



**GKI Gazdaságkutató Zrt.**

---

*A kreatív és kulturális ágazatok (CCI)  
szerepe és növekedési lehetőségei a  
Budapest Metropolisz Régió  
gazdaságában*

---

**KUTATÁSI JELENTÉS**

**Készítette: Borsi Balázs és Viszt Erzsébet**

Budapest, 2010. december 5.

# TARTALOMJEGYZÉK

|                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Bevezető .....                                                                                                 | 1  |
| 1. Miért fontosak a kreatív szektorok Budapestnek? .....                                                       | 2  |
| 1.1. A kreatív és kulturális ágazatok (CCI) szerepe a gazdasági fejlődésben .....                              | 2  |
| 1.2. A kreatív ágazatok meghatározása .....                                                                    | 3  |
| 1.3. A kreatív osztály definíciói .....                                                                        | 7  |
| 1.4. A kreativitás jelentősége a városfejlődésben: Budapest potenciálja .....                                  | 7  |
| 1.5. A nemzetközi összehasonlító vizsgálatok Magyarországra és Budapestre vonatkozó tapasztalatai .....        | 8  |
| 2. A Budapest Metropolisz Régió kreatív szektorai a társasági adóbevallást küldő cégek adatai alapján .....    | 11 |
| 2.1. A kreatív szektorok mérete és szerepe a gazdasági növekedésben, a foglalkoztatásban és az exportban ..... | 11 |
| 2.2. A kreatív szektorok hozzáadott-érték (GDP) termelő képessége .....                                        | 14 |
| 2.3. A CCI szektor húzóágazatai .....                                                                          | 16 |
| 2.4. A CCI szektorok és az FDI kapcsolatáról .....                                                             | 17 |
| 3. A Budapest Metropolisz Régió kreatív szektorai 2020-ban - scenáriók .....                                   | 19 |
| 4. Összefoglalás, tanulságok .....                                                                             | 23 |
| Hivatkozások .....                                                                                             | 26 |
| Mellékletek .....                                                                                              | 27 |
| A Budapest Metropolisz Régió Budapesten és Pest megyén kívüli települései .....                                | 27 |
| A szélesen értelmezett kreatív iparágak és a TEÁOR ágazati besorolások előzetes megfeleltetése .....           | 28 |
| A szűken értelmezett kreatív iparágak és a TEÁOR ágazati besorolások előzetes megfeleltetése ...               | 29 |
| A nemzetközi összehasonlító vizsgálatok forrásmunkák szerinti összegzése .....                                 | 30 |

## Bevezető

---

Az Európai Régiók Közgyűlésének (Assembly of European Regions) rendezvényén (2009. június 16.) úgy fogalmaztak, hogy nincs egyetlen más olyan üzletág, amely a mai válság sújtotta időkben ne könyvelt volna el veszteségeket, kivéve a kreatív iparágakat. Nagyon fontos ezért, hogy a budapesti városvezetés és a szélesebb közvélemény minél több ismerettel rendelkezzen az ún. kreatív ágazatokról és a kreativitás nyújtotta gazdasági-társadalmi lehetőségekről.

A Studio Metropolitana 2010. szeptemberében bízta meg a GKI Gazdaságkutató Zrt-t, hogy készítsen kutatást a kreatív szektorok jelentőségéről és potenciáljáról a Budapest Metropolisz Régióban.

A kutatási ajánlatkérés általános tézise szerint *„A Budapest Metropolisz Régió gazdaságának dinamikus növekvő szektorai a kreatív és kulturális ágazatok (CCI). A CCI dinamikája a városfejlődés spontán jelenségeivel kölcsönhatásban olyan szinergiát eredményez, amellyel erősíti a regionális gazdaság fenntartható (nem mobilizálható értékekre, lokalizált értéktermelés épülő) növekedési pályáját és egyben kiegyensúlyozott javulást eredményez a városi életminőségben.”*

A főbb szakirodalmi források áttekintését követően az általános tézis igazolásához a kutatás a társasági adóbevallási adatok alapján a következőkre összpontosít:

- a kreatív ágazatokban (CCI) aktív cégek számának és növekedésük ütemének becslése;
- a CCI cégek piacának mérete (az árbevétel alapján, budapesti és országos összevetésben);
- a CCI szektor súlyának változása, tendenciák;
- a CCI szektor és a külföldi működőtőke (FDI) összefüggései.

A kutatás a Budapesti Metropolisz Régió vállalatait vizsgálja, azokat a vállalatokat, amelyek székhelye Budapesten, Pest megyében, valamint a Mellékletben felsorolt településeken találhatók.

Az ágazati vizsgálat módszere a lényegét tekintve megegyezik a *Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin January 2009*, és *Europe Innova - Creative and Cultural Industries Methodological Appendix 2010* kiadványokban közöltekkel. A kreatív és kulturális iparágak és a szakágazatok TEÁOR kód<sup>1</sup> szerinti megfeleltetését a mellékletben ismertetjük (a CCI szektorokon belül megkülönböztetve a szűkebben, illetve a szélesebben értelmezett kreatív iparágakat<sup>2</sup>).

Mivel a kreativitás szakágazati szintű kutatásának számos módszertani kihívása csak nagyfokú egyszerűsítéssel oldható meg, az empirikus adatelemzés mellett – a munka jövő-orientáltsága miatt is – célszerűnek tartottuk kvalitatív információk gyűjtését. A szóba jöhető technikák közül a szcenáriókészítést választottuk, elsősorban azért, mert a jövőre vonatkozó stratégiai döntéshozatalt meglátásunk szerint e technika igen hasznosan segíti.

A továbbiakban elsőként a téma kutatásának szakirodalmi előzményeit tekintjük át, majd részletesen ismertetjük a társasági adóbevallási adatok elemzési eredményeit. A kreatív szektorokra összegyűjtött adatok elemzését követően az elkészített szcenáriókat ismertetjük.

---

<sup>1</sup> Tevékenységi Körök Egységes Ágazati Osztályozási Rendszere, melynek kódjait az adatbázis tartalmazza.

<sup>2</sup> A kutatási eredmények szerint e különbségtétellel néhány esetben szükség volt.

## 1. Miért fontosak a kreatív szektorok Budapestnek?

---

A kutatást elsősorban statisztikai és empirikus adatok, információk elemzésére építjük, de a téma komplexitása miatt a szakirodalom áttekintése elengedhetetlen. Egyrészt a Budapest szempontjából is releváns nemzetközi szakirodalom, másrészt pedig a magyar vizsgálatok, szakirodalmi források áttekintése és rövid elemzése a célunk, figyelemmel a fenti kutatási tézisre.

### 1.1. A kreatív és kulturális ágazatok (CCI) szerepe a gazdasági fejlődésben

A fejlett gazdaságok versenyelőnyében a tradicionális termelési tényezők (pl. a munkaerő, vagy a nyersanyagok) költség-szintje egyre marginálisabb, az újonnan iparosodó országokban a szabványos termékek tömeges előállítása jelentősen költséghatékonyabb. Ezért a fejlett országok versenyképes vállalatai olyan új tudást generáló és hasznosító rendszerek működtetésére törekszenek, amelyek új termékeket, új technológiákat és új szolgáltatásokat – azaz innovációkat – eredményeznek. Napjainkra a tudás és annak piacósított formája, az innováció a fejlett gazdaságok exportképességének pillérévé vált.<sup>3</sup>

Az innováció és a kreatív iparágak térbelisége, valamint a gazdasági teljesítmény szorosan összefüggnek. Már Alfred Marshall is ipari körzetekről értekezett. A közgazdászok a századelőn a méretgazdaságosság versenyelőnyét ecsetelték, majd a térbeliség a növekedési pólusokkal kerül be ismét a versenyelőnyök közé (lásd pl. *Myrdal* (1957)). A század utolsó harmadában a rugalmas KKV-k és a regionálisan koncentrált klaszterek jelentik a növekedés motorjait (*Krugman* (1991), *Hagerstrand* (1967)) innovációs centrumokról és perifériáikról ír, a tudásáramlás növekedési összefüggéseit és intézményi meghatározottságát a Nemzeti Innovációs Rendszer koncepció (pl. *Lundvall* (1988)) emeli ki, ugyanezt regionális összefüggésben a – nem mindenhol megtalálható – Regionális Innovációs Rendszer komplexitása fejezi ki (ld. pl. *Cooke* (2001)).

*Porter* (2001) szerint az egymáshoz kölcsönösen kapcsolódó iparágak erős és versenyképes klaszterei adják a regionális innováció és termelékenység növekedés hajtóerejét, megteremtve ez által az alapot a régióban élők életszínvonalának emelkedéséhez.

Az amerikai-kanadai városszociológus-közgazdász Richard Florida bestsellerré vált művének nagy szerepe volt abban, hogy előtérbe került a kreativitás lokalitása, és az ún. kreatív osztály jelentősége a versenyképességben. *Florida* (2002) érvelésének főbb elemei a következők:

- elsősorban azok a régiók/várostérségek számíthatnak sikerre, amelyek az alkotókészséggel rendelkezőket a hely adottságaira építve magukhoz tudják vonzani;
- ilyen adottságokat jelent más kreatív emberek jelenléte, a fejlett technológia hozzáférhetősége és a közösségnek a különbözőségekkel és mássággal szembeni toleranciája,<sup>4</sup> azaz a híres 3T (tehetség, technológia, tolerancia);<sup>5</sup>
- a kreativitás szempontjából igen fontosak a minőségi életet kínáló helyszínek;

---

<sup>3</sup> Megemlítjük, hogy a ma egyre nagyobb hangsúllyal emlegetett közszféra-innovációk (public sector innovation) terén ma már szintén egyre nagyobb verseny tapasztalható.

<sup>4</sup> A tolerancia magas szintje növeli a diverzitást, ami az életstílusok, attitűdök és magatartásformák gazdagabb kínálatához vezet. Lehetővé teszi, hogy valamely adott régió saját, egyedi jellegét és azonosságát kibontva a maga módján különbözzön a többi régiótól.

<sup>5</sup> Az angol eredetiben talent, technology, tolerance. A Richard Florida által vezetett Creative Class ® Group később egy negyedik T-t is hozzátett, ez a különböző térségi javak hozzáférhetősége (territory assets).

- a kreatív osztály ma a versenygazdaság mozgatója (elsősorban a számítástechnika és matematika, az építészet, a mérnöki tudományok, a társadalomtudományok, a képzés és művelődés, a művészetek, a design, a szórakoztatóipar, a sport és a média szektorokban dolgozók tartoznak a kreatív osztályhoz).

Az amerikai Scott (2004) az újgazdaság legfőbb jellemzőjeként aposztrofálja a kreatív ill. kulturális ágazatokat. Az új gazdaság egyre nagyobb arányban tartalmazza azokat a feldolgozóipari és szolgáltató szektorokat, amelyek erős szervezeti és technológiai rugalmasságot tételeznek fel, ahol a vállalatok közti kapcsolatok erősek, s ahol a megkülönböztetést, egyediséget szolgáló dizájn szerepe igen fontos (vö. pl. a mass customisation jelenségével).

Scott alapvetően a kulturális ágazatokkal foglalkozva hangsúlyozza, hogy ezek megfelelnek a fenti kritériumoknak, hozzátevé, hogy egyre inkább meghatározói a lokális gazdaságok fejlődésének. Ami ezeknek a javaknak a globalizációban betöltött szerepét illeti, nagyban különböznek a tömegtermelés produktumaitól. A tömegtermékekkel szemben éppen egyediségük, speciális jellegük teszi azokat vonzóvá. Scott példáit is érdemes idézni: a latin amerikai telenovellák, a japán manga könyvek/filmek, a hong kongi kung fu filmek, a nyugat-afrikai zene, a londoni divat, a bali szigetek turizmusa, az ausztrál borok, a mexikói konyha stb. A globalizáció – szerinte, ellentétben azzal, ahogy sokan mások feltételezik – nem fenyegeti a kultúra uniformizálódásával, hanem éppen annak egyediségét segít megtartani. Szerinte elsősorban a nagyvárosok alkalmasak arra, hogy a speciális termékeket és szolgáltatásokat megfelelő tömegben lehessen előállítani, illetve kínálni. A filmiparra hivatkozva olyan városokat emel ki, mint Róma, Berlin, Madrid, Páris, Teherán, Kairó, vagy éppen Szóul, amelyek tudtak olyan filmeket gyártani, amelyek versenyeznek az amerikai filmekkel.

Tamás (2003) is – ezzel összhangban - azt emeli ki, hogy ” ...sok esetben a globalizáció nem lefojtja a helyi rendszereket, hanem éppen ellenkezőleg, azokat sajátos módon feléleszti.”

A fentiek alapján megfogalmazható, hogy a kreatívok hozzájárulása a gazdasági fejlődéshez a nemzetközi kutatások középpontjában vannak, és a kreatív szektorok lehetőségei Budapest számára is meghatározóak a jövő fejlődése szempontjából. Magyarországon elsősorban a Budapest Metropolisz Régió alkalmas helyszín a kreatív gazdaságot hajtó „szcéna” dinamikus fejlődéséhez, hiszen a városszövet, a régió sokszínűsége, a társadalmi hálózatok sűrű szövete és a nagy számban rendelkezésre álló közösségi terek mind olyan dinamizáló erők lehetnek, amelyek helyben adóttak.

## 1.2. A kreatív ágazatok meghatározása

A szakirodalom – beleértve a külföldi és a magyar szakirodalmat egyaránt – a kreatív ágazatokat igen nagy eltérésekkel definiálja, nem beszélhetünk egységes definícióról.<sup>6</sup> Maga az elnevezés sem egységes és a különböző definíciók, így a „kreatív ágazatok”, „kulturális ágazatok”, „tudásalapú ágazatok”, „szerzői jogi ágazatok” átfednek egymással. Ezeknek az eltéréseknek az ismerete azért fontos, mert ez alapján érthető meg, hogy az egyes országok, vagy városok miben látják a fejlődés, a vonzerő zálogát.

A brit DCMS (Department for Culture, Media and Sport) azokat a tevékenységeket tekinti a kreatív iparágakba tartozóknak, amelyek egyéni kreativitásra, tudásra és tehetségre épülnek és a szellemi tulajdon létrehozásán és kiaknázásán keresztül hozzájárulnak a jólét és a munkahelyek számának növekedéséhez. Ez a definíció más országokban is széles körben elfogadott. A DCMS a következőket sorolja a kreatív ágak közé (*DSCM (2001)*):

<sup>6</sup> Ebből következően, mint arra a későbbi fejezetek rámutatnak, a kreatív szektor méretére vonatkozó számítások, becslések is nagyban eltérnek.

- reklám;
- építettervezés és más mérnöki tevékenység;
- művészeti tárgyak és antikvítás kereskedelem;
- számítógépes játékok;
- kézművesség;
- formatervezés;
- divattervezés;
- film és videó;
- zene;
- előadóművészet;
- könyvkiadás;
- software készítés;
- TV és rádió.

A DSCM definíciójával kapcsolatos egyik kritikai észrevétel, hogy ezeket a tevékenységeket nem mindig lehet a megfelelő statisztikai ágazati besorolásoknak megfeleltetni. Másik probléma, amit más, a későbbiekben ismertetett vizsgálatok is kiemelnek, hogy a kreatív tevékenységek egy része olyan kisméretű vállalkozásoknál folyik (mikrovállalkozások, önfoglalkoztatók, szabadúszók), amelyek kívül esnek a statisztikai nyilvántartáson. Mindez bizonytalanságot okoz a mérésben.<sup>7</sup>

Howkins szerint – a DSCM definíciótól eltérően – a kreatív ágazatok négy olyan szektor összegeként értelmezendők, amelyek szellemi tulajdonként (szerzői jogi eszközökkel, szabadalmakkal, védjegyekkel, formatervezési mintaoltalom stb. által) védettek. A fentiekhez sorolja a játékkészítést, valamint a műszaki és tudományos kutatás és fejlesztés szélesebb körét (*Howkins (2001)*). Hangsúlyozzuk, hogy a howkins-i kategóriák – a K+F kivételével – megfelelnek a Megbízó által definiált szektoroknak, s egyben a *Europe Innova - Creative and Cultural Industries Methodological Appendix 2010* kiadvány fogalmi kereteinek is (*Power-Nielsen (2010)*).

Az EU Bizottság számára készített 2006-os felmérésben a kutatók megkülönböztették a kreatív és a kulturális szektorokat. Utóbbiak outputjai kifejezetten kulturális jellegűek (vizuális és előadóművészet, kulturális örökség, film és videó, televízió, rádió, videojátékok, zene, könyv és sajtó, ld. *KEA (2006)*).

*Hesmondhalgh (2002)* szerint elsősorban azok a kreatív ágazatok, amelyek „szöveget” illetve kulturális javakat állítanak elő. Az ő listája így szűkebb az előbbieknél: reklám és marketing, televízió, film, Internet, zene, könyv és folyóirat nyomtatott és elektronikus kiadása, videó és komputeres játékok.

A definíciós kérdésekkel Magyarországon is többen foglalkoznak. Az NKTH támogatásával működő „Kreatív Iparágak Platformja” például a kreatív ágazatokat a következőképpen definiálja: *„A kreatív iparágak azon tevékenységek, amelyek gyökere az egyéni kreativitásban, képzettségben és képességekben rejlik, és amelyek képesek a szellemi tulajdon létrehozásán és felhasználásán keresztül jólétet és munkahelyeket teremteni.”* A Platform a kreatív ipart 12 szektor alapján határozta meg, ezek a következők: elektronikus és nyomtatott sajtó, reklámpiac, film és videó, szoftverkészítés és digitális játékkészítés, építészet, könyvkiadás, zene és előadó-művészet, képzőművészet, iparművészet, formatervezés és divattervezés, művészeti és antik kézművesség.

---

<sup>7</sup> A mérhetőség a szakpolitikák – és egyáltalán mindenféle stratégiai tervezési és stratégiai menedzsment tevékenység – számára nagyon fontos.

A World Intellectual Property Organisation (WIPO) a kreatív ágazatokat aszerint különbözteti meg, hogy kié a szellemi tulajdon joga a kreatív tartalom termelése és elosztása során.<sup>8</sup> A szerzői jogi megközelítésnek megfelelően a szerzői jogi alapú tevékenységek, ágazatok az alábbiak:

- I. primer (elsődleges) szerzői jogi ágazatok („*core copyright industries*”);
- II. szerzőijog-függő technikai háttérágazatok („*interdependent copyright industries*”);
- III. részlegesen szerzői jogi ágazatok („*partial copyright industries*”);
- IV. egyéb kiszolgáló ágazatok („*non-dedicated support industries*”).

