

Beata NAMYŚLAK

Sektor kreatywny w gospodarce aglomeracji wrocławskiej

W pierwszej części artykułu przedstawiono definicje sektora kreatywnego oraz klasy kreatywnej społeczeństwa wraz z opisem znaczenia tych zagadnień, a także stopnia rozpoznania w literaturze przedmiotu. W drugiej części opracowania wyselekcjonowano podmioty, które zaliczane są do sektora kreatywnego oraz przeprowadzono analizę ilościową tych podmiotów w aglomeracji wrocławskiej. Podmioty te opisano według takich cech, jak: liczba pracujących, data powstania oraz forma własności.

ZDEFINIOWANIE SEKTORA KREATYWNEGO W GOSPODARCE

Pojęcie gospodarki kreatywnej w polskiej literaturze ekonomicznej, geograficznej czy socjologicznej pojawiło się stosunkowo niedawno, stając się jednak dość szybko przedmiotem badań naukowych. Nowe teorie i koncepcje, które

powstały w ostatnich latach, a które dotyczą sektora kreatywnego, klasy kreatywnej społeczeństwa czy kreatywnych miast, znalazły swoje miejsce w literaturze przedmiotu oraz w praktyce. Prawdopodobnie jest to wynik zachodzących dopiero teraz przemian w strukturze polskiej gospodarki, polegających na przejściu od przetwórstwa surowców do gospodarki bazującej na kulturze i nauce (m.in. Klasik, 2008).

W literaturze przedmiotu za sektor kreatywny (*creative industries*) uważa się działalność opartą na własności intelektualnej, mającą swe korzenie w kulturze i nauce. Dziedziny te wraz z tzw. działalnością o dużym nasyceniu wiedzą (*knowledge intensive industries*), jak ICT (*Information and Communication Technology*), B+R (Badania i Rozwój), usługi finansowe, prawne, tworzą razem sektor wiedzy kreatywnej (*creative knowledge sector*). Dziedziny kreatywne przeżywają wzmożony rozwój, przyczyniając się do wzrostu zatrudnienia, a także do wzrostu eksportu i produktu krajowego. W tym samym czasie działalność oparta na przetwórstwie surowców słabnie, a dodatkowo jest ona bardziej podatna na zmienność koniunktury. Należy jednak dodać, że spadek znaczenia niektórych branż przemysłowych, mierzony np. spadkiem liczby pracujących, nie został zniwelowany przez rozwój sektora kreatywnego. Ponadto rozwój branż zaliczanych do kreatywnych generuje proces metropolizacji, poprzez uczestnictwo miast w międzynarodowych sieciach współpracy z zakresu nauki, kultury i przedsiębiorczości.

Funkcjonowanie działalności kreatywnej nie byłoby możliwe bez kreatywnego kapitału ludzkiego tworzonego przez utalentowanych i wykształconych ludzi o wysokich kompetencjach i dużej przedsiębiorczości. Najczęściej cytowane koncepcje odnoszące się do kreatywnego kapitału ludzkiego to teorie R. Floridy (m.in. 2002 i 2005). Ten amerykański socjolog przypisał największą rolę w tworzeniu gospodarki kreatywnej tzw. klasie kreatywnej społeczeństwa, pisząc, że *...klasa ludzi kreatywnych ma władzę, talent i skalę, aby odegrać dużą rolę przy zmienianiu tego świata*. Autor do tej klasy zalicza przede wszystkim naukowców i inżynierów, poetów i pisarzy, artystów, projektantów mody i architektów, ludzi mediów, wpływowe postaci w kulturze, a także profesjonalistów z dziedzin nowej technologii. Florida uznaje również, że klasa kreatywna jako siła napędowa wzrostu gospodarczego wykazuje się większą mobilnością¹, a jej decyzje o za-

