług.

2.2. Definiowanie gospodarki kreatywnej. Cechy sektorów kreatywnych

W podrozdziale 1.4. „Przemysły kultury a przemysły kreatywne” starałam się przeanalizować istotę tych przemysłów. Stwierdziłam tam również że w 2001 roku John Howkins wprowadził do literatury przedmiotu pojęcie „gospodarka kreatywna”. Natomiast Phillipe Kern w 2006 roku stwierdził, że:

„Gospodarka kreatywna = sektory kultury + sektory kreatywne.

Gospodarka kreatywna nie jest definiowana w jednolity sposób, dlatego uznałam za stosowne przeprowadzić analizę komparatywną tego pojęcia oraz sformułować własną definicję gospodarki kreatywnej.

John Howkins zauważył, że kreatywność *per se* nie jest działalnością, lecz może stać się jej fundamentem, gdy rodzi się pomysł lub powstaje produkt, który można sprzedać. Kluczowy moment przejścia od abstrakcji do rzeczywistości, od pomysłu do produktu, jest trudny do uchwycenia ze względu na fakt, że procesy twórcze zachodzą w sposób niestandardowy.⁸¹

Ujmując to w skrócie, gdy idea [pomysł] transformuje się w produkt, powstaje **produkt kreatywny**. Liderem gospodarki kreatywnej jest Wielka Brytania, która dokonała tzw. mapowania przemysłów kreatywnych(1998 rok), wymieniając tutaj 13 sektorów:

- reklama
- architektura
- sztuka i rysunek
- rzemiosło
- design
- moda
- film
- interaktywne oprogramowanie rozrywkowe, czyli gry wideo
- muzyka
- sztuki sceniczne
- działalność wydawnicza
- oprogramowanie
- radio i telewizja.⁸²

Według Johna Newbigina z British Council „kreatywna gospodarka” swój *background* wywodzi z przemysłów kultury, które są „stare jak świat” lub „stare jak cywilizacja”. Píše o tym tak: „Media cyfrowe i setki tysięcy kreatywnych przedsięwzięć, które mogły dojść

⁸¹ J. Howkins, *The creative economy: How people make many ideas*, Penquin, London 2001, s. XIV,
K. Stachowiak, P. Tomczak, *Przestrenny wymiar sektora kreatywnego*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe,
Poznań 2015, s. 30

⁸² J. Newbigin, *Kreatywna Gospodarka i Przemysły Kultury (Creative and Cultural Economy)*, British Council,
London 2010, s. 23

do skutku dzięki technologii cyfrowej są oczywiście nowe. Nowe są także towary i usługi, których domaga się coraz bardziej wyrafinowany globalny rynek. Natomiast pragnienie by tworzyć rzeczy, które nie zawsze mają praktyczne zastosowanie – rzeczy piękne; które przekazują wartości kulturowe poprzez muzykę, teatr, rozrywkę i sztuki wizualne; które manifestują pozycje społeczne za pomocą stylu i mody – pragnienie to jest równie stare jak nasze społeczeństwo. Ludzie z wyobraźnią, którzy posiadają talent do tworzenia takich rzeczy istnieli zawsze i będą istnieć. I zawsze znajdą się osoby skłonne im za to zapłacić. Właśnie na tym opiera się gospodarka.”⁸³

Gospodarka kreatywna łączy wartości ekonomiczne z wartościami kulturowymi. To, co wyróżnia kreatywną gospodarkę spośród innych sektorów działalności gospodarczej to złożone, sięgające daleko w przeszłość dziedzictwo kulturowe. Przez większą część historii ludzkości, aktywności kulturalnej nie postrzegano w ogóle jako obszaru gospodarki. Było to zajęcie, któremu ludzie oddawali się, gdy nie pracowali. Nie podejmowano jej w ramach działalności zawodowej. Nawet obecnie sektory kreatywne stanowią w różnym stopniu wyraz wartości kulturalnych, a nie ekonomicznych. Poza ich „wartością rynkową” (opisującą, w jaki sposób rynek kształtuje ceny tych towarów i usług), i „wartością funkcjonalną” (oddającą ich użyteczność), większość towarów i usług sektora kreatywnego posiada również „wartość ekspresywną”. Wartość ekspresywna dla kultury, nie musi być współmierna do kosztu wytworzenia czy użyteczności efektu sektora kreatywnego, tak jak jest w przypadku np. torebki od znanego projektanta, kasowego hitu kinowego, znanej marki i przełomowego designu. Ta dodatkowa wartość może nie mieć wielkiego znaczenia w długim czasie (np. część garderoby, która wyszła z mody; slogan reklamowy popularny w zeszłym roku), lub może stanowić przekaz o ogromnym znaczeniu kulturalnym (np. książka, dzieło sztuki), ale na pewno jest ona kluczowym elementem odróżniającym sektory od wszelkich innych gałęzi gospodarki. Francois Mitterrand powiedział, że „Kreacje duszy nie są jedynie towarami; stanowią one część kultury a nie wyłącznie przedmiot handlu”.⁸⁴

Jakie cechy charakterystyczne gospodarki kreatywnej można by tutaj wymienić:

- mimo trudności z jej zdefiniowaniem i zmierzeniem jest elementem gospodarki globalnej o rosnącym znaczeniu dla rozwoju cywilizacji
- „napędza” innowacje

⁸³ ibidem

⁸⁴ ibidem, s. 15-16

- wpływa na zachowanie konsumentów i obywateli, kształtując preferencje konsumpcyjne
- wpływa na jakość życia
- stanowi istotny element gospodarki business to business [B2B]
- tworzy infrastrukturę społeczną i techniczną współczesnego społeczeństwa
- decyduje o postępie cywilizacyjnym.

Podstawowym warunkiem rozwoju gospodarki kreatywnej jest przestrzeganie prawa ochrony własności intelektualnej.

Istnieje kilka różnych kategorii praw własności intelektualnej.

Prawo autorskie chroni prawo własności i kreatywności człowieka, wyrażonej w postaci tekstu, dźwięku czy filmu. Zapewnia ono ochronę w czasie życia autora i przez pewien okres po jego śmierci (różny w zależności od kraju). W Wielkiej Brytanii prawo autorskie obowiązuje 70 lat po śmierci autora.

Patenty zapewniają wynalazcom produktów czy procesów wyłącznie prawo ich użytkowania i wykorzystywania przez określony czas. Inaczej niż w przypadku prawa autorskiego, które ma charakter automatyczny. Każdy, kto stara się o przyznanie patentu musi udowodnić, że jego produkt czy proces jest naprawdę wyjątkowy i innowacyjny.

Znaki handlowe chronią wykorzystanie nazw, symboli i logotypów, które wskazują na konkretną organizację czy produkt. Mają one na celu przeciwdziałanie fałszerstwom i zapobieganie sprzedaży przez oszustów towarów i usług w imieniu kogoś innego.

Design jest wyróżniany jako czwarty obszar zainteresowania praw własności intelektualnej. Ta kategoria chroni prawo do wykorzystania określonych kształtów czy wzorów przez firmy lub osoby fizyczne. Podobnie jak znaki towarowe, designe można zarejestrować, dzięki czemu jego właściciel zyskuje środek ochrony prawnej.⁸⁵

Efektywny system zarządzania prawem własności intelektualnej musi stanowić istotę gospodarki kreatywnej. Choć wiele krajów od dawna posiada organy stanowiące prawo autorskie i patentowe, rozwój globalnego handlu, powoduje ujednolicenie i wprowadzenie wspólnych kodeksów i standardów staje się palącą koniecznością. Światowa Organizacja Własności Intelektualnej (WIPO), jedna z organizacji wyspecjalizowanych ONZ, współpracuje z krajowymi i międzynarodowymi organami w celu wypracowania takich wspólnych standardów.

⁸⁵ ibidem, s. 33

World Intellectual Property Organization (WIPO), czyli Światowa Organizacja Własności Intelektualnej jest jedną z 16 organizacji wyspecjalizowanych ONZ z siedzibą w Genewie, założoną 14 lipca 1967 roku. Organizacja ta bardziej niż ochroną praw własności intelektualnej zajmuje się przepływem towarów i usług pomiędzy krajami. Członkowie WIPO działają na rzecz zniesienia barier handlowych, ale zastrzegają sobie prawo utrzymania ich w celu ochrony swoich interesów narodowych. Nawet u najbardziej zagorzałych zwolenników wolnego handlu, takich jak USA czy UE wciąż istnieją obszary (np. rolnictwo), które chcą oni chronić przed międzynarodową konkurencją. Każdy kraj chce chronić pewne części swojej narodowej gospodarki, a kultura często się do nich nie zalicza. WIPO nie należy mylić z WTO – Światową Organizacją Handlu (ang. World Trade Organization), która reguluje relacje handlowe pomiędzy państwami i jest władna ustalać zasady i nakładać sankcje.⁸⁶

Oczywiście funkcjonowanie gospodarki kreatywnej ma swoje polityczne tło:

- oddziałuje na politykę przestrzenną, zagospodarowanie przestrzeni, umiejscowienie geograficzne, urbanizację itp.
- oddziałuje na politykę różności kulturowej (*multi – culti*)
- oparta jest na niej edukacja, nauka i badania naukowe oraz cała polityka restrukturyzacji gospodarki opartej na wiedzy (Gospodarka Oparta na Wiedzy – GOW)

Gospodarka kreatywna rodzi biznes i zależy od rozwoju biznesu, co oznacza że dla niej rozwój odbywa się w bliższym i dalszym **otoczeniu biznesowym**.

Schemat powstawania i rozwoju gospodarki kreatywnej był następujący:

Na początku XX wieku, światowa gospodarka zostaje poddana globalizacji i można ją przedstawić jako rozwój w trzech sektorach.

SEKTOR I „ROLNICTWO”

SEKTOR II „PRZEMYSŁ”

SEKTOR III „USŁUGI”

Następnie Sektor III ulega podziałowi na:

SEKTOR IV „USŁUGI ICT” (informacyjno – komunikacyjno – telekomunikacyjne)

SEKTOR V „FINANSE”

SEKTOR VI „KULTURA I SZTUKA”

⁸⁶ www.wipo.int/ [30.05.2017]

Sektory IV,V i VI wymagają oparcia swojego rozwoju na wiedzy, na której rodzi się GOSPODARKA OPARTA NA WIEDZY oraz strategię biznesowe:

- CZERWONEGO i
- BŁĘKITNEGO OCEANU

Komisja Europejska w 2006 roku pod kierownictwem Philipa Kerna publikuje raport o sektorze kreatywnym i sektorze kultury. Ich połączenie tworzy **gospodarkę kreatywną**. Stąd często zadawane pytanie co jest szersze sektory kreatywne czy gospodarka kreatywna staje się banałem, bowiem gospodarka kreatywna zawiera w sobie sektory kreatywne i do tego jeszcze sektory kultury.

Spróbuję obecnie przeanalizować kilka definicji kategorii „gospodarka kreatywna”:

1. John Howkins „...gospodarka kreatywna (*Creative Economy*) oparta jest na formach własności intelektualnej, takich jak patenty, dzieła autorskie, projekty i znaki towarowe oraz nowe pola łączące ekonomię i kulturę”⁸⁷
2. UNCTAD (Konferencja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju) w swoim Raporcie z 2010 roku pisze, że przemysły kreatywne a właściwie branże kreatywne, co w konsekwencji można zakwalifikować jako elementy gospodarki kreatywnej, definiuje je tak:
 - są cyklami tworzenia produkcji i dystrybucji dóbr i usług, które wykorzystują kreatywność i kapitał intelektualny jako podstawowy wkład;
 - tworzą zestaw działań opartych na wiedzy, skoncentrowanych wokół sztuki, ale nie ograniczających się do niej, potencjalnie dotyczy to działań ochraniających dochody z handlu prawami własności intelektualnej;
 - obejmują policzalne produkty oraz trudne do policzenia efekty pracy umysłowej i usług artystycznych mających kreatywną treść i wartość rynkową
 - stoją na skrzyżowaniu rzemiosła, usług i przemysłów;
 - stanowią dynamiczny sektor w handlu międzynarodowym⁸⁸.
3. Krzysztof Stachowiak proponuje następującą definicję gospodarki kreatywnej:

⁸⁷ Por. A. Klasik, *Gospodarka kreatywna jako wehikuł rozwoju metropolitalnych miast i zespołów miejskich* [w:] Cz. Zając (red.), *Nauki Ekonomiczne w XX wieku – dylematy, wyzwania, perspektywy*, Wyd.UE, Wrocław 2017, s.183

⁸⁸ *Creative Economy Raport 2010*, UNITED NATIONS, unctad.org/fg/Docs/dictab 2013_en.pdf [dostęp 20.01.2018]

„Gospodarka kreatywna to ta część systemu gospodarczego, której rozwój dokonuje się pod dominującym wpływem tej części kultury symbolicznej, której rdzeniem jest sztuka, lub też pod wpływem wiedzy artystyczno – literackiej. Wykorzystywanie tej wiedzy odbywa się w oparciu o kompetencje kulturowe i prowadzi do powstania nowych dóbr, które charakteryzują się relatywnie wysoką wartością kulturową a także mają zdolność generowania wartości ekonomicznej”.

Wartość kulturowa jest – wg. K. Stachowiaka – złożonym konstruktem, na który składają się wartości: semiotyczna (znakowa, symboliczna), estetyczna, artystyczna, historyczna i autentyczności. W odróżnieniu od ekonomicznej wartości użytecznej, wartość kulturowa nie ma praktycznego charakteru i pozwala zaspokajać główne potrzeby wyższego rzędu takie jak potrzeby samorealizacji, szacunku, wolności, ekspresji itd.⁸⁹

Każda z tych definicji ma swoje zalety i wady. Ja ze swej strony twierdzę że: Gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym poddanym samoregulacji, który działa na zasadzie sprzężeń zwrotnych pomiędzy wielkościami agregatowymi na rynku dóbr kapitałowych, siły roboczej, pieniądza i obligacji branż i dziedzin z połączonych sektorów kultury i sektorów kreatywnych tworzących razem gospodarkę kreatywną. System samoregulacji gospodarki kreatywnej ograniczony jest w swym funkcjonowaniu jedynie przez czynniki realne, czyli różne zasoby kapitału fizycznego, intelektualnego i społecznego.

Moje stwierdzenie poddam analizie w podrozdziale poniżej (2.3). Zanim przejdę do tej analizy warto przeanalizować cechy gospodarki kreatywnej.

Magdalena Retelewska w ten sposób prezentuje cechy gospodarki kreatywnej:

A. Dziedziny kultury dzielą się na trzy grupy:

- sztuka (sztuki preformatyczne i fotografia, sztuki wizualne i wydarzenia artystyczne, festiwale, przeglądy teatralne, piosenki itp.
- media, rozrywka (film, sektor audiowizualny, literatura i dziennikarstwo itd.)
- usługi biznesu kreatywnego (design, moda, architektura, nowe media i gry, reklama itd.)⁹⁰

B. Sektory kreatywne mają zaś cechy:

- *nobody knows* – z uwagi na doświadczalny charakter, jak subiektywność doświadczeń, zachodzi wysoka niepewność odnośnie popytu;

⁸⁹ K. Stachowiak, Gospodarka kreatywna i mechanizmy jej funkcjonowania. Perspektywa geograficzno – ekonomiczna, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2017, s.90-91

⁹⁰ M. Retelewska, Uwarunkowania rozwoju sektorów kreatywnych [w:] Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 401/2015.

- sztuka jest celem samym w sobie - twórcy odczuwają satysfakcję z aktu „tworzenia”;
- produkcja wymaga jednoznacznego wykorzystania zróżnicowanych, wyspecjalizowanych umiejętności wielu osób o odmiennych gustach; a wkład każdej osoby musi być dostarczony na określonym minimalnym poziomie jakości i ilości;
- zróżnicowanie zarówno w jakości, jak i w treści; wymagane kombinacje czynników wytwórczych są unikalne;
- małe różnice w umiejętnościach prowadzą do dużych różnic w wynagrodzeniach;
- koordynacja w czasie poszczególnych elementów procesu produkcyjnego jest niezwykle istotna;
- produkty są długotrwałe, podobnie jak proces czerpania z nich korzyści przez twórców.⁹¹

Ale trzymając się definicji Phillipe Kerna:

- przemysły kultury to sektory:
 - filmu i wideo
 - telewizji i radio
 - gier wideo
 - muzyki
 - książki i prasy
- natomiast do sektorów kreatywnych (przemysłów kreatywnych) zaliczamy:
 - reklamę
 - design
 - architekturę

Zaś przemysły kreatywne i przemysły kultury razem tworzą gospodarkę kreatywną.

S. Bąkowska i M. Tomczyk słusznie zauważają, że gospodarka kreatywna będzie stymulowana w kierunku rozwoju przez:

- Innowacyjność
- Cyfryzację
- Globalizację i nowe modele biznesu.
- Zmiany technologiczne będące motorem rozwoju przemysłów kreatywnych.
- Konwergencję i innowacje.
- Transfer wiedzy między sektorami.

⁹¹ ibidem

- Zwiększenie znaczenia zagadnień środowiskowych.⁹²

Natomiast S. Szultka słusznie dowodzi, że gospodarka kreatywna *per se*, będzie oddziaływać na:

- potencjał gospodarczy
- innowacyjność gospodarki
- *efekty spill over* („rozlewania się proliferacji)
- jakość życia i tożsamość kulturową.⁹³

Poglądy S. Szultki wymagają komentarza:

- 1) Gospodarka kreatywna nie tylko stymuluje potencjał gospodarczy, ale wzrost PKB i dobrobyt społeczeństwa i jednostki, co będę dowodzić w dalszej części rozprawy.
- 2) Gospodarka kreatywna wpływa na innowacyjność gospodarki, postęp naukowo – techniczny z jednej strony, ale z drugiej strony to właśnie innowacyjność prowadzi do rozwoju gospodarki kreatywnej
- 3) Jakość życia i tożsamość kulturowa jako efekt działalności gospodarki kreatywnej to tylko „jedna strona medalu”, bowiem fundamentem tej gospodarki była i pozostaje kultura.
- 4) Gospodarka kreatywna przede wszystkim wpływa na rozwój miast i regionów, o czym S. Szultka pisze w swoich pracach.

W kolejnym podrozdziale przechodzę do analizy gospodarki kreatywnej jako bytu strukturalnego.

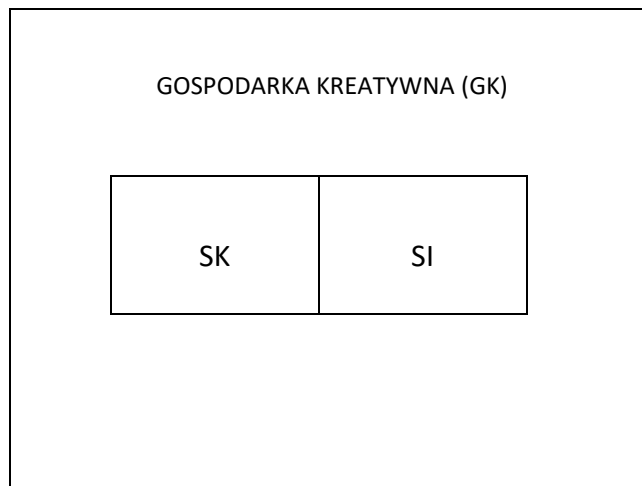
2.3. Konceptualizacja gospodarki kreatywnej i jej związki z gospodarką narodową. Model gospodarki kreatywnej

W podrozdziale 1.4. stwierdziłam, że gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym, co przedstawiłam na rys.1. Obecnie przedstawię to za pomocą następującego schematu:

GOSPODARKA NARODOWA (GN)

⁹² S. Bąkowska, M. Tomczyk, Segment i sektor kreatywny w metropolii Szczecińskiej, Wydawnictwo Kudrak, Szczecin 2014

⁹³ S. Szultka, Kłustry kreatywne w rozwoju miasta i regionu, PARP, Warszawa 2012.



gdzie: SK - sektory (przemysły) kultury, SI - sektory (przemysły) kreatywne

Schemat ten „plastycznie” pokazuje, że gospodarka narodowa obejmuje gospodarkę kreatywną i sektory gospodarki narodowej nie będące elementami gospodarki kreatywnej.

Teoretycznie gospodarka kreatywna mogła być:

- a. bytem organicznym (fizycznym)
- b. bytem atomistycznym
- c. bytem strukturalnym

ad a). Gospodarka kreatywna nie jest organizmem ani w sensie:

- fizycznym lub biologicznym, ponieważ nie ma centrum sterującego analogicznego do centralnego układu nerwowego
- mentalnym, bo trudno wyobrazić sobie jakiś ponadindywidualny byt materialny, który byłby mentalnym bytem sterującym gospodarką kreatywną
- społecznym, czyli ponadindywidualnym sposobie zorganizowania działalności określonej jako gospodarka kreatywna

ad b). Gospodarka kreatywna nie jest bytem atomistycznym, bo trudno założyć istnienie niezależnie działających jednostek dążących do zrealizowania własnych egoistycznych potrzeb i pragnień. Gospodarka kreatywna to zespół „naczyń połączonych” i działań wzajemnie uzależnionych od siebie, działań B2B(*business to business*), transformacji popytu konsumpcyjnego w popyt inwestycyjny i działania wielu sprzężeń zwrotnych między gospodarką kreatywną a gospodarką narodową.

ad c). Gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym poddanym samoregulacji, który działa na zasadzie sprzężeń zwrotnych pomiędzy popytem a podażą na poszczególnych rynkach cząstkowych, oraz sprzężeń zwrotnych pomiędzy wielkościami agregatowymi

na rynku dóbr konsumpcyjnych, dóbr kapitałowych, siły roboczej, pieniądza i obligacji branż i dziedzin z połączonych sektorów kultury i sektorów kreatywnych.

System samoregulacji gospodarki kreatywnej ograniczony jest w swym funkcjonowaniu jedynie przez czynniki realne, czyli różne zasoby kapitału fizycznego, intelektualnego i społecznego.

Analizując gospodarkę kreatywną jako byt strukturalny możemy wyróżnić następujące relacje i sprzężenia zwrotne (feedback):

- pomiędzy gospodarką kreatywną (GK) a gospodarką narodową (GN)
- pomiędzy SK a SI
- pomiędzy jednostkami SK a jednostkami SI
- pomiędzy SK a GN
- pomiędzy SI a GN
- pomiędzy jednostkami SK a jednostkami SI
- pomiędzy jednostkami wewnątrz SK
- pomiędzy jednostkami wewnątrz SI
- pomiędzy jednostką SK a GN
- pomiędzy jednostką SI a GN
- pomiędzy jednostkami SI a GK
- pomiędzy jednostkami SK a GK.

Jest to proste „listowanie” relacji i sprzężeń zwrotnych dotyczących gospodarki kreatywnej w systemie gospodarki narodowej – otrzymana wielkość to 12 takich relacji. Jest to typowe badanie struktury, czyli analiza strukturalna. W chemii analiza strukturalna to: „ustalenie budowy cząsteczek związków chemicznych na poziomie ich konstytucji (konstytucja cząsteczki), a następnie na poziomie ich konfiguracji i konformacji”.⁹⁴

Dla jasności wyводу wyjaśnijmy użyte terminy chemiczne:

- konstytucja cząsteczki, to sposób i kolejność powiązania atomów w cząsteczce związku chemicznego, z pominięciem jakichkolwiek różnic wynikających z ich rozmieszczenia w przestrzeni. Cząsteczki o identycznym składzie atomowym różniące się konstytucją, nazywają się izomerami konstytucyjnymi (izomeria);

⁹⁴ Encyklopedia.pwn.pl/haslo/analiza-strukturalnej3980526.html [30.05.2017]

- konfiguracja [łac. *configuratio* = ukształtowanie, porównanie] w chemii to rozmieszczenie w przestrzeni atomów (lub grup atomów) w cząsteczce związku chemicznego o określonej konstytucji cząsteczki, odróżniającej stereoizomery, których izomeria nie wynika z różnych konformacji
- konformacja [łac. *conformatio* = ukształtowanie] w chemii to także z nieskończonej liczby możliwych w przestrzeni rozmieszczeń atomów (lub grup atomów) w cząsteczce związku chemicznego, którego wynikiem jest powstanie stereoizomerów ulegających interkonwersji (wzajemnego przekształcania jednego stereoizomeru w drugi) w wyniku rotacji wokół pojedynczego (lub formalnie pojedynczego) wiązania.⁹⁵

Ekonomista powie: skomplikowana materia definicji chemicznej analizy strukturalnej! Może tak, ale jest to metoda badań naukowych bytu strukturalnego, w tym przypadku „związku chemicznego”. Gospodarka kreatywna jest takim właśnie „związkiem chemicznym wyobrażonym”, który chcemy dokładnie przebadąć, aby odpowiedzieć na dwa pytania z teorii ekonomii:

- 1) czy badając rzeczywistość gospodarczą możemy pominąć sprzężenia zwrotne i synergię wywołaną powstaniem i rozwojem oraz funkcjonowaniem gospodarki kreatywnej, a także pominąć wpływ gospodarki kreatywnej na jakość życia i dobrobyt społeczny?
- 2) Czy badanie gospodarki kreatywnej, np. za pomocą analizy strukturalnej pozwoli na budowę trafnych modeli prognostycznych, przewidujących przyszłe zdarzenia gospodarcze?

Oczywiście na pierwsze pytanie odpowiedź brzmi NIE a na drugie TAK, bo wtedy ekonomia będzie nauką a nie tylko refleksją naukową.

Analiza strukturalna w ekonomii to analogiczne do analizy strukturalnej w chemii jest: Badaniem naukowym podmiotów gospodarczych (atomów w chemii), czyli różnie zorganizowanych spółek prawa handlowego, prawa cywilnego i spółek skarbu państwa (publicznych), działających w kraju i za granicą, dokonujących fuzji i przekształceń działających na zasadzie mechanizmu samoregulacji popytu i podaży w taki sposób, aby w gospodarce narodowej wystąpiła równowaga ogólna, ład gospodarczy i społeczny.

Gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym zgodnie z koncepcją struktury Claud Levi – Strauss’a, który uważał, że...struktura nie odnosi się do rzeczywistości empirycznej,

⁹⁵ ibidem

lecz do zbudowanych na jej podstawie modeli. W ten sposób realizuje się metodologiczna zasada, wedle której nauka nie zajmuje się przedmiotami rzeczywistymi ale „przedmiotami badań”, które konstruuje”.⁹⁶

Obecnie przejdę do skonstruowania neuronowego modelu funkcjonowania gospodarki kreatywnej. Na schemacie 2.1 przedstawiłam budowę neuronu biologicznego.

Typowy neuron zbudowany jest z:

- ciała komórki,
- aksonu
- dendrytów.

Neurony kontaktują się ze sobą poprzez **synapsy**, tworząc sieci neuronowe. Informacje od innych neuronów są odbierane przez synapsy położone na dendrytach, przewodzone wzdłuż neuronu i przekazywane dalej do synaps na zakończenie aksonu. Przewodzenie informacji w postaci sygnału elektrycznego jest możliwe dzięki temu, że wszystkie neurony są elektrycznie pobudliwe, czyli zdolne do generowania i przewodzenia potencjałów elektrycznych. Niepobudzony neuron utrzymuje **potencjał spoczynkowy** (będący różnicą między potencjałem wnętrza neuronu a zewnętrznej powierzchni błony) dzięki działaniu w błonie pomp jonowych, które przenoszą określone jony przez błonę i generują różnicę w stężeniu tych jonów po obu stronach błony. Pod wpływem dostatecznie silnego bodźca dochodzi do zmian w przepuszczalności określonych jonów przez błonę, co prowadzi do powstania **potencjału czynnościowego** – sygnału elektrycznego, który rozprzestrzenia się wzdłuż aksonu do synaps znajdujących się w zakończeniu aksonu. Neurony powstają w procesie neurogenezy z neuronalnych komórek macierzystych i po zróżnicowaniu nie ulegają już dalszym podziałom komórkowym. Neurogeneza zaś zachodzi głównie w okresie prenatalnym, u dorosłych proces ten zachodzi jedynie w określonych częściach mózgu, m.in. w opuszce węchowej.⁹⁷ Powrócę teraz do krótkiego przedstawienia elementów neuronu:

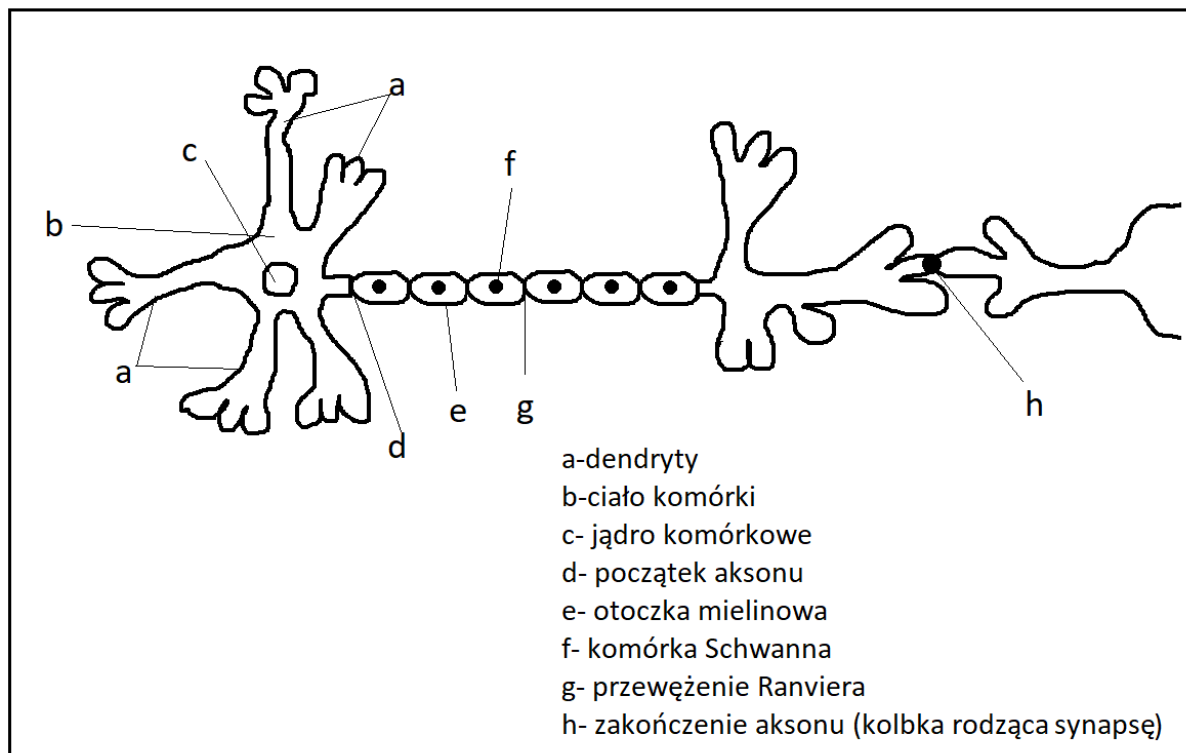
- a) **dendryty** są zazwyczaj silnie rozgałęzione i mogą stanowić nawet do 90% powierzchni wielu neuronów. Są pokryte tysiącami **synaps**, przez które odbierają informacje pochodzące z zakończeń aksonalnych innych neuronów;

⁹⁶ Podają za B. Suchodolski, Wstęp do Antropologii strukturalnej C.Levi – Strauss, PWN Warszawa 1970, s.25

⁹⁷ www.almamer.l/.../Neurobiologia_Budowa-i-zroznicowanie-neuronow_Badowska-K...
[data pobrania 21.01.2018]

- b) **ciało komórki nerwowej** (perikarion) zawiera typowe organelle komórki zwierzęcej, tj. jądro komórkowe, retikulum endoplazmatyczne, cytoskielet, mitochondrię, aparat Golgiego oraz rybosomy. Tutaj odbywa się synteza białka i jego transport do zakończenia aksonów lub odwrotnie;
- c) **jądro komórkowe** to „centrum obliczeniowe” neuronu i tutaj zachodzą kluczowe procesy dla funkcjonowania neuronu;

Schemat 2. Schemat budowy neuronu biologicznego.



Źródło: opracowanie własne na podstawie

www.almamer.l/.../Neurobiologia_Budowa-i_zroznicowanie_neuronow_Badowska-K... [data pobrania 21.02.2018]

- d) **początek aksonu**, neurony mają zazwyczaj jeden akson wychodzący z ciała komórki w miejscu nazwanym **wzgórkiem aksonu**, skąd wysyłany jest – poprzez akson- sygnał wyjściowy np. do komórek efektorowych (m.in. mięśni i komórek gruczołowych);
- e) **otoczka mielinowa** otacza aksony, spełnia funkcję izolatora elektrycznego, a także zapewnia ochronę mechaniczną;
- f) **komórka Schwanna** wytwarza w obwodowym układzie nerwowym otoczkę mielinową, przez komórki glejowe;
- g) **przewężenie Ranviera** są to przerwy w otoczce mielinowej;

- h) **zakończenie aksonu**, zwane jest kolbką stanowi miejsce kontaktu danego neuronu z innymi neuronami lub innym typem komórki – tworzy się po takim kontakcie synapsa.⁹⁸

Synapsy są miejscem komunikacji neuronu z innym neuronem lub komórką efektorową, np. mięśniową lub gruczołową. Synapsa składa się z części presynaptycznej, którą stanowi błona komórkowa zakończenia aksonu oraz z części postsynaptycznej, którą stanowi błona komórkowa innego neuronu (zazwyczaj dendrytu), ale synapsy mogą być też tworzone na ciele komórki efektorowej.⁹⁹

Funkcjonowanie neuronu można podzielić na cztery strefy:

- 1) strefa wejścia – dendryty i ciało komórki, które odbierają impulsy od innych neuronów poprzez znajdujące się tam na nich synapsy;
- 2) strefa inicjacji – początkowy odcinek aksonu, tutaj powstaje potencjał czynnościowy neuronu;
- 3) strefa przewodzenia- akson
- 4) strefa wyjścia – synapsy na zakończeniach aksonu.

Neurony dzielą się według bardzo różnych kryteriów np.:

- a) ze względu na liczbę aksonów i dendrytów na:
 - jednobiegunowe
 - pseudojednobiegunowe
 - dwubiegunowe
 - wielobiegunowe
- b) ze względu na długość aksonów na:
 - neurony typu Golgi I (projekcyjne) o długich aksonach, przenoszących informacje na duże odległości,
 - neurony typu Golgi II(interneutrony) o krótkich aksonach, przenoszące informacje na małe odległości,
- c) ze względu na morfologię dzielą się na:
 - neurony piramidowe leżące w korze mózgu, posiadają ciało komórkowe o trójkątnym kształcie oraz długie aksony (typu Golgi I),

⁹⁸ J. Bartman, Sztuczne sieci neuronowe, www.neurosoft.ur.edu.pl/bartman/NTII.pdf

[data pobrania 05.02.2016] M. F. Bear, B. W. Connors, M. A. Paradiso, Neuroscience: exploring the brain, PA: Lippincott Williams Wilkins, Philadelphia 2007, s.28-46.

⁹⁹ ibidem

- neurony Purkiniego leżące w korze mózdzku, posiadają silnie rozgałęzione drzewko dendryczne, również należą do neuronów typu Golgi I,
 - neurony gwiaździste to niewielkie neurony leżące w korze mózgu, posiadają liczne dendryty układające się w kształt gwiazdy,
 - neurony wrzecionowate leżące w korze mózgu, charakteryzują się ciałem komórkowym o wrzecionowatym kształcie, są biopolarne,
 - neurony koszyczkowate leżące w korze mózgu i mózdzku, posiadają rozwidlające się aksony, których zakończenia otaczają ciało docelowego neuronu na kształt koszyczka.¹⁰⁰
- d) pod względem kierunku przekazywania sygnału neurony dzielą się na:
- czuciowe (aferentne, dośrodkowe) przenoszą informację od receptorów w tkankach i narządach ciała do ośrodkowego układu nerwowego);
 - ruchowe (eferentne, odśrodkowe) przenoszą informacje od ośrodkowego układu nerwowego od komórek efektorowych - mięśniowych lub gruczołowych,
 - korzeniowe (interneutryny, pośredniczące) przenoszą informacje pomiędzy neuronami.¹⁰¹
- e) pod względem wydzielania neuroprzekaźnika neurony dzieli się na:
- cholinergiczne – głównym neuroprzekaźnikiem jest acetylocholina,
 - dopaminergiczne – dopamina,
 - GABA-energieczne – kwas gamma-aminomasłowy (GABA),
 - noradrenergiczne – noradrenalina,
 - serominergiczne- serotonina,
 - glutaminergiczne – glutaminian itd.¹⁰²

Przewodzenie sygnałów przez neuron podlega zasadzie „wszystko albo nic” tzn. neuron wytwarza potencjał czynnościowy lub nie. Wszystkie powstające potencjały czynnościowe w danej komórce nerwowej mają tę samą wielkość, bez względu na wielkość bodźca, o ile jest on wystarczająco intensywny, aby wywołać powstanie potencjału. Silniejsza stymulacja neuronów bodźcami ponadprogowymi nie prowadzi do silniejszych potencjałów.

¹⁰⁰ ibidem

¹⁰¹ M. F. Bear, B. W. Connors, M. A. Paradiso, Neuroscience...op.cit., s.28-46

¹⁰² ibidem

Może natomiast prowadzić do **zwiększenia częstotliwości wytwarzania potencjałów przez rezonans**.¹⁰³

Budowa neuronu biologicznego i jego właściwości strukturalne oraz funkcjonalne są wykorzystywane przez ekonomistów oraz przedstawicieli innych nauk do:

- a) budowy sztucznych sieci neuronowych i ich aplikacji;
- b) kreowania metod badawczych w nowopowstałej dziedzinie nauk ekonomicznych-neuroekonomii;
- c) tworzenia metod badawczych w teoriach dynamicznego podejścia w zarządzaniu, takich jak:
 - *Human Resources Management (HRM)*,
 - *Total Quality Management (TQM)*,
 - *Lean Management (LM)*
 - *Reengineering*,
 - zarządzanie procesowe,
 - zarządzanie wielowymiarowe (formuła matrycowa),
 - zarządzanie statystyczne,
 - zarządzanie logistyczne,
- d) zarządzanie marketingowe itd.¹⁰⁴
- e) tworzenia metod badawczych w neuromarketingu.¹⁰⁵

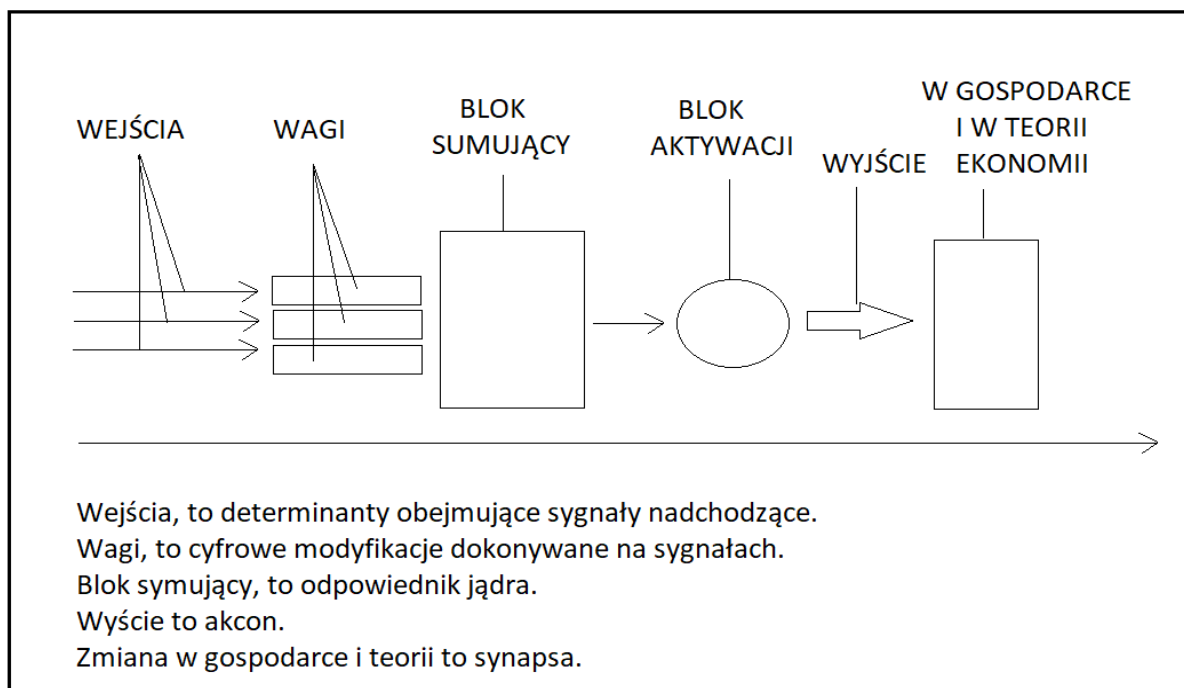
Marian Noga skonstruował model „sztucznego neuronu, który może być wykorzystywany w warunkach ekonomicznych do budowy modeli neuronowych zjawisk ekonomicznych, co przedstawia schemat 3.

Schemat 3. Model „sztucznego” neuronu.

¹⁰³ ibidem, R.W. Williams, K. Herrup, The control of neuron numer, „Annu Rev Neuroscis 1988 No 11, s.423-453

¹⁰⁴ R. Brajer-Marczak, Konsekwencje ciągłego doskonalenia procesów organizacyjnych. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009, Nr 52, s.153- 160

¹⁰⁵ M. Noga, Neuroekonomia a ekonomia głównego nurtu, CEDEWU. PL, Warszawa 2017, s.84-87



Źródło: M. Noga, *Neuroekonomia...op.cit.*, s.100

Na wejściu neuronu podawane są sygnały wejściowe. Zostają one przemnożone przez odpowiadające im wagi, a następnie zsumowane. Uzyskana wartość nosi nazwę **potencjału membranowego**. Potencjał membranowy podlega aktywacji i jest argumentem (funkcji aktywacji), co pozwala obliczyć poziom wyjścia neuronu.

Co tutaj jest najbardziej interesujące? Blok sumujący w sztucznym neuronie jako odpowiednik jądra neuronu biologicznego dokonuje:

- uczenia się „nadzorowanego” do absorpcji (hetero i auto), czyli kojarzenia par struktur wejściowych i wyjściowych;
- uczenia się „bez nadzoru” prowadzącego do wykrywania regularności (indukcja, redukcja, dedukcja)
- uczenia się ze wzmocnieniem, na podstawie krytyki dotychczasowego zachowania się i tworzenia interakcji ze środowiskiem.¹⁰⁶

Przechodzę do konstrukcji neuronowego modelu funkcjonowania gospodarki kreatywnej. Moim zdaniem składowymi tego modelu powinny być:

A. WEJŚCIA (CENDRYTY):

- efekt sublimacyjny kultury i dziedzictwa narodowego jako sygnał płynący od pokoleń, przekazywany z pokolenia na pokolenie za pomocą różnych środków przekazu (sztuka,

¹⁰⁶ ibidem, s.100

obrazy, dokumenty pisane, kroniki, przekaz ustny – legenda, książki, literatura piękna, poezja itp.) [ESK]

- kreatywność jako zdolność do rozwiązywania problemów związanych z zaspakajaniem potrzeb ludzkich[K]
- innowacyjność jako impuls do tworzenia nowych utworów lub realizacji już znanych produktów, których wytwarzanie zostało zahamowane z różnych powodów [I]

B. WAGI [wzmocnienie napływającego sygnału bądź impulsu]

- tworzenie kanałów przepływu impulsów dziedzictwa narodowego i kultury[KP]
- nakłady na edukację historyczną, kulturową, świadomości, tożsamości kulturowej[NEK]
- nakłady na zachowanie sprawiedliwości międzypokoleniowej[NSM]
- rozwój środków komunikacji społecznej [KS]

C. BLOK SUMUJĄCY [Jądro]

- obliczanie potencjału membranowego poprzez przemnożenie wszystkich płynących na wejściu impulsów, sygnałów, źródeł potrzeb przez ich wagi i następnie ich zsumowanie

Krok 1:

$$\text{impuls 1} \times \text{waga 1} = \text{PM1}$$

$$\text{impuls 2} \times \text{waga 2} = \text{PM2}$$

$$\text{impuls 3} \times \text{waga 3} = \text{PM3}$$

Wagi 1,2,3 obliczono na podstawie [KP], [NEK], [NSM], [KS], które ilościowo określają:

- wzmocnienie napływającego impulsu
- dokonują przekazu tych impulsów do podmiotu podejmującego określoną decyzję (efektora tego sygnału)

- Krok 2 – sumowanie $\text{PM1} + \text{PM2} + \text{PM3}$, które jednocześnie:

- a) wykrywa związki w gospodarce kreatywnej i ich regularności, jako zależności funkcyjne:

$$[R_1(\text{PM}_1)]$$

$$[R_2(\text{PM}_2)]$$

$$[R_3(\text{PM}_3)]$$

- b) wykrywa sprzężenia (feedbacki) informacyjne i materialne [FiiM]

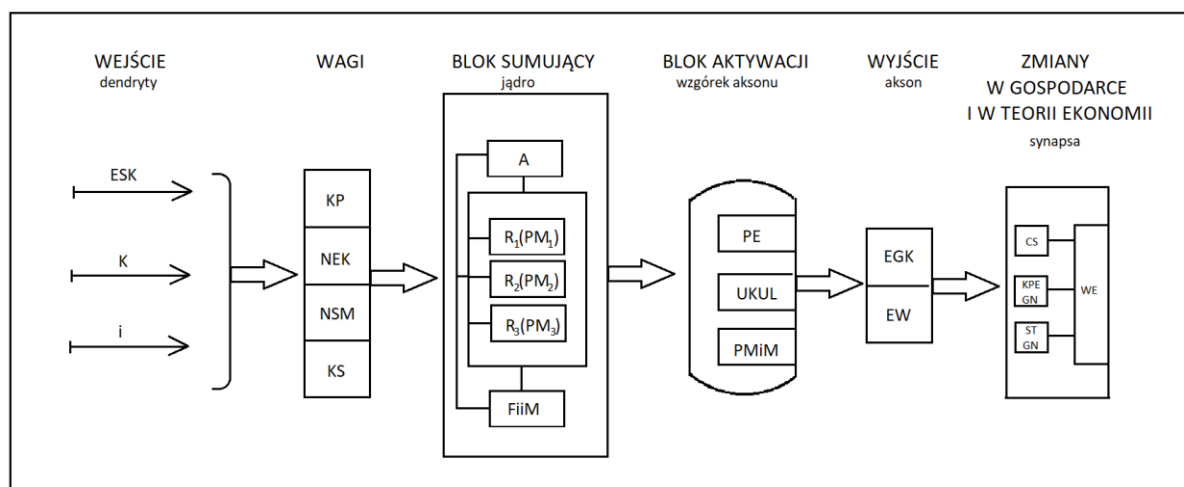
- c) dokonuje asocjacji struktur wejścia i wyjścia [A]

D. BLOK AKTYWACJI (Wzgórek aksonu): występują tutaj różne instytucjonalne sposoby wsparcia rozwoju gospodarki kreatywnej:

- polityka ekonomiczna [PE]

- ustawodawstwo krajowe, unijne, lokalne [UKUL]
 - polityka mikroostrożnościowa i makroostrożnościowa [PMiM]
- E. WYJŚCIE (Akson)
- pomiar efektów gospodarki kreatywnej np. udział w tworzeniu PKB, polepszanie dobrobytu społeczeństwa i jednostki [EGK]
 - pomiar efektów wsparcia władz publicznych centralnych, samorządowych i lokalnych [EW]
- F. ZMIANY W GOSPODARCE I W TEORII EKONOMII (Synapsa):
- Case studies – badania studiów przypadków funkcjonowania gospodarki kreatywnej w Polsce i na świecie [CS]
 - Kulturowa poprawka do niedelirycznej ekonomii i ekonomii głównego nurtu [KPEGN]
 - Syntetaza teorii ekonomicznych powstania, rozwoju i funkcjonowania gospodarki kreatywnej [STGK]
 - $CS + KPGN + STKG = \text{Wiedza ekonomiczna [WE]}$

Schemat 4. Neuronowy model funkcjonowania gospodarki kreatywnej [NMFGK]



Źródło: opracowanie własne

Skonstruowany przeze mnie Neuronowy Model Funkcjonowania Gospodarki Kreatywnej [NMFGK] posiada następujące cechy:

- 1) jest upraszczającym odzwierciedleniem rzeczywistości gospodarczej;
- 2) w odróżnieniu od innych modeli, gdzie badane są różne aspekty gospodarki kreatywnej, [NMFGK] dokonuje syntezy badań nad gospodarką kreatywną w taki sposób, że nie tylko poszerzamy naszą wiedzę, ale tworzymy przyczynek[„poprawkę”] do teorii ekonomii głównego nurtu;

- 3) jest on wewnętrznie zgodny, użyte elementy zostały wcześniej opisane;
- 4) NMFGK jest modelem uniwersalnym w tym sensie, że może opisywać funkcjonowanie gospodarki kreatywnej w dowolnym kraju.

2.4. Rola gospodarki kreatywnej w ujęciu przestrzennym i jej wpływ na rozwój miast i regionów

Właściwe badanie powstania i rozwoju gospodarki kreatywnej na szeroką skalę rozwinęło w aspekcie przestrzennym albo z perspektywy geograficzno – ekonomicznej. Na pewno wiodącym w tej sferze badań jest ośrodek poznański w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza, gdzie badania na ten temat rozpoczął profesor Zbyszko Stanisław Chojnicki (1928- 2015) i kontynuuje je profesor Krzysztof Stachowiak. Ponadto badania w tym zakresie prowadzi ośrodek katowicki z profesorem Andrzejem Klasikiem na czele. Również do tych badań przyłączyły się ośrodki: warszawski, krakowski, łódzki i wrocławski.

Tabela 10. Gospodarka kreatywna i jej efekty rozwojowe w metropolii.