*I. A primer (elsődleges) szerzői jogi ágazatok körébe az alábbi ágazatok tartoznak:*

- sajtó és irodalom,
- zene, színművek, opera,
- filmalkotás és videó,
- rádió és televízió,
- fotóművészet,
- szoftver és adatbázis,
- vizuális és grafikus művészet,
- hirdetés, reklám,
- közös jogkezelő szervezetek.

*II. A szerzőijog-függő technikai háttérágazatok csoportjába azok az ágazatok sorolhatók, amelyek olyan eszközök, berendezések előállítását, gyártását és értékesítését végzik, amelyek feladata teljes egészében vagy elsődlegesen a szerzői jogi védelmet élvező művek létrehozásának, előállításának és használatának, „fogyasztásának” az elősegítése:*

- televíziókészülékek, rádiók, képmagnók, CD-lejátszók, DVD-lejátszók, kazettás magnók, elektronikus játékok lejátszására és hasonlókra alkalmas készülékek gyártása, kis- és nagykereskedelme, azaz a szórakoztató elektronikai ipar,
- számítógépek gyártása, kis- és nagykereskedelme (értékesítése és kölcsönzése),
- hangszerek gyártása, kis- és nagykereskedelme (értékesítése és kölcsönzése).

*III. A részleges szerzői jogi ágazatok csoportjába azok az ágazatok tartoznak, amelyek tevékenysége nem teljes egészében, hanem csak részben irányul szerzői jog által védett alkotások létrehozására:*

- ruházat, textil- és cipőárúk,
- ékszerek és érmék,
- egyéb kézművesárúk,
- bútor,
- háztartási eszközök, porcelán és üveg,
- tapéta és szőnyeg,
- játékok és számítógépes játékok,
- építészet, mérnöki tervezés, elemzés,
- enteriőrök tervezése (lakberendezés),
- múzeumok.

*IV. Az egyéb kiszolgáló ágazatok csoportjába azok az ágazatok tartoznak, amelyek tevékenysége a szerzői jog által védett művek és más alkotások sugárzásának, közvetítésének, terjesztésének és értékesítésének elősegítéséhez kapcsolódik. A következő ágazatok tartoznak ebbe a kategóriába:*

- általános kis- és nagykereskedelem,

---

<sup>8</sup> Hong-Kongban a kreatív szektor meghatározása szintén a szellemi tulajdonon alapszik. Arra törekednek, hogy az értéklánc minél hosszabb szakaszán, de főként minél magasabb fokán szerezzék meg a szellemi tulajdonjogot.

- általános szállítás,
- telefon és internet.

Az ACRE konzorcium – amely magyar részvétellel is több éven át EU forrásra támaszkodva végzett kutatást európai kreatív városokkal, köztük Budapesttel kapcsolatban – a kreatív tudásalapú szektorba a tevékenységek igen széles körét sorolja be: textilipar, ruházati ipar, bőr- és cipőipar, könyvkiadás, hanglezgyártás, speciális árúk kereskedelme, antikvítások kereskedelme, szoftverkészítés, építészet és mérnöki tevékenység, reklám, IKT szektorok, pénzügyek, jogi és üzleti szolgáltatások, K+F. Ez a megközelítés a szakirodalom más forrásaival összehasonlítva igen tág, ugyanakkor kétségtelen, hogy a kreativitásnak valamennyi esetben nagy szerepe van az adott szektor sikerében.

A szakirodalom gyakran felveti a kérdést, hogy hol a határ a *kreatív* és a *kulturális* ágazatok között. Leginkább elfogadható az a nézet, ami szerint a kulturális ágazatok – beleértve azokba pl. a nemzeti örökséget, múzeumokat, könyvtárakat, sportlétesítményeket – részei a kreatív ágazatoknak. Belátható az is, hogy jelentőségük aligha fejezhető ki közvetlenül abban, hogy mennyi értéket állítanak elő adott időszakban. Nemcsak a kulturális értékeket, rendezvényeket preferáló idegenforgalom szempontjából, hanem egy város, vagy régió tehetséges embereket, vagy gazdaságát erősítő befektetőket vonzó-megtartó ereje szempontjából is jelentős szerepet játszanak. Fontos kellékei tehát egy város, vagy régió mágneses erejének, hangsúlyozni kell ezért azok hosszabb távú közvetett, multiplikátor hatásait.<sup>9</sup>

Ezzel kapcsolatban felvetődik a külföldi működőtőke-vonzó képesség. A Budapestet magában foglaló Közép-Magyarországon a külföldi működő tőke szerepe kiemelkedő az ország más régióihoz képest, 2004–2008 között folyamatosan nőtt a régió súlya: a külföldi érdekeltségű vállalatok száma ugyanis itt 24,2%-kal nőtt, szemben a 9,5%-os országos átlaggal. A regionális fejlődés szempontjából meghatározó vállalkozás sűrűség (az 10.000 lakosra jutó vállalkozások száma) is Közép-Magyarországon a legmagasabb, 2,6-szorosa az országos átlagnak, míg az egy lakosra vetített külföldi működő tőke-állomány 2,3-szor magasabb az országosnál (KSH (2010)).

Az 1990-es években a multinacionális cégek elsősorban a szakképzett és a nemzetközi viszonylatban relatíve olcsó munkaerő miatt létesítettek termelőkapacitásokat hazánkban. Az itteni gyártási tevékenység működtetéséhez kezdetben kétkezi munkásokat kerestek és alkalmaztak. Az elmúlt években ugyanakkor számos vállalat kutatás-fejlesztési, logisztikai központot, vagy éppen szoftverfejlesztő céget, call-center tevékenységeket stb. telepített az ország területére – elsősorban a fővárosba és környékére – ahová már túlnyomóan magas szaktudással rendelkező munkaerőt vettek fel. Emellett országosan a magas szaktudást igénylő tevékenységet folytatók központja jellemzően Budapesten és közvetlen környezetében összpontosul.

Összefoglalásként megállapítható, hogy a kreativitás sektorspecifikus jellemzőit nagyon sokan és sokféleképpen igyekeznek megragadni. A kreativitás egyes szektorok esetében fontosabb szerepet látszik betölteni, mint más szektorok esetében. Ugyanakkor a tevékenységek hagyományos statisztikai-ágazati osztályozása eltérő megoldásokat eredményez a kreativitás gazdasági jelentőségét vizsgáló kutatások megtervezésénél. Mint később látni fogjuk, a jelenség vizsgálata – az eltérő módszertanok, definíciók stb. ellenére – többé-kevésbé összhangban lévő nemzetközi eredményeket produkál, ezért a hazai vizsgálatok is indokoltak.

<sup>9</sup> Indokolt lehet különbséget tenni azon kreatív ágazatok szerint is, amelyekben a tömegtermelés és elosztás a jellemző (pl. film, videó, videójátékok, televízió, könyvkiadás), illetve azon ágazatok szerint, amelyek kézműves jellegűek, alkotóművészek a létrehozói, egyedi művészi értékük van, vagy fogyasztásuk meghatározott helyhez és időhöz kötött (pl. vizuális művészet, előadóművészet, kulturális örökség).



### 1.3. A kreatív osztály definíciói

A *kreatív osztály* – amely korántsem feleltethető meg a hagyományos értelemben vett egyetlen társadalmi osztálynak – olyan emberekből tevődik össze, akik kreativitásuk által hoznak létre hozzáadott értéket. Jellemzőjük, hogy különösen fontosnak tekintik a kreativitást, az egyéniséget, a nonkonformitást (Bojár (2010)). A kreatív osztályba tartozó emberek nagy hányada a – szakirodalomban különbözőképpen definiált – kreatív ágazatokban tevékenykedik, legyenek azok művészek, műszaki, vagy gazdasági szakemberek, vagy a szórakoztató iparhoz tartozó kreatív emberek.

Richard Florida a kreatív osztályon belül két csoportot különböztet meg (Florida (2002)). Hivatkozik arra a számításra, amely szerint a szuper-kreatív mag az USA munkahelyeinek mintegy 12%-át teszi ki (pl. tudósok, mérnökök, beleértve a számítógép programozókat, egyetemi tanárok, kutatók, költők, írók, művészek, építészek és a különböző médiákban tevékenykedők). Ők az alkotás iránt teljesen elkötelezettek ("fully engage in the creative process"), s nem elsősorban a problémák megoldása, hanem azok megfogalmazása – a lényeg meglátása – jellemző rájuk. A másik csoportot azok a problémákat megoldó kreatív szakemberek alkotják, akik tudásalapú ágazatokban tevékenykednek (high-tech szektorok, pénzügyi szolgáltatások, igazságügy, egészségügy, oktatás, vállalatvezetés), s általában, de nem szükségszerűen, felsőfokú végzettséggel rendelkeznek. Florida a művészlelkeket (bohemians) szintén a kreatívok közé sorolja. Számításai szerint 1900-ban a munkaerőnek mintegy 10%-a, majd 1980-ban 20%-a volt úgynevezett kreatív dolgozó, addig ez a szám napjainkra 30%-ra nőtt, ami azt jelenti, hogy közel negyvenmillió amerikai dolgozik ilyen munkakörben. (Idézi: Ságvári és Desewffy (2006). Később Ságvári és Lengyel (2008) szerzőpáros precízen definiálja a kreatív osztályt és meghatározza annak struktúráját, megkülönböztetve a „kreatív irányítókat”, a „kreatív magot” és a „kreatív szakembereket” (az irányítókkal megtoldva Florida két csoportját).

A kreatív osztályba tartozó besorolás a munkaügyi statisztikák alapján végezhető el, és a kutatásoknak ez a módszertani vonulata is erős. A jelen munkát a másik elfogadottnak tekinthető módszertanra, az ágazati besorolásokra építettük.

### 1.4. A kreativitás jelentősége a városfejlődésben: Budapest potenciálja

Florida kutatásai rámutatnak arra, hogy azok a városok, amelyeknek sikerül a kreatív osztályt magukhoz vonzani és megtartani, prosperálnak, míg azok, amelyek viszont ezen a téren nem tudnak sikert felmutatni, a gazdasági fejlődésben is lemaradnak. Ezzel összhangban van a kutatás általános tézise.

Történelmi előzménye is van annak, ha Budapestnek sikerül áttörést elérnie. John Lukács a száz évvel korábbi Budapest fejlődésének csúcspontját és fordulópontját így fogalmazza meg: „*Budapest Berlin mellett Európa szellemi központjává vált. Itt volt a világ legnagyobb parlamentje, Európa első földalatti vasútja; sorra épültek a pompás, eklektikus épületek; a polgárság prosperált; és színre lépett egy nemzedék, amely az irodalomban, képzőművészetben, zenében hirtelen az európai élre ugrott.*” (Lukács (2004)).

Magyarország fővárosa az előző századfordulón Kelet-Közép Európa meghatározó városa volt. Ez a sokszínű, expanzív és érdekes város mágnesként vonzotta a kreatív szakembereket, művészeket és nem utolsósorban a befektetőket. Az akkori, európai szinten kiemelkedő ütemű fejlődéssel való összefüggés ma már világosnak tűnik. Budapest történelmi helyzetét, mai európai integrációját, gazdasági és társadalmi szerkezetét és lokális potenciálját figyelembe véve különösen indokolt annak feltételezése, hogy a kreatív és kulturális ágazatok – azok bármelyik fent idézett definícióját is

tekintjük – az eddiginél is dinamikusabban fejlődjenek és növeljék a főváros gazdasági potenciálját és vonzerejét.

*Rechnitzer (2006) szerint a mostani, jövőbeni „...Budapest még nincs „kitalálva”. Nem sikerült – létező fejlesztési koncepció mellett sem – meghatározni azt, hogy miben jelölhető ki a magyar főváros új szerepei, ezek miként kapcsolódnak a hazai regionális fejlődéshez, miként fűződnek fel a közép-európai településhálózatra, illetve mely hálózati szerepkörök bővítését kívánja az európai városhálózathoz való határozottabb kötődés. Milyen irányban fejlődik a jövőben Budapest? Melyek azok az új nemzetközi, gazdasági, pénzügyi, szervezési és kulturális, tudományos funkciók, amelyek a makrorégiójára, a Kárpát-medencére, s azon túl Közép-Európa fejlődésére hatnak? A jövőbeli funkciók közül melyek vannak jelen, illetve települhetnek meg Budapesten? Mindezek milyen igényeket fogalmaznak meg a városi infrastrukturális rendszerekkel szemben? Ezek a kérdések még megválaszolásra várnak.”*

Ezzel a véleménnyel nagyban összecseng Bojár Iván Andrásé is. Könyvében egy XXI. századi európai városként vizionálja Budapestet. Könyvének célja *„egy olyan város megjelenítése, amely fizikai kereteivel, megelőlegezett urbánus élményeivel, átalakuló magán és köztérviszonylataival a mainál lényegesen szabadabb, kreatívabb környezet, egy szabad levegőjű, vonzó, követésre méltó Budapest lehetőségét vetíti előre. A cél tehát a kreatív közeg, a kreatív város megalkotása.”* (Bojár (2005)). Bojár a város történelmi múltjára, sokarcúságára, fizikai, infrastrukturális lehetőségeire építve képzelettel a belváros és a külső kerületek újraélesztését. Ez szerint nem képzelhető el kreatív alkotómunka, fejlesztési tevékenység az életminőség pozitív változásai nélkül. A folyamatban a város urbanisztikai, vagy építészeti fejlesztése üres díszlet marad csupán a kreatív ágazatok (mint kiemeli: a divat, a design és az építészet, a film, a zene, a szoftverfejlesztés, valamint a kutatás és fejlesztés, a reklámpia, a könyv és a lemezkiadás, a magas színvonalú vendéglátás, a műkereskedelem, a kulturális termék-ipar, a fürdőváros karakterhez rendelt, magas szintű egészségügyi ellátás, valamint a borászat) nélkül.

A Budapest gazdasági stratégiáját előkészítő *Orientációs Tanulmány* (2009) megállapításai szerint a „kreativitás ... a sokszínű kulturális és fizikai környezet egymásra reflektáló kialakításával mozgatható elő. ... Márpedig a kreatív milió, a kreatív város és benne a kreatív gazdaság kialakulása a vágyakon alapszik, ami magában foglalja a tudatalattit, a személyes elköteleződést, az álmokat és érzéseket, és a városnak, a térnek az atmoszféráját.” Ahhoz, hogy Budapest nagyvárosi térsége gazdaságilag is ki tudja aknázni a kreativitásból fakadó energiákat, kreatív közegre, kreatív helyek strukturált halmazára és kreatív kormányzásra van szükség, amely – egyebek mellett – magában foglalja a különböző kultúrák érintkezéséből adódó lehetőségek kiaknázását, a részvételi döntéshozatalra támaszkodást, a találkozási pontok hálózatának fejlesztését, a közösségi terek „személyessé tételét”, azaz a városmenedzsment megújítását és kiegészítését – tekintettel a kreatív gazdaságra.

A fenti áttekintés alapján tehát a bevezetőben már ismertetett fő kutatási tézis helytálló kérdésfelvetést fogalmaz meg: Budapestnek van és lehet kreatív gazdaságra építő potenciálja. Ahhoz, hogy ez kiaknázható legyen, lényeges azon tények és ismeretek összegyűjtése és bemutatása, amire egy kreatív város koncepció felépíthető. Ehhez elsőként a nemzetközi összehasonlító vizsgálatok eredményeit összegezzük.

### **1.5. A nemzetközi összehasonlító vizsgálatok Magyarországra és Budapestre vonatkozó tapasztalatai**

A városok agglomerációk, vonzáskörzetek gazdasági potenciálját, vonzerejét vizsgáló nemzetközi felmérésekbe bekerülni önmagában is eredmény. Budapest elsősorban az EU-országokra vonatkozó felmérésekben szerepel. Az alábbiakban azonban nemcsak azokra a vizsgálatokra hivatkozunk,

amelyekben szerepel Budapest, hanem azokra is, amelyek egyes országok, vagy városok, régiók tapasztalatai alapján elemzik a kreatív ágazatok gazdasági szerepét.

A KEA (2006) tanulmány szerint a 2003. évi EUROSTAT adatok alapján végzett számítás szerint Magyarországon a kreatív és kulturális szektorok aránya igen alacsony, árbevétel alapján számolva 1,2% volt, hasonló, mint Lengyelországban, Romániában és Bulgáriában, s jóval alacsonyabb, mint Csehországban, Szlovákiában, vagy Szlovéniában. Ugyanakkor a rendszerváltás óta a kreatív és kulturális szektorok dinamikusán fejlődtek, Budapestet főként fesztiváljai tették vonzóvá.

A Ságvári és Desewffy (2006) kötet Európa lemaradását, gyenge versenyképességét a gyakran túlságosan technológiaközpontú, technokrata megközelítéseknek tulajdonítja és a kulturális sokszínűségben, a tradíciók és életstílusok gazdag sokféleségének megőrzésében látja a kitörés lehetőségét. *„A kulturális közeg, a tradíció és a gazdagság – amennyiben sikerül kiaknázni a benne rejlő lehetőségeket – lehet az a versenyelőny, amely Európát visszaemelheti az információs korszak győzteseinek közé.”* A közölt nemzetközi összehasonlítások Florida 3T (tehetség, technológia, tolerancia) indexeire épülnek. Magyarország 25 ország közül a 21. helyen található (a tehetség és technológia kompozit indexek vonatkozásában a 16. helyre, a tolerancia szerinti index szerint viszont az utolsó, 25. helyre került).

Az UNCTAD (2008) Creative Economy Report-ja elsősorban a fejlődő országok szempontjából tárgyalja a kreatív városok szerepét. A kelet-európai országokkal kapcsolatban kiemeli azt az általános problémát, hogy a korábban az állam által működtetett kulturális intézmények egy része a magánszférába került át, felújításukra nincs elég forrás és a működésük is veszélybe került. Az UNCTAD tanulmánya Magyarországot Bulgáriával és Lettországgal együtt említi, mivel csak ezekre az országokra vonatkozóan vannak WIPO-adatok az ún. szerzői joggal védett ágazatokra vonatkozóan. 2002-ben Magyarországon a szellemi tulajdonjoggal védett ágazatok 2002-ben 4%-kal járultak hozzá mind a foglalkoztatáshoz, mind a GDP-hez és ezek gyors fejlődését jelzi, hogy ez az arány 2005-ben 7% körül volt. Magyarországon és Romániában a filmgyártás, videókészítés és a reklámkészítés jelentős fejlődése tapasztalható. Magyarország kiemelkedik továbbá az audiovizuális szolgáltatások exportjában is, 2005-ben a világon az ötödik helyet foglalta el az USA, az Egyesült Királyság, Franciaország és Kanada után.