¹ Interesujące badania przeprowadzono w ramach projektu ACRE (Strykiewicz, 2008 a). Badania te wykazały, że w różnych regionach metropolitalnych Unii Europejskiej (UE) pracownicy reprezentujący sektor kreatywny wykazują tak naprawdę niewielką mobilność. Aż 48% z nich mieszka i pracuje w mieście, w którym się urodziło (ponad 30% w Tuluzie, ponad 70% w Barcelonie i Mediolanie). W niektórych regionach zaledwie 1—2% osób urodziło się za granicą (Poznań). Nie znaleziono również poparcia dla tezy zakładającej, że o miejscu zamieszkania klasy kreatywnej decydują głównie czynniki miękkie (zazwyczaj interpretowane subiektywnie, z trudem poddające się pomiarowi, jak np. bezpieczeństwo, atmosfera tolerancji, atrakcyjność środowiska naturalnego). Okazało się bowiem, że przy wyborach lokalizacyjnych istotne są czynniki twarde (przeważnie identyfikowane obiektywnie, łatwo mierzalne, jak np. wielkość miasta, wysokość płac) lub czynniki o charakterze osobistym.

mieszkań w danym miejscu skutkują napływem kolejnych jej przedstawicieli. W rezultacie osiedlają się oni w wybranych miastach (przeważnie metropoliach), a nawet dzielnicach, tzw. skupiskach talentu.

Według teorii Floridy istnieją trzy czynniki, które decydują o rozmieszczeniu klasy kreatywnej. Są to: technologia jako funkcja innowacji i koncentracji wysokiej techniki, talent będący wynikiem wykształcenia i umiejętności oraz tolerancja względem różnicowań narodowościowych, rasowych, religijnych i innych. Pod pojęciem tolerancja należy również rozumieć otwartość na inny styl życia. Koncepcja ta, zwana 3T, odrzuca tradycyjne motywy decydujące o lokalizacji sił wytwórczych, nawiązujące do tzw. czynników twardych. Zgodnie z tym ujęciem wszystkie pozostałe czynniki lokalizacji, w tym klasyczne, jak: zagospodarowanie przestrzeni, atrakcyjność terenu czy połączenia transportowe są mniej istotne. Te nowatorskie poglądy stały się dla jednych źródłem inspiracji, dla drugich przedmiotem krytyki. Prawdopodobnie dlatego koncepcja ta doczekała się już wielu modyfikacji, np. Pratt (2008) uznał, że hipotezy Floridy sprawdzają się tylko w przypadku dziedzin kultury, a w mniejszym stopniu dotyczą tzw. działalności o dużym nasyceniu wiedzą. Niektórzy z badaczy uznają, że ważne są tylko dwa czynniki — technologia i tolerancja. Inni jeszcze bardziej ograniczają tę teorię, twierdząc że o miejscu koncentracji klasy kreatywnej decyduje tak naprawdę tylko jeden czynnik — tolerancja (w znaczeniu otwartość na innych ludzi i ich styl życia).

W literaturze kreatywność jako czynnik rozwoju regionalnego pojawia się m.in. w pracy Törnqvista (1983). Autor formułuje koncepcję środowiska twórczego (*creative milieu*) — określa je jako środowisko o dużym zasobie informacji i łatwości jej przenoszenia/przesyłania, o istotnym zasobie wiedzy (B+R) oraz o kompetencjach w określonych rodzajach działalności. Połączenie tych trzech zasobów, zdaniem Törnqvista, jest warunkiem powstania czwartego — zdolności do tworzenia nowych form i wartości materialnych (produktów) i niematerialnych (idei).

Badacze podejmują również próbę oszacowania liczby osób pracujących w sektorze kreatywnym. Według Floridy udział pracujących w sektorze kreatywnym w Stanach Zjednoczonych wynosi ok. 30% ogólnego zatrudnienia i pochłania 47% ogólnego funduszu płac. Średnie miesięczne wynagrodzenie jest tam blisko dwukrotnie wyższe niż wynagrodzenie w sektorach produkcyjnym i usługowym. W Danii, Finlandii, Niemczech, Norwegii, Szwajcarii, Szwecji i W. Brytanii (łącznie) odsetek zatrudnionych w sektorze kreatywnym sięga 38%. Z kolei w projekcie ACRE (*Accommodating Creative Knowledge; Competitiveness of European Metropolitan Regions*), w którym zaangażowanych jest 13 regionów metropolitalnych UE, odsetek ten waha się od 18% w Poznaniu do 31% w Mediolanie (Strykiewicz, 2008 b). Należy zaznaczyć, że pewne rozbieżności w obliczeniach mogą wynikać z odmiennych definicji sektora kreatywnego czy też z różnic w prowadzonej statystyce.

