

p-ISSN 2300-4088

e-ISSN 2391-5951

NR 2 (2015)

PROGRESS IN ECONOMIC SCIENCES

**CZASOPISMO NAUKOWE INSTYTUTU EKONOMICZNEGO
PAŃSTWOWEJ WYŻSZEJ SZKOŁY ZAWODOWEJ
IM. STANISŁAWA STASZICA W PILE**

p-ISSN 2300-4088
e-ISSN 2391-5951

Progress in Economic Sciences

**Rocznik Naukowy Instytutu Ekonomicznego
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Staszica
w Pile**

Nr 2 (2015)

Wersja elektroniczna czasopisma jest wersją pierwotną



© Copyright by **Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej
im. Stanisława Staszica w Pile**

Piła 2015

p-ISSN 2300-4088
e-ISSN 2391-5951

Przygotowanie i druk:
KUNKE POLIGRAFIA, Inowrocław

Edyta Monika PŁASKONKA-PRUSZAK*

Culture industries w kreowaniu konkurencyjności miast w Polsce w latach 2009–2011

Wstęp

Termin *culture industries* dotyczy, ogólnie rzecz ujmując, wytwarzania dóbr i usług kultury, czy też przedsięwzięć kulturalnych w sposób masowy i skomercjalizowany. Jakkolwiek najbardziej poprawny przekład tego terminu na język polski brzmiałby „przemysły powodowane”, czy też „przemysły kreowane przez kulturę”, to jednak w całym artykule stosowano pojęcie „przemysły kultury”. Postępowanie takie zostało podyktowane m.in. dotychczasowym stosowaniem takiego sformułowania w skromnej polskiej literaturze z zakresu ekonomiki kultury [Ilczuk 2000, 2012; Smoleń 2003; Szomburg 2002], a także potrzebą nazwania, jak się uważa – nowego zjawiska gospodarczego.

Przemysły kultury można ogólnie scharakteryzować jako mierzalny wymiar niemierzalnych wartości. W literaturze przedmiotu nie sposób znaleźć ujednoczoną ich definicję. Chaos definicyjny wynika z używania terminu opisującego przedmiotowe przemysły w zależności od tradycji kraju, organizacji międzynarodowej oraz zespołu badawczego [Segers i Huijnh 2006, s. 10]. W konsekwencji rozważań przyjęto autorską definicję przemysłów kultury, która odnosi się do definicji kultury przyjętej na gruncie ekonomiki kultury, koncepcji sektora według M. Portera [Portera 1994, s. 34–36], rozważań nad sektorem kultury w szerokim znaczeniu, pojęcia prowadzenia działalności gospodarczej na gruncie wykładni Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości oraz współczesnych warunków dostarczania i konsumpcji dóbr symbolicznych.

W autorskiej definicji przemysłów kultury przedsiębiorstwa niezależnie od formy prawnej i własnościowej, działające na polu kultury, dostarczające na rynek ofertę dóbr i usług kultury o podobnym przeznaczeniu, tj. zaspokojeniu potrzeb klientów w zakresie kultury, estetyki, edukacji artystycznej i innych tego typu doznań, stanowią łącznie przemysły kultury.

* Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.

Ponadto przyjęto, iż podmioty przemysłów kultury prowadząc swoją działalność na polu szeroko pojętej kultury, jednocześnie mogą przejawiać się w jednym lub więcej działaniach, tj. mogą:

- korzystać z masowych środków produkcji, dystrybucji, komunikacji oraz odbioru przez klienta,
- wielokrotnie świadczyć usługę tego samego rodzaju oraz zapewnić ciągłość sprzedaży danego dobra kultury/usługi kulturalnej,
- generować przychody i/lub obowiązek podatkowy, np. VAT, czy podatek dochodowy, niekoniecznie zyski.

W nawiązaniu do powyższego autorska definicja przemysłów kultury jest szerszym pojęciem niż definicja przemysłów kultury z jaką można się spotkać w literaturze przedmiotu. Natomiast do przemysłów kultury, w pracy zaliczono: (1) biblioteki, (2) muzea, (3) domy kultury, (4) teatry i instytucje muzyczne, opery, (5) działalność w zakresie muzyki, (6) galerie, fotografię, (7) sztuki performatywne, (8) sztuki wizualne i graficzne, (9) radio i telewizję, (10) film i video, (11) wzornictwo (w tym rzemiosło), (12) architekturę, (13) agencje reklamowe, (14) produkcję i usługi w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych, (15) oprogramowanie komputerowe, w tym interaktywne oprogramowanie rozrywkowe, np. gry komputerowe, (16) edukację kulturalną (artystyczną).