Ságvári és Lengyel (2008) egy tág kreatív osztály definíció alapján úgy számoltak, hogy a kreatívak aránya a foglalkoztatásban Európában 47% (Hollandia) és 22% (Törökország) között van. Magyarország középen helyezkedik el, 35%-os aránnyal, azonban Budapesten a kreatívak aránya kiemelkedően magas, több mint 50%. A mérnökök, művészek, természettudósok, informatikusok és közgazdászok közel fele, az alkotóművészek 60%-a a fővárosban él és dolgozik.

Az EU 2009 novemberében végzett Gallup felmérése (*Perception survey... (2009)*) az EU27, valamint Horvátország és Törökország 75 városát hasonlítja össze, s lényegében a hasonló 2004-es és 2006-os kérdőíves felmérés megismétlése volt. Az összehasonlításban Budapest mellett Miskolc is szerepel. A felmérés a városok életminőségére vonatkozott és a következő témákkal kapcsolatos kérdéseket tettek fel mintegy 500 embernek: egészségügy, munkalehetőségek, lakhatási költségek; szegénység, gazdasági helyzet; migráció, külföldiek; biztonság; környezetszennyezés; hivatalok; infrastruktúra (kulturális, vásárlás, sport stb.); városi közlekedés. A felmérés tehát nem irányult közvetlenül a kreatív ágazatokra, azonban a városfejlődés szempontjából fontos tényezőket vizsgált. Budapest helyezése a 75 város között különösen kedvezőtlennek látszik a munkahelyek kínálata, az egészségügyi ellátás és a környezetszennyezés vonatkozásában és kiugróan rossz vélemények összegződtek a városvezetéssel és a közigazgatással kapcsolatosan. Ez konkrétan abban is kifejezésre jutott, hogy a megkérdezett lakosok különösen negatívan nyilatkoztak a közbiztonságról, a szegénységről, a környezetszennyezésről és a közlekedési infrastruktúráról. Két tényező azonban a „kreatív Budapest” szempontjából pozitív értékelést kapott: a kulturális lehetőségek (színház,

koncert, múzeumok) és az a körülmény, hogy a városlakók elfogadják a külföldieket és úgy látják, azok képesek a város életébe beilleszkedni.

Az *EUROPAINNOVA* (2010) kutatás szerint a következő városokban illetve országokban különösen jelentős a kreatív és kulturális ágazatok súlya a vizsgált közel 100 közül: Athén, Berlin, Budapest, Dánia, Frankfurt, Helsinki, Írország, Inner London, Outer London, Maastricht, Madrid, München, Nijmegen, Oxford, Róma, Stockholm és Stuttgart. Az elvégzett elemzés szerint az európai munkaerőpiacon 2006-ban mintegy 6,5 millió főt foglalkoztattak a CCI-ben, ami az összes foglalkoztatott 2,71%-nak felel meg. A valós arány azonban az önfoglalkoztatók magasabb arányai miatt ennél feltehetően magasabb. Közép-Magyarország vonatkozásában a megfelelő adat – a kutatás szerint - 82 ezer fő, az összes foglalkoztatott 4,69%-a, hasonló, mint pl. München, Osló, vagy Hamburg esetében. Budapest kedvező helyzete azzal is jellemezhető, hogy míg lakosainak számát tekintve sorrendben a 49., addig a CCI ágazatokban foglalkoztatottak arányát nézve a 11. helyen van. A vizsgálat szerint a kelet-közép európai városok között hasonlóan kedvező helyzete csak Prágának és Pozsonynak van. Varsóban éppen ellenkező előjelű a helyzet: a 13. legnagyobb város, de csupán a 42. helyezett a CCI arányát nézve.

A számítások szerint a CCI dinamikus fejlődése 2001-2006 között leginkább az új tagállamokra, köztük hazánkra volt jellemző egyes angol, francia és spanyol régiók mellett. Az ágazat foglalkoztatási potenciálját bizonyítja az, hogy 2001-2006 között Magyarországon lényegében stagnált a foglalkoztatás, miközben a CCI-ben foglalkoztatottak száma éves átlagban 1,45%-kal nőtt. Tendenciájában hasonló a helyzet a többi régióbeli tagállamban is. A tanulmány azt is kiemeli, hogy a nagyvárosok lakosságának nagy méretéből nem feltétlenül következik a kreatív ágazatok kiemelkedő jelenléte.

A Magyar Szabadalmi Hivatal a már említett WIPO definíciót alkalmazva hasonlította össze 17 ország ún. szerzői jogi ágazatait. Az *MSZH* (2010) felmérés szerint Magyarországon a teljes szerzői jogi szektor nemzetgazdasági hozzájárulása 2006-ban a bruttó kibocsátás alapján 11,5%-ot, a bruttó hozzáadott érték alapján 7,4%-ot ért el, a foglalkoztatáshoz a hozzájárulása mindkét évben 7%-ot meghaladó arányt képviselt, amely összemérhető a szállítás–posta–távközlés vagy az oktatás ágazatok hozzáadott értékével. Ezen ágazatok hozzájárulása a bruttó hozzáadott értékhez az USA-ban (11,05%) és Ausztráliában (10,3%) volt a legmagasabb. E mutató tekintetében a magyar szerzői jogi ágazatok 7,42%-os súlya igen kedvező helyezést biztosított, olyan országokat megelőzve, mint Szingapúr (6,19%), Hollandia (5,9%) és Kanada (4,5%).

A teljes szerzői jogi szektor 2006-ban 274 ezer főnek adott munkát, az egészségügy 270 ezer főt, a gépipar 280 ezer főt foglalkoztat, és a szerzői jogi szektorban kétszer annyian dolgoznak, mint az élelmiszeriparban, háromszor többen, mint a vegyiparban. A kreatív ágazatoknak minősülő szerzői jogi ágazatok a gazdaság hajtómotorjai, amelyek a nemzetgazdaság átlagát meghaladó ütemű növekedést tudtak felmutatni. Miközben 2002–2006. között a magyar gazdaság évi átlagos növekedési üteme 4,3% volt, a teljes szerzői jogi szektor átlagosan 7,2%-kal, a primer szerzői jogi ágazatok 6%-kal növekedtek. Közülük is a reklám, grafika (12,5%), rádió, televízió (11,4%), szoftveripar (7,0%) ágazatai voltak a legdinamikusabbak.

A főbb nemzetközi kutatási tapasztalatok alapján elmondható, hogy Budapest sok felmérésben nem szerepel, annak ellenére, hogy több esetben is kedvező a globális helyzete a CCI szektorok vonatkozásában.

Az alábbiakban az APEH társasági adóbevallási adatai alapján a Budapest Metropolisz Régió kreatív szektoraival kapcsolatban igyekszünk olyan összefüggésekre rávilágítani, amelyek egyrészt nem voltak közismertek, vagy ha közismertek (sokak által elfogadottak) voltak, akkor kevés empirikus adat támasztotta alá.

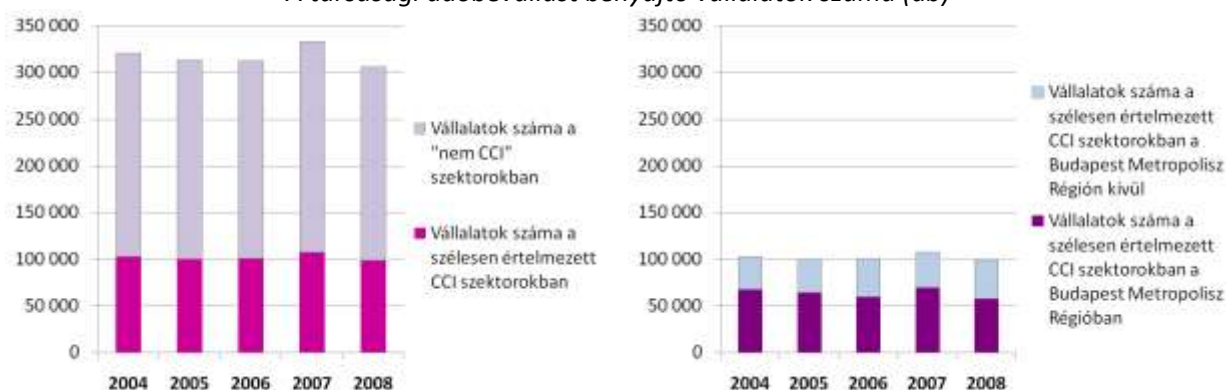
## 2. A Budapest Metropolisz Régió kreatív szektorai a társasági adóbevallást küldő cégek adatai alapján

Az alábbiakban a 2004-2008 közötti évek APEH társasági adóbevallási adataiból készített elemzést ismertetjük. Felhasználjuk a kreatív szektor ágazati besorolásait szélesen és szűken értelmezett kreatív szektorokra, amelyeket a hasonló nemzetközi besorolások alapján állítottunk össze (a táblázatok a Mellékletben találhatóak). Bár a szakágazati besorolások rendszere 2008-ra megváltozott, és a 2008-tól érvényes statisztikai nomenklatúra jobban leképezi a kreatív ágazatokat (különösen ami a kreatív mag szektorokat illeti), az erre az egy évre elvégzett háttérszámítások alapján a továbbiakban bemutatott összkép érdemben nem változik.

### 2.1. A kreatív szektorok mérete és szerepe a gazdasági növekedésben, a foglalkoztatásban és az exportban

A szélesen értelmezett kreatív szektorokba tartozó vállalatok a társasági adóbevallást beküldő cégek egyharmadát teszik ki, közülük a Budapest Metropolisz Régióban székhellyel rendelkezők száma 60% körüli (azaz a magyarországi társas vállalkozások mintegy egyötöde a Budapest Metropolisz Régiónak a szélesen értelmezett kreatív szektoraiból kerül ki - a TEÁOR számok alapján a mellékletben jelzett besorolások szerint a mintegy 300000 társasági adóbevallást benyújtó cégből mintegy 60000 kreatív iparágbeli cégnek van a Budapest Metropolisz Régióban székhelye). Bár a társasági adóbevallást beküldő vállalatok száma a válság hatására 2008-ra érezhetően csökkent, az adatok szerint a cégek száma ebben a bontásban a vizsgált időszak alatt stabilnak tekinthető.

*A társasági adóbevallást benyújtó vállalatok száma (db)*

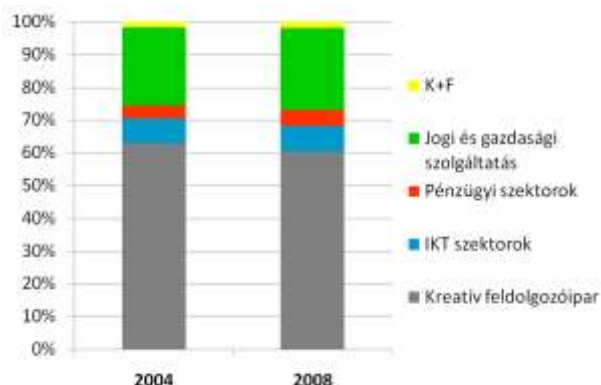


Megjegyzés: nem tartalmazza azokat a vállalatokat, amelyeknek jegyzett tőkéje nem ismert

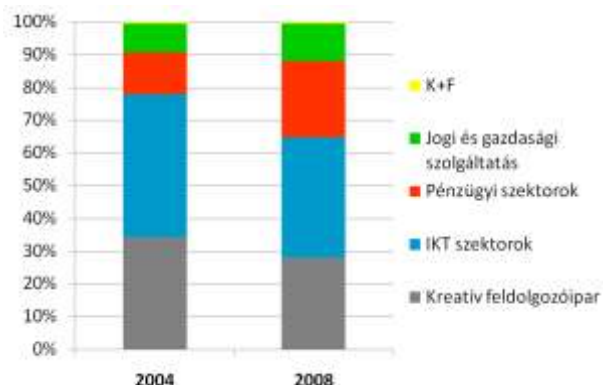
Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

A szélesen értelmezett kreatív szektorokon belül a Budapest Metropolisz Régió cégeinek az árbevételben képviselt súlya lényegesen meghaladja a számbeli arányokat. A kreatív szektorok közül az árbevételben nagyon jelentős az IKT és a pénzügyi szektorok súlya, miközben ezek aránya a vállalatok száma szerint nagyon kicsi – azaz nagyobb cégek tartoznak ide, mint a feldolgozóipari kreatív szektorok esetében.

*A szélesen értelmezett kreatív szektorokba tartozó vállalatok megoszlása  
a vállalatok száma szerint*



*az árbevétel szerint*



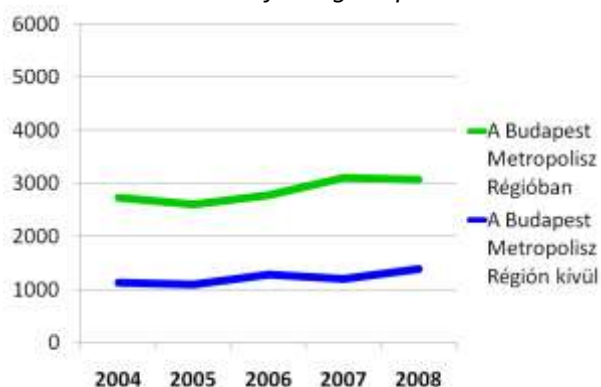
Megjegyzés: nem tartalmazza azokat a vállalatokat, amelyeknek jegyzett tőkéje nem ismert. A besorolás a mellékletben található táblázat szerint történt.

Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

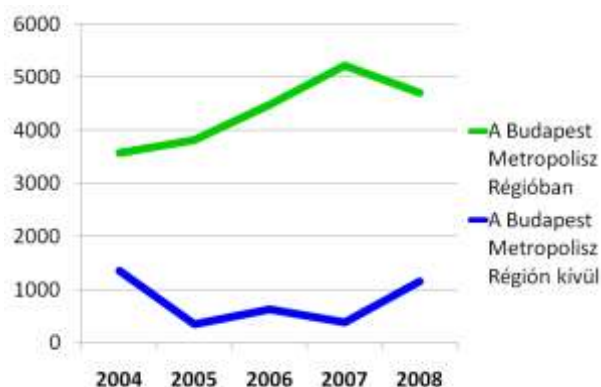
A szűken értelmezett kreatív szektorokban mintegy 20000 vállalatot találunk, szintén mintegy kétharmaduknak a Budapest Metropolisz Régióban van a székhelye, és az árbevételben a Budapest Metropolisz Régióban található cégek ennél nagyobb aránnyal szerepelnek.

*Az árbevétel alakulása az egyes kreatív szektorokban (folyóáron, milliárd forint,  
szélesen értelmezett CCI)*

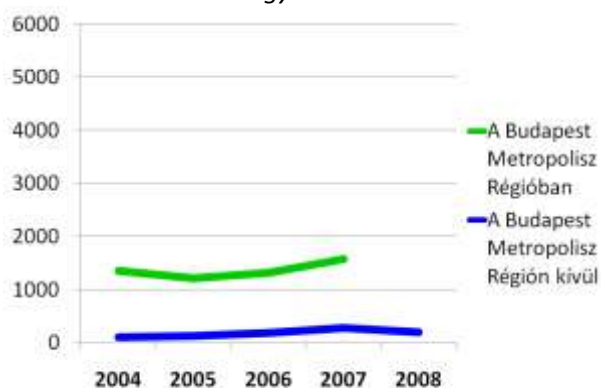
*Kreatív feldolgozóipar*



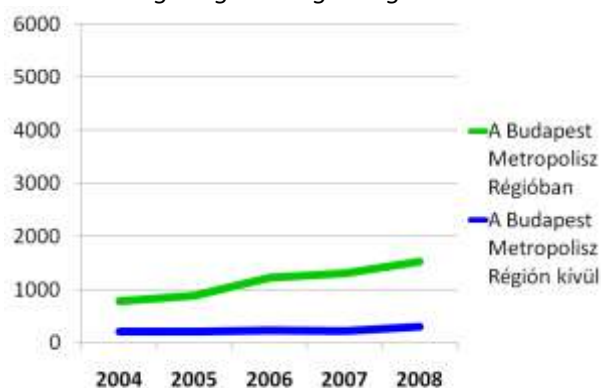
*IKT szektorok*

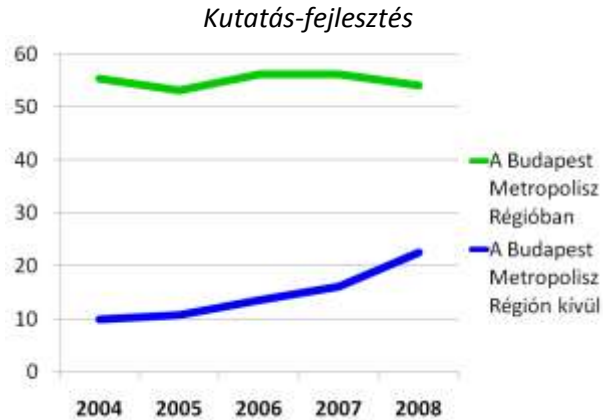


*Pénzügyi szektorok*



*Jogi és gazdasági szolgáltatás*



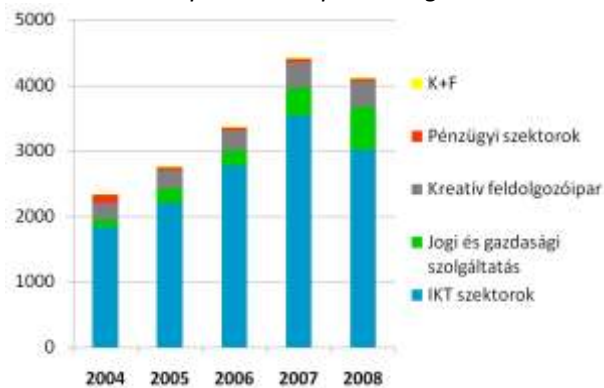


Megjegyzés: Nem tartalmazza azokat a vállalatokat, amelyeknek jegyzett tőkéje nem ismert. Az ágazati és területi besorolás a mellékletben található táblázat szerint történt. A 2008-as év pénzügyi szektorokra vonatkozó adata nem megbízható, ezért nem közöljük. A kutatás-fejlesztés adata nem összehasonlítható a hivatalos vállalati K+F adatokkal, mert a cégek főtevékenysége szerint történt a besorolás (így az ábrából pl. kimaradt – egyebek mellett – a jelentős gyógyszeripari K+F).