Istota gospodarki kreatywnej	Rodzaje generowanych efektów
Gospodarka oparta na: Nauce i kulturze, ludziach kreatywnych („klasie kreatywnej”), lokalnych środowiskach kreatywnych, indywidualnej kreatywności i różnych formach własności intelektualnej (intelektual input) oraz na cyfrowych technologiach informacyjnych i komunikacyjnych. Gospodarka złożona z: Sektora kreatywnego, sektora kultury i przemysłu technologicznego, przemysłów rdzeniowych i peryferyjnych, firm zarządzających kapitałem intelektualnym i komercjalizujących innowacje będące skalkulowanymi nowościami	Efekty ekonomiczno – finansowe: ❖ wzrost udziału gospodarki kreatywnej w wytwarzaniu wartości dodanej, tworzeniu nowych miejsc pracy oraz w wymianie międzynarodowej; ❖ dekompozycja tradycyjnej struktury przemysłowo – usługowej miast i aglomeracji będąca efektem wyodrębnienia się sektora gospodarki kreatywnej ❖ nowe aglomeracyjne i metropolitarne produkty i rynki, atrakcyjne przestrzenie publiczne, nowe powierzchnie parkowe i inkubacyjne dla inwestorów i firm, nowe oferty rezydencjalne, w tym rynek loftów; ❖ nowe funkcje i działalności biznesowe, inwestorzy zewnętrzni dywersyfikujący struktury gospodarcze oraz naukowcy i artyści jako startersi nowej gospodarki

Gospodarka metropolitarna: Multimedialne komunikacji multimedialnej łączności transportowej, regionalnych i narodowych, europejskich i globalnych sieci kreatywnych miast, metropolitarnych przepływów urbanizujących i globalnego aliansu na rzecz różnorodności kulturalnej	Efekty społeczno -kulturowe: ❖ odnowa dzielnic przemysłowych i kolonii robotniczych, rewitalizacja starówek miast oraz powstanie nowych miejsc centralnych w metropoliach; ❖ rewitalizacja społeczna dzielnic kryzysowych i środowisk marginalizowanych za pośrednictwem środowisk i wydarzeń artystycznych i kulturalnych; ❖ innowacyjna modernizacyjna przemiana tradycji społeczno – zawodowych i tożsamości kulturowej w metropolii pod wpływem gospodarki kreatywnej.
--	---

Źródło: A. Klasik, A. Drobniak, K. Wrana, *Perspektywy aglomeracji górnośląskiej na podstawie sektora gospodarki kreatywnej. Biblioteka Regionalisty 2009/nr 9, s.57*

Tabela 11. Pobudzanie i kształtowanie postaw kreatywnych mieszkańców miast i regionów Unii Europejskiej

Lp.	Czynniki	Charakterystyka
	Czynniki pobudzające kreatywność	
1	Rozwijanie lokalnych talentów	❖ Edukacja i szkolenie mogą pomóc ludziom rozwijać swoje talenty i kreatywność ❖ Również uczestnictwo w uczeniu się przez całe życie
2	Przyciąganie talentów i gości	❖ Można zwiększyć liczbę utalentowanych jednostek, zachęcając utalentowanych ludzi do przeprowadzenia się w dany region lub odwiedzenia go. Chociaż ruchy w ramach jednego państwa mogą pomóc niektórym regionom i miastom, jedynie przyciąganie talentów z zagranicy zwiększa krajową pulę talentów. Odsetek absolwentów szkół wyższych urodzonych za granicą wynosi jedynie 2% w UE, w porównaniu z 6% w Stanach Zjednoczonych, co stanowi poziom, któremu dorównuje jedynie osiem regionów UE. ❖ Podróże służbowe również sprzyjają interakcji i wymianie pomysłów. Pomimo większych i lepszych możliwości łączenia się i współpracy on – line, spotkania twarzą w twarz są nadal bardzo pożądane. Konferencje biznesowe i naukowe nadal przyciągają tłumy z całego świata. Podróże służbowe są znaczącym źródłem wzrostu i zatrudnienia dla wielu miast i regionów. Celem podróży wypoczynkowych nie jest wymiana pomysłów jednak mogą się one przyczynić do ubogacenia życia społecznego w miastach, a prze to pobudzania kreatywności.
3	Tolerancja	Tolerancja dla osób mających różne pochodzenie czy style życia służy nie tylko zatrzymaniu i przyciąganiu talentów, ale również tworzeniu otwartego otoczenia, w którym kreatywność może kwitnąć, a różnorodność może być ceniona.
Pobudzające innowacyjność		
1	Nowe przedsiębiorstwa	❖ Nowe firmy często wcielają w życie nowe pomysły, mogą być przedsiębiorstwa uruchamiane przez miejscowego

		przedsiębiorcę lub przez bezpośrednie inwestycje zagraniczne. Nowe przedsiębiorstwa stanowią klucz do innowacji. Nowe innowacyjne firmy mogą podbić rynek niszowy i rosnąć w szybkim tempie (tzw. gazele). ❖ Łatwość zakładania i prowadzenia nowej działalności gospodarczej. ❖ Kolejnym istotnym sposobem pobudzenia przedsiębiorczości jest jej aktywna promocja jako opcji kariery zawodowej, szczególnie w regionach o wysokiej stopie bezrobocia (wśród ludzi młodych). Kształcenie przedsiębiorczości może przekonać więcej młodych ludzi do wcielania w życie pomysłów.
2	Istniejące przedsiębiorstwa	Istniejące przedsiębiorstwa wprowadzają innowacje przy pomocy badań, rozwoju oraz innych metod, takich jak przyjęcie technologii, innowacje oraz łączenie istniejącej wiedzy na nowe sposoby. Badania (np. Innobarometr 2007, 2008 Flash EB 213, i R&D in Europe, 2009, K. Uppenberg, EIB), podkreślają, że duże firmy inwestują więcej w badania i rozwój i dokonują więcej innowacji w miejscu pracy, podczas gdy małe i średnie przedsiębiorstwa mają mniejszy dostęp do finansowania oraz tendencję do mniejszej innowacyjności i zlecenia na zewnątrz swoich potrzeb.

Źródło: N. Pięta- Kucharska, Znaczenie sektora kreatywnego w rozwoju miast i regionów, *Acta Univeritatis, Lodziensis, FOLIA OECONOMICA* 290, 2013, s.78-79

RAMKA 1

Bruksela, 6 lipca 2017 r.

Komisja Europejska

Komunikat prasowy

Jak kultura i kreatywność zmieniają oblicze miasta

Komisja Europejska opublikowała dzisiaj pierwsze wydania Monitora miast kultury i kreatywności. Przedstawiono w nim wyniki, jakie osiągają europejskie miasta w dziewięciu kategoriach obejmujących kulturę i kreatywność, przyczyniające się do rozwoju społecznego i wzrostu gospodarczego oraz tworzenia miejsc pracy.

Monitor opracowany przez Wspólne Centrum Badawcze Komisji Europejskiej ma pomoc politykom oraz przedstawicielom sektora kultury i sektorów kreatywnych w określaniu mocnych i słabych punktów na poziomie poszczególnych miast oraz czerpanie z doświadczeń miast o porównywalnych cechach charakterystycznych. Monitor pokazuje również, że dynamika życia

kulturalnego jest silnie powiązana z innymi wymiarami życia w mieście, od różnorodności społecznej po sytuację gospodarczą.

Tibor **Navracsics**, unijny komisarz ds. edukacji, kultury, młodzieży i sportu, odpowiedzialny za Wspólne Centrum Badawcze, powiedział: Moim celem jest, aby kultura i kreatywność stały się kluczowym elementem agendy politycznej. W czasach, gdy dochodzi do poważnych przemian społecznych, a konkurencja między miastami zaostrza się w skali globalnej, musimy wyjść poza tradycyjne źródła wzrostu i dobrobytu społeczno – gospodarczego oraz dowiedzieć się jaką rolę odgrywa kultura w dynamicznych, innowacyjnych i różnorodnych miastach. Monitor miast kultury i kreatywności zawiera informacje w jakich dziedzinach miasta funkcjonuje sprawnie, a w jakich należałoby coś zmienić na lepsze.

Monitor miast kultury i kreatywności jest wynikiem projektu badawczego obejmującego 168 miast w 30 krajach europejskich. Jest to interaktywne narzędzie, za pomocą którego użytkownicy mogą przez internet wyszukiwać dane ilościowe i jakościowe dotyczące sytuacji w poszczególnych miastach.

Monitor wskazuje na przykład, że europejskie „miasto idealne” z punktu widzenia kultury i kreatywności byłoby mieszanką miast, które osiągnęły najlepsze wyniki dla poszczególnych wskaźników. Byłoby to w którym liczba ośrodków kultury i jakość infrastruktury kulturalnej są takie jak w irlandzkim Cork, uczestnictwo w życiu kulturalnym, atrakcyjność oferty i poziom zatrudnienia w sektorze kreatywnym i opartym na wiedzy – takie jak w Paryżu, ochrona praw własności intelektualnej i innowacje – takie jak w holenderskim Eindhoven, liczba nowych miejsc pracy w sektorach kreatywnych – taka jak w szwedzkim Umeå, kapitał ludzki i edukacja jak w Leuven w Belgii, poziom otwartości, tolerancji i zaufania – taki jak w Glasgow, połączenia lokalne i międzynarodowe takie jak w holenderskim Utrechcie, a jakość zarządzania taka jak w Kopenhadze. Liczba mieszkańców pięciu z spośród tych ośmiu miast nie przekracza 500 tys. Są to: Cork, Eindhoven, Umeå, Leuven i Utrecht.

Najważniejsze wyniki badania:

- Miasta – liderzy pod względem kultury i kreatywności: w porównaniu do innych miast o podobnej liczbie ludności Paryż, Kopenhaga, Edynburg i Eindhoven osiągają lepsze wyniki
- Kultura, kreatywność i poziom dobrobytu: kultura i kreatywność przyczyniają się do zwiększenia tempa wzrostu gospodarczego i mają pierwszorzędne znaczenie dla miast o niskich dochodach

- *Wielkość miasta to nie wszystko: wielkość miasta nie decyduje o dynamice życia kulturalnego ani na poziomie kreatywności, miasta małej i średniej wielkości z reguły uzyskiwały stosunkowo lepsze wyniki niż większe miasta.*
- *To nieprawda, że stolice są najważniejszymi ośrodkami życia kulturalnego: choć stolice charakteryzuje z reguły duża dynamika życia kulturalnego, to w Austrii, Belgii, Hiszpanii, Holandii, Niemczech, Polsce, Wielkiej Brytanii i we Włoszech prym wiodą inne miasta.*

Kontekst

Od czasu przyjęcia pierwszej „Europejskiej agendy kultury w dobie globalizacji świata” w 2007r. kultura odgrywa coraz ważniejszą rolę w polityce Unii Europejskiej. Trudności nastręcza jednak mapowanie zasobów kulturalnych i kreatywnych w całej UE oraz badanie ich wpływu. W ramach tych wskaźników wyznaczono dziewięć kategorii, a następnie 29 wskaźników szczegółowych. Wśród nich znalazły się różnorodne czynniki jak liczba muzeów i sal koncertowych, poziom zatrudnienia w sektorze kultury i sektorze kreatywnym, liczba wniosków patentowych w dziedzinie technologii informacyjno – komunikacyjnych czy poziom zaufania mieszkańców miasta do współobywateli. W monitorze zestawiono dane pochodzące z różnych ogólnodostępnych źródeł (np. z Eurostatu i Eurobarometru) oraz dane doświadczalne (np. z Trip Advisora).

Monitor będzie aktualizowany co dwa lata, tak aby pozostał – pod względem koncepcyjnym i statystycznym – źródłem miarodajnych informacji na temat sytuacji w poszczególnych krajach i miastach oraz umożliwiał śledzenie rozwoju miast w sposób systematyczny i oparty na porównywalnych danych.

Źródło: COMM-REP-WAW-TEAMEUROPE@ec.europa.eu

W tablicach 10 i 11 oraz w Ramce 1 zaprezentowałam determinanty przestrzenne rozwoju gospodarki kreatywnej oraz wpływ gospodarki kreatywnej na rozwój miast i regionów w Polsce i w Europie.

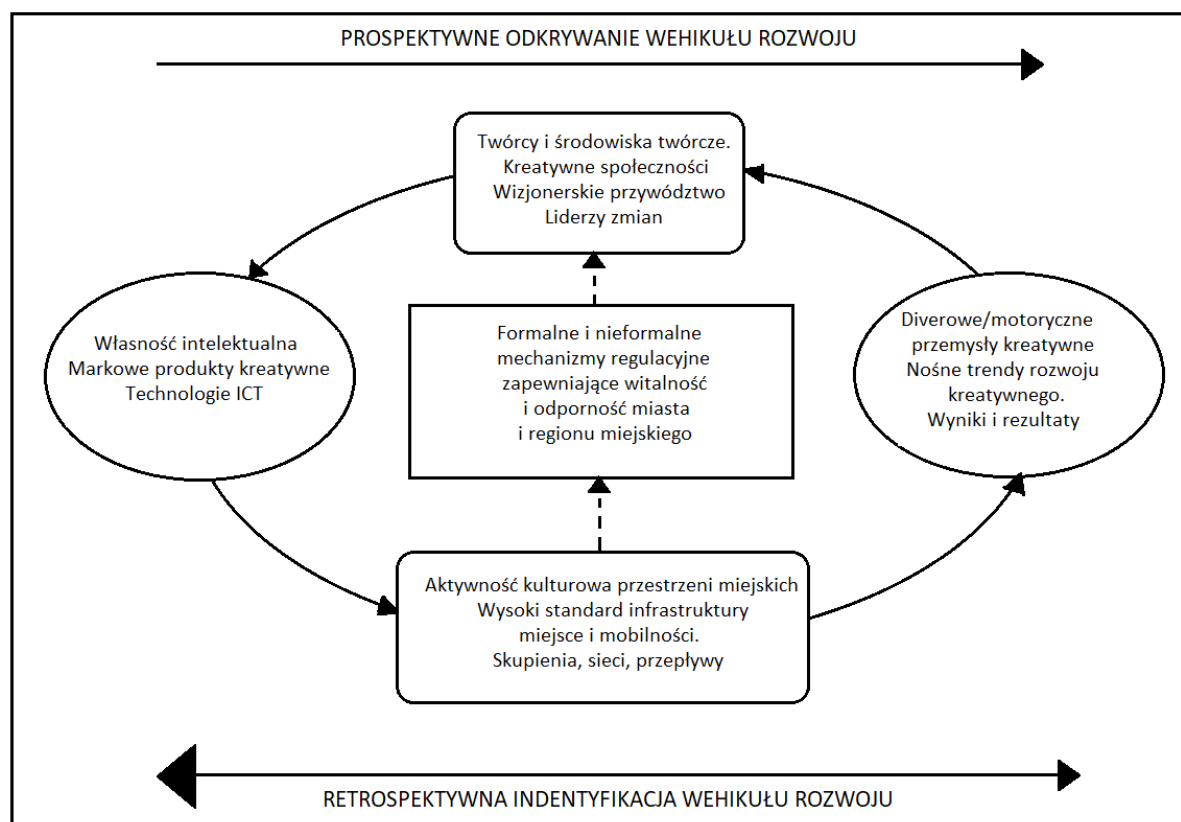
Analizując przestrzenny wymiar funkcjonowania gospodarki kreatywnej K. Stachowiak twierdzi, że: kultura stanowi główne źródło zasobów w działalnościach kreatywnych. Jednak kultura jest zawsze odniesiona do konkretnej społeczności lub społeczeństwa...Lokalne kultury wytwarzają wartości i dobra, które później trafiają do globalnego obiegu...zatem...gospodarka kreatywna jest silnie zakorzeniona w lokalnej kulturze.¹⁰⁷

¹⁰⁷ K. Stachowiak, Gospodarka kreatywna ...op.cit., s.284 – 285

To zjawisko K. Stachowiak nazywa „geograficznym paradoksem gospodarki kreatywnej.” Z jednej strony te dobra jako efekt działania gospodarki kreatywnej powstają na danym terytorium i oparte są na lokalnym kodzie kulturowym. Ale z drugiej strony te dobra mają generować wartość ekonomiczną, a nie tylko symboliczną, co jest możliwe tylko za pomocą ekspansji na rynki zewnętrzne (krajowe, zagraniczne), czyli za pomocą globalizacji.¹⁰⁸ Profesorowie Andrzej Klasik i Florian Kuźnik twierdzą, że o przyszłym rozwoju miast i regionów zdecydują wehikuły rozwoju. Filozofia wehikułów rozwoju, ich identyfikacja, pozwalają na kojarzenie nowych idei i wzajemną inspirację gremiów przywódczych, środowisk kreatywnych i partycypacji wielu interesariuszy.¹⁰⁹

Na schemacie 5. przedstawiam przemysły i miasta kreatywne dla wehikułu rozwoju, które opracowali A. Klasik, F. Kuźnik

Schemat 5. Przemysły i miasta kreatywne jako tworzywo dla wehikułu rozwoju.



Źródło: A. Klasik, F. Kuźnik, *Wehikuły rozwoju...op.cit.* [w:] *Nauki Ekonomiczne w XXI wieku – dylematy, wyzwania, perspektywy*, red. nauk. C. Zajac, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2017,

¹⁰⁸ ibidem, s.334

¹⁰⁹ A. Klasik, F. Kuźnik, *Wehikuły rozwoju dużych miast i zespołów miejskich* [w:] A. Klasik, F. Kuźnik (red.), *Wehikuły rozwoju lokalnego i regionalnego*, Studia KPZK PAN, Warszawa 2017

Obaj autorzy rozwinęli retrospektywną identyfikację wehikułu rozwoju i prospektywne odkrywanie wehikułu rozwoju.

Schemat 6. Wehikuł rozwoju metropolitalnego dużych miast i aglomeracji miejskich – podejście retrospektywne w horyzoncie 2005 – 2015

Nośne trendy	Mechanizmy regulacyjne	Twórcze jednostki i środowiska Kultura i potencjały	Dzieła, projekty, wydarzenia, produkty kreatywne
Motoryczne branże kreatywne i branże technologiczne w obszarach metropolitalnych	Usieciowienie rodzących się aktywności metropolitalnych połączone z internacjonalizacją i internacjonalizacją przestrzeni metropolitalnych	Środowiska twórcze oraz instytucje nauki i kultury. Unikatowość architektoniczna lub symboliczna przestrzeni miejskich przyciągająca odwiedzających i wielkie wydarzenia	Duże, zintegrowane projekty kreacyjno – rozwojowe. Międzynarodowe wydarzenia i produkty typu festiwale, koncerty, kongresy, konkursy.

Źródło: A. Klasik, F. Kuźnik, *Wehikuły...*, op.cit., s.192

Schemat 7. Wehikuł rozwoju gospodarki kreatywnej w dużych miastach i zespołach miejskich rangi metropolitarnej – podejście prospektywne w perspektywie 2030 roku

Twórcze jednostki i środowiska Kultura i potencjały	Mechanizmy regulacyjne	Nośne trendy
Realizacje architektoniczno – urbanistyczne oraz instalacje artystyczne i przedsięwzięcia wystawiennicze. Na nowo zagospodarowane duże przestrzenie w śródmieściach, projekty rewitalizacyjne zorientowane na przedsiębiorczość i innowacje społeczne.	Różnorodność kulturowa rozwijana w europejskich i globalnych sieciach miast. Wyłanianie się wielkich przedsięwzięć infrastrukturalnych	Globalne firmy opierające swój rozwój na powiększaniu teamów kreatywnych profesjonalistów. Stała obecność markowych produktów kreatywnych na rynkach globalnych.

Źródło: A. Klasik, F. Kuźnik, *Wehikuły...*, op.cit., s.192

Reasumując moje rozważania na temat roli gospodarki kreatywnej na rozwój miast i regionów, można wyciągnąć tutaj następujące wnioski:

- A. Rozwój gospodarki kreatywnej rodzi dla miast i regionów efekty ekonomiczno – finansowe:
- nowe miejsca pracy
 - wzrost wartości dodanej wytworzonej na danym terytorium
 - zmiany struktury gospodarczej w kierunku bardziej efektywnego wykorzystania zasobów materialnych i niematerialnych

- wzrost dochodów mieszkańców i tym samym podniesienie standardu życiowego i jakości życia.
- B. Efektami społeczno – kulturalnymi działania gospodarki kreatywnej w przestrzeni są:
 - rewitalizacja obiektów miejskich całych dzielnic, placów, ulic, substancji mieszkaniowej itp.
 - organizowanie wydarzeń artystycznych i wydarzeń kulturalnych z jednej strony dla zaspokojenia potrzeb mieszkańców w zakresie potrzeb wyższego rzędu, a z drugiej strony te same wydarzenia tylko w małej skali organizowane są jako przeciwdziałanie wykluczenia społecznego różnego typu
 - przemiany tradycji społeczno – zawodowej
 - kształtowanie tożsamości kulturowej.
- C. Za pomocą filozofii wehikułów rozwoju określać rolę gospodarki kreatywnej w kształtowaniu przyszłej społeczności miast, regionów a także postrzeganie potrzeby uruchomienia nowych branż gospodarki kreatywnej
- D. Należy analizować „geograficzny porządek gospodarki kreatywnej” z punktu widzenia optymalnego rozwoju miast i regionów, gdzie celem jest wzrost dobrobytu jednostki i społeczności lokalnej.

W rozdziałach 1 i 2 zdefiniowałam pojęcie gospodarki kreatywnej, jej fundament, czyli kulturę, związki z rozwojem miast i regionów. Określiłam wpływ tej gospodarki na dobrobyt jednostki i społeczeństwa. Skonstruowałam neuronowy model funkcjonowania gospodarki kreatywnej [NMFGK], w którym o sukcesie funkcjonowania gospodarki kreatywnej decyduje wsparcie władz centralnych i lokalnych państwa [EW].

Właściwe wsparcie dla gospodarki kreatywnej ze strony władz publicznych dokonywane w praktyce polskiej i europejskiej gospodarki będzie przedmiotem analizy w rozdziale 3.

Oczywiście będę tutaj również analizowała teoretyczne aspekty wsparcia rozwoju gospodarki kreatywnej.

Rozdział 3. Polityka ekonomiczna państwa dotycząca wsparcia gospodarki kreatywnej w Polsce i w Unii Europejskiej

3.1. Istota interwencji państwa w obszarze gospodarki kreatywnej

Od czasów pojawienia się keynesizmu badania nad interwencjonizmem państwowym zostały rozwinięte na niespotykaną dotychczas skalę. Jednocześnie rozwijała się nauka makroekonomii badająca m.in. rolę państwa w gospodarce. Dyskusja o roli państwa w gospodarce jest bardzo trudna gdyż ekonomiści badający ten problem nie mają jednolitego stanowiska w następujących kwestiach:

1. Jaki jest przebieg cyklu koniunkturalnego; jakie są jego symptomy oraz metody zapobiegania recesji gospodarczej, jak i wyjścia z niej?
2. Jak i kiedy państwo powinno ingerować w procesy gospodarcze i jakiego używać instrumentarium? ¹¹⁰

Wydaje się, że podkreślenie różnicy między różnymi nurtami współczesnej makroekonomii daje impulsy do prowadzenia dalszych badań. Wiedza ekonomiczna kumuluje się, co oznacza, że nie występuje tutaj tendencja do odrzucenia jakichkolwiek poglądów, które dotychczas nie znalazły teoretycznego ani empirycznego potwierdzenia. Z drugiej jednak strony, należy wyraźnie poszukiwać tego, co łączy współczesną myśl ekonomiczną. Na pewno tym, co łączy współczesne nurty teorii ekonomicznej jest określenie celów stojących przed gospodarką, bowiem obowiązującym tutaj standardem jest stwierdzenie, że podstawowymi celami gospodarki są:

- zbliżenie produktu realnego do produktu potencjalnego
- osiągnięcie stanu pełnego zatrudnienia
- stabilność ogólnego poziomu cen
- harmonijny, zrównoważony rozwój gospodarczy, uświadamiający klasom rządzącym, że wzrost gospodarczy nie może tylko polegać na wzroście PKB, produkcji, zatrudnienia czy dochodów, ale musi jeszcze przynajmniej utrzymać dotychczasowy poziom kapitału przyrodniczego, co pozwoli zapewnić sprawiedliwość międzypokoleniową. ¹¹¹

¹¹⁰ O. Blanchard, Makroekonomia, wyd. Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2011, s.28

¹¹¹ M. Noga, Teoria ekonomiczna a polityka państwa, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 1024, Wrocław 2004

Jaka więc powinna być rola państwa w gospodarce? Decyzje państwa jako podmiotu gospodarowania określające rolę państwa w gospodarce są przedmiotem wielu bardzo gorących dyskusji we współczesnej makroekonomii. Problem polega na tym, że działalność państwa usuwająca niedostatki mechanizmu gospodarki rynkowej może prowadzić do powstania tzw. błędów państwa. Aby tego uniknąć, proponuje się w literaturze przedmiotu, aby państwo ingerowało tylko wtedy, gdy w obszarze interwencjonizmu posiada przewagę komparatywną nad sektorem publicznym. Zgodnie z tym stanowiskiem przyjmuje się, że:

- państwo powinno ingerować tylko wtedy, gdy niesprawności rynku nie odpowiadają interesom społecznym,
- państwo nie tylko powinno dostarczać społeczeństwu zestawu określonych klasycznych dóbr publicznych (usług wojska, policji i porządku publicznego oraz infrastruktury publicznej), ale również powinno określać i egzekwować prawa własności,
- nawet w udowodnionych przypadkach niesprawności rynku, właściwa reakcja państwa powinna polegać na zastosowaniu polityki wykorzystującej narzędzia o charakterze parametrycznym,
- państwo powinno zapewnić stabilne warunki realizacji określonej, spójnej polityki makroekonomicznej poprzez właściwą koordynację polityki fiskalnej, monetarnej i kursowej.¹¹²

Takie ujęcie roli państwa nie uwzględniało przynajmniej następujących faktów:

- a) rosnącej globalizacji gospodarki
- b) konieczności modyfikacji paradygmatu ekonomii głównego nurtu, który uwzględniałby nowe zjawiska w teorii ekonomicznej jak i w praktyce np. teorie zachowań konsumentów, roli kultury w procesach gospodarowania, roli instytucji w gospodarce itp.
- c) pojawienie się nowych sektorów gospodarowania jak np. sektory kreatywne i gospodarka kreatywna, łącząca sektory kreatywne z sektorami kultury.

Uwzględnienie tych faktów w modyfikacji paradygmatu ekonomii głównego nurtu spowoduje bardziej adekwatny opis rzeczywistości gospodarczej i możliwości skonstruowania bardziej trafnych modeli prognostycznych.¹¹³

Wtedy odkrycie związku przyczynowo – skutkowego

A (przyczyna) → B (skutek)

¹¹² M. Noga, Makroekonomia, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2009, s.14-16

¹¹³ M. Noga Neuroekonomia a ekonomia głównego nurtu, CEDEWU.PL, Warszawa 2017, s.35-65

w badaniu masowym występowania takiej relacji, z określeniem wielkości składnika losowego na poziomie wariancji zbliżającej się do 0 [czyli sytuacji gdy A wywołałoby C, D, E...Ω] powoduje, że odkryliśmy prawa ekonomiczne dające podstawę do tworzenia skutecznej, efektywnej i adekwatnej do rzeczywistości gospodarczej polityki gospodarczej państwa. Wystarczy określić w najprostszy sposób na podstawie obowiązującego systemu wartości w danym państwie i w ocenie powszechnej społeczności czy skutek B jest zjawiskiem pozytywnym czy negatywnym.

Jeśli B jest pozytywne, to polityka gospodarcza państwa musi być nastawiona na **maksymalizację** przyczyny A, bo jeżeli będzie więcej przyczyny A to więcej będzie pożądanego przez społeczeństwa skutku.

Natomiast w sytuacji, gdy B jest zjawiskiem negatywnym, to fundamentalnym zadaniem polityki gospodarczej państwa jest eliminowanie przyczyny A z życia gospodarczego, bo wtedy nie wystąpi negatywne B.