Generalizując, przemysły kultury są przejawem efektu synergii między przedsiębiorczością a aspektami niematerialnymi: kulturą i kreatywnością, postrzeganymi w gospodarce postindustrialnej jako źródło innowacyjności, atrakcyjności miejsc do inwestowania i życia.

Niniejszy artykuł koncentruje się na przeprowadzeniu analizy konkurencyjności miast, uwzględniającej funkcjonowanie przemysłów kultury w latach 2009 i 2011. Zakres przestrzenny badania objął 18 miast wojewódzkich w Polsce: Białystok, Bydgoszcz, Gdańsk, Gorzów Wielkopolski, Katowice, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Toruń, Warszawę, Wrocław, Zieloną Górę. Wybór wymienionych miast był uzasadniony tendencją przemysłów kultury do koncentrowania się w większych ośrodkach miejskich. Ponadto wybrane ośrodki administracji rządowej i samorządowej szczebla wojewódzkiego łączy kryterium podobieństwa w zakresie funkcji administracyjnej pełnionej przez dane miasta.

Ranking wymienionych miast powstał w oparciu o autorskie narzędzie badawcze – Indeks Konkurencyjności Miast Kreatywnych.

Współczesny ekonomiczny wymiar kultury – „ekonomizacja kultury”

Rozwój technologii i technik (tele)komunikacyjnych, otwieranie rynków, globalizacja, efekty synergiczne rynku, wolność transferów informacyjnych i kulturalnych, zamożność społeczeństw spowodowały, że od II połowy XX

wieku powstają dobra i usługi z zakresu kultury dostarczane na rynek w sposób masowy i komercyjny. Wzrost konsumpcji dóbr symbolicznych nad dobrami materialnymi nie uszedł uwadze naukowców i decydentów politycznych, w wyniku czego nastąpił rozwój pojęć, koncepcji, dyscyplin dotyczących gospodarczych aspektów kultury.

W gospodarce postindustrialnej, opartej na usługach i markach, generowaniu nowych znaczeń i wartości oraz wykorzystywaniu zasobów niematerialnych, koncepcja gospodarki opartej na wiedzy współtowarzyszy koncepcji gospodarki doznań (ang. *experience economy*) oraz gospodarki kreatywnej (ang. *creative economy*), czy gospodarki kulturowej (ang. *cultural economy*).

Temat innowacyjności, kreatywności i znaczenia przemysłów związanych z kulturą i kreatywnością dla rozwoju gospodarki zyskuje coraz większą popularność w światowym dyskursie naukowców i decydentów politycznych. Rośnie liczba zleceń badawczych oraz dostępność raportów i badań na ten temat. Kultura traktowana w nich jest jako specjalny środek do osiągnięcia celu, którym może być m.in. wspieranie rozwoju regionów, tworzenie miejsc pracy, generowanie dochodów. Ponadto aspekt kultury jest również podstawą do tworzenia kolejnych definicji i koncepcji, takich jak np. sektor kreatywny, obejmujący nieprzemysłowe, jak i przemysłowe aktywności z zakresu kultury. Według danych z 2010 r. udział sektora kreatywnego Unii Europejskiej był równy ok. 4,5% PKB UE (2,6% w 2003 r. – więcej niż przemysłu chemicznego, tekstylnego, czy spożywczego), a udział zatrudnienia wynosił ok. 3,8% (3,1% w 2003 roku) siły roboczej Unii, tj. 8,5 mln osób (5,8 mln osób w 2003 r.) [TERA Consultants 2010]. Wzrost wartości dodanej sektora kreatywnego w latach 1999–2003 został oszacowany na 19,7%, czyli o 12,3% więcej niż ogólny wzrost gospodarczy w danych latach [KEA 2003].

Wyróżnikiem sektora kreatywnego jest szczególnie profil pracowników. Około 47% z nich ma wyższe wykształcenie (w porównaniu do ok. 25% wśród wszystkich zatrudnionych). Pracowników samozatrudnionych jest ponad dwa razy więcej niż wśród wszystkich zatrudnionych (28,8% i 14,1%). Więcej jest też pracowników tymczasowych (ok. 17% i 13,3% wśród wszystkich zatrudnionych) i zatrudnionych w niepełnym wymiarze etatu (25% w porównaniu do 17,6% ogółu) [Ilczuk 2012].

Sektor kreatywny mimo kryzysu finansowego w pierwszej dekadzie XXI wieku charakteryzuje się dużą dynamiką, np. dla krajów półkuli południowej wzrost udziału w światowym rynku przemysłów sektora kreatywnego wyniósł z 7,8 mld USD w 2002 r. do 21 mld USD w 2008 r. [UNCTAD 2010].