Znaczenie kreatywnego sektora gospodarki dostrzegają zarówno przedstawiciele środowiska naukowego, jak i przedstawiciele samorządów lokalnych.

Przykładowo, ostatnia edycja Dolnośląskiego Forum Politycznego i Ekonomicznego przebiegała pod hasłem *Kreatywny Dolny Śląsk ku kreatywnej Europie*. Ponadto różne instytucje, np. z sektora kultury, organizują spotkania naukowców i praktyków (przedsiębiorców i przedstawicieli samorządów), które dotyczą strategii opartej na kreatywnej gospodarce.

Samo pojęcie sektora kreatywnego nie jest jeszcze w Polsce zbyt popularne, choć pojęcie „kreatywny” jest używane coraz częściej. Na rynku pracy poszukiwane są zazwyczaj osoby kreatywne. W literaturze zagadnienie to jest już lepiej poznane i jednocześnie bardziej doceniane jest jego znaczenie. Przykładowo, Komisja Europejska ogłosiła rok 2009 *Europejskim Rokiem Kreatywności i Innowacyjności*. Zdaniem Komisji, UE dąży do osiągnięcia możliwie najbardziej konkurencyjnej gospodarki opartej na wiedzy, którą należy rozwijać na kilku płaszczyznach, takich jak: nauka i badania, ekonomia, matematyka, biznes, media, rozwój regionalny i właśnie działalność kreatywna. Klasyfikacja sektora kreatywnego pochodzi z literatury brytyjskiej. Autorzy różnych opracowań najczęściej powołują się na opracowania Departamentu Kultury, Mediów i Sportu w rządzie brytyjskim (DCMS) — definiuje on sektor kreatywny jako działalność opartą na ludzkiej kreatywności, talencie i umiejętnościach, które wytwarzają i wykorzystują własności intelektualne, zawierając jednocześnie potencjał do tworzenia dobrobytu i nowych miejsc pracy. Niektórzy badacze uważają, że jest to klasyfikacja zbyt obszerna lub zbyt drobiazgowa oraz że nie ujmuje w należy-tym stopniu środowiska naukowego.

W literaturze zestaw różnych wskaźników i klasyfikacji odwołujących się do kreatywności miast jest bogaty. Szczególnie zaznacza się to w literaturze amerykańskiej, w której można zapoznać się z wieloma klasyfikacjami miast według różnych wskaźników kreatywności, m.in. *Bohemian Index*, *Talent Index*, *Melting Pot Index*, *Tech-Growth Index*, *Coolnex Index*, *Climate Index* (w znaczeniu: otoczenie, poziom otwartości społeczeństwa). Można również znaleźć podział gospodarki narodowej na trzy sektory: kreatywny, przetwórczy i usługowy z dokładnym opisem (liczba pracujących, poziom wytwarzanego PKB, poziom wynagrodzenia i inne). W literaturze amerykańskiej są również określone pewne wartości progowe, które miasto/region musi spełnić, ażeby uzyskać status kreatywnego według branż gospodarki czy według kapitału ludzkiego. Są to niekiedy bardzo wysokie wymagania. Przykładowo, wielkość udziału pracujących w zawodach kreatywnych wyznaczona w niektórych pracach jest tak wysoka, że tylko San Francisco jako jedyne miasto w Stanach Zjednoczonych można uznać za kreatywne.