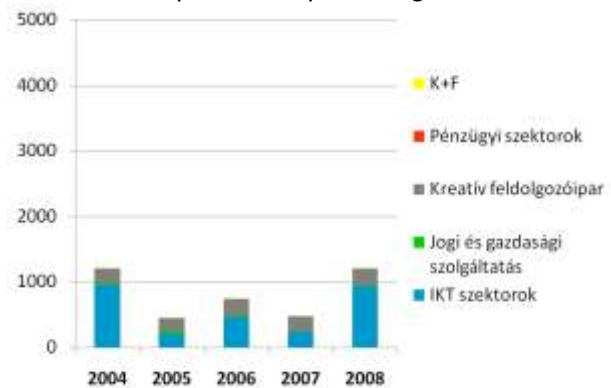
Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

A nem kreatív ágazatokba sorolt cégek a magyar exportteljesítmény bő kétharmadát adják. A kreatív szektorok között kiemelkedik az IKT szektorok súlya, kérdés ugyanakkor, hogy pl. az ide sorolt ipari híradás-technikai termék gyártása, vagy a híradás-technikai fogyasztási cikk gyártása szektorokban a hazai kreativitásnak egyáltalán van-e szerepe. A Budapest Metropolisz Régió szerepe az exportban is kiemelkedő: az itt székhellyel rendelkező, kreatív szektorbeli cégek teljesítménye a kreatív export négyötödét teszi ki.

*A szélesen értelmezett kreatív szektorok exportteljesítménye (folyóáron, milliárd forint)  
a Budapest Metropolisz Régióban*



*a Budapest Metropolisz Régió kívül*



Megjegyzés: nem tartalmazza azokat a vállalatokat, amelyeknek jegyzett tőkéje nem ismert. Az ágazati és területi besorolás a mellékletben található táblázat és a vállalati székhelyek szerint történt.

Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

A szűken értelmezett CCI szektorok teljesítménye a fentieknek a töredéke, mindössze néhány százalék. Ugyanakkor hangsúlyozzuk, hogy a szűken értelmezett kreatív szektorok gazdasági szerepe hasonlatos a kutatás-fejlesztéshez: a gazdaságra gyakorolt hatások lényegesen meghaladják a szektorba tartozó vállalatok összesített teljesítményét.



Foglalkoztatás a társasági adóbevallást benyújtó vállalatoknál (ezer fő)



Megjegyzés: nem tartalmazza azokat a vállalatokat, amelyeknek jegyzett tőkéje nem ismert  
 Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

A szélesan értelmezett kreatív szektorok súlya a foglalkoztatásban szerényebb (25% körüli), mint a vállalatok száma esetében (egyharmad körüli), de valamivel magasabb, mint az árbevételben mutatkozó arány (20% feletti). A szélesan értelmezett kreatív szektorokon belül a Budapest Metropolisz Régió cégeinek a foglalkoztatásban képviselt súlya körülbelül megfelel a vállalatok száma esetében tapasztalt számbeli arányoknak (2/3 körüli).

A magyar kutatók részvételével folyó ACRE kutatás szerinti kreatív és tudásintenzív ágazatok a magyar gazdaságban a vállalatok számát alapul véve több mint egyharmados arányt, a foglalkoztatottakat tekintve 39,1%-os arányt, míg a megtermelt jövedelem alapján 53,2 %-os arányt képviseltek 2004-ben. Budapesten és környékén ezzel szemben az arányok magasabbak voltak: vállalatok száma: 42,3 %, foglalkoztatottak: 49%, jövedelem: 58,4%. Budapest és környéke dominanciája minden kreatív szektorban érvényesül. Kiemelkedően magas a pénzügyi szektor jelentős jövedelemtermelő képességű része, az IKT, a K+F és a felsőoktatás, az üzleti szolgáltatások és a kreatív ágazatok fővárosba való összpontosulása. E számarányok hasonlóak a jelen kutatásban ismertetettekhez.

## 2.2. A kreatív szektorok hozzáadott-érték (GDP) termelő képessége

A CCI szektorok folyóáras hozzáadott-értékének (GDP) közelítő becslése – összhangban az APEH (2010) kiadvánnyal – a következő képlet szerint történik:<sup>10</sup>

$$\begin{aligned} \text{Hozzáadott-érték} &= \text{Kibocsátás} - \text{Termelő felhasználás, ahol} \\ \text{Kibocsátás} &= \text{Nettó árbevétel} + \text{Aktivált saját teljesítmények értéke} - \text{ELÁBÉ} - \text{Közvetített szolgáltatás; és} \\ \text{Termelő felhasználás} &= \text{Anyagköltség} + \text{Igénybevett szolgáltatás} + \text{Egyéb szolgáltatás} + \text{Közvetített szolgáltatás} - \text{Földbérleti díj} \end{aligned}$$

A szélesan értelmezett CCI szektorokba tartozó vállalatok adják a társasági adóbevallást benyújtó cégek becsült GDP-jének mintegy egynegyedét, ami kisebb számbeli arányuknál. Azaz az e cégekre jutó becsült GDP átlagosan magasabb, mint a nem CCI szektor vállalataié, amit kifejez az is, hogy az összesített hazai CCI hozzáadott-érték négyötöde a Budapest Metropolisz Régióban keletkezik.

<sup>10</sup> Megjegyezzük, hogy a termelő felhasználást képletszerűen számítjuk az aggregált CCI-kre. A CCI szakágazati aggregátumok esetében ez a tétel feltehetőleg nem jelentős, azonban az egyes cégek esetében a különbségek – különböző okok miatt – jelentősek is lehetnek.



### A szélesen értelmezett kreatív szektorok GDP-je (folyóáron, milliárd forint)



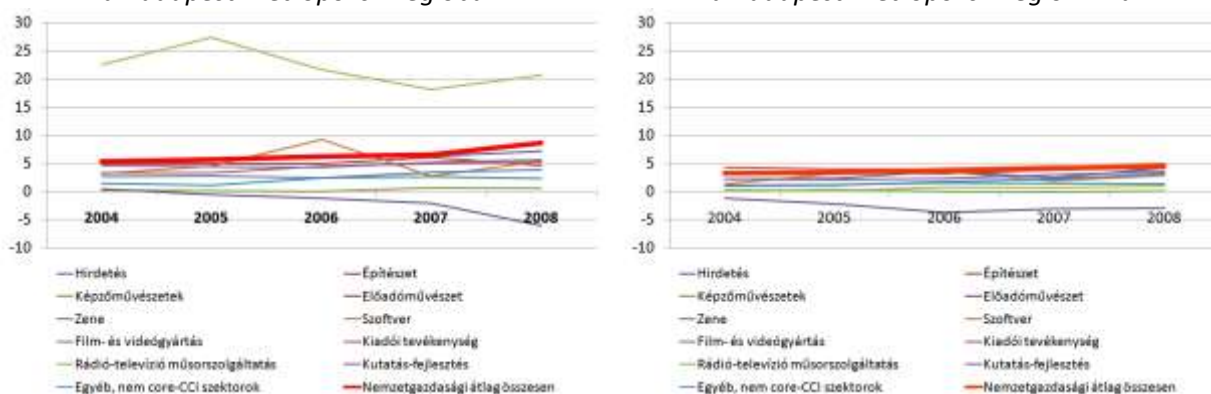
Megjegyzés: nem tartalmazza azokat a vállalatokat, amelyeknek jegyzett tőkéje nem ismert. Az ágazati és területi besorolás a mellékletben található táblázat szerint történt. A 2008-as év pénzügyi szektorokra vonatkozó adata nem megbízható, ezért nem közöljük az összesített adatot sem.

Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

Ha az alkalmazotti létszámra vetített GDP-t vizsgáljuk, az összes társasági adóbevallást készítő céget figyelembe véve a mag-kreatív szektorok közül egyedül a rádió-televízió műsorszolgáltatás szakágazat cégei termelékenyebbek a nemzetgazdasági átlagnál. Nagyon fontos kiemelni, hogy a kreatív teljesítmények megjelenése a hozzáadott értékben áttételes. Azaz nem önmagában az a leginkább érdekes, hogy egy-egy kreatív teljesítmény (pl. marketing tanácsadás, reklám, design stb.) a *cégen belül* mekkora hozzáadott érték-teremtést jelent, hanem az, hogy amely cég számára a kreatív munkát „szállította”, az versenyképesebb lesz, több munkahelyet tud eltartani stb.

Az UNCTAD (2008) tanulmánykötete kiemeli, hogy a városfejlődéshez a kreatív ágazatok érték-, jövedelem- és foglalkoztatás-teremtő hatásuk által közvetlenül is hozzájárulnak. Igen fontosak azonban a közvetett hatások is. Közülük egyik legfontosabb az a vonzó hatás, amelyet a kreatív és kulturális ágazatok, pl. a kulturális különlegességek, programok az idegenforgalom növekedésére gyakorolnak. Egy kellemes, stimuláló városi környezet – továbbá – vonzza más, nem feltétlenül kreatív ágazatok külföldi befektetőit is, amelyek központjait leggyakrabban a városokba telepítik.

### Egy alkalmazottra jutó GDP a szűken értelmezett kreatív szektorokban (folyóáron, millió forint) a Budapest Metropolisz Régióban

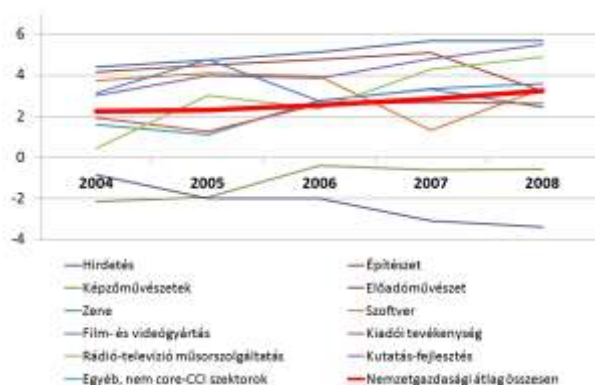


Megjegyzés: nem tartalmazza azokat a vállalatokat, amelyeknek jegyzett tőkéje nem ismert. Az ágazati és területi besorolás a mellékletben található táblázat szerint történt.

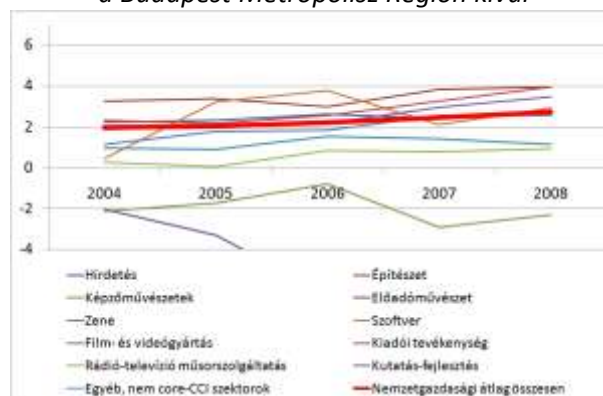
Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

Ugyanakkor igen lényeges az is, hogy a ténylegesen vállalatként működő, feltehetően jórészt hazai tudásra alapozó „kreatív műhelyek” hozzáadott értékteremtő képessége mekkora. Ezt úgy igyekszünk megragadni, hogy a társasági adóbevallást benyújtó cégek közül kivesszük a 0-2 fős vállalatokat, valamint azokat, amelyek éves árbevétele 2008-ban meghaladta a 2 milliárd forintot.

Egy alkalmazottra jutó GDP a szűken értelmezett kreatív szektorokban, a hazai tudásra alapozó, „valódi” cégek körében (folyóáron, millió forint)  
a Budapest Metropolisz Régióban



a Budapest Metropolisz Régió kívül



Megjegyzés: nem tartalmazza azokat a vállalatokat, amelyeknek jegyzett tőkéje nem ismert. Nem tartalmazza továbbá a 0-2 fő alkalmazottal, illetve 2 milliárd forint feletti 2008-as árbevétellel rendelkező cégeket. Az ágazati és területi besorolás a mellékletben található táblázat szerint történt.

Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

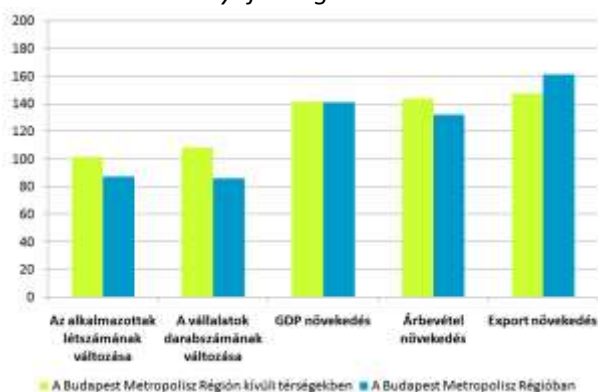
Így vizsgálva a szűken értelmezett kreatív szektorok egy alkalmazottra jutó GDP teljesítménye – az előadóművészetek és a képzőművészetek kivételével – meghaladja a nemzetgazdasági átlagot. E teljesítménymutatón belül a Budapest Metropolisz Régió adata érdemben magasabb, mint az ország egyéb régióinak teljesítménye.

### 2.3. A CCI szektor húzóágazatai

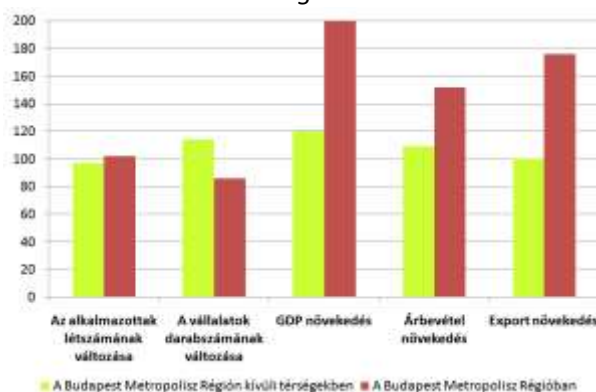
A társasági adóbevallási adatokból becsült, 2004-2008 közötti GDP-növekedési ütem nem különbözik érdemben, ha a Budapest Metropolisz Régió, illetve az e térségen kívüli vállalatok összesített teljesítményét vizsgáljuk. A többi vizsgált mutatószám – az alkalmazotti létszám, a vállalatok száma, az árbevétel, valamint az export – alapján a Budapest Metropolisz Régió egyedül az exportnövekedésben múlta felül az ország egyéb térségeit.

Ugyanakkor a kreatív szektorokba tartozó, és a Budapest Metropolisz Régióban székhellyel rendelkező cégek növekedése lényegesen meghaladja az országos mutatókat.

Növekedési ütemek 2004-2008 között (2004 = 100)  
az összes társasági adóbevallást benyújtó cég körében



a széles értelmezett kreatív szektorokba tartozó cégek körében



Megjegyzés: a pénzügyi adatokból (árbevétel, export, GDP) a növekedési ütemet folyóáron számoltuk.

Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

A Budapest Metropolisz Régióban a 2004-2008 közötti növekedés hordozói egyértelműen egyes pénzügyi szektorok (monetáris tevékenység, hitelnyújtás, nem életbiztosítás) voltak, utóbbi két szektor az alkalmazotti létszámban is átlag feletti növekedési ütemet mondhat magáénak.

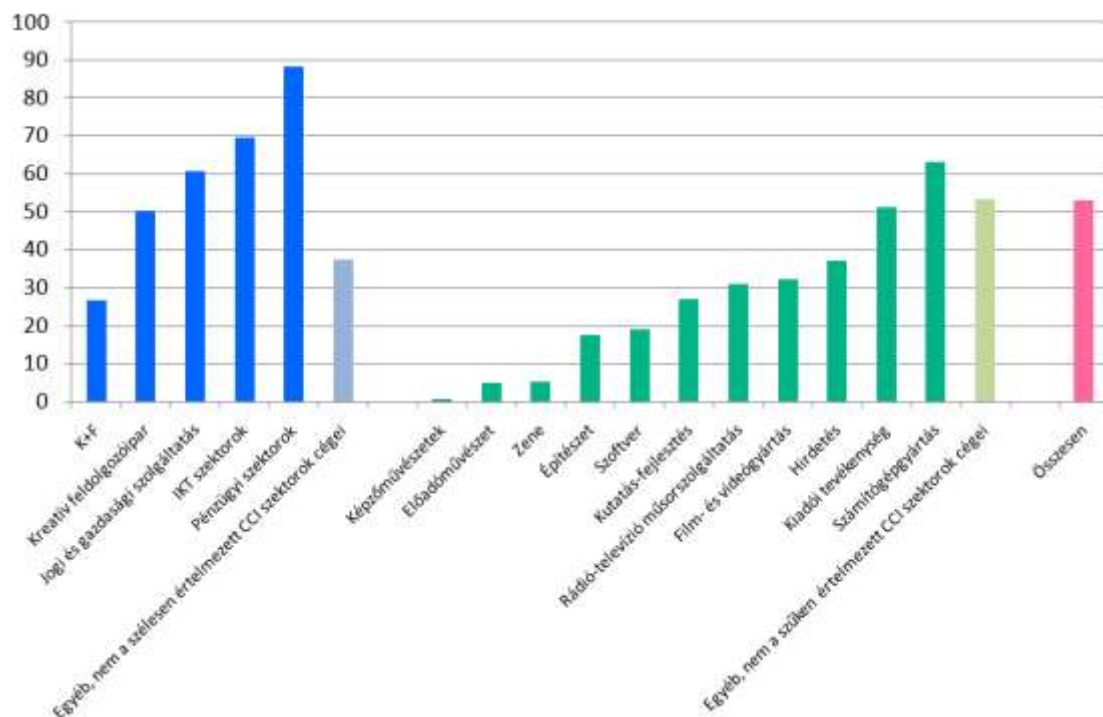
A hivatalos statisztikák is összhangban vannak a fenti megállapításokkal. Közép-Magyarországon az országosnál kisebb szerepe van a feldolgozóiparnak, viszont a régiók közül itt a legnagyobb az ingatlanügyletek, gazdasági szolgáltatás súlya, ugyanis 2008 végén a térségben majd minden második külföldi érdekeltségű cég ebben az ágazatban tevékenykedett. A pénzügyi szektor területi koncentrációja a legnagyobb. Az ország 314 külföldi érdekeltségű pénzügyi szervezetének 85,4%-a (268 vállalkozás) budapesti vagy Pest megyei székhelyű, a többi régióban együttesen nagyságrenddel kevesebb számú, mindössze 46 működött (KSH (2010)).