Niemniej te wszystkie optymistyczne obliczenia mogą być wynikiem manipulacji danymi m.in. dla zakończenia rokowań dotyczących międzynarodowego handlu dobrami i usługami przemysłów kultury. Niestety dotychczas poza kilkoma krajami na świecie dane na temat gospodarczych wyników przemysłów kultury nie były gromadzone w sposób ciągły. Nie oddawały one również pełnego spektrum tworzenia, czy produkcji dóbr symbolicznych.

Mimo, iż w ogólnym dyskursie nad fenomenem przemysłów kultury brakuje analiz z perspektywy rozwoju społeczno-gospodarczego, w perspektywie finansowej Unii Europejskiej na lata 2014–2020 zachęca się państwa członkowskie do uwzględnienia rozwoju sektora kreatywnego w regionalnych programach operacyjnych. W przypadku Polski – w toku prac nad tzw. linią demarkacyjną między programami operacyjnymi – pojęcie sektora kreatywnego ustąpiło miejsca krajowym i regionalnym inteligentnym specjalizacjom.

Informacje statystyczne na temat przemysłów kultury w Polsce dostępne są za 2008 r. Udział wartości dodanej sektora kultury w PKD waha się od 1,58% [Lewandowski, Mućk i Skrok 2010, s. 41] do 3,2% [GUS 2014, s. 1]. Największy udział w wartości dodanej brutto kultury miała branża: „książka i prasa” (wydawanie i sprzedaż książek, gazet i czasopism, działalność agencji informacyjnych oraz związana z tłumaczeniami) – 23%, następnie „sztuki wizualne i multimedia”, której wkład został oszacowany na 21% wartości dodanej brutto kultury [GUS 2014, s. 1]. Liczba pracujących w sektorze kultury to ponad 260 tys. osób, co stanowiło 2,68% liczby pracujących w całej gospodarce w Polsce w 2008 roku [Lewandowski, Mućk i Skrok 2010, s. 44].

Syndrom kreatywnego miasta – „kulturyzacja ekonomii”

Współczesny wzrost znaczenia kreatywności i kultury jako czynników, przejawów i mechanizmów rozwoju spowodował, że wyznacznikiem dokonujących się zmian cywilizacyjnych stała się „kulturyzacja” rozwoju, czy gospodarki danego podmiotu gospodarczego (jednostki terytorialnej) [Jewtuchowicz 2005, s. 115–120]; [Kosiedowski 2008, s. 236–237]; [Landry 2013 a, 2013 b]; [Ładysz 2009, s. 23–26]; [Pietrzyk 2000, s. 33]. Współczesny rozwój miast, niezależnie od ich wielkości zależy od wdrażania zrównoważonego rozwoju – harmonijnego wykorzystywania również atutów kulturalnych obok atutów politycznych i gospodarczych. Inwestycje w kulturę i wspieranie inicjatyw kulturalnych mimo, iż z reguły są czynnikami mniej znaczącymi niż czynniki czysto ekonomiczne, wydają się współcześnie bardzo prawdopodobnym czynnikiem przeważającym o zagranicznych decyzjach inwestycyjnych. Dzieje się tak dlatego, że współcześnie wizerunek kraju, siła oraz atrakcyjność jego marki stały się niemniej istotnym zasobem i polem konkurencji jak zasoby naturalne, infrastruktura czy kwalifikacje siły roboczej.

Zmiany cywilizacyjne i oświeceniowe spowodowały, że ludzie przywiązują wagę do jakości życia i dostępności do szerokiej gamy instytucji i usług. Natomiast kultura stała się nie tylko sposobem spędzania wolnego czasu, ale stała się również stylem życia, albo jeszcze inaczej kulturą spędzania czasu wolnego. Tak więc miasto, które dostarcza doznań, pozwala spełniać się, realizować się, żyć pełnią życia, wcielać kreatywne pomysły w przestrzeń

publiczną i jednocześnie pozwala utrzymać się finansowo jest miejscem najbardziej konkurencyjnym [Florida 2010].

Metodyka i przebieg procesu badawczego konkurencyjności miast kreatywnych

Za konkurencyjność miasta w niniejszym artykule uważa się konkurencyjność przestrzenną, która w oparciu o literaturę przedmiotu została utożsamiona z rozwojem danej jednostki przestrzennej – miasta [Klamut 2008, s. 50]; [Kosiedowski 2008, s. 223]; [Ładysz 2009, s. 15]; [Markowski 2000, s. 30]; [Strahl, Sobczak 1999, s. 27–29]. Konkurencyjność przestrzenna jest więc dynamicznym procesem dostosowywania się do zmieniającego się otoczenia. Innymi słowy konkurencyjność przestrzenna to proces uczenia się danego terytorium i tworzenie zasobów specyficznych przez to terytorium. Do specyficznych zasobów danego terytorium należą m.in. dziedzictwo kulturowe, tożsamość, infrastruktura sektora kultury. Wpływ kultury na konkurencyjność przestrzenną regionu (miasta) odzwierciedlony jest przez następujące zależności:

Komplementarność dóbr i usług kultury (przemysły kultury) → współzależności rynkowe między podmiotami sektora kultury i podmiotami innych sektorów w regionie (konkretna przestrzeń) → ujawnienie się czynników specyficznych, świadomie kreowanych i finansowanych przez podmioty danego regionu (rozwój regionalny, tj. systematyczne poprawa konkurencyjności).