W moim powyższym rozumowaniu zaznaczyłam, że skutek B będzie oceniany według obowiązującego systemu wartości w pełni akceptowanego przez społeczeństwo traktowanego jako suweren. Moim zdaniem ciekawe badanie w tym zakresie przedstawili Charles Hampden – Turnet i Alfons Trompenaars z Erasmus University w Holandii, którzy zapytali 15 tysięcy menedżerów z USA, Japonii, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Szwecji i Holandii jak biznes wpływa na dobrobyt państwa, ze szczególnym uwzględnieniem kultur narodowych. Wszystkie te państwa należą do centrum światowego systemu gospodarczego.

Autorzy próbując odpowiedzieć na pytanie w jaki sposób wartości kulturowe wpływają na wybory w sferze gospodarki, wyróżnili siedem podstawowych procesów wartościowania, bez których przedsiębiorstwa tworzące dobrobyt nie mogłyby istnieć:

1. Ustanawianie reguł i odkrywanie wyjątków, czyli jak uniwersalizm (zasady ogólne) godzi się z partykularyzmem (wyjątkami).
2. Dekonstrukcja i rekonstrukcja – tylko przemienny, umysłowy i fizyczny, proces analizy (rozkładanie na części) i syntezy (łączenie elementów w całość może utrzymać przedsiębiorstwo w stanie ciągłego doskonalenia się i odradzania).
3. Zarządzanie jednostkami – godzenie indywidualizmu pracowników, akcjonariuszy i klientów z potrzebami całej grupy i przedsiębiorstwa, czyli z całością systemu, gdzie istnieje równowaga praw i obowiązków. Społeczeństwo i jednostka odnoszą wzajemne korzyści.

4. Przystawianie świata zewnętrznego – należy **pogodzić inspiracje wewnętrzne z zewnętrznymi**.
5. Synchronizacja sekwencji – żeby przedsiębiorstwo mogło jako pierwsze wejść na rynek z tym, czego potrzebuje klient, musi stworzyć spójny system kolejnych sekwencji i ich synchronizacji.
6. Wybieranie najlepszych, zdolność do tworzenia zysku zależy od zgodności osiągniętej pozycji z pozycją przypisaną danemu pracownikowi (danej jednostce).
7. Równość szans, uczciwe współzawodnictwo nie obejdzie się bez udziału urzędników wyższego szczebla i menedżerów.¹¹⁴

W rozdziale 1 zaprezentowałam nowe zjawisko ekonomiczne określone terminem „nowa ekonomia”. Jak stwierdziłam tam ten termin rozpowszechnił się w 1988 roku „Time Magazine” pisząc o „nowej gospodarce” opartej na wiedzy i technologii.¹¹⁵ Naczelny redaktor tego magazynu C.P. Alexander zdefiniował ją jako „...gospodarkę opartą na coraz większym udziale wiedzy i informacji”.¹¹⁶

Przywołuję ten termin „nowa gospodarka” z tego powodu, że zajmujący się jej badaniem tacy wybitni ekonomiści jak: R. J. Stiroch, D.W. Jorgenson, P. Krugman, L.I. Nakamura, G. D. Rudebusch, W. A. Sahlman, zaczęli zastanawiać się nad problemem: czy polityka makroekonomiczna państwa powinna wspierać rozwój gospodarki i dlaczego?¹¹⁷

Podobne pytanie stawiane jest przecież wobec wsparcia przez państwo gospodarki kreatywnej o czym właśnie piszę w tym rozdziale. Analiza poglądów dotyczących wsparcia przez państwo rozwoju nowej gospodarki wyraźnie ukształtowała w literaturze przedmiotu dwa przeciwne nurty.

Nurt 1, reprezentowany głównie przez W.A. Sahmana, który mówi, że władze publiczne powinny powstrzymać się od jakiegokolwiek interwencji w rozwój nowej gospodarki. Nurt 2, reprezentowany przez J. B. Taylora, A. S. Blindera, C. D. Romer, L. Balla i V. Zarnovitzę mówi, że państwo powinno wspierać rozwój nowej gospodarki, ale nie za pomocą aktywnej

¹¹⁴ C. Hampden – Turner, A. Trompenaars, Siedem kultur kapitalizmu USA, Japonia, Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Szwecja, Holandia, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2012, s. 14 -17

¹¹⁵ The New Economy, By Charles P. Alexander. Time Magazine, May 30,1983

¹¹⁶ ibidem

¹¹⁷ A.Wojtyna, Czy tradycyjna ekonomia pozwala zrozumieć nową gospodarkę [w:]

[www.wkonpol.wne.uw.edu.pl/uploads/Dydaktyka/zajecia 11-Pasik.ppt](http://www.wkonpol.wne.uw.edu.pl/uploads/Dydaktyka/zajecia%2011-Pasik.ppt) [dostęp 1.02.2018]

polityki fiskalnej tylko za pomocą „wyważonej” polityki monetarnej działającej z wyprzedzeniem w stosunku do prognozowanych procesów gospodarczych (forward – looking).¹¹⁸

C.D. Romer wręcz pisze, że bardziej wyważona polityka monetarna typu forward – looking, sterowała popytem globalnym i w dużo wyższym stopniu przyczyniła się do powstania „nowej gospodarki” niż zmiany strukturalne, komputeryzacja i technologia informatyczna i komunikacyjna (ICT) i globalizacja.¹¹⁹

Z punktu widzenia celu tej rozprawy są to niezwykle ważne wnioski, gdyż jak już starałam się udowodnić gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym. Jeżeli uda mi się udowodnić w 4 rozdziale, że gospodarka kreatywna reprezentuje wyższe tempo wzrostu mierzone PKB, w porównaniu z innymi sektorami gospodarki, to przenoszenie środków do gospodarki kreatywnej z innych sektorów gospodarki narodowej spowoduje szybszy wzrost dochodów w całej gospodarce. Można by to przeprowadzić za pomocą polityki makroekonomicznej państwa. Aby określić zasadność elementarnej interwencji państwa w procesy rozwoju gospodarki kreatywnej, należałoby powrócić do omówionych wcześniej cech gospodarki kreatywnej :

- a) dobra i usługi wytworzone przez gospodarkę kreatywną są najczęściej dobrami, dla których trzeba szukać klienta i na pewno nie jest to sytuacja, gdzie klient czeka na dobro lub usługę
- b) gospodarka kreatywna z jednej strony asymiluje kreatywność i innowacyjność z drugiej strony „rozprzestrzenienia” na inne gałęzie zarówno kreatywność jak i innowacyjność
- c) gospodarka kreatywna sprzyja zdobywaniu przewagi konkurencyjnej na rynku światowym, co jest istotne dla gospodarki narodowej, chociażby w zakresie tworzenia nowych miejsc pracy i likwidacji bezrobocia.

Zespół badawczy ECORYS Research and Consulting w swoim raporcie z listopada 2009 roku pt. „Analiza potrzeb rozwoju przemysłów kreatywnych”, sporządzonym na zlecenie polskiego Ministerstwa Gospodarki wymienia następujące kwestie uzasadniające potrzebę wsparcia władz publicznych dla rozwoju gospodarki kreatywnej:

1. Sektory kulturalne i kreatywne są zazwyczaj postrzegane jako źródła korzyści dla społeczności o charakterze nie rywalizujących i niewykluczających zaangażowania

¹¹⁸ ibidem

¹¹⁹ C. D. Romer, Changes in Business Cycles: Evidence and Explanations, „Journal of Economic Perspectives, No 1, 1990 year.

dóbr publicznych, dlatego też interwencja publiczna na tym rynku nie będzie oceniana negatywnie jako zaburzenie konkurencji.

2. Korzyścią wynikającą z interwencji w omawianym obszarze jest zwiększenie spójności społecznej. Wsparcie kreatywnych przedsiębiorstw przyczynić się może do redukcji biedy i nierówności społecznych, ponieważ w odróżnieniu od sektorów przemysłowych, przedsiębiorstwa sektorów kreatywnych są raczej małe, często są to firmy rodzinne zatrudniające lokalnych pracowników.
3. Interwencje przeciwdziałają nadmiernej koncentracji w sektorze. Nadmierna koncentracja powoduje, że konkurencja rynkowa przestaje funkcjonować. Interwencja może przywrócić konkurencję, np. umożliwiając powrót lokalnych przedsiębiorstw kreatywnych na dany rynek, w przypadku jego zdominowania przez korporacje transnarodowe.
4. Finansowanie działalności badawczo – rozwojowej ze środków publicznych jest istotne z kilku względów, także z punktu widzenia sektorów kreatywnych. Po pierwsze wyniki prowadzonych na zlecenie publiczne badań, w większym stopniu ulegają rozproszeniu na rynku. Ponadto z założenia mogą być też bardziej ryzykowne (nie wymaga się od nich przynoszenia korzyści finansowych w wymiarze wymaganym w działalności prywatnej). W ciągu ostatnich lat gospodarka stała się w coraz większym stopniu wiedzochłonna. Wytwarzanie, wykorzystywanie, dzielenie się i analizowanie zasobów wiedzy jest coraz ważniejsze dla osiągnięcia wzrostu gospodarczego i kreowania bogactwa, a dostępność nowej wiedzy jest kluczowa dla rozwoju przedsiębiorstw kreatywnych.
5. Rządy są w dużej mierze odpowiedzialne za edukację, szkolenia, certyfikację i udzielanie licencji. Ważne jest, aby dostosować system edukacji do potrzeb rynku, z uwzględnieniem zachodzących na nim zmian, tak aby zapewnić obywatelom możliwość zdobycia zatrudnienia. Zasadna jest więc interwencja polegająca na dostosowaniu systemu kształcenia do zmieniającej się bardziej kreatywnej gospodarki.
6. Troska o poczucie tożsamości kulturowej w społeczeństwie przy zachowaniu jej różnorodności, wymaga zapewnienia obywatelom możliwości korzystania z kultury stanowiącej dziedzictwo narodowe, zaspakajającej potrzeby wyższe decydujące o poczuciu tożsamości narodowej w społeczeństwie. Sektory kreatywne przybliżają kulturę do ludzi.

7. Produkcja kreatywnych dóbr i usług daje wiele możliwości kobietom do zaistnienia na rynku. Jest to działalność, która przynosi satysfakcję pod względem ekonomicznym, jak i osobistym.
8. Promocja sektorów kreatywnych powoduje włączenie kultury do strategii przekierowania gospodarki na ścieżkę zrównoważonego rozwoju.
9. Działalność kulturalna i kreatywna może być wykorzystana jako środek włączania do produktywniej pracy młodzieży, która w przeciwnym wypadku mogłaby pozostawać na bezrobociu.
10. Rozwój sektorów kreatywnych jest silnie związany z nowymi technologiami komunikacyjnymi, w związku z tym powoduje popularyzację rozprzestrzenianie nowych technologii w społeczeństwie.
11. Sektory kreatywne tworzą rynek pracy. Sprzyjają alokacji zasobów ludzkich w sektorach rozwojowych, zwiększaniu dochodów mieszkańców i władz lokalnych, a także zwiększaniu produktywności, zatrudnienia, innowacyjności.
12. Środki zainwestowane w sektory kreatywne stymulują powstanie efektów mnożnikowych prowadzących do szybszej regeneracji społecznej i kulturalnej oraz rewitalizacji obszarów.
13. Działania kulturalne przyciągają turystów, co w sposób bezpośredni (miejsca pracy, przychody ze sprzedaży biletów na wydarzenia kulturalne) i pośredni (wydatki turystów na hotele, transport, restauracje) wpływa na gospodarkę regionu. Dodatkowo, dzięki atrakcyjności turystycznej poprawia się wizerunek miasta czy regionu co stanowi bodziec do zwiększania się ruchu turystycznego i lepszego postrzegania miejsca zamieszkania przez samych mieszkańców. Powiązanie kultury z turystyką nie jest najbardziej widocznym aspektem oddziaływania kultury na rozwój lokalny, w tym także na sektor kreatywny. Sektor kreatywny stymuluje rozwój turystyki kulturalnej (*the visitor economy*) i sprzyja powstawaniu efektów spillover – rozprzestrzeniania idei i wiedzy (szacuje się, że turystyka kulturowa stanowi prawie 70% ruchu turystycznego na świecie).
14. Dobra wytwarzane przez sektor kreatywny, są wytwarzane lokalnie nawet wówczas, gdy przeznaczone są na eksport i konsumowanie poza terenem, na którym zostały wytworzone, co oznacza, że stworzone miejsca pracy będą bardziej stabilne.
15. Sektory kreatywne swoją działalnością wspierają tradycyjne sektory produkcyjne. Dzięki temu poprawiają wyniki zarówno własne, jak kooperantów jednocześnie, dzięki powstającej sieci powiązań mogą zatrzymać tradycyjne sektory w dotychczasowej

lokalizacji. Dlatego też ważne jest wspieranie współpracy przedsiębiorstw kreatywnych między sobą i innymi uczestnikami rynku tak, aby w przyszłości to one stanowiły źródło wzrostu gospodarczego i innowacji w gospodarce.

16. Działalność kulturalna zawsze wiąże się z wysokim oddziaływaniem społecznym. Przyczynia się do tworzenia nowych umiejętności, poprawy komunikacji i dialogu między różnymi społecznościami i stanowi istotne narzędzie dla polityki urbanistycznej, regionalnej i społecznej. Przedsiębiorstwa kreatywne organizują przestrzeń urbanistyczną miast, stanowią spoiwo lokalnych społeczności, współokreślają funkcje metropolitarne miast. Wpływają na atrakcyjność osiedleńczą i lokalizacyjną regionów dla mieszkańców i inwestorów, kreują wizerunki miejsc poprzez poprawę jakości życia mieszkańców, atrakcyjności dla inwestycji (w odniesieniu zarówno do miast jak i obszarów wiejskich).¹²⁰

Myślę, że wnioski tego raportu końcowego uzasadniają uruchomienie przez władze publiczne wsparcia dla gospodarki kreatywnej, natomiast efektywność tego wsparcia zostanie przeze mnie przebadana i opisana w rozdziale 4. Obecnie przeanalizuję programy i instrumenty wsparcia dla gospodarki kreatywnej realizowane przez władze publiczne w Unii Europejskiej i w Polsce.

3.2. Programy i instrumenty wsparcia rozwoju gospodarki kreatywnej w Unii Europejskiej

Parlament Europejski przegłosował 19 listopada 2013 roku wieloletnie ramy finansowe na lata 2014 – 2020, zwane Budżetem Unii Europejskiej na lata 2014 – 2020.¹²¹

Budżet ten ma zrealizować 12 najważniejszych kwestii. Wśród nich jest kwestia 3. „Europejska kultura, kino, telewizja, muzyka, literatura, teatr, dziedzictwo kulturowe i inne powiązane dziedziny” w ramach której jest program **„Kreatywna Europa”**. Program ten, którego budżet na najbliższe siedem lat wynosi 1,5 mld euro (w ujęciu realnym o 9% więcej niż obecnie), pobudzi rozwój sektora kultury i sektora kreatywnego, które są ważne z punktu widzenia zatrudnienia i wzrostu. Z tego programu dofinansowane zostaną również inicjatywy

¹²⁰ Raport ECORYS „Analiza potrzeb rozwoju przemysłów kreatywnych, Warszawa, listopad 2009 [Autorzy: M. Mackiewicz, B. Michorowska, A. Śliwka, M. Grochowski. Jest to raport końcowy oparty na materiałach UNCTAD, Komisji Europejskiej oraz na K. Oakley, B. Sperry, Fine Art and Innovation, NESTA Working Paper, March 2008]

¹²¹ Sprawozdanie na temat unijnego budżetu na lata 2014 – 2020, Przedstawiciel Kancelarii Senatu przy Unii Europejskiej, Sprawozdanie nr 120 / 2013, Bruksela 10 grudnia 2013 roku [w:] <https://www.senat.gov.pl/download/gfx/senat/pl/defanltopisy/296/5/1/120.pdf> [dostęp 1.02. 2018]

takie jak: Europejska Stolica Kultury, znak dziedzictwa europejskiego. Europejskie Dni Dziedzictwa oraz pięć nagród europejskich (nagroda UE w dziedzinie dziedzictwa kulturowego / nagrody „Europa Nostra”, nagroda UE w dziedzinie architektury współczesnej, Europejska Nagroda Literacka, nagrody „European Border Breakers” oraz nagroda programu MEDIA Unii Europejskiej).”¹²²

Jak widać, program „Kreatywna Europa” otrzyma 1,5 mld euro wsparcia w latach 2014 – 2020. Ale moim zdaniem to nie są wszystkie środki na gospodarkę kreatywną bowiem zawarte są one również w kwestiach 4 i 5.

„4. Finansowane przez UE badania i innowacje coraz bardziej będą wpływać na poprawę jakości życia Europejczyków oraz większą konkurencyjność UE na świecie. Pula środków **nowego programu na rzecz badań naukowych i innowacji „Horyzont 2020”** to prawie 80 mld euro – czyli około 30 proc. więcej niż obecnie w ujęciu realnym. Bez wątpienia „Horyzont 2020” jest centralnym elementem dążeń UE do osiągnięcia nowego wzrostu gospodarczego i tworzenia miejsc pracy w Europie. Naukowcy i przedsiębiorstwa w całej Europie mogą zatem liczyć na znacznie większe i ułatwione wsparcie UE: program ten będzie stymulował prowadzenie w Europie prac badawczych na najwyższym poziomie, w tym w ramach **Europejskiej Rady ds. Badań Naukowych**, wzmocni **wiodącą pozycję UE w zakresie innowacji w przemyśle**, m.in. dzięki inwestycjom w najważniejsze technologie, lepszemu dostępowi do kapitału oraz wsparciu dla MŚP, oraz pomoże sprostać **największym wyzwaniom społecznym**, takim jak zmiana klimatu, rozwój zrównoważonego transportu i mobilności, obniżenie kosztów energii odnawialnej, zapewnienie bezpieczeństwa żywności i dostępu do żywności oraz rozwiązywanie problemów związanych ze starzeniem się społeczeństwa. Należy szczególnie podkreślić, że program ten **pomoże zmniejszyć dystans między badaniami naukowymi a rynkiem**, np.: poprzez wspieranie innowacyjnych przedsiębiorstw w wykorzystywaniu przełomowych odkryć technologicznych do tworzenia rentownych produktów o rzeczywistym potencjale komercyjnym. Jednym z najważniejszych elementów programu „Horyzont 2020” będzie **współpraca międzynarodowa**. W ramach programu „Horyzont 2020” działania „Maria Skłodowska – Curie” otrzymają w latach 2014 – 2020 ponad 6 mld euro – czyli o 30 proc. więcej niż obecnie. Pozwoli to UE na przekazanie środków dla ponad 65 000 naukowców. Europejski Instytut Innowacji i Technologii (EIT) otrzyma w latach 2014 – 2020 2,7 mld euro, które zostaną wykorzystane na zbliżenie instytucji szkolnictwa

¹²² ibidem

wyższego, placówek badawczych i przedsiębiorstw, a także na wspieranie przedsiębiorstw rozpoczynających działalność i wyspecjalizowanych studiów podyplomowych.

5. **Małe i średnie przedsiębiorstwa** to trzon gospodarki UE: stanowią one około 99 proc. wszystkich europejskich przedsiębiorstw i zapewniają dwie trzecie miejsc pracy w sektorze prywatnym. Dzięki temu programowi **COSME** mogą się one spodziewać wsparcia w wysokości 2,3 mld euro na zwiększenie konkurencyjności i pobudzenia wzrostu gospodarczego oraz tworzenia miejsc pracy w Europie. COSME jest pierwszym programem UE ukierunkowanym na MŚP, który ułatwi im dostęp do rynków na terenie Unii i poza nią, a także zapewni łatwiejszy dostęp do finansowania poprzez gwarancje kredytowe i kapitał¹²³.

W tablicy 12. przedstawiono budżet UE (2014- 2020) w układzie działowym, gdzie Dział 1 „Inteligentny wzrost gospodarczy sprzyjający włączeniu społecznemu” zawiera element 1A „Konkurencyjność na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia”. Tutaj znajdują się środki na gospodarkę kreatywną, oczywiście nie wszystkie, ale właśnie te środki mają generować innowacyjność i kreatywność. To bardzo ciekawa pozycja, zwróćmy tutaj uwagę na następujące fakty:

- a) W latach 2014 – 2020 rozdział 1A otrzyma 125 mld 614 mln euro w następujących transzach:
 - 2014 – 15 mld 605 mln euro
 - 2015 – 16 mld 321 mln euro
 - 2016 – 16 mld 726 mln euro
 - 2017 – 17 mld 693 mln euro
 - 2018 – 18 mld 490 mld euro
 - 2019 – 19 mld 700 mln euro
 - 2020 – 21 mld 079 mln euro
- b) Jest to wzrost wszystkich środków rozdziału 1A z 91,5 mld euro (2007 – 2013) do 125,6 mld euro (2014- 2020) czyli wzrost o 37,3%
- c) w latach 2007 – 2013 środki rozdziału 1A stanowiły 9,2% całego budżetu UE a w latach 2014- 2020 stanowią już 13,2 % całego unijnego budżetu, czyli wzrost udziału wynosi 4 punkty procentowe.

Świadczy to o przykładaniu dużego znaczenia przez władze unijne do rozwoju sektorów kreatywnych i gospodarki kreatywnej w ogóle.

¹²³ ibidem

Tablica 12. Tabela wieloletnich spraw finansowych (UE 28)

(miliony EUR w cenach z 2011 r)

ŚRODKI NA ZOBOWIĄZANIA	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	łącznie 2014- 2020
Inteligentny wzrost gospodarczy sprzyjający włączeniu społecznemu	60 283	61 725	62 771	64 238	65 528	67 214	69 004	450 763
Konkurencyjność na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia	15 605	16 321	16 726	17 693	18 490	19 700	21 079	125 614
Spójność gospodarcza, społeczna i terytorialna	44 678	45 404	46 045	46 545	47 038	47 514	47 925	325 149
2.Trwały wzrost gospodarczy: zasoby naturalne	55 883	55 060	54 261	53 448	52 446	51 503	50 558	373 179
w tym: wydatki związane z rynkiem płatności bezpośrednie	41 585	40 989	40 421	39 837	39 079	38 335	37 605	277 851
3.Bezpieczeństwo i obywatelstwo	2 053	20 75	2 154	2 232	2 312	2 391	2 469	15 686
4.Globalny wymiar Europy	7 854	8 083	8 281	8 375	8 553	8 764	8 794	58 704
5.Administracja	8 218	8 385	8 589	8 807	9 007	9 206	9 417	61 629
W tym: wydatki administracyjne instytucji	6 649	6 791	6 955	7 110	7 278	7 425	7 590	49 798
6. Wyrównania	27	0	0	0	0	0	0	27
ŚRODKI NA ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	134 318	135 328	136 056	137 100	137 866	139 078	140 242	959 988
jako procent DNB	1,03%	1,02%	1,00%	1,00 %	0,99%	0,98%	0,98 %	1,00%

ŚRODKI NA PŁATNOŚCI OGÓŁEM	128 030	131 095	131 046	126 777	129 778	130 893	130 781	908 400
jako procent DNB	0,98%	0,98%	0,97%	0,92 %	0,93%	0,93%	0,91%	0,95 %
Dostępny margines	0,25 %	0,25%	0,26%	0,31%	0,30%	0,30%	0,32%	0,28%
Pułap zasobów własnych jako procent DNB	1,23%	1,23%	1,23%	1,23%	1,23%	1,23%	1,23%	1,23%

Źródło: <https://www.senat.gov.pl/download/gfx/senat/pl/defaultopisy/296/5/1/120.pdf> [dostęp 1.02. 2018]

Dzięki programowi proponowanemu przez Komisję Europejską „Kreatywna Europa” w latach 2014 – 2020:

- trzysta tysięcy artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą oraz ich dzieła mają szansę otrzymać środki finansowe na kreowanie popytu na ich sztukę w kraju i za granicą;
- ponad tysiąc filmów może otrzymać wsparcie w zakresie dystrybucji, co umożliwi zaprezentowanie ich nie tylko w Europie, ale i na świecie;
- co najmniej 2,5 tysiąca europejskich kin otrzyma finansowanie, aby przynajmniej 50% wyświetlanych filmów było produkcji europejskiej;

- ponad 5,5 tysięcy książek i innych dzieł literackich będzie otrzymywać wsparcie na rzecz tłumaczenia, aby obywatele Unii Europejskiej mogli zapoznać się z literaturą europejską w języku ojczystym;
- dziesiątki tysięcy organizacji kultury i osób (menedżerów) związanych zawodowo z kulturą będą mogły korzystać z bezpłatnych szkoleń umożliwiających działanie na arenie międzynarodowej;
- projekty finansowane za pomocą programu „Kreatywna Europa” dotrą do co najmniej 100 milionów osób.¹²⁴

W ramach Komisji Europejskiej funkcjonuje The Directorate General for Education, Youth, Sport and Culture [DGEYSC], czyli Dyrekcja Generalna ds. Edukacji, Młodzieży, Sportu i Kultury, która w praktyce realizuje artykuł 167 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Działania tego Departamentu są ściśle określone przez Europejską Agendę Kultury [European Agenda for Culture]. Departament zarządza instytucjami wpierającymi europejskie dziedzictwo kulturowe określone bardzo precyzyjnie w programie „Kreatywna Europa”. Jednocześnie Dyrekcja Generalna zapewnia państwom członkowskim UE wsparcie polityczne, oprócz finansowego, które zostało przedstawione powyżej.¹²⁵

Jakie obecnie Dyrekcja Generalna realizuje inicjatywy? Oto one:

- I. Międzykulturowy Rok UE – Chiny [EU- CHINA YEAR of intercultural Dialogue]
- II. Europa dla festiwali w Europie [Europe for Festivals, Festsitivals for Europe]
- III. @ różnorodność [@ DIVERSITY]
- IV. Obieg europejskich filmów w erze cyfrowej [wideo na żądanie -VOD]
- V. Kultura w stosunkach zewnętrznych [Culture in External Relations]
- VI. Europejskie Forum Kultury [European Culture FORUM].¹²⁶

Tak wyglądają programy wsparcia gospodarki kreatywnej przez Komisję Europejską dla wszystkich państw Unii Europejskiej.

Obecnie chciałabym zaprezentować jak takie programy działają w poszczególnych państwach na przykładzie Wielkiej Brytanii, Niemiec i Francji, zaś w kolejnym podrozdziale, przeanalizuję ten problem w Polsce.