Różnica między ujęciem gospodarki kreatywnej w literaturze zagranicznej i polskiej dotyczy również aspektu jakościowego. Autorka jest zdania, że pojęcie sektorów kreatywnych jest w rodzimej literaturze traktowane ogólnie. Przeważają dwa ujęcia tematu. Pierwsze, częściej spotykane, to utożsamianie kreatywności gospodarki z innowacyjnością, wysoką techniką, patentami itp. Drugie to kreatywność jako sfera dotycząca tylko kultury.

PODMIOTY ZALICZONE DO SEKTORA KREATYWNEGO

Według wspomnianego DCMS do dziedzin kreatywnych zaliczane są: reklama, architektura, rynek sztuki i antyków, telewizja, radio, oprogramowanie, film i wideo, wydawnictwo, wzornictwo, moda, projektowanie (graficzne, wnętrz, form przemysłowych, multimediiów, mody), działalność artystyczna i rozrywkowa, rękodzieło oraz gry wideo i gry komputerowe.

Chcąc zbadać podmioty kreatywne w naszym kraju należy odnieść się do obowiązującej Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). Nie jest to jednak proste, bowiem, przykładowo, w sekcji handel i naprawy nie ma specjalnego wydzielenia dla sprzedaży antyków, a architektura (na szczeblu grupy według PKD) jest połączona z inżynierią. Pomimo tego dokonano wydzielenia działalności kreatywnej. Oto dziedziny kreatywne wraz z symbolem sekcji i grupy PKD:

- DE.22 — działalność wydawnicza,
- K.72.2 — działalność w zakresie oprogramowania,
- K.72.3 — przetwarzanie danych,
- K.72.4 — działalność związana z bazami danych,
- K.74.2 — architektura, inżynieria,
- K.74.4 — reklama,
- O.92.1 — film i przemysł wideo,
- O.92.2 — radio i telewizja,
- O.92.3 — działalność artystyczna i rozrywkowa,
- O.92.4 — agencje informacyjne,
- O.92.5 — biblioteki, archiwa, muzea.

Wyłonione w ten sposób podmioty stały się przedmiotem dalszej analizy. Wszystkie dane zawarte w artykule dotyczą podmiotów aktywnych, które w ostatnich 10 latach wpisywały lub modyfikowały swoje dane w REGON. Analizą objęto podmioty działające we Wrocławiu oraz otaczających gminach, czyli aglomeracji wrocławskiej (Wrocław oraz Brzeg Dolny, Kobierzyce, Długoleka, Miękinia, Oborniki Śląskie, Oława, Święta Katarzyna, Wisznia Mała, Czernica, Kostomłoty, Kąty Wrocławskie i Trzebnica). Dane ukazują stan z 20 września 2008 r.

CHARAKTERYSTYKA PODMIOTÓW ZALICZONYCH DO SEKTORÓW KREATYWNYCH W AGLOMERACJI WROCŁAWSKIEJ

Zgodnie z bazą danych REGON z września 2008 r. w aglomeracji wrocławskiej działało 8205 podmiotów zaliczanych do sektora kreatywnego. Wśród nich ilościowo przeważały podmioty z zakresu architektury i inżynierii, które stanowiły aż 35% ogółu zbiorowości (tabl. 1, wyk. 1).

Oprócz tej działalności jeszcze tylko dwie dziedziny liczą powyżej 1000 podmiotów, są to działalność w zakresie oprogramowania oraz reklama, a ich udział w ogólnej liczbie podmiotów waha się w granicach 17—19%.

Jeśli przyjmiemy ogół podmiotów za 100%, to 90% z nich zlokalizowanych było we Wrocławiu. W gminach otaczających Wrocław jedynie 17 zatrudnia od 10 do 49 pracowników, pozostałe mniej niż 9 osób.