Powyżej przedstawiona zależność koresponduje z zaadaptowanym dla potrzeb pracy badawczej modelem procesu zarządzania konkurencyjnością przedsiębiorstwa, uwzględniającym związki przyczynowo-skutkowe między elementami konkurencyjności, autorstwa M. J. Stankiewicza [Stankiewicz 2005, s. 90].

Wspomniana adaptacja dotyczyła m.in. przeniesienia ogólnej charakterystyki zjawiska konkurencyjności przedsiębiorstw na konkurencyjność miast, ze szczególnym wyróżnieniem znaczenia przemysłów kultury oraz założenia występowania zależności między elementami konkurencyjności: potencjałem konkurencyjności, przewagi konkurencyjnej, instrumentów konkurowania oraz pozycji konkurencyjnej.

Zaadaptowany model M. J. Stankiewicza przysłużył się do opracowania autorskiego narzędzia badawczego – Indeksu Konkurencyjności Miast Kreatywnych. Opracowanie tego Indeksu opartego na przemysłach kultury odnosi się do koncepcji miast kreatywnych, w których wartości kulturowe i symboliczne

działają jako katalizator wspierający ogólny rozwój danego miasta. Koncepcje miasta kreatywnego zwracają uwagę na atrakcyjność danego miasta, jako miejsca do inwestowania, mieszkania, pracy i odpoczynku. Właśnie form odpoczynku, możliwości spędzenia czasu wolnego dostarczają w głównej mierze przemysły kultury. W związku z powyższym Indeks Konkurencyjności Miast Kreatywnych został oparty zarówno na cechach miejsca, w którym „dobrze się żyje”, jak i cechach dotyczących przemysłów kultury.

Indeks Konkurencyjności Miast Kreatywnych może być stosowany jako samodzielne narzędzie, niemniej na etapie jego tworzenia wymagał weryfikacji i porównań dla ustalenia jego wartości badawczej. W związku z powyższym jego konstrukcja, w tym dobór cech został oparty na rankingach ze względu na: ogólną atrakcyjność miasta (w rozumieniu miasta atrakcyjnego dla turystów, inwestorów i mieszkańców), poszczególne elementy zaadaptowanego modelu M. J. Stankiewicza oraz liczbę lat przebywania danego miasta w granicach wpływu kultury polskiej.

Konstrukcja rankingów miast dla poszczególnych składowych zaadaptowanego modelu według M. J. Stankiewicza, ze względu na ogólną atrakcyjność danego miasta oraz Indeks Konkurencyjności Miast Kreatywnych została oparta o miary porządkowania liniowego [Zeliaś 2002, s. 93], a ściślej o procedurę budowy zmiennej syntetycznej (do normalizacji zmiennych wykorzystano metodę unitaryzacji zerowanej):

$$\mu_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m z_{ij} \quad i = 1, 2, \dots, n$$

gdzie:

$$z_{ij} := \begin{cases} \frac{x_{ij} - \min_{i=1,2,\dots,n} x_{ij}}{rg(X_j)} & \text{gdy cecha } X_j \text{ jest stymulantą} \\ \frac{\max_{i=1,2,\dots,n} x_{ij} - x_{ij}}{rg(X_j)} & \text{gdy cecha } X_j \text{ jest destymulantą} \\ \frac{\lambda_j - x_{ij}}{rg(X_j)} & \text{gdy cecha } X_j \text{ jest nominantą i } x_{ij} \leq \lambda_j \\ \frac{x_{ij} - \lambda_j}{rg(X_j)} & \text{gdy cecha } X_j \text{ jest nominantą i } x_{ij} > \lambda_j \end{cases}$$

gdzie:

$i = 1, 2, \dots, n$; $j = 1, 2, \dots, m$;

n – liczba obiektów;

m – liczba cech;

$rg(X_j)$ – rozstęp, różnica pomiędzy wartością maksymalną a minimalną j-tej cechy;

x_{ij} – rzeczywista wartość j-tej cechy w i-tym obiekcie;
 λ_j – optymalna (pożądana) wartość j-tej cechy.