Figyelemre méltó ugyanakkor, hogy kutatásunk szerint egyes további kreatív szektorok –szoftver-szaktanácsadás, számítástechnikai tevékenység, mérnöki tevékenység, film-, videoterjesztés, mozgóképvetítés, alkotó és előadó-művészet – az alkalmazotti létszámukat az átlag felett bővítették. Ha mindezt összevetjük a fent már bemutatott, a szűkebb kreatív szektorba tartozó „valódi” vállalatok GDP teljesítményével, igazoltnak tekinthető az a kutatási hipotézis, hogy a Budapest Metropolisz Régió egyes kreatív szektorai húzóágazatként azonosíthatók, és közülük is kiemelkednek a szoftveripar és a kulturális ipar (filmgyártás, előadóművészetek) egyes szegmensei.

#### 2.4. A CCI szektorok és az FDI kapcsolatáról

A külföldi működőtőke-befektetések (elfogadott angol rövidítése: FDI, foreign direct investment) jelentős új tudást hozhatnak a gazdaságba, fontosnak tartottuk ezért e kutatás keretében megvizsgálni a CCI szektorok és az FDI egyes kapcsolódási pontjait.

*A külföldi működőtőke aránya a szélesen és szűken értelmezett CCI szektorokban (százalék, 2007)*



Megjegyzés: a szektorok besorolását a melléklet tartalmazza.

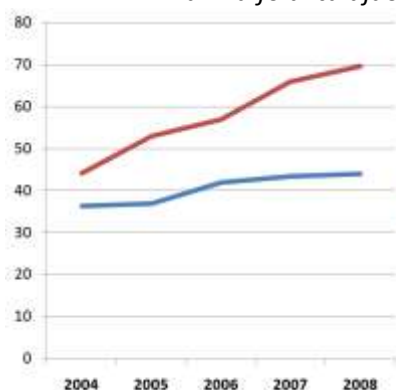
Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

2008-ban a Közép-Magyarországon letelepedett külföldi érdekeltségű vállalkozásokban alkalmazásban állók nagyobbik hányada már szellemi munkakörben dolgozott. A többi régióban a külföldi cégnél foglalkoztatottak nagy többsége (mintegy háromnegyede) fizikai munkát végzett. Lényeges azonban, hogy a szűken értelmezett CCI szektorokban a külföldi működtetőke arányaiban kisebb, mint a gazdaság egyéb szektoraiban, kivételt képez a számítógép-gyártás.

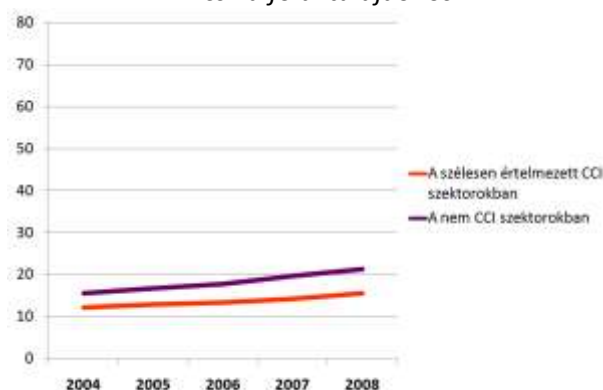
A társasági adóbevallási adatok alapján az egy alkalmazottra jutó árbevétel lényegesen magasabb azon cégek körében, ahol van külföldi tulajdonos, mint ahol nincsen (ez megerősíti a külföldi működtetőkével kapcsolatos, ismert kutatási eredményeket, ld. pl. KSH (2010)).

A nem kreatív szektorokban az egy alkalmazottra jutó árbevétel magasabb, mint a kreatív szektorokban: ennek elsősorban iparszerkezeti okai vannak, hiszen a kreatív szektorok közül számosan lényegesen kisebb az infrastruktúra-igénye.

*Az egy alkalmazottra jutó árbevétel (folyóáron, millió forint)  
azon cégek körében, ahol  
van külföldi tulajdonos*



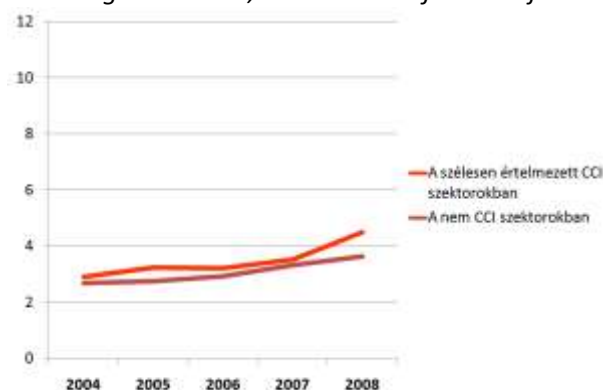
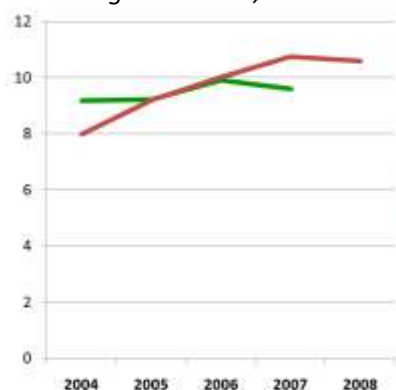
*azon cégek körében, ahol  
nincs külföldi tulajdonos*



Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

Az egy alkalmazottra jutó GDP tekintetében lényegesen kisebb a tulajdonosi szerkezet szerinti olló a szélesan értelmezett kreatív szektorok és a nem kreatív szektorok teljesítménye között. Ráadásul a külföldi tulajdonos nélkül működő kreatív szektorokbeli vállalatok egy alkalmazottra jutó becsült hozzáadott-értéke valamelyest meg is haladja a nem kreatív szektorbeli cégek teljesítményét.

*Az egy alkalmazottra jutó becsült GDP (folyóáron, millió forint)  
azon cégek körében, ahol van külföldi tulajdonos*



Forrás: APEH társasági adóbevallási adatok feldolgozása

Ha a vizsgálatból kivesszük a 0-2 fős vállalatokat, valamint azokat a cégeket, amelyek éves árbevétele 2008-ban meghaladta a 2 milliárd forintot, akkor leginkább az IKT szektor hazai tulajdonú cégeinek teljesítménye közelíti meg a külföldi működőtőkével rendelkező cégek teljesítményét.

Összességében látszik az a sokszor igazolt tény, hogy a külföldi tulajdonossal működő cégek gazdasági teljesítménye lényegesen jobb a csak hazai tulajdonú cégekénél, ugyanakkor vannak olyan szektorok – és a kreatív szektorok közül az IKT bizonyosan közéjük tartozik – ahol a hazai teljesítmények nem sokkal maradnak el a külföldiekétől.

Igen fontos azonban az a közvetítő hatás is, amelynek segítségével korszerű külföldi tudás érkezik és hasznosulhat a hazai gazdaságban, és aminek az FDI – és áttételesen a Budapest Metropolisz Régió – fontos csatornája. A jelenség teljeskörű vizsgálata azonban túlmutat e tanulmány keretein.

### 3. A Budapest Metropolisz Régió kreatív szektorai 2020-ban - scenáriók

---

A kreativitás szakágazati szintű kutatása bonyolult összefüggések egyszerűsített magyarázatára képes ugyan bizonyos esetekben, ám óva intenénk attól, hogy a korábban bemutatottakat bárki is a kreatív gazdaságnak a magyar (és azon belül is a budapesti) esetben játszott szerepéről teljes képként értelmezze.<sup>11</sup> Ezért az empirikus adatelemzés mellett – a munka jövő-orientáltsága miatt is – célszerűnek tartottuk kvalitatív információk gyűjtését. A szóba jöhető technikák közül a scenáriókészítést választottuk, elsősorban azért, mert a jövőre vonatkozó stratégiai döntéshozatalt meglátásunk szerint e technika igen hasznosan segíti.<sup>12</sup>

A scenáriókat egy fókuszcsoportos megbeszélésen vázoltuk fel, melyet 2010. október 21-én rendeztünk meg a VAM Design Centerben, a „Kreatív régió – film régió” konferencia szatellit-rendezvényeként. A scenáriókat építő csoport tagjai a következők voltak:

- *Bánhegyi Csanád*, a Carnation online kommunikációs ügynökség keresőmarketing csapatának vezetője,
- *Jóri Balázs*, a KPS Orvosi Biotechnológiai és Egészségügyi Szolgáltató Kft. termékfejlesztője és kutatója,
- *Lemák Gábor*, a Mobilitás és Multimédia Klaszter igazgatója,
- *Matheidesz Réka*, a WAMP egyik alapítója, stratégiai vezetője, az Ernst&Young év üzletembere 2009-ben,
- *Pőcze Balázs*, a Mito egyik alapítója, kreatív igazgatója,
- *Ságvári Bence*, az ITHAKA Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója, az MTA Szociológiai Kutatóintézet kutatója,
- *Viszt Erzsébet*, a GKI Gazdaságkutató Zrt. kutatásvezetője.
- *Borsi Balázs*, a GKI Gazdaságkutató Zrt. kutatásvezetője, a workshop facilitátora.

A csoport célja az volt, hogy átfogó jövőkép-variációkat vázoljon fel a Budapest Metropolisz térség kreatív gazdaságának hosszabb távú fejlődéséről, és próbáljon meg elképzelni lehetséges jövőképeket 2020-ban. A munkaértekezlet pontosította, hogy a jövőkép kulcsa a CCI ágazatokban

---

<sup>11</sup> A nemzetközi szakirodalom mindegyike kivétel nélkül kiemeli a kreatív ágazatokkal kapcsolatos kutatások módszertani kihívásait.

<sup>12</sup> A scenáriók készítésének történelmi előzményei az 50-es évekig nyúlnak vissza, ekkor vezeti be a fogalmat Herman Kahn, katonai-stratégiai tervek készítése kapcsán. Scenáriók készítésével jövőbeli eseményeket tárhatunk fel, képszerűen megjelenítve és meg is fogalmazva az egyes kimeneteket.

tevékenyen alkotó kreatív munkaerő, illetve egy sor olyan tényező, amelyek szempontjából az ágazati hovatartozásnak a jelentősége szinte mellékes:

1. *Kreatív stimuláns* létrejötte: sikerül-e valami „nagy durranást” megvalósítani, amely a CCI szektorok számára húzóerőként jelenhet meg?
2. Megvalósul-e a *budapesti soho és kreatív kerület*, lehetséges-e egy valódi klaszterizációs folyamat kiteljesedése? Teremthető-e egy térbelileg is meghatározható "mágnes", de valami sokkal nagyobb, mint eddig?
3. Sikerül-e a kreatív szektorok láthatóvá tétele, és felépül-e egy Budapest kreatív brand, amely nemzetközi méretekben is versenyképes? Hogyan alakul a *brandek építésének képessége*, amely egyben egységes személyiségek létrehozásának képességét is jelenti? Utóbbiban a social media (kiemelten a web2-es alkalmazások) sokat segíthetnek.
4. Hogyan alakul az *egyéni reflektivitás* – minden pozícióban? Tudnak-e szélesebb rétegek intelligens módon, javítva viszonyulni saját tevékenységükhöz, szerepükhöz („szexi lesz-e, hogy felelős vagyok az életemért”), vagy „beragadt”, „görcsös”, „merev” társadalom marad Budapest népe?
5. Miként lesz jellemezhető a *hatalmon levők* viselkedése? Hogyan sikerül oldani bizonyos értelmetlen (vagy a workshop megfogalmazásában: „ostoba”) gátakat? Kitermelődik-e a döntéshozók stratégiai gondolkodásra (sőt: stratégiai menedzsmentre alkalmas) kritikus tömege?
6. Az *állami szerepvállalás* minősége – különös tekintettel az infrastruktúra építésére és a szabályozók alakítására – hogyan alakul? Lehetséges lesz-e a tudásvagyon felhalmozott intézmények – pl. múzeumok stb. – ösztönzése és körükben érdekeltségek teremtése annak érdekében, hogy budapesti kreatív iparokat támogassanak kreatív módon?
7. Sikerül-e *gyakorlati tudást* oktatni nagyobb mennyiségben? Mennyire sikerül gazdaságpolitikai fókuszot létrehozni a kreatív ágazatok kapcsán, és mennyire sikerül mindezt átvinni az oktatásba?
8. Az *információkban rendrakás* képességével hányan vértéződnek fel?
9. A *társadalmi centrifuga* (social magnet) rétegei egymásra találhatnak-e kritikus tömegben, hogyan alakulnak a network-építők kapcsolatai? Lesz Kreatív Critical Mass Mozgalom?
10. Az *ingatlanfejlesztések* társadalmi hasznait figyelembe veszik-e?
11. A *művészetek és a technológia* (art & technology) egymásra találhatnak-e jóval nagyobb tömegben, mint jelenleg?

A fentiek alapján a fókuszcsoport 4+1 hatóerő-csoportot azonosított, ezek erőssorrendje a következő:

- a.) *Mágnes-térség* kialakul-e? Ahol valóban van buzdítás, megvalósul-e az áttörés?
- b.) Az *állami szerepvállalás átalakulásának tempója, tömege és minősége* a kreatív kezdeményezések (hangsúlyozottan: elsősorban nem anyagi, nem támogatás-jellegű!) segítése céljából hogyan alakul? Ennek nagyon fontos része a rendszerekben és kontextusban gondolkodás, és ide tartozik az egységes brand építésének képessége is.
- c.) *Mentalitás változása*: mennyire terjed el, hogy felelős vagyok magamért és a környezetemért?
- d.) *Gyakorlatiasság és kreativitás az oktatásban*: az üzleti szemlélet, a piac elfogadásának szemlélete hogyan alakul? Mekkora tömege lesz azoknak, akik értik – és akik nem értik – a kreatív szektorok által megjelenített kihívásokat?
- e.) A fentieket általánosan is meghatározza a *nemzetközi környezet* és igen lényeges lesz, hogy sikerül-e nemzetközi kitörési pontokat találni a budapesti kreatív szektornak (és a nemzetközi környezet lehetővé teszi-e mindezt).

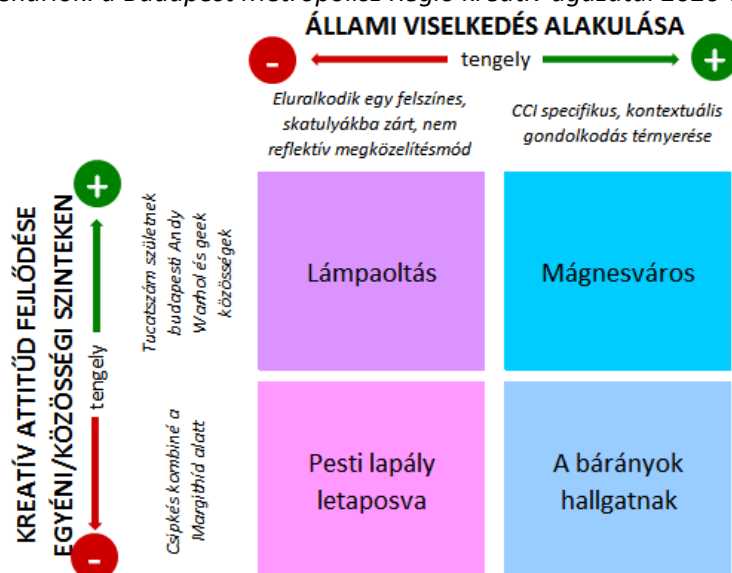
A scenáriók felvázolásához a fentiek közül a legfontosabb és a legbizonytalanabb hatóerők kiválasztása eredményezi a leglátványosabb scenáriókat. A nemzetközi környezet alakulását adottságnak véve a fenti hajtóerők két csoportra rendezhetők (az állami viselkedés és az



egyéni/közösségi kreatív attitűdök alakulása), ami eleve olyan eredményt jelent, hogy az adódó scenáriók igen robosztusnak tekinthetők.

Mindezek alapján az alábbi elrendezés adja a scenáriókat:

Szenáriók: a Budapest Metropolisz Régió kreatív ágazatai 2020-ban



A továbbiakban a scenáriók jellegzetes életképeit mutatjuk be. Felhívjuk a figyelmet arra, hogy – a realitások talaján maradván – a megfogalmazás szándékosan irodalmi azért, hogy a 2020-ig várható stratégiai döntések tétjei minél szemléletesebben megvilágításra kerüljenek.

### Mágnesváros

Mágnesvárosba határokon innen és túlról is özönlenek a kreatív ötleteiket tonnaszám megvalósító fiatalok, a Csepel-sziget nemcsak földrajzi értelemben Európa egyik legnagyobb folyami szigete – hanem életérzésben is, hiszen itt telepedett meg a globális versenyt természetes terepének tekintő fiatalok nem csekély hányada (az NCM, a Nagy Csepeli Mágnes elhanyagolható pénzébe került az adófizetőknek, és egyértelmű fókuszként élvezzi a város támogatását, melyről folyamatos konszenzusépítéssel a döntéshozók célirányosan is gondoskodnak). Az idősebb korosztály sem marad le, 2020-ban már az 5. Google Adsense versenyen prezentálnak Macintoshakon a budapesti nyugdíjas klub veteránjai. Sikeres vállalkozónak lenni kifejezetten sikk, a sikertelen próbálkozások nem megbélyegzéssel járnak együtt (a bukott ötletek konferenciáján az ötletgazdák azt ecsetelik közönségüknek, hogy mennyi mindent tanultak). Megszületett a második és a harmadik Graphisoft, a cégvezetők (és több száz sikeres kreatív iparban érvényesülő cég vezetői) segítik – sokszor önként – a nyomdokaikba vágyó leendő vállalkozókat. A Superbrand 100-as listáján megjelent az első magyar cég, a nemzetközi reklámfilmszemlén közönségdíjas magyar alkotást mutatnak be. A döntéshozók túlvanak a sokadik független vizsgálaton, amely a tudásbázisoknak (oktatási intézményeknek, múzeumoknak stb.) a háttérparokat kiszolgáló teljesítményét elemzi, a Városházán épp az aktuális szakpolitikák finomhangolása van terítéken. A kreatív rétegek hallatják szavukat a városi döntéshozatalban, és a városvezetés figyel rájuk. Budapest és a térség oktatási intézményeiben már érződik a pozitív kontraszelekció: Bill Gates is megkapja a menedzsment Ph.D. fokozatot, nem várják el tőle a referált folyóiratban megjelenő szakcikket.