**TABL. 1. LICZBA PODMIOTÓW ZALICZONYCH DO SEKTORA KREATYWNEGO
WEDŁUG PKD**

Symbol sekcji i grupy PKD	Nazwa grupy działalności	Liczba podmiotów
O g ó ł e m	x	8205
DE.22	Działalność wydawnicza	935
K.72.2	Działalność w zakresie oprogramowania	1509
K.72.3	Przetwarzanie danych	188
K.72.4	Działalność związana z bazami danych	172
K.74.2	Architektura, inżynieria	2805
K.74.4	Reklama	1408
O.92.1	Film i przemysł wideo	214
O.92.2	Radio i telewizja	64
O.92.3	Działalność artystyczna i rozrywkowa	586
O.92.4	Agencje informacyjne	47
O.92.5	Biblioteki, archiwa, muzea	97

Ź r ó d ł o: na podstawie REGON.

Tabl. 2 przedstawia liczbę podmiotów w gminach oraz liczbę ludności tychże gmin. Starano się dociec, czy istnieje korelacja między liczbą analizowanych firm a liczbą ludności. Obliczony współczynnik korelacji osiągnął wartość (R_{xy})=0,866. Istnieje zatem silna, dodatnia korelacja między liczbą ludności w gminach a liczbą działających tam podmiotów z sektora kreatywnego. Jednak po wyeliminowaniu gminy Oława, którą cechują wyraźnie najwyższe wartości, wskaźnik korelacji obniżył się do poziomu (R_{xy})=0,770.

Nieco inaczej przedstawia się przestrzenny rozkład liczby podmiotów zaliczonych do sektora kreatywnego w przeliczeniu na 1000 pracujących. Uzyskane wartości są zróżnicowane. Najwyższe wartości osiągnęły gminy: Czernica (39,8), Oborniki Śląskie (30,7) i Wrocław (33,8), zaś najniższe — Brzeg Dolny (9,5) i Kobierzyce (4,8).

**TABL. 2. LICZBA PODMIOTÓW ZALICZONYCH DO SEKTORA KREATYWNEGO
I LICZBA LUDNOŚCI W GMINACH OTACZAJĄCYCH WROCŁAW**

Gminy	Podmioty sektora kreatywnego	Liczba ludności
O g ó ł e m	821	188444
Brzeg Dolny	40	16307
Kobierzyce	66	12816
Długoleśka	83	21383
Miękinia	37	11630
Oborniki Śląskie	85	17758
Oława	203	30866
Święta Katarzyna	73	13893
Wisznia Mała	26	7869
Czernica	29	8783
Kostomłoty	44	6941
Kąty Wrocławskie	58	18430
Trzebnica	77	21768

Ź r ó d ł o: jak przy wykr. 1.

PODMIOTY WEDŁUG LICZBY PRACUJĄCYCH

Na podstawie danych REGON scharakteryzowano podmioty według liczby pracujących. Uzyskane wyniki zawiera tabl. 3. Firmy zatrudniające do 9 pracowników stanowiły ponad 96% ogółu podmiotów, a wraz z podmiotami małymi (do 49 pracujących) — ponad 99%. Wartości te są podobne do relacji wszystkich małych i średnich podmiotów względem ogółu podmiotów gospodarczych w regionie.

Liczba podmiotów należących do średniej skali jest niewielka — ponad 50 — a do największej skali zaliczono jedynie 2 podmioty. Największymi pracodawcami w badanej grupie były Opera Wrocławska i sieć bibliotek miejskich, które stanowią jeden podmiot.

TABL. 3. PODMIOTY SEKTORA KREATYWNEGO WEDŁUG LICZBY PRACUJĄCYCH

Liczba pracujących	Liczba podmiotów	W % ogółem
O g ó ł e m	8025	100,00
Do 9	7726	96,28
10— 49	245	3,05
50—249	52	0,65
Powyżej 250	2	0,02

Ź r ó d ł o: jak przy wykr. 1.

Tabl. 4 przedstawia podmioty kreatywne według liczby pracujących. Tablica ta wyraźnie obrazuje rozdrobnienie wśród analizowanej grupy podmiotów. W grupie podmiotów średniej skali przeważa działalność w zakresie oprogramowania, działalność wydawnicza oraz architektura i inżynieria.

W grupie małych podmiotów dominowała również działalność w zakresie oprogramowania, działalność wydawnicza oraz architektura i inżynieria.