Natomiast ranking miast ze względu na liczbę lat przebywania danego miasta w granicach wpływu kultury polskiej utworzono w oparciu o metodę rang według autorskich kryteriów przyznawania ważonych punktów w zależności od pełnionej przez dane miasto kategorii funkcji stołecznej oraz możliwości kreowania państwowości polskiej (i tym samym zasobów kultury polskiej) na przestrzeni lat 966–2009 (2011). Im wartość punktów była wyższa, tym wyższą lokatę otrzymało dane miasto w rankingu.

Do porównywania odpowiednich rankingów parami posłużył współczynnik korelacji rang Spearmana:

$$r_s = 1 - \frac{6 \times \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)},$$

gdzie:

n – oznacza liczbę obserwacji;

d_i^2 – oznacza kwadrat różnic rang pomiędzy tymi samymi obserwacjami dla dwóch zmiennych.

Postępowanie takie pozwoliło na określenie występowania zależności między analizowanymi uszeregowaniami.

Konstrukcję wymienionych wcześniej rankingów oparto na informacjach o przemysłach kultury jako wyrazie kreatywności tych miast. Za źródła danych posłużyły dane statystyczne pozyskane z Głównego Urzędu Statystycznego (w zakresie liczby podmiotów działających w wybranych kodach PKD 2007 oraz liczby zatrudnionych w wybranych działach PKD w wybranych miastach wojewódzkich), a także dane statystyczne z Banku Danych Lokalnych oraz Vademecum Samorządowca, publikowane na internetowych stronach GUSu. Jako wtórne źródła wykorzystano również bazy danych na temat działalności organizacji pożytku publicznego prowadzone przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, internetową bazę organizacji pozarządowych [bazy.ngo.pl] oraz źródła dotyczące historii Polski.

Potencjalne zmienne diagnostyczne przygotowane do obliczenia Indeksu Konkurencyjności Miast Kreatywnych zostały oparte o założenia koncepcji miast kreatywnych. Wykorzystano również zmienne opisujące zaadaptowany model Stankiewicza oraz zmienne dotyczące ogólnej atrakcyjności miasta, niemniej poddano je jedynie rozagregowaniu, bądź uszczegółowieniu. Następnie wszystkie wybrane cechy zostały podzielone na trzy grupy: charakterystyka przemysłów kultury (sektor publiczny¹ osiemnaście cech, dla sektora prywat-

¹ Wśród danych mogły wystąpić dane instytucji, np. teatralnych i źródło danych nie rozróżniało ich na instytucje publiczne i prywatne.

nego dziewiętnaście cech oraz dla sektora organizacji pozarządowych dwie cechy), atrakcyjność miasta (siedem cech) oraz efekty finansowe atrakcyjności miasta (cztery cechy).

Wszystkie wymienione cechy charakteryzowały się dostateczną zmiennością, natomiast ze względu na wysokie skorelowanie zmiennych diagnostycznych (współczynnik Pearsona był powyżej 70%) spośród potencjalnych cech wykorzystanych do utworzenia Indeksu wyeliminowano łączenie 16 cech. Z czego z grupy dotyczącej charakterystyki przemysłów kultury usunięto 14 cech, 1 cechę z grupy dotyczącej atrakcyjności miasta oraz 1 cechę z grupy efekty finansowe atrakcyjności miasta.

Szczegółnej analizie poddano korelacje między osiemnastoma cechami odnoszącymi się do liczby prywatnych² podmiotów przemysłów kultury (zatrudniających do 9 osób łącznie) na 1000 podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w danym mieście według kodów PKD 2007, zidentyfikowanych jako związane z przemysłami kultury. Generalnie wybrano 65 kodów klasyfikacji działalności gospodarczej.

Ostatecznie dla charakterystyki przemysłów kultury wybrano na przykład takie cechy jak: gęstość placówek domów kultury, liczba filmów w kinach samorządowych do ogółu filmów wyświetlanych w danym mieście, liczba zwiedzających muzeum na 1000 mieszkańców, liczba organizacji pozarządowych działających w sferze kultury na 10 000 mieszkańców, liczba prywatnych podmiotów przemysłów kultury (wpisujących się do np. działalności twórczej związanej z kulturą i rozrywką, czy nadawaniem programów ogólnodostępnych i abonamentowych), zatrudniających do 9 osób łącznie na 1000 podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w danym mieście.

W grupie zmiennych dotyczących atrakcyjności miasta znalazły się np. liczba turystów (w tym zagranicznych), udzielone noclegi ogółem na 1000 mieszkańców, stopień wykorzystania miejsc noclegowych w %, saldo migracji wewnętrznych i zagranicznych na pobyt stały na 1000 ludności, mieszkania oddane do użytku na 10 000 mieszkańców, wysokość dochodów na 1 mieszkańca.