¹²⁴ Komisja Europejska – Komunikat Prasowy [w:] europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1399_pl.htm [dostęp 9.03.2018]

¹²⁵ www.europa.eu/culture/europa-creative [dostęp 9.03.2018]

¹²⁶ ibidem

W Wielkiej Brytanii od początku funkcjonowania przemysłów kreatywnych konstruowano szereg polityk wspierania gospodarki kreatywnej. Celem władz publicznych Wielkiej Brytanii w zakresie wspierania gospodarki kreatywnej było:

- 1) Tworzenie bardziej atrakcyjnych przestrzeni miejskich – miasta bardziej atrakcyjne dla mieszkańców i dla biznesu.
- 2) Zwiększenie uczestnictwa obywateli w imprezach kulturalnych i szeroko rozumianej kulturze i sztuce.
- 3) Tworzenie powiązań i współpracy pomiędzy instytucjami a uniwersytetami i instytucjami edukacyjnymi.
- 4) Zwiększenie różnorodności kulturowej.¹²⁷

Zrealizowano tutaj następujące programy:

- A. Queensland Creative Industries Strategy (Creativity is Big Business: a framework for the future)
- B. Great art for everyone 2008 – 2011 (Wielka sztuka dla każdego) jako Plan dla Brytyjskiej Rady Sztuki).

Zadaniem Brytyjskiej Rady Sztuki jest wsparcie rozwoju sektorów kreatywnych Wielkiej Brytanii.

W tym celu :

1. Przeprowadzona zostanie kampania zachęcająca szerokie grono odbiorców na terenie całego kraju do czerpania doświadczeń i radości ze sztuki. W tym celu Rada będzie współpracować z mediami, organizacjami sztuki, podmiotami publicznymi i partnerami prywatnymi.
2. Przygotowane zostaną strategie dla różnorodności, internalizacji i zwiedzania w celu uwzględnienia wszystkich regionów kraju i ich potencjału artystycznego.
3. Sfinansowane zostaną inicjatywy na terenie całego kraju w celu zwiększenia zaangażowania ludzi w sztukę i pogłębienia ich doświadczeń.

W ramach wspierania sztuki, w okresie 2008 – 2011 inwestycje obejmą ukończenie kilku dużych projektów, w tym min.:

1. Odnowa the Royal Shakespeare Company w Stratford-on-Avon
2. Modernizacja Grand Theatre w Leeds (nowa lokalizacja dla Opera North)
3. Nowy budynek dla Curve, Leicester Performing Arts Centre
4. Kreatywny kampus w Aldeburgh (profesjonalne centrum rozwoju dla muzyków)

¹²⁷ Raport ECORYS...op.cit., s.41

5. Centrum sztuki i karnawału w Luton

Ponad to oferowane będą „granty dla sztuki” – program wsparcia dla organizacji i osób fizycznych. W latach 2008 – 2011 fundusze programu obejmą 154 milionów funtów pochodzących z Loterii Narodowej (*National Lottery*).

Program wsparcia dla osób indywidualnych skierowany został do liderów sztuki, którzy wsparci zostaną specjalnym, dedykowanym programem (*Cultural Leadership Programme*), dzięki któremu będą mogli oni rozwijać swój profesjonalizm.

Kolejny program wdrażany przez Radę: Projekt Sztuka na Własność (*Own Art*) skierowany do gospodarstw domowych i organizacji, zakłada wsparcie rozwoju rynku sztuki poprzez zwiększenie liczby galerii uczestniczących we współpracy w ramach programu, gdzie każdy nabywca dzieła sztuki może zaciągnąć nieoprocentowaną pożyczkę na zakup wybranego dzieła. W rezultacie odbiorcy sztuki mogą się cieszyć wysokiej jakości pracami w domach, a artyści mogą utrzymać się ze swoich kreatywnych działań.¹²⁸

Ponadto Brytyjska Rada Sztuki realizowała następujące programy:

- *Find Your Talent*
- *4 Innovation for the Public (4 i P) Fund*
- *Youth Music Box*
- *World Young Peoples Arts Binnale*
- *Youth Justice Board*
- *INHABIT- CREATIVE WORKSPACE*
- Nauka przedsiębiorczości w szkole artystycznej „*Making it happen*”
- i wiele innych.¹²⁹

W końcu stycznia 2018 roku premier Wielkiej Brytanii Theresa May ogłosiła rządowy dokument pt. „Budując naszą strategię przemysłową” [*The Building our Industrial Strategy*], w którym stwierdziła, że będzie ona opierać się na 10 filarach:

1. Inwestowanie w naukę, badania i innowacje, aby gospodarka była bardziej innowacyjna;

¹²⁸ http://www.artscouncil.org.uk/publication_archive/great-art-for-everyone-2008-2011 [dostęp 10.03.2018], www.culturalleadership.council-org.uk/ownart/ [dostęp 10.03.2018], www.dd.arts-council-org.uk/ownart/ [dostęp 10.03.2018]

¹²⁹ ibidem, oraz Raport ECORYS...op.cit. s.35-56

2. Stworzenie systemu edukacyjnego, który zapewni zdobycie podstawowych kwalifikacji niezbędnych w nowoczesnej gospodarce - promowanie wiedzy matematycznej, inżynierskiej, technicznej;
3. Modernizacja infrastruktury – lepsze dostosowanie rządowych inwestycji infrastrukturalnych do lokalnych priorytetów rozwojowych;
4. Wsparcie dla zakładania i rozwoju przedsiębiorstw – zapewnienie firmom w całej Wielkiej Brytanii, dostępu do kwalifikacji menadżerskich oraz źródeł finansowania, stworzenie warunków sprzyjających długofalowym inwestycjom;
5. Udoskonalenie systemu zamówień publicznych – stosowanie strategicznych rządowych zamówień dla wspierania innowacji i rozwoju brytyjskiego łańcucha dostaw;
6. Wspieranie międzynarodowego handlu oraz przyciąganie bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ), co będzie sprzyjać zdobywaniu przewagi konkurencyjnej brytyjskich przedsiębiorstw;
7. Dostarczanie taniej i czystej energii, która umożliwi niskie koszty prowadzenia biznesu i łagodne przejście do nisko węglowej gospodarki;
8. Wspieranie sektorów produkujących na eksport, z równoczesnym wsparciem rządu dla pozostałych sektorów;
9. Stymulowanie wzrostu gospodarczego na całym obszarze kraju, inwestowanie w regionalne kluczowe projekty infrastrukturalne, wspieranie lokalnych projektów innowacyjnych;
10. Tworzenie odpowiednich instytucji, które będą kojarzyć sektory i regiony; niektóre struktury trzeba tworzyć od nowa, inne istniejące wzmocnić; będą to instytucje obywatelskie, biznesowe, edukacyjne i finansowe.¹³⁰

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na następujące fakty:

- a) Rząd Theresy May jest emanacją konserwatywnej myśli ekonomicznej Wielkiej Brytanii a mimo to proponuje bardzo aktywną ingerencję państwa w procesy gospodarowania
- b) Rząd Wielkiej Brytanii zdaje sobie sprawę z tego, że wydajność pracy w Wielkiej Brytanii niższa niż w Niemczech. Brytyjski robotnik potrzebuje pięciu dni na wykonanie tego, co Niemiec, któremu zajmuje to tylko 4 dni¹³¹

¹³⁰ <https://www.england.pl/aktualności/finase-gospodarka/news.html?n=3> [dostęp 10.03.2018]

¹³¹ ibidem

- c) Ogłoszona strategia przemysłowa ma polegać głównie na wydawaniu publicznych pieniędzy na inwestycje w infrastrukturę, projekty badawcze i rozwojowe, a także rozwój regionów
- d) Ta strategia nie będzie bezpośrednio subsydiować przedsiębiorstwa, aby nie wspierać nieudanych, ale będzie promować tych, którzy potrafią udowodnić, że zasługują na wsparcie.

W przemówieniu Theresy May na temat „Strategii” powiedziano wprost o wsparciu przemysłów kreatywnych. Właściwie wszystkie filary tej strategii bezpośrednio lub pośrednio wspierają rozwój gospodarki kreatywnej w Wielkiej Brytanii.¹³²

Obecnie przeanalizuję politykę Rządu Niemiec i niemieckich regionalnych władz publicznych, dotyczącą wsparcia gospodarki kreatywnej.

W 2012 roku **Deutsche Bank Research** opublikował dokument pt. *„Cultural and creative in dustries. Growth potential in specific segment”* w którym scharakteryzował gospodarkę kreatywną w Niemczech i inicjatywy władz publicznych dotyczących wsparcia rozwoju tej gospodarki.¹³³

Dokument ten prezentuje następujące fakty:

- A. W 2009 roku w gospodarce kreatywnej w Niemczech:
 - było zatrudnionych 1 milion osób
 - wytworzono dobra i usługi wartości 60 mld euro
 - 2,6% stanowił udział tej gospodarki w tworzeniu PKB Niemiec (za 2009 rok)
 - wartość wytworzonych dóbr i usług w 2009 roku przez gospodarkę kreatywną Niemiec w wysokości 60 mld euro przewyższał wartość takich przemysłów jak:
 - chemiczny 36 mld euro
 - elektrotechniczny 57 mld euro
 - motoryzacyjny 59 mld euro
- B. W 2020 roku gospodarka kreatywna Niemiec wytworzy dobra i usługi o wartości 175 mld euro, co będzie oznaczać wzrost o 287% w stosunku do roku 2009, czyli w ciągu 11 lat
- C. Czołowymi branżami gospodarki kreatywnej są:
 - prasa/ media
 - oprogramowanie/elektronika

¹³² ibidem

¹³³ [Creativeindustries.co/post/25080013924/przemysly-kreatywne-w-niemczech](https://creativeindustries.co/post/25080013924/przemysly-kreatywne-w-niemczech) [dostęp 10.03.2018]

- rozrywka
 - reklama
 - design, moda, wzornictwo
 - wydawnictwa książkowe
- D. Przedsiębiorstwa jednoosobowe (mikroprzedsiębiorstwa) tworzą 40% wartości gospodarki rynkowej, 60% wartości tworzą firmy zatrudniające powyżej 10 osób. W pierwszej grupie zatrudnionych było 270.000 osób a w drugiej grupie przedsiębiorstw 730.000 osób.
- E. Deutsche Bank Research proponuje udzielania pożyczek firmom z sektora przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych (gospodarka kreatywna) do 30 tysięcy euro na okres 1-3 lat, dla każdej firmy
- F. Z uwagi na fundamentalny charakter Niemiec, Autorzy dokumentu proponują, aby wsparcie finansowe i doradztwo a także budowanie infrastruktury wirtualnej/ cyfrowej oraz fizycznej – powierzchni biurowej powinno być podejmowane regionalnie w obrębach landu.
- G. Wsparcie dla rozwoju gospodarki kreatywnej powinno być dopasowane do specyfiki branż tej gospodarki.

W Niemczech realizowane są następujące programy wsparcia gospodarki kreatywnej:

- a) Departure experts – wiedeńska platforma internetowa (funkcjonująca w całym obszarze niemieckojęzycznym) stworzona dla firm z sektora kreatywnego w celu dostarczenia im porad. Każdy z przedsiębiorców dostaje voucher o wartości 15 tysięcy euro. Może go wykorzystać, poprzez konsultacje z wybitnymi specjalistami dostępnymi w tej witrynie internetowej
- b) Mikrokreditfonds Deutschland – jest to fundusz pożyczkowy o wartości 100 milionów euro, który dotyczy niemieckich i unijnych subwencji. Zarządzany jest przez Gemeinschaftsbank *für* Leihen und Schenken (GLS Bank). Fundusz ten służy powoływaniu start – upów
- c) Cultural and Creative Industries Initiative, powstał na bazie „Kultur in Deutschland” w 2007 roku. Ta inicjatywa składa się z:
 - Ministra Stanu ds. Kultury i Mediów
 - Federalnego Ministerstwa Gospodarki i Technologii
 - Przedstawicieli Federalnych Ministerstw:

- Sprawiedliwości
- Finansów
- Pracy i Spraw Socjalnych
- Spraw Zagranicznych
- Edukacji i Badań Naukowych

i ma za zadanie tworzenie kompleksowych rozwiązań dla sektora kreatywnego, z uwzględnieniem propozycji poszczególnych ministerstw. Dotyczy to takich spraw jak:

- monitoring gospodarki kreatywnej w Niemczech
- publikowanie danych, raportów, problemów tej gospodarki
- promocja dobrych praktyk w gospodarce kreatywnej
- nawiązywanie kontaktów biznesowych
- łatwy dostęp do kapitału potrzebnego na rozwój
- przygotowywanie programów osłonowych dla kreatywnych podmiotów będących w stanie przedemerytalnym

d) „Venture Capital Fonds Kreativwirtschaft” in Berlin – fundusz z budżetem 30 milionów euro

e) Institut pour le Financement du Cinema et des Industries Culturelles.¹³⁴

Szczególną rolę w rozwoju gospodarki kreatywnej w Niemczech odgrywa Berlin. Berlin łączy tradycyjną branżę mediów z gospodarką cyfrową i przemysłem telekomunikacyjnym. Stolica jest jedynym – w swoim rodzaju miastem przemysłu kultury w Niemczech.

Gospodarka kreatywna w Berlinie obejmuje 37 tysięcy przedsiębiorstw, zatrudniających 300 tysięcy osób i osiągając obrót około 30 mld euro w 2015 roku, co stanowi około 25% całego obrotu gospodarki kreatywnej w Niemczech w 2015 roku.¹³⁵

Główne gałęzie (branże) gospodarki kreatywnej w Berlinie to:

- telewizja
- prasa
- film
- muzyka

¹³⁴ ibidem

¹³⁵ www.businesslocationcenter.de/pl/business-location/industry-information [dostęp 10.03.2018]
www.businesslocationcenter.de/pl/B/iii/seiteO.jsp [dostęp 10.03.2018]

- telekomunikacja
- internet
- reklama

Inicjatywy w obrębie gospodarki kreatywnej wspierane przez Berlin to:

- Pierwsze miejsce pod względem realizacji międzynarodowych produkcji filmowych
- Siedziba Axel Springer AG, Universal Music Deutschland, Viacom International Media Networks, Hasso Platter – Institute, Wooga, N-24, DW-TV, rbb
- Metropolia start-upów w zakresie:
 - tworzenia sieci stron internetowych
 - gier
 - mediów społecznościowych
 - m-commerce
- Muzyczna stolica Niemiec – obrót roczny 700mln euro
- Najbardziej zróżnicowany region prasowy i najsilniejszy rynek wydawniczy w Niemczech
- Miejsce organizacji międzynarodowych imprez i wydarzeń
 - Międzynarodowy Festiwal Filmowy (Berlinale)
 - Niemieckie Nagrody Filmowe (Deutscher Filmpreis)
 - medienwoch @ IFA
 - Niemieckie Nagrody Gier Komputerowych (Deutscher Computerspielpreis)
 - targi dla start – upów: BerlinWeeb Week, re: publice Next
 - animago Award
 - ECHO
 - Międzynarodowy Festiwal Designu DMY
 - Berlin Fashion Week
- Niespotykane nigdzie indziej w Europie otoczenie naukowo – badawcze i środowisko kształcenia.¹³⁶

Przechodzę obecnie do omówienia programów wsparcia i rozwoju gospodarki kreatywnej we Francji. Biuro Ernst and Young[EY] w 2015 roku opublikowano ocenę sytuacji francuskiego przemysłu kreatywnego. EY podzieliło ten rynek gospodarki kreatywnej na sektory [2014 rok]:

¹³⁶ ibidem

1. Rynek grafiki i plastyki

Jest jednym z najciekawszych sektorów całego przemysłu kreatywnego

Zatrudnienie 307 716,

Obrót 18,8 mld euro

2. Rynek muzyczny

Zatrudnienie: 240 874

Obrót: 8,6 mld euro

3. Rynek widowisk na żywo

Zatrudnienie: 267 713

Obrót: 8,4 mld euro

4. Rynek audiowizualny

Sektor kina

Zatrudnienie: 105 890

Obrót: 4,4 mld euro

Sektor telewizji

Zatrudnienie 176 467

Obrót: 14,9 mld euro

Sektor radia:

Zatrudnienie: 17 450

Obrót: 1,6 mld euro

5. Rynek książki i prasy

Sektor książki:

Zatrudnienie: 79 613

Obrót: 5,6 mld euro

Sektor prasy

Zatrudnienie: 101 933

Obrót: 10,7 mld euro

6. Rynek gier wideo:

Zatrudnienie: 23 635

Obrót: 5,0 mld euro ¹³⁷

¹³⁷ <https://france.trade.gov.pl/.../francja/.../165247>, sytuacja-francuskiego-przemyslu-kreatywnego [dostęp 10.03.2018]

Podsumowując te dane EY za 2014 rok mogę stwierdzić, że w gospodarce kreatywnej Francji, zatrudnionych było dokładnie 2. 277. 294 osób a obrót całej gospodarki wyniósł 79,0 mld euro. Departament Badań i Przyszłych Trendów Ministerstwa Kultury i Komunikacji [DEPS], czyli organ rządowy dokonał podobnych badań w latach 2009 – 2011 pod patronatem Eurostatu. W roku 2011 DEPS pisze, że „sektor kultury we Francji wygenerował łącznie 85 mld euro”, w tym 40 mld euro wartości dodanej co stanowiło 2,2% tej wartości całej gospodarki krajowej we Francji”.¹³⁸

Co wynika z tego zestawienia? Albo EY zastosowało błędną metodologię obliczeń dochodu wygenerowanego przez gospodarkę kreatywną we Francji w 2014 roku, albo dochód tej gospodarki we Francji spada, co wywołuje potrzebę dalszych badań w tym zakresie, ale to jest jednak poza obszarami badania tej rozprawy. W tym rozdziale analizuję politykę wsparcia rządowego i regionalnego dla rozwoju gospodarki kreatywnej i rodzi się tutaj konstatacja, że być może polityka wsparcia władz publicznych we Francji, dla gospodarki kreatywnej jest niewystarczająca. Jest to niezwykle interesujący problem, wymagający dalszych badań.

Francja od wieków dominuje kulturowo w skali europejskiej i światowej. Obecnie pod względem organizacji i finansowania kultury. Stanowi ona przykład modelu państwa o centralnym finansowaniu tego sektora, dając jednocześnie przykład dbałości o zachowanie dziedzictwa narodowego i kreowania nowych form twórczości, przyczyniając się do jego rozwoju ekonomicznego i społecznego.

Większość państw będących federacjami landów, regionów, kantonów, departamentów na świecie przyjęło francuski model finansowania kultury jako wzorzec, co może świadczyć o ugruntowanej przez wieki pozycji kultury w polityce Francji.¹³⁹

Centralna administracja kultury we Francji od roku 2007 cechowała się rozbudową struktury wewnętrznej. W skład Ministerstwa Kultury wchodziło 9 departamentów (bądź delegatur):

- Główny Departament ds. Administracji (DAG)
- Departament Książki i Czytelnictwa (DLL)
- Departament Muzeów Francji (DMF)
- Departament Dziedzictwa Narodowego (DP)

¹³⁸ www.nsk.pl/badania/.../udzial-kultury-w-gospodarce-krajowej-francji-raport-deps [dostęp 10.03.2018]

¹³⁹ A. M. Suhecki, *Determinanty finansowania kultury w Polsce i we Francji* [w:] de.potuw.ceon.pl/.../Determinaty_finansowe_kultury_w_Polsce_i_we_Francji [dostęp: 10.03.2018]

- Departament Teatru i Spektakli (DTS)
- Departament Muzyki i Tańca (DMD)
- Wydział Sztuk Plastycznych (DAP)
- Wydział Rozwoju i Organizacji (DDF)

W wyniku reorganizacji ministerstwa uproszczono jego organizację, co spowodowało, że przejrzystość polityki kulturalnej stała się większa i zwiększyły się możliwości strategii wsparcia kultury. Dotychczasowe Ministerstwo Kultury przekształcono w Ministerstwo Kultury i Komunikacji co niewątpliwie miało wpływ na możliwość wsparcia nie tylko kultury, ale całej gospodarki kreatywnej. Nowemu Ministerstwu podlega sekretariat i cztery podmioty:

- Sekretariat Generalny (SG)
- Departament Dziedzictwa Narodowego (DGP)
- Wydział Twórczości Artystycznej (DGCA)
- Departament Mediów i Przemysłów Kultury (DGMI)
- Departament ds. Języka Francuskiego i Języków Francji (DGLF).¹⁴⁰

Francja ma 26 regionów i w każdym z nich Ministerstwo Kultury i Komunikacji ma swoją Regionalną Dyрекcję ds. Kultury (DRAC). Jest to wyraz dekoncentracji i decentralizacji wsparcia publicznego kultury i gospodarki kreatywnej. Do roku 2004 Francja wydatki na kulturę realizowała poprzez wydatki wszystkich ministerstw (rządu) i wydatki Ministra Kultury na cele kultury stanowiły 40 – 45% wszystkich wydatków Francji na kulturę. W 2005 roku we Francji wprowadzono metody budżetowania zadaniowego, ale w dalszym ciągu Ministerstwo Kultury i Komunikacji ma udział we wszystkich wydatkach na kulturę budżetu państwa nie więcej niż 45%.¹⁴¹

Wsparcie publiczne gospodarki kreatywnej we Francji ma charakter modelowy. Francja posiada centralny organizacyjny i państwowy model finansowania kultury. W modelu tym główny ciężar finansowania kultury, spoczywa na Ministerstwie Kultury i Komunikacji, gdzie również realizuje się programy wsparcia przemysłów kreatywnych. Po wprowadzeniu reformy finansów publicznych we Francji w 2005 roku obowiązują metody finansowania jest budżet zadaniowy, a Ministerstwo Kultury i Komunikacji zostało jedynym dysponentem środków budżetu kultury. Z danych prezentowanych przez DEPS, oficjalny departament

¹⁴⁰ ibidem, s.117 – 125

¹⁴¹ ibidem

statystyki Ministerstwa Kultury i Komunikacji we Francji rocznie budżet państwa na kulturę wydaje ponad 4-5 mld euro.¹⁴²

Oznacza to wsparcie publiczne dla sektorów kreatywnych na poziomie około 12 mld euro rocznie. Oczywiście wydatki na kulturę i gospodarkę kreatywną we Francji ponoszą jeszcze:

- prywatni sponsorzy
- organizacje pozarządowe non – profit, działające w gospodarce kreatywnej, których we Francji jest ponad 200 tysięcy.

Warto w tym miejscu zestawić duże liczby: wartość produktów i usług sektora kultury i sektora kreatywnego Francji to około 80 mld euro a publiczne programy wsparcia gospodarki kreatywnej wynoszą ponad 11 mld euro rocznie, oczywiście bez wsparcia sponsorów prywatnych i organizacji non – profit. Obecnie przeprowadzę analizę programów wsparcia gospodarki kreatywnej w Polsce, co pozwoli na przeprowadzenie analizy komparatywnej w tym zakresie Polski, Wielkiej Brytanii, Niemiec i Francji.

3.3. Instrumentarium wsparcia gospodarki kreatywnej przez władze publiczne w Polsce

Pierwszym badaniem ogólnopolskim dotyczącym rozwoju przemysłów kreatywnych w Polsce był Raport Krajowej pracowni ECORYS Resarch and Consulting opublikowany w listopadzie 2009 roku, opracowany na zlecenie Ministerstwa Gospodarki pt. „Analiza potrzeb rozwoju przemysłów kreatywnych”¹⁴³- diagnoza i analiza potrzeb rozwoju przemysłów kreatywnych w Polsce oraz propozycja instrumentarium wsparcia gospodarki kreatywnej w Polsce. W podrozdziale 3.1. przedstawiłam jakie jest uzasadnienie - według ECORYS - dla polityki wsparcia gospodarki kreatywnej. Moim zdaniem, gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym który cechuje wysoka innowacyjność, co pokazała dotychczasowa analiza. Ponadto w rozdziale 4 przedstawię moje wyniki badań świadczące o tym, że gospodarka kreatywna realizuje wyższą wydajność pracy niż pozostałe elementy, sektory i działy gospodarki narodowej. Dlatego przekazywanie kapitałów z różnych sektorów gospodarki do gospodarki kreatywnej przyspieszy wzrost gospodarczy mierzony w PKB i to przyczyni się do wzrostu dobrobytu społecznego. Propozycja ECORYSU dotycząca wsparcia gospodarki kreatywnej

¹⁴² ibidem

¹⁴³ Raport ECORYS..., op.cit.

w aspekcie makroekonomicznym i na poziomie lokalnym jest moim zdaniem kompleksowa i zasługuje na wdrożenie jej pod kątem aplikacji.

Kwestia wparcia rozwoju sektora kreatywnego jest złożona. Doświadczenia Polski z ostatnich kilku lat wskazują, że regionalne i lokalne strategie rozwoju wspierania gospodarki kreatywnej, w ramach polityki spójności, w udany sposób włączyły kulturę do działań promujących innowacje i kreatywność w obszarach takich jak: dziedzictwo kulturowe, rozwój zrównoważonej turystyki, rozwój gospodarczo-ekonomiczny zakładający tworzenie partnerstwa pomiędzy sektorem rozrywkowym, przemysłem, badaniami i innymi sektorami oraz rewitalizacja lokalnej gospodarki poprzez wzmocnienie infrastruktury kulturalnej i usług. Jednakże dostarczanie skutecznych impulsów rozwojowych sektorowi kreatywnemu wymaga systemowych działań i bardziej skutecznych instrumentów od tych stosowanych dotychczas. Jako kluczowe należy wskazać następujące kwestie.