TABL. 4. DZIEDZINY SEKTORA KREATYWNEGO WEDŁUG GRUP PODMIOTÓW

Dziedziny kreatywne	Liczba pracujących			
	do 9	1—49	50—249	powyżej 250
O g ó ł e m	7726	245	52	2
Działalność wydawnicza	875	51	9	—
Działalność w zakresie oprogramowania	1441	53	15	—
Przetwarzanie danych	184	4	—	—
Działalność związana z bazami danych	167	4	1	—
Architektura, inżynieria	2736	60	9	—
Reklama	1373	34	1	—
Film i przemysł wideo	208	5	1	—
Radio i telewizja	59	4	1	—
Działalność artystyczna i rozrywkowa	556	22	7	1
Agencje informacyjne	47	—	—	—
Biblioteki, archiwa, muzea	80	8	8	1

Ź r ó d ł o: jak przy wykr. 1.

PODMIOTY WEDŁUG ROKU POWSTANIA

Na wyk. 2, przedstawiającym datę powstania podmiotów zaliczonych do sektora kreatywnego w aglomeracji wrocławskiej, widać trzy okresy, w których istotnie zwiększała się liczba tworzonych nowych podmiotów. Były to lata: 1991 i 1992, 1998—2000 oraz 2006—2008.

Największe podobieństwo do rozkładu podmiotów według roku powstania wszystkich grup miały podmioty prowadzące działalność wydawniczą oraz działalność związaną z bazami danych. W pozostałych przypadkach fluktuacje miały już inny charakter. Przykładowo, w sektorze architektura i inżynieria szczególnie silny przyrost nowych podmiotów wystąpił nie tylko w wymienionych wcześniej okresach, ale również w latach 1994 i 1995, zaś maksimum przypadło na 2006 r., a nie na 2008 r., jak w większości przypadków. W dziedzinie kultury zanotowano jeszcze inne tendencje, np. liczba podmiotów z kategorii film i przemysł wideo wykazała największy przyrost w 1990 r., a następnie po kilkunastu latach przerwy wystąpił on ponownie w latach 2005 i 2007 (wykr. 3). Działalność artystyczna uzyskiwała najwyższe przyrosty w latach 1998, 1999 i 2001 oraz w okresie 2005—2008.

Ze względu na te różnice starano się ustalić, czy istnieje korelacja między rokiem powstawania podmiotu a wielkością przyrostu PKB. O ile istnieje silna korelacja między przyrostem PKB a napływem inwestycji zagranicznych czy innymi procesami w gospodarce narodowej, o tyle korelacja między datą powstania podmiotów z sektora kreatywnego a PKB jest bardzo słaba. W dwóch przypadkach przyjęła wręcz wartości ujemne. Obliczone współczynniki korelacji (R_{xy}) wahały się w granicach od $-0,239$ dla działalności wydawniczej do $0,446$ dla branży film i przemysł wideo. Możliwe zatem, że o powstawaniu podmiotów z kreatywnego sektora gospodarki decydują inne czynniki makroekonomiczne czy ustawodawcze, a nie dynamika rozwoju gospodarczego mierzona przyrostem PKB.

FORMA WŁASNOŚCI PODMIOTÓW

Według formy własności dominowały (91%) podmioty będące własnością krajowych osób fizycznych z naszego kraju. Własność zagraniczna stanowiła niecałe 2%. Podmioty będące własnością Skarbu Państwa lub samorządu stanowiły zaledwie 0,85% ogółu analizowanych podmiotów i były to przeważnie podmioty reprezentujące dziedziny kultury.

Wnioski

Tematyka artykułu odwołuje się do najnowszych kierunków analizowanych m.in. w geografii ekonomicznej, dotyczących działalności podmiotów zaliczanych do sektora kreatywnego. Koncepcja ekonomii kreatywnej nawiązuje do tzw. nowej gospodarki opartej na kulturze i nauce, jako kolejnego etapu transformacji gospodarki. Coraz wyraźniejsza staje się wizja, w której przyszłość rozwoju gospodarczego w dużym stopniu będzie zależeć od działalności kreatywnej i klasy kreatywnej.