Grupę zmiennych, dotyczących efektów finansowych atrakcyjności miasta, reprezentowały m.in. takie cechy jak: wydatki budżetu miasta na turystykę ogółem w przeliczeniu na liczbę mieszkańców i turystów łącznie, zadłużenie budżetu miasta – różnica wyniku budżetu miasta do dochodów ogółem, dochody z kultury na mieszkańców i turystów łącznie.

W odniesieniu do wszystkich analizowanych w badaniach cech, w każdym ze zbiorów zmiennych, na podstawie których budowano rankingi miast, wystąpiły tylko stymulanty. W związku z powyższym zbędne było przeprowadzenie transformacji destymulant na stymulanty. Natomiast postulat porównywal-

² W cechach wzięto pod uwagę tylko podmioty deklarujące zatrudnienie do 9 osób ze względu na zachowanie tajemnicy statystycznej. Pozostałe podmioty były przede wszystkim podmiotami publicznymi.

ności zmiennych był spełniony dzięki wyrażeniu wartości zmiennych w skali ilorazowej.

W przypadku cech tworzących każde z opisanych wyżej rankingów miast przyjęto założenie o jednakowym znaczeniu każdej z cech. Natomiast ważenie cech zastosowano w przypadku utworzenia rankingu miast charakteryzującego długość okresu funkcjonowania danego miasta w zasięgu kultury polskiej z uwzględnieniem funkcji, jakie wybrane do badań miasta pełniły w poszczególnych okresach historycznych Polski.

Indeks Konkurencyjności Miast Kreatywnych – wyniki

Wykorzystując opracowane uporządkowanie liniowe wyznaczono typy rozwojowe miast na podstawie kryteriów statystycznych z wykorzystaniem średniej arytmetycznej (q_{sr}) i odchylenia standardowego (S_q) wartości zmiennej syntetycznej. W tym celu wyznaczono przedziały klasowe:

- 1) Klasa pierwsza – poziom wysoki: $q_i \geq q_{sr} + S_q$;
- 2) Klasa druga – poziom średni-wyższy: $q_{sr} \leq q_i < q_{sr} + S_q$;
- 3) Klasa trzecia – poziom średni-niższy: $q_{sr} - S_q \leq q_i < q_{sr}$;
- 4) Klasa czwarta – poziom niski: $q_i < q_{sr} - S_q$.

Wprowadzając podział miast na klasy (tabela 1a.), uzyskano tabelę 1b., obrazującą przynależność miast do poszczególnych klas w roku 2009 i 2011.

Tabela 1a. Przedziały klasowe zmiennej syntetycznej dla Indeksu Konkurencyjności Miast Kreatywnych

		2009	2011
klasa pierwsza:	poziom wysoki	$q_i \geq 0,424$	$q_i \geq 0,421$
klasa druga:	poziom średni-wyższy	$0,325 \leq q_i < 0,424$	$0,330 \leq q_i < 0,421$
klasa trzecia:	poziom średni-niższy	$0,226 \leq q_i < 0,325$	$0,240 \leq q_i < 0,330$
klasa czwarta:	poziom niski	$q_i < 0,226$	$q_i < 0,240$

Źródło: obliczenia własne.

Tabela 1b. Uporządkowanie klas rozwoju wg zmiennej syntetycznej dla Indeksu Konkurencyjności Miast Kreatywnych

Miasto	2009	Miasto	2011
Warszawa	0,610	Warszawa	0,560
Kraków	0,489	Gdańsk	0,499
Gdańsk	0,449	Kraków	0,485
Wrocław	0,360	Wrocław	0,402
Łódź	0,346	Zielona Góra	0,322

Miasto	2009	Miasto	2011
Poznań	0,336	Lublin	0,318
Opole	0,332	Opole	0,309
Katowice	0,301	Katowice	0,307
Białystok	0,300	Rzeszów	0,304
Rzeszów	0,298	Toruń	0,294
Toruń	0,296	Poznań	0,289
Szczecin	0,291	Kielce	0,284
Gorzów Wielkopolski	0,281	Olsztyn	0,283
Lublin	0,262	Białystok	0,277
Zielona Góra	0,252	Gorzów Wielkopolski	0,269
Olsztyn	0,250	Szczecin	0,257
Bydgoszcz	0,204	Łódź	0,245
Kielce	0,198	Bydgoszcz	0,242

Źródło: obliczenia własne.

