

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo:102002/B/2020/36114651174886660

KONCEPCIA ZALOŽENIA STARTUP VO VLASTNOM
VYBRANOM DRUHU SLUŽIEB

Bakalárska práca

Bratislava 2020

Martina Borovjaková

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

KONCEPCIA ZALOŽENIA STARTUP VO VLASTNOM
VYBRANOM DRUHU SLUŽIEB

Bakalárska práca

Študijný program: Obchodné podnikanie

Študijný odbor: Podnikanie v obchode

Školiace pracovisko: Katedra marketingu

Vedúci práce: Ing. Peter Filo, PhD.

Bratislava 2020

Martina Borovjaková

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum: 25. 4. 2020

.....

Pod'akovanie

Ďakujem môjmu školiteľovi Ing. Petrovi Filovi, PhD. za odborné vedenie a cenné rady, ktoré mi poskytol pri vypracovaní mojej bakalárskej práce.

ABSTRAKT

BOROVJÁKOVÁ, Martina: *Koncepcia založenia startup vo vlastnom vybranom druhu služieb* – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra marketingu. – Ing. Peter Filo, PhD – Bratislava: OF, 2020, 42 s.

Cieľom záverečnej práce je zistiť súčasný stav podnikateľskej príležitosti v konkrétnych oblastiach zábavného priemyslu v oravskom regióne pre založenie startupu alebo malého podniku. Práca je rozdelená do 4 kapitol. Obsahuje 9 grafov a 2 tabuľky. Prvá kapitola je venovaná charakteristike základných pojmov k danej téme, segmentácii jednotlivých odvetví zábavného priemyslu a histórii jeho vývoja, definícií pojmu startup a jeho porovnaní s malým podnikom, klasifikácií startupov a nakoniec príkladom úspešných startupov na Slovensku a v zahraničí. V ďalšej časti sa charakterizujú hlavné a čiastkové ciele bakalárskej práce, ktoré sú rozdelené na teoretické a praktické. Spolu s cieľmi v druhej kapitole je opísaný postup a metodika práce. Záverečná kapitola sa zaoberá analýzou podnikateľského prostredia v regióne a detailne rozoberá fungovanie miestnych podnikov pôsobiacich v zábavnom priemysle. Výsledkom riešenia danej problematiky sú súhrnné informácie o podnikaní konkrétnych podnikov v spomínanom segmente.

Kľúčové slová

startup, podnikateľská príležitosť, Orava, zábavný priemysel, novovznikajúce odvetvia, malý podnik

ABSTRACT

BOROVJÁKOVÁ, Martina: . *The concept of establishing a startup in selected industry*
Faculty of Business; Department of Marketing – Thesis Supervisor: Ing. Peter Filo PhD.
– Bratislava: OF EU, 2020. 42 p.

The aim of a bachelor thesis is to find out a current situation of business opportunity in specific segments of entertainment industry in Orava region for establishing a startup or a small company. The paper is divided into four chapters. It contains 9 graphs and 2 tables. The first chapter is an introduction to the topic, it consist of characteristics of basic terms needed to understand the whole issue, segmentations of entertainment industry, the history of it's evolution, startup definition and it's comparison to a small company, startup clasification and examples of successful startups in Slovakia and in the world. The second chapter defines the primary and partial aims of the thesis divided into theoretical and practical aims. It also closely specifies the methodology and research methods. The outcome of solved issue is a summary of information about doing business in entertainment industry.