Z analizy ilościowej dziedzin kreatywnych w aglomeracji wrocławskiej wypływają m.in. następujące wnioski:

1. W grupie analizowanych podmiotów (8205) przeważają podmioty zorientowane na technologie IT i usługi dla biznesu nad podmiotami reprezentującymi dziedziny kultury.
2. Przewaga Wrocławia pod względem liczby podmiotów z sektora kreatywnego nad otaczającymi gminami jest wyraźna; jest to relacja 90:10. Zdecydowanie dominują podmioty bardzo małe, zatrudniające do 9 pracowników (ponad 96%). Ustalenie jednej prawidłowości dotyczącej przyrostu liczby podmiotów dla wszystkich czy nawet większości rodzajów działalności jest niemożliwe. Zaobserwowano jedynie nieco wyższy przyrost liczby podmiotów w większości grup w latach 1998—2000 i 2006—2008. Tematyka ta wydaje się zagadnieniem wartym dalszej uwagi. Dysponując już podstawowymi danymi określającymi liczbę i strukturę podmiotów, można wyznaczyć dalsze kierunki badań. Interesujące byłoby określenie kondycji podmiotów zaliczanych do sektora kreatywnego. Czy zwiększają one swój zasięg oddziaływania, liczbę pracowników, dochody? Ciekawe byłoby również sprawdzenie na przykładzie Polski teorii amerykańskich badaczy o tendencji do koncentracji klasy kreatywnej w niektórych miastach.

dr Beata Namysłak — Uniwersytet Wrocławski

LITERATURA

- Florida R. (2002), *The rise of the creative class*, Basic Books, New York
- Florida R. (2005), *Cities and the creative class*, Routledge, New York-London
- Klasik A. red. (2008), *Aktywność przedsiębiorcza i konkurencyjność ekonomiczna miast w procesie restrukturyzacji aglomeracji miejskich*, Prace Naukowe AE w Katowicach, Katowice
- Pratt A. C. (2008), *Creative cities: the cultural industries and the creative class*, Geografiska Annaler: Series B. Human Geography, 90 (2)
- Strykiewicz T. (2008 a), *Rozwój sektora kreatywnego w regionach metropolitalnych*, [w:] *Region społeczno-ekonomiczny i rozwój regionalny*, Strykiewicz T., Parysek J. J. (red.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań

- Stryjakiewicz T. (2008 b), *Regiony kreatywnej wiedzy — zarys międzynarodowego projektu badawczego ACRE*, [w:] *O nowy kształt badań regionalnych w geografii i gospodarce przestrzennej*, Czyż T., Stryjakiewicz T. (red.), Biuletyn KPZK PAN
- Törnqvist G. (1983), *Creativity and renewal of regional life*, [w]: Buttner A. (ed), *Creativity and context: A seminar report* (Lund Studies in Geography, B. Human Geography, No. 50), Lund: Gleerup

SUMMARY

In the first part of article the author presented selected definitions of creative activities and the importance of these questions and the review of the literature. The second part includes the list of branches which belong to creative activities according to British classification by Department for Culture, Media and Sport (DCMS) and Polish Classification of Activity (PKD). Next part of analysis includes characteristics of entities representing creative branches in the Wrocław Agglomeration by number of employees, number of entities in different kinds of activity, the date of beginning of activity, and location, e.g. spatial diversity in Wrocław. All data present situation for 2008.

РЕЗЮМЕ

В первой части статьи характеризуются используемые определения творческой деятельности, значение этого вопроса, а также анализ литературы. Во второй части представляется перечень областей этой деятельности, выделенных на основе британской классификации (Department for Culture, Media and Sport — DCMS) и Польской классификации деятельности (ПКД). Выделенные во вроцлавской агломерации на основе классификации субъекты были охарактеризованы по числу работающих, видам деятельности и по году основания (данные для 2008 г.).