## Lámpaoltás

A Facebookon 2015 csúcsev: a budapesti kreatív osztály megszerveződve sokadik frappáns web2-es megmozdulásával igyekszik bizonyítani a döntéshozóknak, hogy mekkora energiák rejlenek a kreatív szektorok felkarolásában. Konformista Jácint, a városháza képzett stratégája ismét helyt áll, és a döntéshozók szimpátiájáról biztosít mindenkit – a kommunikációs anyagok egyébként is mindenkit meggyőznek: a szektor és a döntéshozók egy nyelvet beszélnek. 2020-ra aztán a web2-es akciók veszítenek népszerűségükből, és Berlin, Bécs, London, Párizs alkotóműhelyeiben és kreatív munkahelyein egyre gyakrabban hallani magyar szavakat. A fiatal munkavállalók – az EU szabályozásának is köszönhetően – egyre nagyobb hányadban külföldön takarítanak meg. A Quake megéri 9. kiadását, ahol a főgonosz egyenesen magyarul beszél – de továbbra is ez minden, amit a világ kreatív szektorainak nyújtani tudunk. Egyre kevesebb sikeres vállalkozó törekszik arra, hogy az oktatásban hagyományozza tovább tapasztalatait, az 5-10 éves lemaradás a kreatív ágazatok sikeréhez szükséges szakirodalom és egyéb tudásbázisok terén az állami szektorban állandósul, miközben a magánszektor szakemberei naprakészek. Az állami/önkormányzati intézmények portása továbbra is nagyúr, csakúgy, mint főnökei, akik hisznek abban, hogy a sokadik stratégiai tervükhöz most végre hozzárendelt pénzek segítségével alapvető fordulat érhető el, és Budapest metropolisz szerepe 2030-ig nem is kérdés. Ezzel szemben a kreatív ágazatok tehetséges középvezetői – akik egyébként minden innovatív fordulat kulcsfigurái – az adminisztrációval való féltévedes küzdelmet követően szomorúan ugyan, de határozottan törekszenek tartós külföldi pozíciók betöltésére, de már nem azért, hogy a külföldön szerzett tudást itthon kamatoztassák.

## A bárányok hallgatnak

A döntéshozók stratégiai menedzsment best practice-it szemléletesen példázza a Városháza intranetje, melyet a legújabb közgazdasági tankönyvek a globális cégek vállalati információs rendszerei mellett esettanulmány-szerűen tárgyalnak. A város számos pontján építenek kreatív központokat, az iskolák Európában elsőként vezetik be az oktatásba az enquiry-based learning folyamatokat hatékonyan támogató, hazai fejlesztésű mobil laborokat. Ennek ellenére a kreatív szektorok potentátjai megelégszenek a külföldi trendek szorgos, bár némileg lemaradó követésével, és vezetői pozíciókba érve tovább éltetik a nemes, „ej, ráérünk arra még” hagyományokat. A legnagyobb kreatív teljesítményt továbbra is mindössze a második retro-korszakát élő bűvös kocka, illetve egy-két további high-tech kütyü jelenti, amelyet a döntéshozók ugyan felkarolnak, de fájdalmasan hiányoznak hozzá a korszerű menedzsment skillek. Az öngondoskodás továbbra sem jellemző, a vállalkozóiség a kreatív könyvelésbeli jártassággal egyenértékű. Nem összpontosítható akkora erő, amely képes kibillenteni az elkényelmesedett budapesti polgárt abból az idillből és a nyilvánvaló trendek ellen is védelmet jelentő burokból, hogy ez a város a hazai gazdasági élet központja.

## Pesti lapály letaposva

Budapest a kreatív világ félperifériájának poros, lelassult kisvárosává válik, a nemzetközi hírtévék már hetente egyszer sem említik az időjárásjelentésben. 2020-ban végez az utolsó Kodály-módszert Budapesten tanult japán kolléga, a felépült új, ám legtöbbször néptelen közösségi tereken esős napokon csapzott középkorú biciklis futárok kerülgetik ugyanazokat a pocsolókat immár 10 éve. Az időközben ide betelepült délkelet-ázsiai informatikai cégek csomagolnak, és keletebbre viszik irodáikat és laptopjaikat – ott ugyanis korszerűbb és piacközelibb oktatásban részesültek az éppen végzősök. A döntéshozók nem támogatják a korszerű döntéshozókészítő kutatásokat, a gyenge kreatív szektor időnként fellángoló önszerveződéseire rendre elhalnak, az egyre inkább hobbiból dolgozó értelmiség silányuló színvonalú anyagait egyre kevésbé veszik figyelembe – ad hoc és kézívezérelt



marad a döntéshozatal. Budapest féltve őrzi megmaradt és lassan erodálódó pozícióit az ország reménytelen helyzetű egyéb térségeivel szemben, a főváros-vidék ellentét lassan eszkalálódik.

A fenti scenáriók létjogosultságát a szakirodalom is megerősíti: „A képzett hazai szakemberek önmagukban sajnos még közel sem jelentenek garanciát a szárnyaló gazdaságra. Ennek „termőre fordulása” nem képzelhető el a megfelelő technológiai színvonal, az olajozottan működő intézményrendszer, illetve a kellően inspiratív, befogadó és támogató társadalmi környezet, a pozitív társadalmi attitűdök jelenléte nélkül” (Ságvári és Lengyel (2008) 7.o.). Továbbá: „A gyors technológiai változások, az áruk, szolgáltatások és az emberek (munkaerő) szabad mozgása, mint láttuk, újfajta társadalmi választóvonalakat hozott felszínre. A változások egyik nyerteseként megszilárdulni látszik a munkaerőpiac legfelső régióiban egy olyan globális („kozopolita”) elit, amely a csúcstechnológiai iparágak legmagasabban képzett szakértőit, kutatókat, tanácsadókat, a nagyvállalatok vezető menedzsereit, a kultúra és a művészetek legfoglalkoztatottabb képviselőit foglalja magában. Számukra az országhatárok, a nemzeti keretek már lényegében nem léteznek. Olyan speciális tudással rendelkeznek, amelyet kis túlzással a világ bármely pontján értékesíthetnek. A globális világ működésével kapcsolatos holisztikus ismereteik, nyelvtudásuk, nemzetközi kapcsolati hálózataik mind-mind kiemelik őket egy-egy nemzet lokális munkaerőpiacáról.” (p.76-77.)

A scenárióépítő munkaértekezleten a fenti szektor képviselői erőteljesen is kifejezték, hogy 2010. végén milyen stratégiai választások előtt áll Budapest és a környező gazdasági térség.

#### 4. Összefoglalás, tanulságok

---

A Studio Metropolitana megbízásából végzett kutatás elsődleges célja az volt, hogy álljanak rendelkezésre empirikus adatok a kreatív szektorok tényleges teljesítményéről, hogy megalapozottan lehessen döntéseket hozni a Budapest Metropolisz Régió tudásalapú gazdasági felzárkózása érdekében. A kérdéskör aktualitását adja, hogy a mai válság sújtotta időkben a világ gazdaságban egyedül a kreatív iparágak nem szenvedtek el komolyabb veszteségeket. A kutatás fő megállapítása, hogy a budapesti kreatív szektorok gazdasági teljesítménye jelentős, tudatos fejlesztésük és segítségük nagymértékben segítheti a gazdaság felzárkózását.

Az innováció és a kreatív iparágak térbelisége, valamint a gazdasági teljesítmény szorosan összefüggenek. A vonatkozó nemzetközi szakirodalom áttekintése megerősíti, hogy a mai modern gazdaságban a kreatív szektorok az érdeklődés középpontjában állnak. A kreativitás szerepe a kutatás-fejlesztéshez hasonló: a gazdaságban a tovagyrúzó hatások igen jelentősek is lehetnek, s ahogy nincsen erős nemzetgazdaság érdemi K+F teljesítmény nélkül, a kreatív szektorokra hasonlóan fontos szerep hárul (gondoljuk csak a piaci sikereket erősen befolyásoló design jelentőségére). A globalizáció – ellentétben azzal, ahogy sokan feltételezik – segítheti a kultúra egyediségének megtartását, amire elsősorban a nagyvárosok alkalmasak azáltal, hogy speciális termékeket és szolgáltatásokat képesek „kritikus” tömegben előállítani, illetve kínálni (gondoljunk a tokiói rajzfilmekre, a bollywoodi filmiparra, a párizsi divatra stb. – ezek az ún. klaszterek egyben a lokális kulturális miliő fennmaradását is segítik).

Budapest és a kreatív szektorait befolyásoló tényezők kevés nemzetközi összehasonlító felmérésben szerepelnek. Ugyanakkor a fellelhető kutatási eredmények szerint a főváros általában pozitív értékeléseket kap az elérhető kulturális lehetőségek (színház, koncert, múzeumok) tekintetében, és az elemzések a városlakók toleranciáját is kiemelik: a budapestiek elfogadják a külföldieket és úgy látják, azok képesek a város életébe beilleszkedni. Továbbá egy európai kutatás rámutat, hogy a Közép-Magyarország régióban az összes foglalkoztatott mintegy 5%-a a kreatív ágazatokban dolgozik,

ez az arány hasonló, mint München, Osló, vagy Hamburg esetében. A vizsgálat szerint a kelet-közép európai városok között hasonlóan kedvező helyzete csak Prágának és Pozsonynak van, ugyanakkor a kreatív munkaerőért folytatott verseny is jelentős, és a trendek mindenütt az e szektorokban foglalkoztatottak növekedését mutatják.

Bár a kutatási jelentés hangsúlyozza, hogy a kreatív szektorok gazdasági jelentőségének felmérése számos módszertani kihívást felvet, a fenti, a foglalkoztatotti struktúrából kiinduló megközelítéstől eltérően a másik elfogadott módszer szerint, azaz a vállalatok tevékenysége alapján összegyűjthető adatokból kiindulva tesz eddig nem ismert megállapításokat. (Az ágazati megközelítést nemrég a Magyar Szabadalmi Hivatal is alkalmazta, és megállapította, hogy az ún. szerzői jogi ágazatok – amelyek átfedésben vannak a kreatív szektorokkal – szerepe a gazdaságban jelentősebb, mint pl. Szingapúr, Hollandia és Kanada esetében).

A kutatás – nemzetközi módszertani megközelítéseket követve – megkülönbözteti a szélesen és a szűken értelmezett kreatív szektorokat (Creative and Cultural Industries, CCI). Előbbibe minden olyan szakágazat beletartozik, amelyben a kreativitásnak az átlagosnál lényegesen nagyobb jelentősége van, utóbbiba a kreatív és kulturális „termékeket” kibocsátó ágazatok tartoznak (pl. vizuális és előadóművészet, kulturális javak, film és videó, televízió, rádió, videojátékok, zene, könyv és sajtó). A szakágazati besorolásokat alkalmazva a kutatás a társasági adóbevallást beküldő cégek adatait elemzi, ami a versenygazdaság teljesítményét jórészt lefedi. Bizonytalanságot okoz ugyanakkor a mérésekben (bár a nagy trendeket nyilván nem torzítja érdemben), hogy a kreatív tevékenységek egy része olyan kisméretű vállalkozásoknál folyik (mikrovállalkozások, önfoglalkoztatók, szabadúszók), amelyek kívül esnek a kutatás számára elérhető statisztikai információkon.

A szélesen értelmezett kreatív szektorokba tartozó vállalatok a társasági adóbevallást beküldő cégek egyharmadát teszik ki, közülük a Budapest Metropolisz Régióban székhellyel rendelkezők száma 60% körüli (azaz a magyarországi társas vállalkozások mintegy egyötöde a Budapest Metropolisz Régióhoz tartozik). Bár a vállalatok száma a válság hatására 2008-ra érezhetően csökkent, az adatok szerint a cégek száma ebben a bontásban a vizsgált 2004-2008 közötti időszak alatt stabilnak tekinthető.

A szélesen értelmezett kreatív szektorokba tartozó vállalatok adják a társasági adóbevallást benyújtó cégek becsült GDP-jének mintegy egynegyedét, ami kisebb számbeli arányuknál. Azaz az e cégekre jutó becsült GDP átlagosan magasabb, mint a nem CCI szektor vállalataié, amit kifejez az is, hogy az összesített hazai CCI hozzáadott-érték négyötöde a Budapest Metropolisz Régióban keletkezik.

A kreatív szektorokba tartozó, és a Budapest Metropolisz Régióban székhellyel rendelkező cégek növekedése lényegesen meghaladja az országos mutatókat.

A Budapest Metropolisz Régióban a 2004-2008 közötti növekedés hordozói egyértelműen egyes pénzügyi szektorok (egyéb monetáris tevékenység, egyéb hitelnyújtás, nem életbiztosítás) voltak, utóbbi két szektor az alkalmazotti létszámban is átlag feletti növekedési ütemet mondhat magáénak.

A kutatás szerint egyes további kreatív szektorok – egyéb szoftver-szaktanácsadás, egyéb számítástechnikai tevékenység, mérnöki tevékenység, film-, videoterjesztés, mozgóképvetítés, alkotó és előadó-művészet – az alkalmazotti létszámukat az átlag felett bővítették. Ha mindezt összevetjük a a szűkebb kreatív szektorba tartozó „valódi” vállalatok GDP teljesítményével, igazoltnak tekinthető az a kutatási hipotézis, hogy a Budapest Metropolisz Régió egyes kreatív szektorai húzóágazatként azonosíthatók, és közülük is kiemelkednek a szoftveripar és a kulturális ipar (filmgyártás, előadóművészetek) egyes szegmensei.

A szűken értelmezett kreatív szektorokban mintegy 20000 vállalatot találunk. E vállalatok gazdasági teljesítménye a szélesen értelmezett kreatív szektornak csupán a töredéke, mindössze néhány százalék, ugyanakkor hatásuk – a K+F-hez hasonlóan, ami szintén alacsony súlyt jelent közvetlenül a nemzetgazdaságban – igen jelentős. Nem véletlen, hogy az összeurópai stratégia, az Europe 2020 az innovációt, a kreativitást és a kutatás-fejlesztést is hangsúlyos prioritásként kezeli.

A szűken értelmezett kreatív szektor cégei is jelentős teljesítményekre képesek. A ténylegesen vállalként működő, feltehetően jórészt hazai tudásra alapozó „kreatív műhelyek” hozzáadott értékteremtő képességét vizsgálva megállapítható, hogy a szűken értelmezett kreatív szektorok egy alkalmazottra jutó becsült GDP teljesítménye – az előadóművészetek és a képzőművészetek kivételével – meghaladja a nemzetgazdasági átlagot. E teljesítménymutatón belül a Budapest Metropolisz Régió adata érdemben magasabb, mint az ország egyéb régióinak teljesítménye.

A szűken értelmezett CCI szektorokban a külföldi működőtőke arányaiban kisebb, mint a gazdaság egyéb szektoraiban (kivételt képez a számítógép-gyártás), azaz a fenti, az átlagnál nagyobb teljesítmények sok esetben valóban a hazai tudásra alapozódnak. Ezt megerősíti az is, hogy a külföldi tulajdonos nélkül működő kreatív szektorokbeli vállalatok egy alkalmazottra jutó becsült hozzáadott-értéke valamelyest meg is haladja a nem kreatív szektorbeli cégek teljesítményét.

Az empirikus adatelemzés eredményeit – a munka jövő-orientáltsága miatt – kvalitatív információk egészítik ki. A szóba jöhető technikák közül készült scenárió-elemzésre került sor, elsősorban azért, mert a jövőre vonatkozó stratégiai döntéshozatalt e technika hasznosan segíti. A scenáriók (vagy átfogó jövőkép-variációk) készítésében a tudásalapú gazdaság fontos hazai képviselői vettek részt.

A nemzetközi környezet alakulását adottságnak véve a Budapest Metropolisz Régió kreatív ágazatait két hatóerő-csoport határozza meg: az állami viselkedés és az egyéni/közösségi kreatív attitűdök alakulása.

A *Mágneseváros* scenárió megvalósulása esetén – tudatos, a kreativitásra rásegítő szakpolitikák alkalmazásával – sikerül jelentősebb kreatív közösségi tereket létrehozni, és Budapest mágnesként vonzza az „agyakat”, akik maguk is érzik a gazdasági-társadalmi lehetőségeket, és élnek is velük. A *bárányok hallgatnak* scenárióban a szakpolitika mindent megtesz, de egyéni szinteken nincs kritikus tömegű fogadókészség a kreatív ágazatok kibontakoztatásának. *Lámpaoltás* esetén – szakpolitikai és városvezetési fogadókészség hiányában – folytatódik az agyelszívás, és a külföldi kreatív iparágak vonzásába került fiatalok csupán ugródeszkának tekintik a fővárost és térségét. A *Pesti lapály letaposva* jövőkép megvalósulása állandósítja a várostérség globális méretekben periferiális helyzetét, aminek megváltoztatására se egyéni, se szakpolitikai szinteken nincs fogadókészség. A scenáriók robosztusnak tekinthetők, 2020-ra valószínűleg az egyik irányba ténylegesen elmozdulnak a budapesti kreatív ágazatok – kérdés persze, hogy merre?

A kutatás összességében kísérleti jellegűnek tekinthető a hazai kreatív szektorokról – ebben nem különbözik a hasonló külföldi, elsősorban európai kezdeményezésektől. A kreatív szektorok kiemelt gazdasági és stratégiai jelentősége miatt nagyon fontos lenne továbbgondolni a kutatás eredményeit és szükség esetén bővíteni a témáról az ismereteinket, mert a jövő egyik kulcskérdése a tét.