1. W sferze planowania rozwoju traktowanie miasta jako ośrodka kulturalnego, skarbnicy wiedzy i miejsca lokalizacji przestrzeni publicznych, gdzie mieszkańcy i przyjezdni wchodzi w różnorakie interakcje społeczne; traktowanie to powinno przekładać się na strategie polityki, plany i działania rozwojowe oraz planowanie przestrzenne w sensie lokalizacji funkcji i sposobów zagospodarowania terenu;
2. Formułowanie (bądź zmiany w istniejącej polityce) polityki rozwoju zawierającej cele rozwoju sektora kreatywnego akceptowanej przez wszystkie zainteresowane strony, władze, środowisko artystów, przedstawicieli innych branż;
3. Wprowadzenie form zarządzania kulturą prowadzących do stymulowania kontaktów i współpracy środowiska twórców z przedstawicielami środowisk naukowych i biznesowych;
4. Przygotowanie programów wsparcia twórców lokalnych i motywowania rozwoju indywidualnej kreatywności artystycznej w szerokim zakresie działań kulturalnych; istotne jest tu odróżnianie lokalnych twórców – „kreatywnych przedsiębiorców” od innych przedsiębiorców mieszczących się w kategorii MŚP;
5. Wspieranie rozwoju dzielnic artystycznych i naukowych jako unikalnych przestrzeni nagromadzenia potencjału innowacyjnego i naturalnego środowiska powstawania klastrów;
6. Wpisanie problemów rozwoju sektora kreatywnego w programy rewitalizacji miast;

7. Zapewnienie skutecznej ochrony praw autorskich gwarantujące wynagrodzenie dla wszystkich kategorii posiadaczy praw za wykorzystywanie treści kulturowych chronionych prawami autorskimi;
8. Tworzenie produktów lokalnych i regionalnych w oparciu o zasoby przemysłu kreatywnego.
9. Opracowanie programów przygotowujących twórców do roli przedsiębiorców w dziedzinie kultury;
10. Tworzenie podstaw informacyjnych: systematyczne zbieranie danych i informacji na temat rozwoju sektora kreatywnego niezbędnych do formułowania polityk wsparcia i oceny skutków ich realizacji;
11. Prowadzenie systematycznych badań na temat warunków, przebiegu, trendów i rezultatów procesów rozwoju przemysłu kreatywnego;
12. Wprowadzenie programów edukacyjnych nauki przedsiębiorczości na poziomie średnim i wyższym, zwłaszcza na kierunkach humanistycznych, artystycznych i kulturalnych;
13. Stworzenie „mechanizmu bezpieczeństwa społecznego” dla przedsiębiorców szczególnie niezależnych działających w sektorze związanym z kreatywnością w dziedzinie kultury (czyli sektorze, gdzie obecnie jest bardzo wysoki poziom zatrudnienia w niepełnym wymiarze godzin, a warunki pracy są niestabilne);
14. Zwiększenie świadomości wśród konsumentów, w szczególności młodzieży na temat znaczenia własności intelektualnej oraz ogólnej znaczenia twórczości oraz zachęcanie konsumentów do przestrzegania praw własności intelektualnej.
15. Zapewnienie skutecznych kanałów komunikacji między przemysłem związanym z twórczością a sektorem finansowym w celu rozwoju usług konsultacyjnych w dziedzinie zarządzania przedsiębiorstwem doradztwa finansowego, informacji i kształcenia skierowanych do małych przedsiębiorstw, przedsiębiorców i rzemieślników z sektora kultury i sektora kreatywnego;
16. Stworzenie mechanizmów finansowych udostępniających środki o charakterze *venture capital* dla przedsiębiorstw działających w przemyśle kreatywnym;
17. Stworzenie narzędzi wsparcia finansowego do realizacji innowacyjnych projektów powstających w sektorze kreatywnym;

18. Rozwój ogólnopolskich i regionalnych instytucji otoczenia i sektora kreatywnego w celu zapewnienia profesjonalnych usług oraz upowszechniania metod wdrażania nowych produktów oraz wymiany doświadczeń i promocji dobrych praktyk.¹⁴⁴

W 2012 roku Polski Rząd w Uchwale Rady Ministrów pt. „Strategia Rozwoju Kraju do 2020 roku” uznał gospodarkę kreatywną za czynnik rozwoju i przestrzeni innowacyjnej w której poszukiwanie i testowane są formy podmiotowości, uczestnictwa, konsumpcji oraz wytwarzania wartości.¹⁴⁵

Również Ministerstwo Kultury w 2005 roku opublikowało dokument pt. „Uzupełnienie Narodowej Strategii Rozwoju na lata 2004- 2020 w którym zawarte są również projekty wsparcia rozwoju gospodarki kreatywnej.”¹⁴⁶

Do 2017 roku w Polsce wsparcie dla gospodarki kreatywnej realizowano tylko w odzwierciedleniu do sektorów kultury. Źródła finansowania tego wsparcia należałoby podzielić w następujący sposób:

A. Publiczne:

- a. wydatki budżetu państwa
- b. wydatki jednostek samorządu terytorialnego

B. Prywatne:

- a. wydatki gospodarstw domowych
- b. wydatki organizacji non – profit
- c. wydatki przedsiębiorstw w formie sponsorowanych promocji, reklamy, wydatków filantropijnych itp.

Ponadto można wyróżnić jeszcze źródło finansowania kultury w Polsce jako zagraniczne środki prywatne i publiczne, np.:

- fundusze unijne z programu „Kreatywna Europa” i innych programów przeznaczonych szczególnie dla jednostek samorządu terytorialnego [Infrastruktura i Ekologia, Infrastruktura Społeczna i Kultura, Programy Operacyjne Polska Cyfrowa itp.]
- środki zagranicznych firm i korporacji działających w Polsce i realizujących np. własny program „Społecznej odpowiedzialności biznesu” [*Corporate Social Responsibility - CSR*]

¹⁴⁴ Raport ESCORYS ..., op.cit, s.59- 65

¹⁴⁵ Uchwała Rady Ministrów Nr 157, w sprawie przyjęcia Strategii i rozwoju kraju 2020, Monitor Polski 2012 nr 0 poz.882 z dnia 25 września 2012 roku, s.12

¹⁴⁶ <http://bip.mkidn.gov.pl/media/docs/050617/nsrk-uzupelnieniepdf> [dostęp 11.03.2018]

- środki zagranicznych organizacji non – profit realizujących swoje cele statutowe w Polsce.

Profesor Marian Noga na podstawie danych zawartych w rocznikach GUS na lata 2007 – 2017 dokonał oszacowania wydatków na kulturę, które są ewidentnym wsparciem sektora kultury jako integralnej części gospodarki kreatywnej w Polsce i otrzymał następujące wyniki:

Tablica 13. Wydatki na kulturę w Polsce

PODMIOTY	2007 mld zł	%	2015 mld zł	%	2017 mld zł	%
Budżet państwa	1,3	5,8	2,0	7,9	2,3	8,1
Jednostki Samorządu Terytorialnego(JST)	4,8	21,2	7,0	27,6	9,4	33,2
Gospodarstwa Domowe	13,5	59,7	13,3	52,6	13,6	48,1
Zagranica	3,0	13,3	3,0	11,9	3,0	10,6
Razem	22,6	100,0	25,3	100,0	28,3	100,0

Źródło: M. Noga, *Projekcja finansowania kultury w Polsce od 2018 roku [w:] Reforma sektora kultury w Polsce*, Dorota Ilczuk, Centrum Badań nad Gospodarką Kreatywną Uniwersytetu SWPS, Warszawa, 25 sierpnia 2017 roku, Raport dla Instytutu Fryderyka Chopina w Warszawie, s.22-31.

W 2016 roku Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego uruchomiło program dotacyjny „Rozwój Sektorów Kreatywnych”. Program ten skierowano do wszystkich branż sektorów kreatywnych, a nie tylko do sektorów kultury. To pierwszy program wsparcia całej gospodarki kreatywnej w Polsce. Oczywiście program ten miał swoje priorytety, a mianowicie:

- gry wideo
- muzyka
- design
- nowe media.

Ministerstwo określiło też jakie działania branż gospodarki kreatywnej będzie dotować, a mianowicie:

- działania edukacyjne, szczególnie interdyscyplinarne
- eksport produktów polskich branż gospodarki kreatywnej
- wsparcie rozwoju produkcji prototypów
- tworzenie i /lub rozwój sieci i platform (gospodarka sieciowa)
- badania i analizy całej gospodarki kreatywnej, czyli wszystkich sektorów kultury i wszystkich sektorów kreatywnych.

W I edycji tego programu wzięło udział 237 projektów, z których dofinansowanie otrzymało 88 projektów na łączną sumę 5 mld 175 mln złotych.¹⁴⁷

¹⁴⁷ sektorkreatywne.mkidn.gov.pl [dostęp 11.03.2018]

Przykładowymi projektami były tutaj:

- A. Badania i analizy:
 - a. „Kondycja polskiej branży gier wideo”
 - b. „Metodologia badania wartości eksportu polskiej muzyki”
 - c. „Metodologia mierzenia wpływu wydarzenia kulturalnego na rozwój miasta i regionu”
- B. Cykliczne konferencje naukowe i szkolenia:
 - a. Konferencja „Mastering of Game”
 - b. Konferencja „Music Export Conference”
 - c. Prowadzenie za pośrednictwem narodowych instytucji kultury, poprzez Programy Ministra (Vide strona Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego) i wspieranie finansowe setek wydarzeń, konferencji, warsztatów, seminariów, publikacji oraz spotkań tematycznych dedykowanych gospodarce kreatywnej.
- C. Promowanie w mediach elektronicznych efektów działania gospodarki kreatywnej w Polsce i za granicą.¹⁴⁸

Wsparcie rozwoju gospodarki kreatywnej jest efektywne z punktu widzenia gospodarczego i społecznego, co będzie przedmiotem kolejnego czwartego rozdziału. Można w tym miejscu postawić następujące hipotezy:

- a) Działalność i efekty gospodarki kreatywnej przyczyniają się do:
 - 1. właściwej regeneracji siły roboczej, jej biologicznej odnowy, zdolnej do bardziej wydajnej pracy
 - 2. techniki wytwarzania, organizacji, produkcji i konsumpcji oparte na ICT [gospodarka sieciowa, Internet, Blockchain (łańcuchy bloków)] spowodują wzrost wydajności pracy
 - 3. wzrost wydajności pracy spowoduje wzrost PKB
- b) Wzrost PKB wywoła wzrost dobrobytu jednostki i społeczeństwa
- c) Podniesiony zostanie poziom edukacji społeczeństwa, wzrost wiedzy o kulturze prowadzącej do wzrostu tożsamości narodowej.

¹⁴⁸ ibidem

Rozdział 4. Pomiar siły wpływu gospodarki kreatywnej na dobrobyt społeczny w Polsce

4.1 Global Creativity Index (GCI) i inne miary zaproponowane w literaturze przedmiotu do badania siły wpływu gospodarki kreatywnej na rozwój społeczno-gospodarczy

Po pierwszym Raporcie brytyjskiego ministerstwa kultury w przemysłach kreatywnych z 1998 roku, w 2000 roku w Londynie ukazuje się praca Richarda Floridy, Profesora z Uniwersytetu w Toronto o „Klasie kreatywnej”. Ta klasa to wg Floridy to klasa ekonomiczna, bowiem powstała w związku z pełnioną przez ich członków funkcją ekonomiczną. Funkcja ta polega na generowaniu wartości ekonomicznej poprzez kreatywność, co z kolei definiuje tożsamość społeczną, nawyki konsumpcyjne i styl życia przedstawicieli klasy kreatywnej. Richard Florida zalicza do niej wszystkich tych pracowników, którzy wykonują pracę polegającą na tworzeniu „nowych, znaczących form, odznaczających się kreatywnością. W aspekcie kapitałowym Klasa kreatywna tworzy własność niematerialną. W USA wg Floridy w 2005 roku, klasa kreatywna liczyła 38 milionów Amerykanów, co stanowiło 30% ogółu zatrudnionych.¹⁴⁹ Klasę kreatywną Florida wiąże ściśle z rozwojem miast i regionów i opisuje je za pomocą 3T:

- technologię
- talent
- tolerancję¹⁵⁰

Wszystkie „T” współpracują ze sobą. Miasta i regiony kreatywne to takie gdzie swoje maksimum osiągają takie wskaźniki jak np.:

- Wskaźniki Liczby Gejów i Lesbijek (stopień koncentracji osób homoseksualnych)
- Wskaźnik Bohemy (stopień koncentracji pisarzy, malarzy, artystów, aktorów, fotografów, tancerzy)
- Wskaźnik Tygla Narodów (stopień koncentracji imigrantów)
- Złożony Wskaźnik Różnorodności

W oparciu o tą podstawę teoretyczną Richard Florida wraz z Rogerem Martinem z University of Toronto's Rotman School of Management otworzyli Martin Prosperity Institute,

¹⁴⁹ R. Florida, Narodziny klasy kreatywnej oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego, Wydawnictwo: Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010

¹⁵⁰ ibidem, rozdział 1

który opracował „The Global Creativity Index” (GCI). W tablicy 4.1 prezentowany jest GCI za 2015 rok dla 139 krajów świata.

Tablica 14. The Global Creativity Index 2015 rok

THE GLOBAL CREATIVITY INDEX					
Ran k	Country	Technology	Talent	Tolerance	Global Creativity Index
1	Australia	7	1	4	0.970
2	United States	4	3	11	0.950
3	New Zealand	7	8	3	0.949
4	Canada	13	14	1	0.920
5	Denmark	10	6	13	0.917
6	Finland	5	3	20	0.917
7	Sweden	11	8	10	0.915
8	Iceland	26	2	2	0.913
9	Singapore	7	5	23	0.896
10	Netherlands	20	11	6	0.889
11	Norway	18	12	9	0.883
12	United Kingdom	15	20	5	0.881
13	Ireland	23	21	7	0.845
14	Germany	7	28	18	0.837
15	Switzerland	19	22	17	0.822
16	France	16	26	16	0.822
17	Slovenia	17	8	35	0.822
18	Belgium	28	18	14	0.817
19	Spain	31	19	12	0.811
20	Austria	12	26	32	0.788
21	Hong Kong	32	32	30	0.715
22	Italy	25	32	38	0.715
23	Portugal	35	36	22	0.710
24	Japan	2	58	39	0.708
25	Luxembourg	20	48	32	0.696
26	Uruguay	48	45	7	0.688
27	Argentina	48	35	19	0.681
28	Hungary	34	33	41	0.673
29	Brazil	27	68	15	0.667
30	Israel	3	28	93	0.665
31	South Korea	1	50	70	0.660

32	Nicaragua	56	-	27	0.631
33	Estonia	33	16	87	0.625
34	Chile	56	39	31	0.611
35	Czech Republic	29	30	80	0.609
36	Costa Rica	47	61	20	0.607
37	Relarus	41	8	97	0.598
38	Russian Federation	22	15	123	0.579
39	South Africa	30	62	57	0.564
40	Latvia	54	22	77	0.563
41	Cuba	94	17	37	0.556
42	Laos	-	97	23	0.555
43	Malta	73	49	25	0.550
44	Ecuador	43	90	25	0.532
45	Ukraine	43	24	105	0.518
46	Poland	46	25	101	0.516
47	Montenegro	51	34	83	0.516
48	Bulgaria	78	38	47	0.505
49	Belize	-	88	48	0.504
50	Jamaica	42	79	49	0.502
51	Lithuania	65	12	105	0.490
52	Philippines	54	65	53	0.487
54	Slovak Republic	69	42	66	0.484
54	Serbia	70	45	58	0.484
54	Greece	39	43	101	0.484
56	Panama	70	67	34	0.482
57	Iran	-	71	72	0.481
58	Croatia	60	39	81	0.481
59	Mauritius	-	76	68	0.477
60	Venezuela	40	83	61	0.466
61	Botswana	-	73	75	0.462
62	China	14	87	96	0.462
63	Malaysia	24	69	101	0.455
64	Guatemala	102	37	44	0.449
64	Georgia	35	82	78	0.449
66	Cyprus	96	44	45	0.446
67	Trinidad and Tobago	111	52	28	0.433
68	Romania	65	60	76	0.425

69	Peru	62	79	60	0.418
70	Kenya	82	-	52	0.417
71	Colombia	89	75	36	0.410
72	Cameroon	-	103	59	0.408
73	Mexico	54	94	56	0.407
74	Macedonia	76	63	70	0.391
75	Syrian Arab Republic	-	85	84	0.382
75	Burkina Faso	-	122	46	0.382
77	Macao	80	56	-	0.381
78	Dominican Republic	63	81	74	0.380
79	Jordan	37	63	127	0.380
80	Vietnam	45	104	73	0.377
81	Mongolia	75	47	98	0.370
82	Thailand	38	84	105	0.365
83	Saudi Arabia	50	59	122	0.362
84	Kazakhstan	72	54	98	0.357
85	Senegal	-	112	64	0.355
86	Kuwait	108	-	39	0.351
87	Afghanistan	-	124	54	0.349
88	Turkey	58	53	123	0.348
89	Mali	-	114	64	0.347
90	Mozambique	63	117	50	0.346
91	Bermuda	104	41	-	0.346
92	Nepal	97	99	29	0.343
93	Honduras	60	93	89	0.319
94	Lebanon	-	55	132	0.317
95	Bangladesh	90	101	43	0.316
96	Benin	-	101	86	0.311
97	Paraguay	90	86	69	0.303
98	Ethiopia	103	95	42	0.295
99	India	52	92	108	0.292
100	Uzbekistan	74	111	64	0.288
101	Central African Republic	-	128	67	0.286
102	Algeria	68	77	116	0.279
103	Armenia	83	50	133	0.269
104	Tunsia	-	72	131	0.260
105	Moldavia	85	57	128	0.256

106	Sri Lanka	100	96	61	0.255
107	Qatar	58	122	-	0.255
108	Bosnia and Herzegovina	77	70	119	0.253
109	El Salvador	109	100	50	0.248
110	Azerbaijan	98	78	92	0.244
111	Pakistan	100	110	54	0.240
111	Kyrgyz Republic	100	74	94	0.240
113	Cambodia	87	118	78	0.213
114	Tajikistan	106	90	85	0.205
115	Indonesia	67	108	115	0.202
116	Albania	83	90	118	0.197
117	Uganda	-	108	109	0.197
118	Egypt	93	66	134	0.196
119	Niger	-	132	89	0.185
120	Morocco	78	98	120	0.178
121	Haiti	88	-	117	0.174
122	Cote d'Ivoire	94	115	89	0.171
123	Chad	-	130	95	0.170
124	Lesotho	112	104	82	0.162
125	Angola	-	113	114	0.160
126	Rwanda	80	130	113	0.141
127	Malawi	-	133	101	0.135
128	Tanzania	-	127	110	0.126
129	Burundi	107	125	89	0.125
130	Guinea	-	126	111	0.124
131	Zimbabwe	-	129	111	0.113
132	Yemen	86	106	135	0.112
133	Liberia	-	121	120	0.109
134	Zambia	92	107	129	0.103
135	Mauritania	-	119	126	0.095
136	Djibouti	-	120	125	0.095
137	Madagascar	105	134	107	0.077
138	Ghana	-	116	136	0.073
139	Iraq	110	-	130	0.032

Źródło: martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015 [dostęp 23.03.2018]

Dane zawarte w tablicy 14. są bardzo interesujące i wymagają obszernego komentarza:

1. Martin Prosperity Instytut nie opublikował jeszcze w przestrzeni publicznej GCI za 2016 i 2017 rok
2. Składowe GCI oparte zostały na następujących danych:
 - a) Technology- oparto na inwestycjach wydatkowanych na Badania i Rozwój (R and D)
 - b) Talent- oparto na wielkości klasy kreatywnej i wykształceniu
 - c) Tolerance - oparto na wielkości mniejszości rasowych i etnicznych oraz na wielkości zarejestrowanych gejów i lesbijek.

Dlatego też wskaźnik ten, czyli GCI budzi kontrowersje, bowiem nawet jak w jakimś kraju istnieje tolerancja wobec osób homoseksualnych, to niekoniecznie funkcjonuje ich rejestracja. Ponadto, nawet w kraju tolerancyjnym, rejestracja gejów i lesbijek może być uznana za negatywną stygmatyzację.

3. W literaturze światowej, chcąc pokazać siłę wpływu gospodarki kreatywnej, bada się korelację GCI z PKB.¹⁵¹ Wyniki tych badań pokazujących silny wpływ gospodarki kreatywnej na wzrost PKB nie budzą zastrzeżeń, tylko zastrzeżenia budzi sama konstrukcja GCI, bowiem może sugerować np. że gdy ilość osób homoseksualnych będzie rosła to będzie rósł PKB danego kraju czy regionu. Nie ma to żadnych dowodów że korelacja dodatnia w tym zakresie jest podobna do opisanej w literaturze przedmiotu zależności przyrostu naturalnego od ilości bocianów w Szwecji w latach 70-tych XX wieku.

4. Z krajów o najwyższym indeksie GCI z pierwszych 20 listy rankingowej (poziom od 0,788 do 0,970), tylko 10 krajów, czyli połowa mieści się w pierwszej 20-tce poszczególnych kategorii (Technologia, Talent, Tolerancja).

Są to:

- 4.1. Australia
- 4.2. USA
- 4.3. Nowa Zelandia
- 4.4. Kanada
- 4.5. Dania
- 4.6. Finlandia

¹⁵¹ W Polsce ciekawe badania w tym zakresie przeprowadzili Jacek Pietrucha i Rafał Żelazny [w:] J. Pietrucha, R. Żelazny, Indeks gospodarki kreatywnej a wzrost PKB, Studia i Prace WNEiZ Uniwersytetu Szczecińskiego nr 47/2017, Szczecin, s. 229-239

4.7. Szwecja

4.8. Holandia

4.9. Norwegia

4.10. Wielka Brytania

5. Zwycięzcami w poszczególnych kategoriach byli:

a. w kategorii Technologia -Korea Południowa (31 w GCI)

b. w kategorii Talent- Australia, pierwsza również w generalnej klasyfikacji GCI

c. w kategorii Tolerancja- Kanada, czwarta w generalnej klasyfikacji GCI

Nie ma więc kraju, który zwyciężyłby przynajmniej w dwóch składowych GCI

6. Polska w generalnej klasyfikacji GCI zajęła 46 miejsce z wynikiem 0,516 (Pierwsza Australia 0,970). W poszczególnych kategoriach Polska zajmowała następujące miejsce:

- Technologia, 46 miejsce
- Talent, 25 miejsce
- Tolerancja, 101 miejsce

Trudno więc Polskę nazwać krajem tolerancyjnym, gdy na 139 krajów sklasyfikowanych zajmujemy 101 miejsc. W kategorii „Tolerancja”, Polskę wyprzedzają np. takie kraje jak:

- Madagaskar
- Burundi
- Lesotho
- Czad
- Tadżykistan
- Kirgizja
- Azerbejdżan
- Uzbekistan
- Honduras
- Mali
- Afganistan
- Kazachstan
- Syria
- Chiny
- Iran

o których media często pisały, że w tych właśnie krajach nie przestrzega się praw człowieka.

Natomiast 25 miejsce Polski ,w kategorii „Talent” jest potwierdzeniem wykształcenia i umiejętności Polaków, doceniane na całym świecie.

Tablica 15. Udział zatrudnionych w gospodarce kreatywnej w stosunku do ogółu zatrudnionych

Rank	Country	Creative Class Share
1	Luxembourg	53.68
2	Bermuda	47.96
3	Singapore	47.30
4	Switzerland	46.53
5	Iceland	45.43
6	Australia	44.98
7	Sweden	44.92
8	Netherlands	44.25
9	Canada	43.86
10	United Kingdom	43.60
11	Norway	43.32
12	Denmark	42.84
13	France	42.73
14	Belgium	42.35
15	Finland	42.25
16	Germany	40.52
17	Lithuania	40.14
18	New Zealand	40.11
19	Russian Federation	39.41
20	Estonia	39.31
21	Slovenia	39.00
22	Latvia	38.07
23	Ireland	37.64
24	Hong Kong	37.18
25	Montenegro	36.97
26	Israel	36.83
27	Cuba	36.55

28	Malta	36.35
29	Czech Republic	35.76
30	Austria	35.46
31	Italy	34.29
32	Hungary	33.32
33	Poland	33.11
34	United States	32.61
35	Guatemala	31.40
36	Spain	31.28
37	Cyprus	30.92
38	Kazakhstan	30.80
39	Moldavia	30.37
40	Ukraine	29.75
41	Egypt	29.50
42	Croatia	29.17
43	Greece	28.87
44	Serbia	28.78
45	Bulgaria	27.60
46	Portugal	26.36
47	Macedonia	25.65
48	Trinidad and Tobago	25.00
49	Malaysia	24.05
50	Mongolia	23.83
51	Azerbaijan	23.67
52	Costa Rica	23.54
53	Chile	22.93
54	South Africa	22.50
55	Argentina	22.05
56	Philippines	21.33
57	Uruguay	21.12
58	Panama	20.73

59	Tunisia	20.58
60	Romania	20.36
61	Brazil	20.12
62	Turkey	18.89
63	Mauritius	18.82
64	Japan	18.65
65	Macao	18.56
66	Botswana	17.92
67	Kyrgyz Republic	17.47
68	Colombia	16.82
69	Iran	15.99
70	Dominican Republic	15.20
71	Sri Lanka	14.94
72	Venezuela	14.91
73	Paraguay	14.70
74	Peru	14.32
75	Mexico	13.15
76	Bangladesh	12.82
77	Ecuador	12.40
78	South Korea	12.00
79	Ethiopia	11.27
80	El Salvador	11.20
81	Thailand	9.85
82	Vietnam	9.83
83	Albania	9.23
84	Ghana	8.61
85	Liberia	8.42
86	Indonesia	7.95
87	Zambia	7.28
88	Zimbabwe	6.61
89	Qatar	6.50

90	Combodia	3.98
91	Rwanda	3.76
92	Madagascar	2.85
93	Guinea	0.75

Źródło: martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015 [dostęp 23.03.2018]

7. W tablicy 15. prezentuję ranking 93 państw sporządzony przez R. Floridę i R. Martina dotyczącego udziału klasy kreatywnej w zatrudnieniu ogółem. O ile w pierwszej 10-tce, udział ten waha się od 43,6% do 53,7% to kraje na miejscach od 81 do 93 mają klasę kreatywną na poziomie poniżej 10% ogółu zatrudnionych. Ciekawostką jest to, że na drugim miejscu tej klasyfikacji są Bermudy (47,96) a na trzecim Singapur (47,30). Z kolei Polska zajmuje 39 miejsce z wynikiem (33,11) i wyprzedza USA (14 miejsce z wynikiem 32,61). Polskę jednak wyprzedzają np. takie kraje jak:

- Litwa 40,14 (17 miejsce)
- Rosja 39,41 (19 miejsce)
- Estonia 39,31 (20 miejsce)
- Łotwa 38,07 (22 miejsce)
- Czarnogóra 36,97 (25 miejsce)
- Kuba 36,55 (27 miejsce)
- Czechy 35,76 (29 miejsce)
- Węgry 233,32 (32 miejsce)

8. Index GCI w mojej ocenie, mimo wielu wad o których już pisałam powyżej, przede wszystkim pokazuje wpływ przemysłów kreatywnych bądź całej gospodarki kreatywnej na rozwój społeczno-gospodarczy regionów, miast, powiatów, gmin, województw. Brakuje tutaj analizy makroekonomicznej wpływu gospodarki kreatywnej na rozwój społeczno- gospodarczy. W Polsce tacy Autorzy jak U. Bronisz, M. Walesiak, E. Łązniewska, E. Gatner, J.Korol i P.Szczuciński do badania wpływu przemysłów kreatywnych na rozwój regionów stosują:

- wielowymiarową analizę porównawczą
- modelowanie panelowe
- modelowanie równań strukturalnych
- statystyczne modele struktury przyczynowej zjawisk ekonomicznych

- metody ekonometrii przestrzennej¹⁵²

9. Za granicą w bardzo podobny sposób bada się wpływ przemysłów kreatywnych na rozwój regionów. A. Staszek w rozprawie „Sektor przemysłów kreatywnych w Polsce. Lokalizacja. Koncentracja i Determinanty” z 2016 roku prezentuje przykładowe modele ekonometryczne (tab.4.3) opracowane dla Włoch, Chin, Europy i Niemiec.¹⁵³

Znów nie ma tutaj badania na poziomie makroekonomicznym.