Podział ukazał wyłaniające się grono czterech miast-liderów, ponieważ prawie 80% miast w 2011 r. znalazło się pod względem zmiennej syntetycznej na poziomie średnio-niższym. W przeciwieństwie do roku 2009 żadne z miast pod względem wartości zmiennej syntetycznej nie reprezentowało poziomu niskiego w zakresie cech opisujących miasto kreatywne.

Trzy miasta – Warszawa, Kraków i Gdańsk nie zmieniły swojego przedziału klasowego, ponieważ pozostały w pierwszej klasie. W drugiej klasie pozostał niezmiennie tylko Wrocław. W trzeciej, najbardziej licznej klasie, pozostawały niezmiennie (w kolejności alfabetycznej): Białystok, Gorzów Wielkopolski, Katowice, Lublin, Olsztyn, Rzeszów, Szczecin, Toruń i Zielona Góra. W 2011 r. dołączyły do nich Łódź, Opole i Poznań (spadek o klasę) oraz Bydgoszcz i Kielce (awans o klasę). Czwarta klasa była skromnie reprezentowana, tylko przez Bydgoszcz oraz Kielce i tylko w 2009 r. W przypadkach wyjścia lub wejścia do poszczególnych klas główną przyczyną zmian w rankingu była sytuacja związana z efektami finansowymi atrakcyjności miasta, ponieważ ta grupa cech miała największe różnice miejsc w rankingach średnich dla poszczególnych grup zmiennych Indeksu Konkurencyjności Miast Kreatywnych.

Podsumowanie

Obecność przemysłów kultury w danym obszarze terytorialnym, jakim są np. miasta należy potraktować jako jeden z wyznaczników kreatywności miasta, a powstały ranking według metodologii Indeksu Konkurencyjności Miast

Kreatywnych umożliwia ustalenie pozycji miast względem siebie w zakresie ich kreatywnego wizerunku. Miastami, które ukazują swój potencjał jako „miasta kreatywne”, a więc są atrakcyjne dla mieszkańców, turystów oraz biznesu bez wątpienia były według wszystkich rankingów dwa z nich: Kraków i Warszawa. Z tym, że według Indeksu Konkurencyjności Miast Kreatywnych Warszawa wskazywana jest jako lider opracowanego uszeregowania.

W Indeksie Konkurencyjności Miast Kreatywnych autorski był dobór cech dotyczący zarówno kreatywności związanej z przemysłami kultury, jak i wynikami gospodarczymi miasta. Ponadto nie było dotychczas żadnego wskaźnika porównującego polskie miasta wojewódzkie, tym bardziej dającego możliwość porównań na przestrzeni lat.

Przyjęta do konstrukcji Indeksu metoda statystyczna budowy zmiennej agregatowej nadała mu swoje mocne, jak i słabe strony. Za największą aplikacyjną zaletę Indeksu należy uznać, iż kilka wskaźników dotyczących jednostek przestrzennych zbiera w jeden syntetyczny wskaźnik. Ponadto Indeks niesie w sobie potencjał dla wsparcia mechanizmów decyzyjnych dla polityki miejskiej, jak również inwestycji prywatnych. Za wady w praktycznym zastosowaniu Indeksu należy wymienić wymóg corocznej oceny korelacji między danymi dla zidentyfikowanych zmiennych diagnostycznych, a także fakt, że dane statystyczne dotyczące całego sektora kultury w szerokim znaczeniu są rozproszone i/lub brakuje do nich dostępu.

Bibliografia

- FLORIDA R., 2010, *Narodziny klasy kreatywnej oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego*, tłum. T. Krzyżanowski, M. Penkala, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- GUS, 2014, *Wstępne wyniki satelitarne rachunku kultury za 2008*, Urząd Statystyczny w Krakowie, notatka informacyjna, <http://stat.gov.pl/z-prac-studialnych/wstepne-wyniki-satelitarne-rachunku-kultury-za-2008-r-1,1.html>, [dostęp: 05.01.2015].
- ILCZUK D., 2000, *Rola przemysłów kultury w rozwoju miasta*, w: *Kultura w Warszawie*, Zarząd Miasta Stołecznego Warszawy, Warszawa.
- ILCZUK D., 2012, *Ekonomika kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- JEWTOCHOWICZ A., 2005, *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- KLAMUT M., 2008, *Konkurencyjność gospodarki regionalnej i lokalnej*, w: Strzelecki, Z. (red.), *Gospodarka regionalna i lokalna*, Wydawnictwa Naukowe PWN, Warszawa.
- KOSIEDOWSKI W., 2008, *Zarządzanie rozwojem regionalnym i lokalnym*, w: Strzelecki, Z. (red.), *Gospodarka regionalna i lokalna*, Wydawnictwa Naukowe PWN, Warszawa.
- LANDRY Ch., 2013a, *Charles Landry's CREATIVE CITY INDEX... help your city to discover how creative it is...*, <http://creativecitiesindex.org/> [11.04.2013].
- LANDRY Ch., 2013b, *Creative City Index*, <http://charleslandry.com/themes/creative-cities-index/>, [dostęp: 11.04.2013].