## Hivatkozások

---

- Assembly of European Regions. Workshop (2009) 1 June
- Bojár, I. A. (2005) Budapest, a kreatív város - a lehetőségek kapujában. Demos
- Budapest Évkönyvek, KSH
- Budapest gazdasági stratégiájának előkészítése. Fejlesztéspolitikai orientáló tanulmány.
- Cooke, P. (2001) Regional Innovation Systems, Clusters and the Knowledge Economy. In: Industrial and Corporate Change, Vol.10, No.4, pp.945-974.
- Creative and Cultural Industries Methodological Appendix (2010) Europe Innova
- Creative Economy Report (2008) UNCTAD
- Creative Industries Economic Estimates (2009) Statistical Bulletin, January
- Creative Industries Mapping Document, p.4. (2001) DCMS
- Creative metropolises. Situation analysis of 11 cities (2009) EU Interreg
- Economy of Culture in Europe (2006). Study prepared for the European Commission by KEA European Affairs
- Florida, R. (2002) The Rise of the Creative Class. Basic Books. New York
- Florida, R. (2008) Who is your city? How the creative economy is making where to live the most important decision of your life
- Hagerstrand, T. (1981) Spatial Processes. Models and Applications. Pion London
- Hesmondhalgh, D. (2002) The Cultural Industries, London
- Howkins, J. (2001) The Creative Economy. How People Make Money From Ideas. Allen Lane. Penguin. London. p. 88-117.). <http://metropoly.hu>
- International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture (2006) OECD.
- Kovács Z. - Egedy, T. (2008) A kreatív gazdaság helyzete, fejlesztési feltételei és lehetőségei a budapesti városrégióban. MTA-FKI
- Kovács, Z. - Egedy, T. - Földi, Zs. – Keresztély, K. - Szabó, B. (2007) Budapest: from state socialism to global capitalism. ACRE Report 2.4.
- Krugman, P. (1991) Geography and Trade. 8. edition: MIT Press. Cambridge, Mass
- Külföldi érdekeltségű vállalkozások a régiókban (2010) KSH. Július
- Lukács, J. (2004) Budapest 1900. Európa Könyvkiadó
- Lundvall, B.A. (1988) Innovation as an Interactive Process: From User-Producer Interaction to National Innovation System of Innovation. In: Dosi, G. et al. (eds.): Technical Change and Economic Theory. Pinter. London
- Magyar Tartalomipari Szövetség Kreatív Iparágak Platformja
- Magyarország számokban (2009) KSH
- Myrdal, G. (1957) Economic Theory and Under-developed Regions. Duckworth & Co. London.
- Orientációs Tanulmány (2009): Stratégiai Fejlesztéspolitikai Orientáló Tanulmány, Studio Metropolitana
- Penyigei, K. (2010) A szerzői jogi ágazatok gazdasági súlya. Magyar Szabadalmi Hivatal
- Perception survey on quality of life in European cities (2009) EU-Gallup
- Porter, M.E. et al (2001) Clusters of Innovation: Regional Foundations of U.S. Competitiveness. Washington DC: Council on Competitiveness
- Power, D.-Nielsen, T. (2010) Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries. March
- Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries (2010) EUROPAINNOVA
- Rechnitzer, J. (2006) A gazdaság térbeli sűrűsödési pontjai. In: Tanulmányok Magyarország versenyképességéről. (Szerk: Vértés András-Viszt Erzsébet) p. 231.
- Regionális Évkönyvek. KSH
- Ságvári B.-Desewffy T. (2006) A kreatív gazdaságról – Európa és Magyarország a kreatív korban. DEMOS
- Ságvári B.-Lengyel B. (2008) Kreatív atlasz. A magyarországi kreatív munkaerő területi és időbeli változásáról. DEMOS
- Scott, A.I. (2004) Cultural product industry and urban economic development. Urban Affairs Review, March
- Tamás Pál (2003) Kreatív iparok a közép-európai információs társadalmakban. Magyar Tudomány, 10.sz.
- Vállalati mérlegadatok 2009. APEH Gyorsjelentés 2010.

## Mellékletek

### A Budapest Metropolisz Régió Budapesten és Pest megyén kívüli települései

|                |                |                |                  |
|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Adony          | Erdőkürt       | Lábatlan       | Sukoró           |
| Agárd          | Érsekvadkert   | Lovasberény    | Süttő            |
| Ágasegyháza    | Esztergom      | Lőrinci        | Szabadszállás    |
| Alcsútdoboz    | Etyek          | Makád          | Szalkszentmárton |
| Almásfüzitő    | Felcsút        | Mány           | Szárliget        |
| Bajna          | Fülöpháza      | Martonvásár    | Székesfehérvár   |
| Balassagyarmat | Galgaguta      | Mohora         | Szigetbecse      |
| Ballószög      | Gárdony        | Nagyoroszi     | Szügy            |
| Bánk           | Gyermely       | Nagysáp        | Tardos           |
| Baracska       | Gyöngyös       | Neszmély       | Tass             |
| Beloianisz     | Hatvan         | Nézsza         | Tata             |
| Bercel         | Helvécia       | Nógrád         | Tatabánya        |
| Besnyő         | Heréd          | Nyergesújfalu  | Tokod            |
| Bicske         | Ivánca         | Oroszlány      | Vál              |
| Borsosberény   | Jászberény     | Pákozd         | Vanyarc          |
| Buják          | Jászfényszaru  | Pázmánd        | Velence          |
| Csákvár        | Kálló          | Perkáta        | Tarján           |
| Csolnok        | Kápolnásnyék   | Piliscsév      | Máriahalom       |
| Dinnyés        | Kecskemét      | Pilismarót     | Úny              |
| Diósjenő       | Kerekegyháza   | Pusztaszabolcs |                  |
| Dorog          | Keszeg         | Rácalmás       |                  |
| Drégelypalánk  | Komárom        | Romhány        |                  |
| Dunaalmás      | Környe         | Romhány        |                  |
| Dunaújváros    | Kulcs          | Sárisáp        |                  |
| Ercsi          | Kunszentmiklós | Sárosd         |                  |

## A szélesen értelmezett kreatív iparágak és a TEÁOR ágazati besorolások előzetes megfeleltetése

|                                                              | kód | TEÁOR 03 elnevezés                                               | kód           | TEÁOR 08 elnevezés                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kreatív feldolgozóipar / creative (manufacturing) industries | 17  | <b>Textília gyártása</b>                                         | 13            | <b>Textília gyártása</b>                                                                                       |
|                                                              | 171 | Textilszálak fonása                                              | 131           | Textilszálak fonása                                                                                            |
|                                                              | 172 | Textilszövés                                                     | 132           | Textilszövés                                                                                                   |
|                                                              | 173 | Textilkikészítés                                                 | 133           | Textilkikészítés                                                                                               |
|                                                              | 174 | Konfekcionált textilárak gyártása (kivéve: ruházat)              | 1392          | Konfekcionált textilárak gyártása (kivéve:                                                                     |
|                                                              | 175 | Egyéb textiláru gyártása                                         | 139           | <b>Egyéb textiláru gyártása</b>                                                                                |
|                                                              | 176 | Kötött, hurkolt kelme gyártása                                   | 1391          | Kötött, hurkolt kelme gyártása*                                                                                |
|                                                              | 177 | Kötött, hurkolt cikkek gyártása                                  | 143           | Kötött, hurkolt cikkek gyártása*                                                                               |
|                                                              | 18  | Ruházati termék gyártása, szőrme kikészítés, -<br>konfekcionálás | 14+15         | <b>Ruházati termék gyártása, bőr, bőrtermék<br/>gyártása</b>                                                   |
|                                                              | 181 | Bőrruházat gyártása                                              |               |                                                                                                                |
|                                                              | 182 | Textilruházat gyártása                                           | 141           | Ruházat gyártása (kivéve: szőrmeruházat)*                                                                      |
|                                                              | 183 | Szőrmekikészítés, szőrme cikkek gyártása                         |               |                                                                                                                |
|                                                              | 19  | Bőrkikészítés, táskafélék, szíjzat, lábbeli gyártása             | 151+142       | Bőr, szőrme kikészítése; táskafélék, szíjzat<br>gyártása + Szőrme cikkek gyártása*                             |
|                                                              | 191 | Bőrkikészítés                                                    |               |                                                                                                                |
|                                                              | 192 | Táskafélék, szíjzat gyártása                                     |               |                                                                                                                |
|                                                              | 193 | Lábbeligyártás                                                   | 152           | Lábbeligyártás*                                                                                                |
|                                                              | 221 | Kiadói tevékenység                                               | 58            | Kiadói tevékenység                                                                                             |
|                                                              | 223 | Egyéb sokszorosítás                                              | 18            | Nyomdai és egyéb sokszorosítási tevékenység                                                                    |
|                                                              | 524 | Fogyasztási cikk kiskereskedelme                                 |               | Kiskereskedelem (kivéve:                                                                                       |
|                                                              | 525 | Használati cikk-kiskereskedelem                                  | 47            | gépiármű motorkerékpár)                                                                                        |
|                                                              | 722 | Szoftver készítés, -szaktanácsadás                               | 582+6801+6802 | Szoftverkiadás + Számítógép programozás + IT<br>szaktanácsadás                                                 |
|                                                              | 742 | Mérnöki tevékenység, tanácsadás                                  | 71+74         | Építész-mérnöki tevékenység, műszaki vizsgálat,<br>elemzés + Egyéb szakmai, műszaki, tudományos<br>tevékenység |
|                                                              | 744 | Hirdetés                                                         | 7311+7312     | Reklámügynöki tevékenység + Média reklám                                                                       |
|                                                              | 748 | Egyéb gazdasági tevékenységet segítő szolgáltatás                | 69+70         | Jogi, számviteli, adószakértői tevékenység +<br>üzletvezetési, vezetői tanácsadás                              |
|                                                              | 921 | Film-, videogyártás                                              | 59            | Film, video, televízióműsor gyártása, hangfelvétel-<br>kiadás                                                  |
|                                                              | 922 | Rádió-televízió műsorszolgáltatás                                | 60            | Műsorösszeállítás, műsorszolgáltatás                                                                           |
|                                                              | 923 | Egyéb szórakoztatás                                              | 90            | Alkotó-, művészeti, szórakoztató tevékenység                                                                   |
|                                                              | 924 | Hírügynökségi tevékenység                                        | 6391          | Hírügynökségi tevékenység                                                                                      |
|                                                              | 927 | Egyéb szabadidős tevékenység                                     | 932           | Egyéb szórakoztatás, szabadidős tevékenység                                                                    |
| IKT szektorok / ICT                                          | 300 | Iroda-, számítógépgyártás                                        | 26            | Számítógép, elektronikai, optikai termék gyártása                                                              |
|                                                              | 313 | Szigetelt vezeték, kábel gyártása                                | 2731+2732     | Száloptikai kábel gyártása + Egyéb elektronikus,<br>villamos vezeték kábel gyártása                            |
|                                                              | 321 | Elektronikai alkatrész gyártása                                  | 261           | Elektronikai alkatrész, áramköri kártya gyártása                                                               |
|                                                              | 322 | Ipari híradástechnikai termék gyártása                           | 263           | Híradás-technikai berendezés gyártása                                                                          |
|                                                              | 323 | Híradástechnikai fogyasztási cikk gyártása                       | 264           | Elektronikus fogyasztási cikk gyártása                                                                         |
|                                                              | 332 | Mérőműszer gyártása                                              | 2651          | Mérőműszergyártás                                                                                              |
|                                                              | 333 | Ipari folyamatirányító rendszer gyártása                         | 332           | Ipari gép, berendezés üzembe helyezése                                                                         |
|                                                              | 642 | Távközlés                                                        | 61            | Távközlés                                                                                                      |
|                                                              | 72  | Számítástechnikai tevékenység                                    |               |                                                                                                                |
|                                                              | 721 | Hardver-szaktanácsadás                                           |               |                                                                                                                |
|                                                              | 723 | Adatfeldolgozás                                                  | 631           | Adatfeldolgozás, web-hozszing, világháló-portál<br>szolgáltatás                                                |
|                                                              | 724 | Adatbanki tevékenység                                            |               |                                                                                                                |
|                                                              | 725 | Iroda-, számítógép-javítás                                       | 6203          | Számítógép-üzemeltetés                                                                                         |
|                                                              | 726 | Egyéb számítástechnikai tevékenység                              | egyéb 62-63   | Információ-technológiai szolgáltatás - az összes<br>fenti (62+63)-ba tartozó                                   |
| Pénzügyi szektorok /<br>Finances                             | 65  | Pénzügyi tevékenység (biztosítás nélkül)                         | 64            | Pénzügyi közvetítés (kivéve: biztosítási,<br>nyugdíjintéztári tevékenység)                                     |
|                                                              | 66  | Biztosítás(kivéve: kötelező társadalombiztosítás)                | 65            | Biztosítás, viszontbiztosítás, nyugdíjalapok (kivéve:<br>kötelező társadalombiztosítás)                        |
|                                                              | 67  | Pénzügyi kiegészítő tevékenység                                  | 66            | Egyéb pénzügyi tevékenység                                                                                     |
| Jogi és gazdasági szolgáltatás<br>/ Law,                     | 741 | Jogi, gazdasági tevékenység                                      | 69            | Jogi, számviteli, adószakértői tevékenység                                                                     |
|                                                              | 743 | Műszaki vizsgálat, elemzés                                       | 712           | Műszaki vizsgálat, elemzés                                                                                     |
|                                                              | 745 | Munkaerő-toborzás, -közvetítés                                   | 781           | Munkaközvetítés                                                                                                |
|                                                              | 746 | Nyomozási, biztonsági tevékenység                                | 80            | Biztonsági, nyomozói tevékenység                                                                               |
| K+F / R&D                                                    | 73  | Kutatás, fejlesztés                                              | 72            | Tudományos kutatás, fejlesztés                                                                                 |
|                                                              | 731 | Természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés                  | 721           | Természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés                                                                |
|                                                              | 732 | Társadalomtudományi, humán kutatás, fejlesztés                   | 722           | Társadalomtudományi, humán kutatás, fejlesztés                                                                 |
|                                                              | 803 | Felsőoktatás                                                     | 8542          | Felsőfokú oktatás                                                                                              |

\* más aggregátumok részei

Forrás: saját összeállítás a TEÁOR és az ajánlatkérés alapján

A szűken értelmezett kreatív iparágak és a TEÁOR ágazati besorolások előzetes megfeleltetése

| Kreatív mag szektorok                   | TEÁOR a 2004-2007 évekre |                                           | TEÁOR 2008 |                                               |
|-----------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------|
|                                         | kód                      | megnevezés                                | kód        | megnevezés                                    |
| REKLÁM, HIRDETÉS                        | 7440                     | Hirdetés                                  | 7310       | Reklám (7311+7312)                            |
|                                         |                          |                                           | 7311       | Reklámügynöki tevékenység                     |
|                                         |                          |                                           | 7312       | Médiareklám                                   |
| ÉPÍTÉSZET                               | 7420                     | Mérnöki tevékenység, tanácsadás           | 7111       | Építész-mérnöki tevékenység                   |
| KÉPZŐMŰVÉSZETEK                         | 9231                     | Alkotó és előadóművészet                  | 9003       | Alkotóművészet                                |
| ELŐADÓMŰVÉSZET                          | 9232                     | Művészeti kiegészítő tevékenység          | 9001       | Előadó-művészet                               |
| ZENE                                    | 9234                     | Máshova nem sorolható egyéb szórakoztatás | 9002       | Előadó-művészetet kiegészítő tevékenység      |
|                                         |                          |                                           | 9004       | Művészeti létesítmények működtetése           |
| SZOFTVER                                | 7220                     | Szoftver készítés és szaktanácsadás       | 5820       | Szoftverkiadás (5821+5829)                    |
| SZÁMÍTÓGÉPES ÉS VIDEÓ JÁTÉKOK TERVEZÉSE | 3002                     | Számítógépgyártás                         | 5821       | Számítógépes játék kiadása                    |
| FILM ÉS VIDEÓ                           | 9211                     | Film- és videógyártás                     | 5829       | Egyéb szoftverkiadás                          |
|                                         |                          |                                           | 5910       | Film-, video-, televízióműsor-gyártás         |
|                                         |                          |                                           | 5912       | Film-, videógyártás, televíziós műsorfelvétel |
|                                         |                          |                                           | 5913       | Film-, video- és televízióprogram             |
| DIVAT, DIZÁJN                           |                          |                                           | 7410       | Divat-, formatervezés                         |
| KIADÓI TEVÉKENYSÉG                      | 2210                     | Kiadói tevékenység                        | 5811       | Könyvkiadás                                   |
|                                         |                          |                                           | 5813       | Napilapkiadás                                 |
|                                         |                          |                                           | 5814       | Folyóirat, időszaki kiadvány kiadása          |
|                                         |                          |                                           | 5819       | Egyéb kiadói tevékenység                      |
| TV ÉS RÁDIÓ                             | 9220                     | Rádió-televízió műsorszolgáltatás         | 6010       | Rádióműsor-szolgáltatás                       |
|                                         |                          |                                           | 6020       | Televízióműsor összeállítása, szolgáltatása   |
| KUTATÁS, FEJLESZTÉS                     | 7300                     | Kutatás, fejlesztés                       | 7200       | Tudományos kutatás, fejlesztés                |
| EGYÉB                                   |                          |                                           | 8552       | Kulturális képzés                             |
|                                         |                          |                                           | 7420       | Fényképészet                                  |

Forrás: saját összeállítás a TEÁOR és az ajánlatkérés alapján

### **The Economy of Culture in Europe (KEA (2006))**

Ez a tanulmány a CCI szektor jelentőségének, közvetlen és közvetett hatásainak vizsgálatára irányult. A legtöbb európai országokhoz képest a 2003. évi EUROSTAT adatok alapján végzett számítás szerint Magyarországon a kreatív és kulturális szektorok aránya igen alacsony, árbevétel alapján számolva 1,2% volt, hasonló, mint Lengyelországban, Romániában és Bulgáriában, s jóval alacsonyabb, mint Csehországban, Szlovákiában, vagy Szlovéniában. Ugyanakkor a kreatív és kulturális szektorok dinamikus fejlődését jelzi, hogy 1999-2003-ban az éves átlagos növekedésük Magyarországon 17% körül volt. Az 1990-es években Budapest, Barcelona, Lisszabon és Madrid kulturális vonzereje megnőtt, Budapestet – mint azt a tanulmány kiemeli - főként fesztiváljai tették vonzóvá.

### **International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture.(OECD (2006))**

Az OECD kiadványa 5 nagy országban vizsgálta a kulturális ágazatok jelentőségét, arányait. 2003-ban Franciaországban ez a GDP arányában 3,5, az Egyesült Királyságban 5,8, az USA-ban 3,3, Ausztráliában 3,1, Kanadában pedig 3,5 % volt. A kulturális ágazatok legjelentősebb szektora mindegyik országban az írott sajtó, könyvkiadás volt. Arányait tekintve az a legnagyobb jelentőségű, GDP-arányosan 2,1% az Egyesült Királyságban. Az OECD kiadványa ugyanakkor felhívta a figyelmet arra, hogy az Internet rohamos terjedése következtében óriási ütemben bővülnek olyan elektronikus szolgáltatások mint pl. az internetes játékok. Ez is jelzi, hogy ismételt korrekcióra szorul maga a definíció (mi tartozzon ide) és bővül a kreatív ágazatok köre.