10. Można by do oceny rozwoju gospodarki kreatywnej w Polsce użyć taksonomiczny miernik dobrobytu społecznego uwzględniającego ekologię i kulturę, skonstruowany przez Profesora M. Nogę (TMDSEK) opisany w tej rozprawie, ale ten miernik mierzy siły wpływu tylko części gospodarki kreatywnej [sektory kultury] na rozwój społeczno-ekonomiczny.

Tablica 16. Modele ekonometryczne wpływu gospodarki kreatywnej na rozwój regionów.

Autor	Obszar badania	Zmienne objaśniające	Metoda i wyniki regresji
Wedemeier J. (2010)	Niemcy, dane dla 97 regionów, 1995-2004 <u>Zmienna objaśniana:</u> 1) tempo wzrostu siły roboczej 2) PKB	-zatrudnienie w sferze technologicznej, -tempo wzrostu zatrudnienia w sferze technologicznej, -zatrudnienie w sferze bohemy, -tempo wzrostu zatrudnienia w sferze bohemy, -wskaźnik zróżnicowania zatrudnienia według profesji, -wskaźnik zróżnicowania zatrudnienia według narodowości, -zatrudnienie w sektorze usług, -tempo wzrostu PKB na zatrudnionego, -tempo wzrostu liczby patentów, -tempo wzrostu populacji, -zmienna 0-1-rodzaje regionów	MNK, R ² € (63,5; 82,3) - wysoki poziom zatrudniania w sferze kreatywnej przyspiesza rozwój gospodarczy, -zróżnicowanie ^a odgrywa kluczową rolę w procesie produkcji (i wiedzy)
Hervas-Oliver J., R. Boix, B. De Miguel Molina, M. De Miguel Molina (2011)	Europa dane dla 250 regionów w 24 państwach, 2008 <u>Zmienna objaśniana:</u> PKB per capita	-LQ przedsiębiorstw kreatywnych (ogółem, w sektorze <i>high-tech</i> , <i>medium-high-tech</i> , <i>medium-low-tech</i>), -LQ przedsiębiorstw niekreatywnych (<i>low-tech</i> , opartych na wiedzy <i>high-tech</i> , usługowych opartych na wiedzy), -LQ przedsiębiorstw kreatywnych usługowych -udział pracujących w sektorze kreatywnym (ogółem, <i>high-tech</i> , <i>medium-high-tech</i> , <i>medium-low-tech</i>) -udział pracujących w sektorze niekreatywnym (<i>low-tech</i> , opartych na wiedzy <i>high-tech</i> , usługowych opartych na wiedzy),	Regresja krokowa, MNK R ² =58,35 -struktura przemysłów kreatywnych a nie ich koncentracja ma wpływ na rozwój gospodarczy regionów.

¹⁵² J.Korol, P.Szczuciński, Competitiveness of Industry in Polish Regions, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Seria: Ekonometria, 2014 /nr3/ s.71-84

¹⁵³ dspace.uni.lodz.pl/xmlui/.../Sektor_przemyslow%20kreatywnych_A.Staszek.pdf? [dostęp 23.03.2018], s. 106-108

		-udział pracujących w sektorze kreatywnym usługowym.	
Zhang J., J.Kloudova (2011)	Chiny, dane dla 23 regionów, 2007 <u>Zmienna objaśniana:</u> Udział wartości dodanej przemysłów kreatywnych w PKB	-PKB per capita, -liczba uczelni wyższych, -liczba studentów szkół wyższych na 10 tys. mieszkańców, -liczba udzielonych patentów na 10 tys. mieszkańców,	MNK, $R^2=69,2$ - wzrost PKB ma negatywny wpływ na rozwój przemysłów kreatywnych - talent i technologie pozytywny
R. Piergiovanni, M. Carree, E. Santarelli (2012)	Włochy, dane dla 103 regionów 2001-2006 <u>Zmienna objaśniana:</u> 1) tempo wzrostu zatrudniania 2) tempo wzrostu wartości dodatniej	-tempo wzrostu liczby przedsiębiorstw zaliczanych do sektora kreatywnego ^b , -udział sektora kreatywnego w sektorze przedsiębiorstw ogółem w przeliczeniu na 100 firm, -tempo wzrostu liczby zarejestrowanych znaków handlowych, -liczba zarejestrowanych znaków handlowych i wzorów w przeliczeniu na 1000 pracujących, -tempo wzrostu liczby patentów i wzorów użytkowych, -liczba patentów i wzorów użytkowych w przeliczeniu na 1000 pracujących, - liczba restauracji na 1000 mieszkańców, -liczba sprzedawanych biletów teatralnych na osobę -liczba wydziałów uniwersyteckich (fakultetów) a liczbę mieszkańców, -liczba legalnych imigrantów na 1000 mieszkańców, -wskaźnik nowo powstałych firm netto, -liczba okręgów przemysłowych w odniesieniu do wielkości populacji, -udział działalności produkcyjnej, energetycznej i wydobywczej w zatrudnieniu ogółem, -wartość dodana per capita, -tempo wzrostu zatrudnienia, -zmienne 0-1 dla prowincji i dla lat.	Model z ustalonymi efektami (fixed effect model), UMNK - wzrost liczby w sektorze kreatywnym jak i wysoki odsetek nowo powstających przedsiębiorstw miały największy wpływ na tempo wzrostu regionalnego zatrudnienia -zmienna istotną statystycznie dla wzrostu zatrudniania okazał się również udział legalnych imigrantów w społeczeństwie oraz liczba wydziałów uniwersyteckich -tempo wzrostu wartości dodanej w największym stopniu determinowane były przez wzrost zatrudnienia, -zmienne związane z kreatywnością nie miały większego wpływu na zwiększenie wartości dodanej.

^a wskaźnik zróżnicowania zatrudnienia obliczono za pomocą indeksu Herfindahla -Hirschmana: $DIV_{i,t} = 1 - \sum_k S_{i,k,t}^2$, gdzie $S_{i,k,t}^2$ to udział zatrudniania w sektorze technologicznej w profesji k , w regionie i oraz w czasie t , rodzaje regionów: aglomeracje i obszary zurbanizowane (obszary wiejskie nie były uwzględniane w modelu);

^b zgodnie z klasyfikacją NACE do sektora kreatywnego zaliczono następujące grupy i podgrupy działalności 225,7222,742,744,7487 oraz 9231

Źródło: A. Staszek, *Sektor przemysłów kreatywnych w Polsce, Lokalizacja, Koncentracja i Determinanty*, Łódź 2016, wydział Ekonomiczno-Socjologiczny Uniwersytetu Łódzkiego, s. 106-108 [w:] dspace.uni.lodz.pl/xmlui/.../Sektor_przemyslow%20kreatywnych_A.Staszek.pdf [dostęp 23.03.2018]

Dlatego też, w kolejnych dwóch podrozdziałach podejmuję próby określenia siły wpływu gospodarki kreatywnej w Polsce na wzrost gospodarczy w Polsce w tym samym na dobrobyt

społeczny w Polsce. Oczywiście dokonam również porównań siły wpływu gospodarki kreatywnej w Polsce z podobną siłą wpływu w innych krajach.

4.2. Udział gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB w Polsce

W grudniu 2014 roku EY Buiding better working world na zlecenie Komisji Europejskiej i Parlamentu Europejskiego przeprowadził badanie wpływu gospodarki kreatywnej na wzrost gospodarczy i opublikował raport pn. „Kultura jako źródło wzrostu gospodarczego w Unii Europejskiej. Analiza rynków kreatywnych”.¹⁵⁴

Profesjonalny koncern Ernst & Young, świadczący usługi doradcze i audytorskie z siedzibą w Londynie, dokonał badania w całej Unii Europejskiej 11 sektorów kreatywnych w 2014 roku, tj.

1. Sztuki performatywne
2. Sztuki wizualne
3. Muzyka
4. Reklama
5. Książki
6. Film
7. Telewizja
8. Architektura
9. Gazety i czasopisma
10. Gry
11. Radio

Według EY te 11 sektorów wytworzyło w 2012 roku 4,2% PKB całej Unii Europejskiej, zatrudniając ponad 7 milionów pracowników i osiągając łączny dochód 535,9 miliarda euro. Ponadto EY stwierdziło w raporcie, że „...Działalność opierająca się głównie na własności intelektualnej napędza wzrost w Europie i generuje 38,6% PKB UE”.¹⁵⁵ Następnego badania w takim aspekcie nie przeprowadzono do dzisiaj. Natomiast w marcu 2018 roku analitycy Komisji Europejskiej opracowali COUNTRY RAPORT „2017 European Semestr: Assessment of progres on structural reforms, prevention and correction of macroeconomic imbalances,

¹⁵⁴ zaiks.org.pl/view/296/ey_analiza_rynkow_kreatywnych.pdf, strony 17 i 24 [dostęp 24.03.2018]

¹⁵⁵ ibidem

and results of in-depth review under Regulation (EU) No1176/2011 {COM (2017)90Final} {SWD (2017)67 final to SWD (2017) 93 final}" ¹⁵⁶. W tym opracowaniu dla 27 państw UE, bowiem Grecja jako dwudzieste ósme państwo UE nie dostarczyła danych statystycznych, pośrednio przedstawiono wpływ sektorów kreatywnych na wzrost potencjalnego PKB w latach 2004-2019. Ten wpływ specjaliści szacowali na podstawie udziału Total Factor Productivity (TFP) we wzroście potencjalnego PKB. Analitycy z UE dokonali tylko dekompozycji wzrostu potencjalnego PKB, natomiast w tablicy 4.4, dokonałam własnych obliczeń procentowego udziału TFP, który można potraktować jako wkład innowacyjności i kreatywności w tworzenie PKB. Problem ten przeanalizuję dogłębnie w kolejnym podrozdziale, gdzie TFP będę obliczać za pomocą reszty Solowa, wyjaśniając istotę i metody obliczeń reszty Solowa dla gospodarki narodowej oraz dla gospodarki kreatywnej.

Dokonom bardzo precyzyjnych obliczeń za lata 2004-2019 (2017-2019 prognozy) jaki jest udział działalności opartej na prawach autorskich, bo tak można określić udział TFP w potencjalnym PKB 27 krajów Unii Europejskiej. EY w 2012, dla całej Unii szacował ten udział na poziomie 38,6%. Można obliczenia z 2012 roku na poziomie 38,6% przyjąć jako benchmark (punkt odniesienia) do dalszej analizy.

W pierwszej kolejności spróbuję przedstawić przedziały wpływu TFP na potencjalny PKB w poszczególnych okresach:

1. Średnia dla okresu 2004-2007- przedział {od -11,11 do 70,37}
2. Średnia dla okresu 2008-2012- przedział {od -100,00 do 1000}

Tablica 17. Procentowy udział TFP traktowanego jako innowacyjność i kreatywność w tworzeniu potencjalnego PKB w Unii Europejskiej

Lp.	Kraje	Średnia 2004- 2007	Średnia 2008- 2012	Średnia 2013- 2014	2015	2016	PROGNOZA		
							2017	2018	2019
1	Austria	52,38	50,00	33,33	36,36	23,53	27,53	28,57	35,00
2	Belgia	42,1	30,77	37,50	25,00	21,43	26,67	26,67	26,67
3	Bułgaria	37,10	44,44	56,25	56,67	66,67	65,63	66,67	66,67
4	Chorwacja	13,30	-100,00	-200,00	160,00	75,00	81,82	64,29	47,37
5	Cypr	0,00	-17,65	-14,29	-21,43	-50,00	0,00	14,29	11,76
6	Czechy	66,67	64,71	58,85	42,86	44,44	45,16	48,28	53,57
7	Dania	35,71	125,71	75,00	41,67	28,57	31,25	29,41	35,29

¹⁵⁶ <http://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2017-european-semester> [dostęp 24.03.2018]

8	Estonia	42,02	50,00	25,00	47,06	32,00	32,26	37,93	44,44
9	Finlandia	52,00	0,00	0,00	0,00	25,00	26,67	31,25	37,5
10	Francja	41,18	27,27	33,33	33,33	30,00	25,00	33,33	30,77
11	Niemcy	69,23	77,78	50,00	47,06	42,10	47,37	47,37	47,37
12	Węgry	62,07	100,00	0,00	13,64	23,81	34,62	37,94	42,38
13	Irlandia	21,43	1000,00	74,07	16,46	38,00	35,29	34,69	34,04
14	Włochy	-11,11	-50,00	-50,00	-50,00	-66,67	-50,00	0,00	0,00
15	Łotwa	49,37	35,00	209,09	147,62	188,24	106,25	91,89	87,18
16	Litwa	57,38	82,35	45,00	13,64	10,53	29,17	39,29	44,83
17	Luksemburg	24,39	-4,17	0,00	-4,0	-3,57	0,00	6,67	9,38
18	Malta	24,00	36,00	47,50	25,76	22,73	25,00	26,92	29,79
19	Holandia	41,18	22,22	40,00	25,00	18,75	22,22	21,05	26,32
20	Polska	61,11	40,00	30,00	29,03	37,93	41,94	45,45	47,06
21	Portugalia	55,56	166,67	42,86	100,00	57,14	38,46	42,86	46,67
22	Rumunia	68,97	48,00	105,26	87,50	83,33	83,78	75,00	75,00
23	Słowacja	70,37	64,86	85,71	58,62	69,23	67,86	60,61	65,63
24	Słowenia	50,00	50,00	200,00	100,00	108,33	80,00	70,83	66,67
25	Hiszpania	5,56	44,44	20,00	100,00	57,14	55,56	60,00	50,00
26	Szwecja	50,00	20,00	36,84	30,77	28,57	23,33	29,63	32,00
27	Wlk. Brytania	52,17	10,00	8,33	13,33	14,29	20,00	21,43	28,57

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Country Report 2017 European Semester ...,op.cit. KEY ECONOMIC AND FINANCIAL INDICATORS

3. średnia dla okresu 2013-2014 {od 200,00 do 209,09}
4. 2015 rok {od – 50,00 do 160,00}
5. 2016 rok {od – 66,67 do 188,24}
6. 2017 rok (prognoza) {od – 50,00 do 106,25}
7. 2018 rok (prognoza) {od – 0,00 do 91,89}
8. 2019 rok (prognoza) {od – 0,00 do 87,18}

To zestawienie pokazuje, że dopiero w latach 2018 i 2019 nastąpi stabilizacja wpływu innowacji i kreatywności na potencjalny PKB (i realny również) i będzie to bardzo zbliżony poziom jaki określiło EY dla 2012 roku. Ciekawe jest również zestawienie liderów dla poszczególnych okresów, dotyczące siły wpływu innowacyjności i kreatywności na potencjalny PKB i *eo ipso* realny PKB:

- a. okres 2004-2017
 - Słowacja 70, 37

- Niemcy 69,23
- Rumunia 68,97
- b. okres 2008- 2012
- Irlandia 100,00
- Portugalia 166,67
- Dania 125,71
- c. okres 2013-2014
- Łotwa 209,09
- Słowenia 200,00
- Rumunia 105,26
- d. 2015 rok:
- Chorwacja 160,00
- Łotwa 147,62
- Portugalia 100,00
- Słowenia 100,00
- Hiszpania 100,00
- e. 2016 rok:
- Łotwa 188,24
- Słowenia 108,33
- Rumunia 83,33
- f. 2017 rok (prognoza):
- Łotwa 106,25
- Rumunia 83,78
- Chorwacja 81,82
- g. 2018 rok (prognoza)
- Łotwa 91,89
- Rumunia 75,00
- Bułgaria 66,67
- h. 2019 rok (prognoza)
- Łotwa 87,18
- Rumunia 75,00

- Bułgaria 66,67
- Słowenia 66,67

To zestawienie pokazuje, że zdecydowanym liderem w zakresie wpływu innowacyjności i kreatywności na PKB wykazuje Łotwa i niewiele jej ustępują:

- Rumunia
- Chorwacja
- Słowacja
- Portugalia
- Słowenia
- Dania
- Niemcy.

W prognozach na 2018 i 2019 rok do liderów wpływu kreatywności na wzrost PKB dołączyła Bułgaria. Ciekawe jest to zjawisko w Polsce. W poszczególnych okresach były to następujące poziomy i miejsca:

- okres 2004-2007: 61,11 co dało 5 miejsce w UE
- okres 2008-2012: 40,00; miejsce 12 w UE
- okres 2013-2014: 30,00; miejsce 17 w UE
- 2015 rok: 29,03; miejsce 16 w UE
- 2016 rok: 37,93; miejsce 8 w UE
- 2017 rok: (prognoza): 41,94; 8 miejsce w UE
- 2018 rok: (prognoza): 45,94; 8 miejsce w UE
- 2019 rok: (prognoza): 47,06; 9 miejsce w UE

Polska była w czołówce liderów tylko w okresie 2004-2007 a więc po wstąpieniu do Unii Europejskiej co należy podkreślić. Od 2016 roku Polska wyraźnie mieści się w pierwszej 10 państw o największym wpływie kreatywności na wzrost PKB. Wszystkie badania dotyczące udziału gospodarki kreatywnej we wzroście gospodarczym, z punktu widzenia celów tej rozprawy miały następujące niedostatki:

- dotyczyły badania udziału wartości dodanej gospodarki kreatywnej, a właściwie sektorów (przemysłów) kreatywnych w tworzeniu całej wartości dodanej gospodarki narodowej, a nie badania udziału gospodarki kreatywnej [sektory kultury + sektory kreatywne] w tworzeniu PKB

2. dotyczyły udziału wartości dodanej bądź kultury (przemysłów kultury), bądź sektorów (przemysłów) kreatywnych w tworzeniu całej wartości dodanej gospodarki narodowej. Nie było dotychczas badania odpowiadającego na pytanie: jak gospodarka kreatywna rozumiana w ten sposób, że: gospodarka kreatywna = sektory kultury+ sektory kreatywne, wpływa na realny PKB.

Tablica 17. pokazywała, jak kreatywność i innowacyjność reprezentowana przez Total Factor Productivity (TFP) wpływa na potencjalny a nie na realny PKB.

Obecnie przedstawię własną koncepcję określenia siły wpływu całej gospodarki kreatywnej na realny PKB w Polsce, przyjmując następujące założenia:

1. Według Narodowego Centrum Kultury w Polsce gospodarkę kreatywną tworzą:

Przemysły kreatywne	Przemysły chronione prawem autorskim	Przemysły kulturowe	Przemysły treści	Przemysły treści cyfrowej
• Sztuki performatywne w tym muzyka • Film i telewizja • Wzornictwo • Działalność wydawnicza • Oprogramowanie interaktywne • Usługi architektoniczne • Usługi reklamowe	- Sztuka komercyjna - Sztuka kreatywna - Film i wideo - Muzyka - Działalność wydawnicza - Media zapisane - Przetwarzanie danych - Oprogramowanie	• Muzea, galerie, biblioteki • Sztuki wizualne i rzemiosło artystyczne • Edukacja artystyczna • Nadawanie i film • Sztuki performatywne, w tym muzyka • Literatura	• Muzyka przed nagraniem • Muzyka po nagraniu • Handel towarami muzycznymi • Nadawanie i film • Oprogramowanie • Usługi multimedialne	• Sztuka komercyjna • Film i wideo • Fotografia • Gry elektroniczne • Media zapisane • Rejestrowanie dźwięku • Informacja, przechowywanie, odzyskiwanie

Źródło: Gwóźdź A, „Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010, s.58

2. Tę działalność nakładamy na Polską Klasyfikację Działalności i otrzymujemy, że gospodarka kreatywna obejmuje:

Sekcję M „Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna” część działu 70 i całe działy: 71,72,73,74

Sekcję O „Administracja publiczna i obrona narodowa, obowiązkowe ubezpieczenie Społeczne”, część (niewielka) działu 84 związanego z kierowaniem, kulturą, edukacją i nauką na szczeblu centralnym i samorządowym

Sekcję P „Edukacja”, część działu 85, podklasa „szkoły wyższe”

Sekcję R „Działalność związana z kulturą i rozrywką” – wszystkie działy, czyli: 90, 91,92,93

3. Sekcje M, O, P i R tworzą PKB w statystyce GUS w dziale „Rachunki Narodowe”, ale tylko część tych sekcji reprezentuje gospodarkę kreatywną. W związku z tym dokonałam oszacowania procentowego udziału gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB w każdej sekcji, stosując jako podstawę obliczeń, udział zatrudnionych w gospodarce kreatywnej odniesiony do całego zatrudnienia w sekcjach M, O, P i R. Otrzymałam następujące wyniki tworzenia PKB przez gospodarkę kreatywną:

Sekcja M – 60% PKB całej sekcji

Sekcja O – 5% PKB całej sekcji

Sekcja P – 10% PKB całej sekcji

Sekcja R – 100% PKB całej sekcji

4. W związku z powyższymi obliczeniami, wpływ gospodarki kreatywnej[GK] w Polsce na wzrost PKB ,w latach 2005 i 2016 przedstawia się następująco¹⁵⁷:

	2005	2016
Sekcja M	2,70%	3,12%
Sekcja O	0,27%	0,25%
Sekcja P	0,47%	0,42%
Sekcja R	0,70%	0,70%
Wpływ całej GK na PKB	4,14%	4,49%

Otrzymany wynik udziału polskiej gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB w Polsce wymaga komentarza:

po pierwsze, jest to szacunek przeprowadzony przez Autorkę, ponieważ GUS nie publikuje dokładnych danych dla gospodarki kreatywnej. Jak wykazałam to w rozprawie nie ma jeszcze jednolitej klasyfikacji przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych wchodzących w skład gospodarki kreatywnej;

po drugie, literatura przedmiotu ostatnie szacunki tworzenia PKB Polski przez gospodarkę kreatywną przedstawiła w roku 2008, które wykonał Instytut Badań Strukturalnych w Warszawie. Należy zaznaczyć, że obliczony przeze mnie udział gospodarki kreatywnej

¹⁵⁷ Dane z Rocznika Statystycznego GUS, Warszawa 2017.s.699

w tworzeniu PKB dla 2005 roku wyniósł 4,14 % a obliczony przez P. Lewandowskiego, J. Mućka z Instytutu Badań Strukturalnych 4,10% (1,6% kultura + 2,5% przemysły kreatywne)¹⁵⁸.

Badania Instytutu Badań Strukturalnych oparte były na tworzeniu wartości dodanej a moje na zatrudnieniu według Polskiej Klasyfikacji Działalności (Działy, sekcje, grupy, klasy, podklasy) a otrzymane wyniki są niemal identyczne. Stąd można wnioskować, że można według mojej metody szacować udział gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB w Polsce i poza Polską, oczywiście z zastosowaniem modyfikacji klasyfikacji działalności i działów tworzenia PKB, dla każdego kraju.

po trzecie, w 2005 roku gospodarka kreatywna w Polsce wytworzyła 40,6 mld złotych polskiego PKB, a w 2016 roku 83,45 mld złotych, czyli w ciągu 11 lat nastąpiło podwojenie wytworzenia PKB w Polsce przez gospodarkę kreatywną, mimo iż udział wzrósł tylko z 4,10% do 4,49%. Oznacza to dużą wydajność czynników wytwórczych zlokalizowanych w gospodarce kreatywnej.

W rozprawie wykazałam, że gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym. Badanie udziału gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB wykazało, że w tworzeniu PKB rośnie wartość wytworzonego produktu przez tę gospodarkę, co umożliwia:

- wzrost miejsc pracy
- wzrost dochodów zatrudnionych w tej gospodarce i w kooperujących z gospodarką kreatywną firmach
- wzrost dobrobytu społecznego całego społeczeństwa.

Aby móc, tę hipotezę zweryfikować metodami naukowymi proponuję w kolejnym podrozdziale zbadać wpływ gospodarki kreatywnej na wzrost gospodarczy za pomocą „reszty” Solowa.

4.3. Koncepcja pomiaru wpływu gospodarki kreatywnej na wzrost gospodarczy za pomocą „reszty” Solowa

Do opisu wzrostu gospodarczego Robert Solow używa makroekonomicznej funkcji produkcji:

$$Q = F(L, K, T)$$

gdzie:

¹⁵⁸ P. Lewandowski, J. Mućka i Ł. Skrok, Znaczenie gospodarcze sektora kultury: Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy, Wydawnictwo: Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa, s.36

Q- wielkość produkcji mierzona np. PKB;

L – nakłady pracy; K- nakłady kapitału;

T- stan technologii, nieucieleśniony postęp techniczny.¹⁵⁹

Determinanty wzrostu PKB to L, K i T. Ale w dotychczasowych modelach wzrostu bez problemu określono jak na PKB wpływają nakłady pracy i nakłady kapitału, natomiast nie obliczano wpływu czynnika T, który *de facto* mieści w sobie zarówno kreatywność jak i innowacyjność, co elegancko nazywa się **nieucieleśnionym postępem technicznym**.