- LEWANDOWSKI P., MUĆK J., SKROK Ł., 2010, *Znaczenie gospodarcze sektora kultury. Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy*, Instytut Badań Strukturalnych, Obserwatorium Kultury, Warszawa, <http://ibs.org.pl/site/upload/publikacje/ObserwatoriumKultury/znaczenie%20gospodarcze%20sektora%20kultury%20-%20raport%20IBS.PDF>, [dostęp: 23.10.2013].
- ŁADYSZ I., 2009, *Konkurencyjność obszarów metropolitarnych w Polsce na przykładzie Wrocławskiego Obszaru Metropolitarnego*, CeDeWu Sp. z o.o., Ekonomiczna Księgarnia Internetowa, Warszawa.
- MARKOWSKI T., 2000, *Stymulowanie i regulowanie konkurencyjności regionów w świetle procesów globalizacji gospodarki*, Samorząd Terytorialny, nr 3, s. 30–38.
- PIETRZYK I., 2000, *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- PORTER M. P., 1994, *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*, tłum. A. Ehrlich, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- SEGERS K., HUIJGH E., 2006, *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries*, Centre for Media Sociology, Vrije Universiteit Brussel, Brussels <http://www.vub.ac.be/SCOM/cemeso/download/cemeso-08-complexity%20ambivalence%20cultural%20industries.pdf>, [dostęp: 21.06.2013].
- SMOLEŃ M., 2003, *Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- STANKIEWICZ M. J., 2005, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa: budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, wyd. 2 zm., TNOiK Dom Organizatora, Toruń.
- STRAHL D., SOBCZAK E., 1999, *Konkurencyjność regionu Dolnego Śląska*, w: BROSKIEWICZ R. (red.), *Konkurencyjność miast i regionów Polski Południowo-Zachodniej*. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 281, Wrocław.
- SZOMBURG J., 2002, *Kultura i przemysły kultury szansą rozwojową dla Polski*, w: SZOMBURG J. (red.), *Kultura i przemysły kultury szansą rozwojową dla Polski*, IBnGR, Gdańsk, s. 9–12.
- THROSBY D., 2010, *Ekonomia i kultura*, tłum. O. Siara, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- ZELIAŚ A. (red.), 2002, *Taksonomiczna analiza przestrzennego zróżnicowania poziomu życia w Polsce w ujęciu dynamicznym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.

Streszczenie

W artykule dokonano wyjaśnienia tytułowych *culture industries* w myśl autorskiej definicji przemysłów kultury. Zarysowano również współczesne postrzeganie zależności między ekonomią (gospodarką) a kulturą. Następnie przedstawiono metodykę oraz przebieg procesu badawczego konkurencyjności miast kreatywnych według autorskiego narzędzia badawczego – Indeksu Konkurencyjności Miast Kreatywnych. Artykuł kończy przedstawienie wyników – rankingu miast kreatywnych oraz charakterystyka wspomnianego Indeksu.

Słowa kluczowe: *culture industries*, przemysły kultury, przemysły kreatywne, konkurencyjność miast kreatywnych, Indeks Konkurencyjności Miast Kreatywnych

Culture industries in creating competitiveness of cities in Poland in 2009–2011

Summary

The article explain of title culture industries as the authors' definition of cultural industries, as well as outlines the contemporary perception of the relationship between the economy and culture. Then presents the methodology and the course of the research process, creative cities' competitiveness by authors' research tool – Creative Cities Competitiveness Index. The article concludes with the presentation of results – the ranking of creative cities and the characteristics of mentioned Index.

Key words: culture industries, creative industries, competitiveness of creative cities, Creative Cities Competitiveness Index

Culture industries (культурные индустрии) в создании конкурентности городов в Польше в 2009–2011 годах

Краткое изложение

В статье было выяснено значение представленного в заглавии определения *Culture industries* в мысль авторского определения культурных индустрий. Было обозначено также современное восприятие зависимости между экономикой, а культурой. Затем была представлена методика, а также ход исследовательского процесса конкурентности креативных городов согласно авторскому исследовательскому инструменту – «Индекс конкурентности креативных городов». Статья заканчивается представлением результатов – рейтинга креативных городов, а также характеристикой упомянутого Индекса.

Ключевые слова: culture industries, культурные индустрии, креативные виды индустрии, конкурентность креативных городов, Индекс конкурентности креативных городов

JEL: E24