### **A kreatív gazdaságról – Európa és Magyarország a kreatív korban. (Ságvári Bence-Desewffy Tibor. DEMOS (2006))**

A szerzők Európa lemaradását, gyenge versenyképességét a gyakran túlságosan technológiaiaközponitú, technokrata megközelítéseknek tulajdonítja és a kulturális sokszínűségben, a tradíciók és életstílusok gazdag sokféleségének megőrzésében látja a kitörés lehetőségét. *„A kulturális közeg, a tradíció és a gazdagság – amennyiben sikerül kiaknázni a benne rejlő lehetőségeket – lehet az a versenyelőny, amely Európát visszaemelheti az információs korszak győztesei közé.”*

A könyvben szereplő nemzetközi összehasonlítások Magyarországot is magukban foglalják. 25 európai országra vonatkozóan tartalmazzák azokat a - már korábban említett - 3T (tehetség, technológia, tolerancia) indexek összetevőit és magukat az indexeket, mint a gazdasági fejlődés három meghatározó feltételét, amelyeket Florida az EU-15-re kiszámolt. Az indexek összetevőinek legfőbb forrásai az ILO (kreatív foglalkozásokat végzők aránya), az EU (felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya, K+F foglalkoztatottak aránya, állami és vállalati K+F aránya, egymillió főre jutó bejegyzett szellemi tulajdonok száma) és több társadalmi attitűdöt és elégedettséget mérő survey (World Value Survey, European Value Survey, Social values, Science and Technology, Special Eurobarometer) volt.

A 3T alapján összesítve Magyarország a 25 ország közül a 21.pozíciót foglalja el. A tehetség és technológia index vonatkozásában a 16. helyre, a tolerancia szerinti index szerint viszont az utolsó, 25. helyre került. Ami a *tehetség* indexet illeti, a foglalkozási struktúra és a felsőfokú végzettségűek tekintetében Magyarország a többi kelet-és közép-európai ország nem marad el tendenciózusan a fejlett európai országoktól. Igen nagy azonban a lemaradása a *technológia indexben* és annak minden



összetevőjében a kelet-és közép-európai országoknak, ezen belül azonban nem Magyarország van a legrosszabb pozícióban. Ami a *tolerancia index* összetevőit illeti, Magyarország ebben feltűnően kedvezőtlen képet mutat, legutolsó helyre került, míg Szlovénia a 10. és Csehország a 14. Ahol pedig ez a mutató alacsony, ott nem a nyitott társadalmi környezet a meghatározó, nem a kooperáció, a kreatív energiákat segítő együttműködés a jellemző. A kreatív ötletek nem válnak üzleti haszonná, a sikeres vállalkozások száma alacsony, növekedésük lassú. Az alacsony toleranciaszint tehát hatalmas versenyhátrányt jelent.

### **Creative Economy Report 2008. (UNCTAD (2008))**

Az UNCTAD tanulmánykötete kiemeli, hogy a városfejlődéshez a kreatív ágazatok érték-, jövedelem- és foglalkoztatás-teremtő hatásuk által közvetlenül is hozzájárulnak. Igen fontosak azonban a közvetett hatások is. Közülük egyik legfontosabb az a vonzó hatás, amelyet a kreatív és kulturális ágazatok, pl. a kulturális különlegességek, programok az idegenforgalom növekedésére gyakorolnak. Egy kellemes, stimuláló városi környezet – továbbá – vonzza más, nem feltétlenül kreatív ágazatok külföldi befektetőit is, amelyek központjaikat legtöbbször a városokba telepítik. A kötet elsősorban a fejlődő országok szempontjából tárgyalja a kreatív városok szerepét. A kreatív városok számát a világban a kötet mintegy 60-re becsüli, legalábbis ennyi város nevezi magát „kreatívnak”.

A tanulmány a kelet-európai országokkal kapcsolatban megállapítja, hogy nehéz általános érvényű megállapításokat tenni, mivel minden országban mások a gazdasági és kulturális feltételek. Kiemeli azt az általános problémát, hogy a korábban az állam által működtetett kulturális intézmények egy része a magánszférába került át és felújításukra nincs elég forrás és a működésük is veszélybe került. Több kelet-európai város, mint pl. Szentpétervár a kultúrát emeli ki, mint a kreatív várossá válás zálogát, de kritikailag túlzottan csak egy intézményre, az Ermitázsra összpontosít. Elhanyagolja a kulturális élet szempontjából más városokban kiemelkedő szerepet betöltő KKV-szektor. Az UNCTAD tanulmánya Magyarországot Bulgáriával és Lettországgal együtt említi, mivel csak ezekre az országokra vonatkozóan vannak WIPO-adat a szerzői joggal védett ágazatokra vonatkozóan. 2002-ben Magyarországon a szellemi tulajdonjoggal védett ágazatok 2002-ben 4%-kal járultak hozzá mind a foglalkoztatáshoz, mind a GDP-hez és ezek gyors fejlődését jelzi, hogy ez az arány 2005-ben 7% körül volt. Magyarországon és Romániában a filmgyártás, videókészítés és a reklámkészítés jelentős fejlődése tapasztalható. Magyarország kiemelkedik továbbá az audiovizuális szolgáltatások exportjában is. 2005-ben ebben Magyarország a világon az ötödik helyet foglalta el az USA, az Egyesült Királyság, Franciaország és Kanada után. (UNCTAD, 2008. p.56-57.)

### **Kreatív atlasz. (Ságvári Bence-Lengyel Balázs. DEMOS (2008))**

A szerzőpáros alapvetően a kreatív osztállyal és precízen definiálja a kreatív osztályt és meghatározza annak struktúráját, megkülönböztetve a „kreatív irányítókat”, a „kreatív magot” és a „kreatív szakembereket” (megtoldva az irányítókkal Florida két csoportját). A definíciónak megfelelően – a szerintünk igen tág - kreatív osztály aránya (az ILO foglalkozási adatbázisát felhasználva) Európában 47 (Hollandia) és 22% (Törökország) között van. Magyarország középen helyezkedik el, 35%-os aránnyal, azonban Budapesten ezek aránya kiemelkedően magas, több mint 50%. A mérnökök, művészek, természettudósok, informatikusok és közgazdászok közel fele, az alkotóművészek 60%-a a fővárosban él és dolgozik.

Szó szerint idézzük egyik számunkra is fontos konklúziójukat: *„A gyors technológiai változások, az áruk, szolgáltatások és az emberek (munkaerő) szabad mozgása, mint láttuk, újfajta társadalmi választóvonalakat hozott felszínre. A változások egyik nyerteseként megszilárdulni látszik a*

*munkaerőpiac legfelső régióiban egy olyan globális („kozopolita”) elit, amely a csúcstechnológiai iparágak legmagasabban képzett szakértőit, kutatókat, tanácsadókat, a nagyvállalatok vezető menedzsereit, a kultúra és a művészetek legfoglalkoztatottabb képviselőit foglalja magában. Számukra az országhatárok, a nemzeti keretek már lényegében nem léteznek. Olyan speciális tudással rendelkeznek, amelyet kis túlzással a világ bármely pontján értékesíthetnek. A globális világ működésével kapcsolatos holisztikus ismereteik, nyelvtudásuk, nemzetközi kapcsolati hálózataik mind-mind kiemelik őket egy-egy nemzet lokális munkaerőpiacáról.” (p.76-77.)*

### **Perception survey on quality of life in European cities (2009)**

Az EU 2009 novemberében végzett Gallup felmérése az EU27, valamint Horvátország és Törökország 75 városát hasonlítja össze, s lényegében a hasonló 2004-es és 2006-os kérdőíves felmérés megismétlése volt. Az összehasonlításban Budapest mellett Miskolc is szerepel. A felmérés a városok életminőségére vonatkozott és a következő témákkal kapcsolatos kérdéseket tettek fel mintegy 500 embernek: egészségügy, munkalehetőségek, lakhatási költségek; szegénység, gazdasági helyzet; migráció, külföldiek; biztonság; környezetszennyezés; hivatalok; infrastruktúra (kulturális, vásárlás, sport stb.); városi közlekedés. A felmérés tehát nem irányult közvetlenül a kreatív ágazatokra, azonban a városfejlődés szempontjából fontos tényezőkre mutatott rá.

Budapest helyezése a 75 város között különösen kedvezőtlennek látszik a munkahelyek kínálata, az egészségügyi ellátás és a környezetszennyezés vonatkozásában és kiugróan rossz vélemények összegződtek a városvezetésével és a közigazgatással kapcsolatosan. Ez konkrétan abban is kifejezésre jutott, hogy különösen negatívan nyilatkoztak a megkérdezett lakosok a közbiztonságról, a szegénységről, a környezetszennyezésről és a közlekedési infrastruktúráról. Két tényező azonban a „kreatív Budapest” szempontjából pozitív értékelést kapott: a kulturális lehetőségek (színház, koncert, múzeumok) és az a körülmény, hogy a városlakók elfogadják a külföldieket és úgy látják, azok képesek a városban beilleszkedni.

### **Creative metropolises. Situation analysis of 11 cities (2009)**

Az EU Interreg programjának keretében 11 városra készítettek elemzést A Final Report néhány táblázatot ugyan tartalmaz a kreatív ágazatok arányáról a felsorolt városokban, de nem ezeknek a számszerű jellemzése állt a középpontban. A kutatás fő célja ezzel szemben a kreatív és kulturális gazdasággal kapcsolatos városi politikák összehasonlítása és elemzése (*good practice*) volt. A kutatásban nem szerepelt Budapest, viszont részt vett Amsterdam, Barcelona, Berlin, Birmingham, Helsinki, Oslo, Riga, Stockholm, Tallinn, Vilnius, Warsaw szerepelt, vagyis az új tagállamok közül a balti államok és Lengyelország.

### **Az ACRE projekt eredményei (2009)**

A magyar kutatókat is magában foglaló ACRE EU-projekt definíciója szerinti kreatív és tudásintenzív ágazatok a magyar gazdaságban a vállalatok számát alapul véve több mint egyharmados arányt, a foglalkoztatottakat tekintve 39,1%-os arányt, míg a megtermelt jövedelem alapján 53,2 %-os arányt képviseltek 2004-ben. Budapesten és környékén ezzel szemben az arányok magasabbak voltak: vállalatok száma: 42,3 %, foglalkoztatottak: 49%, jövedelem: 58,4%. Az alábbi táblázat szerint Budapest és környéke dominanciája minden kreatív szektorban érvényesül. Kiemelkedően magas a pénzügyi szektor jelentős jövedelemtermelő képességű része, az IKT, a K+F és a felsőoktatás, az üzleti szolgáltatások és a kreatív ágazatok fővárosba való összpontosulása.

*Budapest és környékének aránya a kreatív tudásalapú szektorokban (%)*

|                                     | Vállalatok száma | Foglalkoztatottak | Jövedelem   |
|-------------------------------------|------------------|-------------------|-------------|
| Kreatív ágazatok                    | 43,3             | 44,8              | 62,3        |
| IKT                                 | 53,6             | 46,7              | 43,1        |
| Pénzügyi szektor                    | 27,4             | 66,5              | 91,2        |
| Jogi és más üzleti szolgáltatások   | 41,9             | 53,0              | 66,6        |
| K+F és felsőoktatás                 | 52,4             | 48,7              | 77,5        |
| <i>Kreatív tudásalapú szektorok</i> | <i>42,3</i>      | <i>49,0</i>       | <i>58,4</i> |
| Magyarország összesen               | 35,0             | 39,1              | 53,2        |

Forrás: Egedy, T.-Kovács, Z. (2009)

### **Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries. (EUROPAINNOVA (2010))**

Az EUROPAINNOVA kutatása is közvetlenül irányult az európai városok kreatív és kulturális ágazataira. A kutatás szerint a következő városokban ill. országokban különösen jelentős a kreatív és kulturális ágazatok súlya a vizsgált közel 100 közül: Athén, Berlin, Budapest, Dánia, Frankfurt, Helsinki, Írország, Inner London, Outer London, Maastricht, Madrid, München, Nijmegen, Oxford, Róma, Stockholm és Stuttgart.

A tanulmány kiemeli, hogy a CCI szektor mérése további finomítást igényel, mivel a beszámolóban szereplő számok nem tartalmazzák a vizsgált szektorok szempontjából jelentős számú olyan vállalkozást, ahol a foglalkoztatottak száma egy, vagy zéró, az önfoglalkoztatókat és a szabadúszókat. Az elvégzett elemzés szerint az európai munkaerőpiacon 2006-ban 6,576,558 főt foglalkoztattak a CCI-ben, ami az összes foglalkoztatott 2.71%-nak felel meg, a valós arány azonban fentiek miatt ennél feltehetően lényegesen magasabb. Közép-Magyarország vonatkozásában a megfelelő adat – a kutatás szerint - 82 ezer fő, az összes foglalkoztatott 4,69%-a, hasonló, mint pl. München, Osló, vagy Hamburg esetében. Budapest kedvező helyzete azzal is jellemezhető, hogy míg lakosainak számát tekintve sorrendben a 49., addig a CCI ágazatokban foglalkoztatottak arányát nézve a 11. helyen van. A vizsgálat szerint a kelet-közép európai városok között hasonlóan kedvező helyzete csak Prágának és Pozsonynak van. Varsóban éppen ellenkező előjelű a helyzet: a 13. legnagyobb város, de csupán a 42. helyezett a CCI arányát nézve.

A számítások szerint a CCI dinamikus fejlődése 2001-2006 között leginkább az új tagállamokra, köztük hazánkra volt jellemző egyes angol, francia és spanyol régiók mellett. Az ágazat foglalkoztatási potenciálját bizonyítja az, hogy 2001-2006 között Magyarországon lényegében stagnált a foglalkoztatás, miközben a CCI-ben foglalkoztatottak száma éves átlagban 1,45%-kal nőtt. Tendenciájában hasonló a helyzet a többi régióbeli tagállamban is. A tanulmány azt is kiemeli, hogy a nagyvárosok lakosságának nagy méretéből nem feltétlenül következik a kreatív ágazatok kiemelkedő jelenléte.

### **A szerzői jogi ágazatok gazdasági súlya Magyarországon. (Penyigei Krisztina. Magyar Szabadalmi Hivatal (2010))**

Az MSZH 2002. és 2006.-ban mérte fel a fentebbi WIPO definíciót alkalmazva és hasonlította össze 16 másik országgal a szerzői jogi ágazatokat, ami nagyban átfed az eddig ismertetett definíciókkal. Ez a felmérés nem tartalmaz területi bontást, így Budapest sem emelhető ki abból. A jövő feladata lehet e

módszer szerint is megnézni, milyen szerepet játszanak Budapest és vonzáskörzete gazdaságában a szerzői jogi ágazatok.

A teljes szerzői jogi szektor nemzetgazdasági hozzájárulása 2006-ban a bruttó kibocsátás alapján 11,5%-ot, a bruttó hozzáadott érték alapján 7,4%-ot ért el, foglalkoztatási hozzájárulása mindkét évben 7%-ot meghaladó arányt képviselt. A WIPO által kidolgozott metodikát alkalmazó 17 ország összehasonlításában a szerzői jogi ágazatok gazdasági teljesítménybeli aránya tekintetében, amelynek egyik mérőszáma a nemzetgazdasági szintű bruttó hozzáadott értékhez való hozzájárulás volt, Magyarország igen kedvező helyezést ért el. A szerzői jogi ágazatok 2006. évi 7,4%-os hozzájárulása a bruttó hozzáadott értékhez olyan volument képvisel, mint a szállítás–posta–távközlés vagy az oktatás hozzáadott értéke. A teljes szerzői jogi szektor 2006-ban 274 ezer főnek adott munkát, ami olyan ágazatok létszámával mérhető össze, mint a 270 ezer főt foglalkoztató egészségügy. A szerzői jogi szektorban kétszer annyian dolgoznak, mint az élelmiszeriparban, háromszor többen, mint a vegyiparban. A nemzetgazdaság más területeivel való összehasonlítás alapján az a következtetés fogalmazható meg, hogy a kreatív szektor az ún. hagyományos gazdasági ágakkal összemérhető gazdasági értéket hoz létre, gazdasági teljesítményt produkál, jövedelmet generál, foglalkoztatási szerepet tölt be. A kreatív ágazatoknak minősülő szerzői jogi ágazatok a gazdaság hajtómotorjai, amelyek a nemzetgazdaság átlagát meghaladó ütemű növekedést tudtak felmutatni. Miközben 2002–2006. között a magyar gazdaság évi átlagos növekedési üteme 4,3% volt, a teljes szerzői jogi szektor átlagosan 7,2%-kal, a primer szerzői jogi ágazatok 6%-kal.

A szerzői jogi szektor különböző szegmensei eltérő dinamizmussal fejlődtek a vizsgált időszakban. A primer szerzői jogi szektor ágazatai közül a következő ágazatok fejlődése volt a legdinamikusabb: reklám, grafika (12,5%), rádió, televízió (11,4%), szoftveripar (7,0%).

A teljes szerzői jogi szektorban foglalkoztatottak létszáma 2006-ban 274 ezer fő volt, ami az összes foglalkoztatott létszáma 7,3%-ának felelt meg. Ezen belül a primer szerzői jogi ágazatokban foglalkoztatottak létszáma 158 ezer fő volt, az összes foglalkoztatott 4,2%-a. A szerzői jogi ágazatok együttes foglalkoztatási hozzájárulása olyan ágazatokkal mérhető össze, mint a gépipar (287 ezer fő) és az egészségügy (270 ezer fő). A szerzői jogi szektor kétszer annyi foglalkoztatottnak ad munkát, mint az élelmiszeripar (142 ezer fő), háromszor többen dolgoznak itt, mint a vegyiparban (89 ezer fő).

A szerzői jogi ágazatok gazdasági teljesítménybeli súlya tekintetében, amit a nemzetgazdasági szintű bruttó hozzáadott értékhez való hozzájárulással mértünk, Magyarország a nemzetközi élmezőnyben foglal helyet. A szerzői jogi ágazatok hozzájárulása a bruttó hozzáadott értékhez az USA-ban (11,05%) és Ausztráliában (10,3%) volt a legmagasabb. E mutató tekintetében a magyar szerzői jogi ágazatok 7,42%-os súlya igen kedvező helyezést biztosított, olyan országokat megelőzve, mint Szingapúr (6,19%), Hollandia (5,9%) és Kanada (4,5%).

A szerzői jogi ágazatok foglalkoztatási súlya tekintetében a Fülöp-szigetek (11,1%) és Mexikó (11,01%) állnak az élen, őket Hollandia (8,8%), az USA (8,51%) és Ausztrália (8%) követi. Magyarország 7,2 %-os foglalkoztatási arányával a középmezőnyben foglal helyet.