Właśnie ta część wzrostu PKB, która jest spowodowana innymi czynnikami niż zmiana nakładów kapitału nazywa się RESZTĄ SOLOWA [RS].

Często RS nazywana jest w literaturze Total Factor Productivity [TFP], czyli „całkowity wzrost czynników produkcji”, co może być mylące, bowiem „reszta” Solowa mierzy tylko wpływ kreatywności i innowacyjności na wzrost PKB, a nie mierzy wpływu pracy i kapitału.

$$RS = g_Y - [a \cdot g_N + (1-a) \cdot g_K];$$

gdzie:

g_Y = przyrost produkcji mierzony przyrostem PKB

a = relacja wypłaconych płac do minimalnej wartości produkcji

g_N = przyrost nakładów pracy/ nakłady pracy,

czyli tempo wzrostu nakładów pracy

g_K = przyrost nakładów kapitału/ nakłady kapitału, czyli tempo wzrostu nakładów kapitału

Solow wprowadza jeszcze jedną zmienną a mianowicie tempo wzrostu postępu technicznego, obejmującego postęp techniczny ucieleśniony i nieucieleśniony, która ma postać:

$$g_A = RS/a$$

gdzie:

g_A – tempo postępu technicznego (całego)

RS - reszta Solowa

a - wypłacone płace nominalne / nominalna wartość produkcji.

Obliczyłam proponowane przez metodę reszty Solowa wartości dla Polski w latach 2010 i 2016 i otrzymałam następujące wyniki:

¹⁵⁹ O. Blanchard, Makroekonomia, Oficyna a Wolter Kluwer, Warszawa 2011, s.397

Lp.	Wyszczególnienie	2010		2016	
		Gospodarka Narodowa	Gospodarka Kreatywna	Gospodarka Narodowa	Gospodarka Kreatywna
1	Reszta Solowa[RS]	2,18	2,40	0,24	5,87
2	Tempo wzrostu postępu technicznego (g A)	5,19	9,23	0,33	21,74

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Rocznika Statystycznego GUS, Warszawa 2017, s. 267 - 277, 679 – 729.

Jakie stąd można wyciągnąć wnioski? W literaturze przedmiotu, tak jak to pisałam w podrozdziale 4.1. utożsamia się resztę Solowa z Total Factor Productivity (TFP), chociaż jest to mylące, bowiem to jest produktywność czynników produkcji poza pracą i kapitałem, a więc tylko kreatywność i innowacyjność.

Jednakże nie o nazwę tutaj chodzi, ale o istotę problemu. W tablicy obliczyłam jaki udział procentowy ma TFP, w poszczególnych krajach Unii Europejskiej, w wytwarzaniu potencjalnego (a nie realnego) PKB. Teraz pokażę jak ten udział TFP wygląda we wzroście realnego PKB w Polsce.

2010 Wzrost realnego PKB 3,7 a RS = 2,18 czyli 58,9%

2016 Wzrost realnego PKB 2,7 a RS = 0,24 czyli 8,89%

Reszta Solowa jest wyższa w gospodarce kreatywnej od reszty Solowa w całej gospodarce narodowej w roku 2010 i w roku 2016. To może nie być czytelne dla niespecjalistów. W związku z tym posłużę się tutaj miarą postępu technicznego, całego, czyli ucieleśnionego i nieucieleśnionego gA, którą proponuje Robert Solow. Co wynika z tego porównania można obliczyć następująco:

Rok 2010 gA dla gospodarki narodowej = 5,19

 gA dla gospodarki kreatywnej = 9,23

9,23: 5,19 = 1,78; co oznacza wyższe tempo postępu technicznego w gospodarce kreatywnej o 78% w porównaniu z gospodarką narodową

Rok 2016 gA dla gospodarki narodowej = 0,33

 gA dla gospodarki kreatywnej = 21,74

21,74: 0,33 = 65,88; co oznacza 66 krotnie wyższe tempo wzrostu postępu technicznego w gospodarce kreatywnej w porównaniu z gospodarką narodową.

Wniosek z tych badań jest następujący: jeżeli gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym i jest elementem gospodarki narodowej, powiązanym różnymi sprzężeniami, z pozostałymi elementami tej gospodarki to przesunięcie czynników produkcji (materialnych i niematerialnych) z innych działów gospodarki narodowej do gospodarki kreatywnej przyspieszy wzrost gospodarczy i zapewni warunki do szybszego wzrostu dobrobytu społecznego w Polsce.

Zakończenie

Gospodarka kreatywna wymaga badań interdyscyplinarnych. Dotychczas bardzo dobrze rozwinęły się te badania w Polsce i na świecie, dotyczące gospodarki kreatywnej w ujęciu geograficzno – ekonomicznym, przestrzennym bądź w aspekcie rozwoju miast, regionów czy gmin. Natomiast w literaturze przedmiotu istnieje luka badawcza dotycząca badania gospodarki kreatywnej w perspektywie makroekonomicznej jako specyficznej determinanty wzrostu gospodarczego. Ta rozprawa próbuje tę lukę wypełnić. Należy tutaj zwrócić uwagę na następujące efekty badań osiągnięte w tej rozprawie:

1. Gospodarka kreatywna nie ma ciągle jednej definicji, która zadowoliłaby wszystkie nurty współczesnej ekonomii. Wydaje się, że koncepcja gospodarki kreatywnej jako sumy przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych jest właściwą drogą do sformułowania precyzyjnej definicji gospodarki kreatywnej. Jest to potrzebne do budowy teorii gospodarki kreatywnej jako ważnego elementu składowego teorii ekonomii.
2. Fundamentem gospodarki kreatywnej jest kultura, dziedzictwo kulturowe i przemysły kultury. Badacze kultury zwracali szczególną uwagę na rolę kultury w rozwijaniu osobowości, talentów, więzi interpersonalnych i międzypokoleniowych. Oznacza to, że zdecydowana większość badaczy mało uwagi poświęcała wpływowi kultury na wzrost gospodarczy, mierzony np. za pomocą Produktu Krajowego Brutto. Używano pojęć: przemysły kultury, produkty kultury, sektory kultury czy branże kultury, czyli kategorie *stricte* ekonomiczne, oraz wykazywano w badaniach że, wpływają one na rozwój

społeczno – gospodarczy a nie badano ich wpływu na wzrost PKB. Również powstająca gospodarka kreatywna była analizowana w podobny sposób, np. jak mogło rozwinąć się Bilbao w wyniku stworzenia muzeum Guggenheima a nie badano, jak to wpłynęło na wzrost PKB Hiszpanii. Najlepszym dowodem braku badań wpływu gospodarki kreatywnej na wzrost PKB jest to, że ostatnie dane dla Polski z tego zakresu były opublikowane przez Instytut Badań Strukturalnych w Warszawie za 2008 rok a dla Unii Europejskiej przez KEA Institute za 2009 rok.

W rozdziale IV tej rozprawy bardzo precyzyjnie przedstawiłam, jak można obliczać wpływ gospodarki kreatywnej na wzrost PKB i obliczyłam, że w 2016 roku w Polsce udział gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB wyniósł 4,49%. W miarę publikowania kolejnych danych dotyczących PKB, co zgodnie z ustawą o obliczaniu PKB odbywa się co kwartał, można obliczać udział gospodarki kreatywnej w tworzeniu PKB, według metody, jaką zaproponowałam w IV rozdziale rozprawy.

3. We wprowadzeniu do tej rozprawy postawiłam główną hipotezę badawczą, że gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym, w którym czynniki wytwórcze cechuje większa efektywność w porównaniu z innymi przemysłami, sektorami czy branżami gospodarki narodowej. Stąd, ewentualne przemieszczanie czynników wytwórczych z innych sektorów gospodarki narodowej do gospodarki kreatywnej przyczyni się do przyspieszenia wzrostu PKB, który jest jednocześnie powiększeniem dobrobytu społecznego. Weryfikacji tej hipotezy dokonałam w dwóch etapach.

I Etap, udowodniłam, że gospodarka kreatywna jest bytem strukturalnym, poddającym się analizie strukturalnej, podobnie jak odbywa się to w chemii. Zbudowałam neuronowy model funkcjonowania gospodarki kreatywnej w którym określiłam wszystkie sprzężenia zwrotne występujące w całej gospodarce narodowej.

II Etap, polegał na tym, że za pomocą „reszty” Solowa obliczyłam efektywność czynników produkcji w gospodarce kreatywnej (2010 i 2016 rok) i w całej gospodarce narodowej. Wyniki moich badań wykazały zdecydowanie wyższą efektywność czynników produkcji w gospodarce kreatywnej, w porównaniu z efektywnością tych czynników, w całej gospodarce narodowej. Upoważnia mnie to do stwierdzenia, że główna hipoteza badawcza rozprawy, została zweryfikowana pozytywnie, metodami naukowymi. W tym miejscu warto podkreślić, że w literaturze przedmiotu pisze się o możliwości opisu gospodarki kreatywnej za pomocą „reszty” SOLOWA, ale nie znalazłam w literaturze

przedmiotu żadnych obliczeń w tym zakresie (vide raport ECORYS). Takie badania przeprowadziłam w IV rozdziale tej rozprawy i nie ma przeszkód, aby je zastosować w dowolnym kraju w dowolnym czasie, bowiem moje badania przeprowadziłam tylko na przykładzie Polski. To są główne konkluzje wynikające z badań przeprowadzonych w rozprawie. Moim zdaniem mają one znaczenie aplikacyjne w dwóch wymiarach:

po pierwsze, jest to wskazówka dla biznesu, że przekazywanie kapitału do gospodarki kreatywnej może zapewnić wyższą stopę zwrotu kapitału. Oczywiście musi to wynikać z potrzeb społeczeństwa, ale również badania naukowe wykazują, że kształtowanie procesów konsumpcji może być realizowane przez działania promocyjne i reklamowe producentów.

W ten sposób zmienić można nawet model konsumpcji. Wymaga to dalszych badań nie tylko makroekonomistów, ale również specjalistów z mikroekonomii;

po drugie, moje badania stanowią przesłankę do rozszerzenia badań nad funkcjonowaniem gospodarki narodowej w ujęciu strukturalnym, co pozwala na wykrycie i opisanie różnego rodzaju sprzężeń zwrotnych pomiędzy różnymi elementami gospodarki narodowej i *eo ipso* tworzy teorię gospodarki kreatywnej jako elementu teorii ekonomii.

Bibliografia

- Athinson R.D., Court R.H. , The New economy: How is it different? Issues in Science and Technology: Pro Quest Educational Journals 1999, Spring 15,3
- Balcerowicz L. , Wolność i rozwój, wyd. Znak, Kraków 1998
- Baumol W., Bowen W., Performing Arts: The Economic Dilemma, Twentieth Century Fund, Hartford, Connecticut 1966
- Baumol W., Bowen W., Performing Arts” The Economic Dilemmaa, Hartford, Connecticut 1966
- Bąkowska S. ,Tomczyk M. , Segment i sektor kreatywny w metropolii Szczecińskiej, Wydawnictwo Kudrak, Szczecin 2014
- Bear M. F. ,Connors B. W. , Paradiso M. A., Neuroscience: exploring the brain, PA: Lippincott Williams Wilkins, Philadelphia 2007
- Bielak R. , Jakość życia w świetle strategii rozwoju. Dylematy pomiaru, „Wiadomości statystyczne” Nr 6, czerwiec 2015 rok
- Bielak R., Jakość życia w świetle strategii rozwoju. Dylematy pomiaru, „Wiadomości statystyczne” Nr 6, czerwiec 2015 rok
- Biernacki M., Kilka uwag o pomiarze dobrobytu społecznego, „Mathematical Economics” No.2(10), 2006
- Blajerski A. , Problemy wydzielania peryferii społeczno-gospodarczych, Ruch Prawicy, Ekonomiczny, socjologiczny, Rok LXX-zeszyt 2-2008
- Blanchard O. , Makroekonomia, Oficyna a Wolter Kluwer, Warszawa 2011
- Blanchard O., Makroekonomia, wyd. Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2011
- Bogalska-Martin E. , Wprowadzenie do teorii kulturowych uwarunkowań rozwoju gospodarczego [w:] Ekonomia rozwoju PWE, Warszawa 2011
- Brajer-Marczak R. , Konsekwencje ciągłego doskonalenia procesów organizacyjnych. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009, Nr 52
- Bronowicki R. (red.), Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce, Wydawnictwo Oficyny Ekonomicznej, Kraków 2005
- Creative industries economic estimates. Department for Culture, Media and Sport, London 2014

Czaja S. , Becla A. , Włodarczyk J. , Poskrobko T. . Wyzwania współczesnej ekonomii. Wybrane problemy. , Difin, Warszawa 2012

Florida R, Narodziny klasy kreatywnej oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego, Wydawnictwo: Narodowe Centrum Kultury , Warszawa 2010

Freud S., Kultura jako źródło cierpień, [w:] Dzieła t.4, Warszawa 1998

Gospodarek T. , Innowacyjność po polsku, Kamieniec Wrocławski 2016- GGKEY: OLENHUK9TEK E

Hampden – Turner C. , Trompenaars A. , Siedem kultur kapitalizmu USA, Japonia, Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Szwecja, Holandia, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2012

Howkins J. , The creative economy: How people make many ideas, Penquin,London 2001,s.XIV

Hryniewicz J.T, Teoria „CENTRUM- PERYFERIE” w epoce globalizacji, studia regionalne i Lokalne Nr 2(40), 2010 rok

Ilczyk D., Ekonomia kultury, Wydanie Naukowe PWN, Warszawa 2012

Kelly K., Nowe reguły dla nowej gospodarki Dziesięć przełomowych strategii dla świata połączonego siecią, WIG-Press, Warszawa 2001

Kiełczewski D., Procesy zmian w systemach a gospodarka oparta na wiedzy [w:] Bazyli Poskrobko (red.), Gospodarka oparta na wiedzy, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Białystok 2011

Klasik A. , A. Drobnia, K. Wrana, Perspektywy aglomeracji górnośląskiej na podstawie sektora gospodarki kreatywnej. Biblioteka Regionalisty 2009/nr 9

Klasik A. ,Kuźnik F. , Wehikuły rozwoju dużych miast i zespołów miejskich [w:] A. Klasik, F. Kuźnik (red.), Wehikuły rozwoju lokalnego i regionalnego, Studia KPZK PAN, Warszawa 2017

Klasik A., Gospodarka kreatywna jako wehikuł rozwoju metropolitarnych miast i zespołów miejskich [w:] Cz. Zajac (red.), Nauki Ekonomiczne w XX wieku – dylematy, wyzwania, perspektywy, Wyd.UE, Wrocław 2017

Klimczak B., Między ekonomią a etyką, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, 2008

Korol J., Szczuciński P., Competitiveness of Industry in Polish Regions, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Seria: Ekonometria, 2014 /nr3/

Kot S. M. , Metodologiczne dylematy pomiaru nierówności i dobrobytu, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy Nr 1, 2003 rok

Kot S.M. , Dylematy metodologiczne pomiaru dobrobytu i ubóstwa, Problemy polityki społecznej. Studia i dyskusje. Nr 4/2002

Kwilecka M. , Brożek Z. , Bezpośrednie funkcje reakcji, Alamer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2007

Lewandowski P., Mućka J. i Skrok Ł. , Znaczenie gospodarcze sektora kultury: Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy, Wydawnictwo: Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa

Mauborgne R. , W.C. Kim, Pułapki czerwonego oceanu, Harvard Business Review Polska, Nr 153 Listopad 2015

Mauborgne R. i Chan Kim W., Strategia błękitnego oceanu, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2005

Metodologia pomiaru jakości życia, Red. W. Ostasiewicz, Wyd. Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2002

Newbiggin J. , Kreatywna Gospodarka i Przemysły Kultury (Creative and Cultural Economy), British Council, London 2010

Nęcka E. , Psychologia twórczości, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001

Noga M. , Makroekonomia, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2009

Noga M. , Neuroekonomia a ekonomia głównego nurtu, CEDEWU. PL, Warszawa 2017

Noga M. , Szkice z makroekonomii, CEDEWU.PL, Warszawa 2009

Noga M. , Teoria ekonomiczna a polityka państwa, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 1024, Wrocław 2004

Noga M., Kultura a ekonomia, CEDEWU.PL, Warszawa 2014

Noga M., Państwo a inwestycje w gospodarce rynkowej z uwzględnieniem procesu transformacji, Dolnośląska Oficyna Wydawnicza, Wrocław 1994

Noga M., Projekcja finansowania kultury w Polsce od 2018 roku [w:] Reforma sektora kultury w Polsce, Dorota Ilczuk, Centrum Badań nad Gospodarką Kreatywną Uniwersytetu SWPS, Warszawa, 25 sierpnia 2017 roku, Raport dla Instytutu Fryderyka Chopina w Warszawie

Olson M., The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups, Harvard University Press, Cambridge 1965

Pietrasiński Z. , Myślenie twórcze, PZWS Warszawa 1969

Pietrucha J, Żelazny R. , Indeks gospodarki kreatywnej a wzrost PKB, Studia i Prace WNEiZ Uniwersytetu Szczecińskiego nr 47/2017, Szczecin

Pięta- Kucharska N. , Znaczenie sektora kreatywnego w rozwoju miast i regionów, Acta Univeritatis, Lodziensis, FOLIA OECONOMICA 290, 2013

Proctor T., Zarządzanie twórcze, Gebethner and Ska, Warszawa 1998

R. Nowak-Lewandowska, G. Maniak, Wybrane aspekty zarządzania w GOW [w:]K. Włodarczyk -Śpiewak, (red.) Wybrane problemy gospodarki opartej na wiedzy, Wydawnictwo Print Group

Daniel Krzakowski, Szczecin 2006

Raport ECORYS „Analiza potrzeb rozwoju przemysłów kreatywnych, Warszawa, listopad 2009[Autorzy: M. Mackiewicz, B. Michorowska, A. Śliwka, M. Grochowski. Jest to raport końcowy oparty na materiałach UNCTAD, Komisji Europejskiej oraz na K. Oakley, B. Sperry, Fine Art and Innovation, NESTA Working Papeer, March 2008]

Retlewska M. , Uwarunkowania rozwoju sektorów kreatywnych [w:] Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 401/2015

Rocznik Statystyczny GUS, Warszawa 2017

Romer C. D., Changes in Business Cycles: Evidence and Explanations, „Journal of Economic Perspectives, No 1, 1990 year.

Stachowiak K. , Gospodarka kreatywna i mechanizm jej funkcjonowania. Perspektywa geograficzno-ekonomiczna, wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2017

Staszek A. , Sektor przemysłów kreatywnych w Polsce, Lokalizacja, Koncentracja i Determinanty, Łódź 2016

Stachowiak K. ,Tomczak P. , Przestrzenny wymiar sektora kreatywnego, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2015

Stachowiak K., Gospodarka kreatywna i mechanizmy jej funkcjonowania. Perspektywa geograficzno-ekonomiczna, Wydawnictwo UAM, Poznań 2017

Staudt K. , Managing, Development: State, Society and International Contexts, Ed: Newbury Park, California 1991

Stiglitz J. E. , Ekonomia sektora publicznego, PWN, Warszawa 2004, D.Begg, R. Dornbusch, S. Fischer. Mikroekonomia, PWE, Warszawa 1998

Suchodolski B. , Wstęp do Antropologii strukturalnej C.Levi – Strauss, PWN Warszawa 1970

Szultka S. , Klastry kreatywne w rozwoju miasta i regionu, PARP, Warszawa 2012

Tapscott D., Gospodarka cyfrowa: nadzieje i niepokoje Ery Świadomości Systemowej, Business Press, Warszawa 2001

The Economy of Culture in Europe. Raport KEA EUROPEAN AFFAIRS dla Komisji Europejskiej, październik 2006

The New Economy, By Charles P. Alexander. Time Magazine, May 30, 1983

Therborn G. , Drogi do nowoczesnej Europy, PWN, Warszawa 1998

Towse R., Ekonomia Kultury, Kompendium, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011

Waisburd G. , Creatividad y transformaciones, Trillas, Mexico 1966

Williams R.W. , Herrup K. , The control of neuron number, „Annu Rev Neurosci 1988 No 11

Woronowicz W. , Apanel D. (red.), Opieka- wychowanie- kształcenie. Moduły edukacyjne, Impuls, Kraków 2010

Zienkowski L. (red.), Co sprzyja rozwojowi gospodarczemu, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2005

Netografia

businesslocationcenter.de/pl/B/iii/seiteO.jsp

COMM-REP-WAW-TEAMEUROPE@ec.europa.eu

Creativeindustries.co/post/25080013924/przemysly-kreatywne-w-niemczech

culturalleadership.council-org.uk/ownart/

dd.arts.council-org.uk/ownart/

de.potuw.ceon.pl/.../Determinaty_finansowe_kultury_w_Polsce_i_we_Francji

Dlaczego PKP szczęścia nie daje, „Parkiet”

dspace.uni.lodz.pl/xmlui/.../Sektor_przemyslow%20kreatywnych_A.Staszek.pdf

dspace.uni.lodz.pl/xmlui/.../Sektor_przemyslow%20kreatywnych_A.Staszek.pdf

ec.europa.eu/info/sites/info/files/2017-european-semester

Encyklopedia.pwn.pl/haslo/analiza-strukturalnej3980526.html

england.pl/aktualnosci/finanse-gospodarka/news.html?n=3

europa.eu/culture/europa-creative

france.trade.gov.pl/.../francja/.../165247,sytuacja-francuskiego-przemyslu-kreatywnego

france.trade.gov.pl/.../francja/.../165247,sytuacja-francuskiego-przemyslu-kreatywnego

globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/GII-2014-v5.pdf

itv.int>Home>ITU-D>ICT

Komisja Europejska – Komunikat Prasowy [w:] europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1399_pl.htm

kongres-kultury.pl/.../news-tomasz_kukulowicz_dwa_przypis_na_przemysly_kreatywne

kongres-kultury.pl/arttag-przemys%C5%82y+kreatywne/art-tomasz_kukolowicz_dwa_przepisy_na_przemysly_kreatywne.html

martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015

nsk.pl/badania/.../udzial-kultury-w-gospodarce-krajowej-francji-raport-deps

old.stat.gov.pl/GUS/definicje_PLK_HTML.id=POJ_1477.html

pokoj.ciszewscy.pl/index/wsp/Czaswolnydefinicje.pdf

sektorykreatywne.mkidn.gov.pl

senat.gov.pl/download/gfx/senat/pl/defaultopisy/296/5/1/120.pdf

senat.gov.pl/download/gfx/senat/pl/defaultopisy/296/5/1/120.pdf

sjp.pl/kreatywny

Słownik języka polskiego, <http://sjp.pwn.pl/>

tiger.edu.pl/kolodko/ksiazki/Wojtyna.pdf

unctad.org/fg/Docs/dictab_2013_en.pdf

wbc.poznan.pl/content/281923/Bryl_Lukasz-Rozprawa_doktorska.pdf

wipo.int/portal/en/index.html

wkonpol.wne.uw.edu.pl/uploads/Dydaktyka/zajecia_11-Pasik.ppt

wsiz.rzeszow.pl/pl/uczelnia/.../strategia%Blekitnego%20oceanu.pptx

zaiks.org.pl/view/296/ey_analiza_rynkow_kreatywnych.pdf

Ustawy

Uchwała Rady Ministrów Nr 157, w sprawie przyjęcia Strategii i rozwoju kraju 2020, Monitor Polski 2012 nr 0 poz.882 z dnia 25 września 2012 roku

Spis tablic

Tablica 1. Mierniki dobrobytu społecznego (MDS)

Tablica 2. Wskaźniki sektora kultury i przemysłów kreatywnych oddziaływujących na dobrobyt jednostki i społeczeństwa

Tablica 3. Sektory kultury i sektory kreatywne według Filipa Kerna

Tablica 4. Lista branż kreatywnych

Tabela 5. Rodzaje dóbr kreatywnych

Tabela 6. Cechy tradycyjnej i „nowej gospodarki”

Tabela 7. Społeczeństwo agrarne, przemysłowe i informacyjne

Tablica 8. Global Indeks Innovation (GII) dla Polski w 2015 roku i prognoza do 2017 roku

Tablica 9. Cechy strategii czerwonego oceanu versus błękitnego oceanu.

Tabela 10. Gospodarka kreatywna i jej efekty rozwojowe w metropolii.

Tabela 11. Pobudzanie i kształtowanie postaw kreatywnych mieszkańców miast i regionów Unii Europejskiej

Tablica 12. Tabela wieloletnich spraw finansowych (UE 28)

Tablica 13. Wydatki na kulturę w Polsce

Tablica 14. The Global Creativity Index 2015 rok

Tablica 15. Udział zatrudnionych w gospodarce kreatywnej w stosunku do ogółu zatrudnionych

Tablica 16. Modele ekonometryczne wpływu gospodarki kreatywnej na rozwój regionów

Tablica 17. Procentowy udział TFP traktowanego jako innowacyjność i kreatywność w tworzeniu potencjalnego PKB w Unii Europejskiej

Spis schematów

Schemat 1. Efekt Baumola

Schemat 2. Schemat budowy neuronu biologicznego.

Schemat 3. Model „sztucznego” neuronu.

Schemat 4. Neuronowy model funkcjonowania gospodarki kreatywnej [NMFGK]

Schemat 5. Przemysły i miasta kreatywne jako tworzywo dla wehikułu rozwoju.

Schemat 6. Wehikuł rozwoju metropolitalnego dużych miast i aglomeracji miejskich – podejście retrospektywne w horyzoncie 2005 – 2015

Schemat 7. Wehikuł rozwoju gospodarki kreatywnej w dużych miastach i zespołach miejskich rangi metropolitarnej – podejście prospektywne w perspektywie 2030 roku

Spis wykresów

Rys.1. Gospodarka kreatywna jako byt strukturalny

Rys.2. Gospodarka kreatywna w ujęciu K. Stachowiaka

Rys.3. Struktura wskaźnika Global Innovation Index

Spis załączników

Załącznik nr 1. Ranking IDI sporządzony przez International Telecommunication Union dla 176 krajów w 2017 roku