Key words

startup, business opportunity, Orava, entertainment industry, emerging industries, small company

OBSAH

1 Súčasný stav problematiky doma a v zahraničí.....	10
1.1 Teoretické východiská zábavného priemyslu.....	10
1.2 História zábavného priemyslu	11
1.3 Segmenty zábavného priemyslu	12
1.3.1 Hudba	13
1.3.2 Film	15
1.3.3 Internet.....	16
1.3.4 Novovznikajúce odvetvia	17
1.4 Startup	20
1.4.1 Najúspešnejšie startupy	21
1.4.2 Klasifikácia startupov	21
2 Ciele a metodika práce.....	23
3 Výsledky práce a diskusia.....	25
3.1 Opis regiónu	25
3.2 Charakteristika Escape Plan	26
3.3 Charakteristika paintballu.....	29
3.4 Eventová agentúra M. S. Holding s. r. o.	31
3.5 Budúcnosť zábavného priemyslu a odporúčania pre marketingový plán.....	33
4 Záver	36
Použitá literatúra.....	38

ZOZNAM TABULIEK, GRAFOV A DIAGRAMOV

Graf 1 Globálne tržby za hudobný priemysel s predpokladaným vývojom na nasledujúce roky v miliardách dolárov, Statista 2019.....	14
Graf 2 Veľkosť online stávkujúceho trhu od roku 2009 do 2020, Statista 2019.....	16
Graf 3 Escape Rooms na milión obyvateľov v jednotlivých krajinách v rokoch 2018 a 2019, The Logic Escapes Me 2019	18
Graf 4 Zákaznícka štruktúra hráčov escape room, vlastné spracovanie podľa štúdie Scotta Nicholsona 2016.....	19
Graf 5 Veľkosť trhu laser tag Arén v USA, Ibisworld 2018	19
Graf 6 Vývoj zisku spoločnosti Sygic, a. s. od roku 2009 do 2018 FinStat.....	22
Graf 7 Vývoj výnosov spoločnosti M. S. Group s. r. o., Finstat 2020	32
Graf 8 Nárast stráveného času na streamingových službách v dôsledku koronavírusu, Statista 2020.....	34
Graf 9 Straty v jednotlivých segmentoch zábavného priemyslu, Statista 2020.....	35
Tabuľka 1 Segmenty zábavného priemyslu podľa príslušnosti k trhovej štruktúre, upravené podľa Vogel, 2001.....	12
Tabuľka 2 Veková štruktúra Oravy, vlastné spracovanie podľa údajov z Urbistat.com	25

ÚVOD

Pred 50 rokmi sa ľudia zvykli baviť úplne iným spôsobom ako ľudia nového tisícročia. Zábava ešte vtedy nepredstavovala tak dôležitú časť hospodárstva ako v dnešnej dobe, príčinou mohli byť menšie nároky a zároveň nižší dopyt po zábavných produktoch z dôvodu menšieho množstva voľného času. V niektorých častiach sveta táto situácia ešte pretrváva, vo väčšine krajín sa však zábavný priemysel diametrálne rozvinul.

Zábava sa zmenila na neustále sa vyvíjajúce a dynamické odvetvie. Škála produktov a služieb ponúkajúcich zábavu a relax sa vďaka veľkému záujmu verejnosti rozširuje a prehĺbuje. Aktuálne trendy v zábavnom priemysle sú podobné ako aj v iných segmentoch, a to: globalizácia, diverzifikácia, internacionalizácia a kooperácia. Technológie posledných rokov umožnili jeho prudký rozmach. K výraznému rozvoju odvetvia prispel internet a televízia, ktoré priniesli možnosti masového zabávania ľudí po celom svete. Najväčší vplyv majú najmä kľúčoví hráči a producenti v hudobnom, filmovom a hernom segmente. Veľkú rolu však hrajú aj malí podnikatelia, ktorí sa rozhodli prevádzkovať služby aktívnej zábavy. Zaujímavými konceptami zábavy sú napríklad escape room, virtuálna realita či laser game.

V našej práci sa budeme zaoberať problematikou podnikania v novovznikajúcich odvetviach zábavného priemyslu, pretože ide o aktuálnu tému súčasnosti. Zaujímať nás bude práve Oravský región a miestni podnikatelia. Zameriavať sa budeme bližšie na ich konkurencieschopnosť, vývoj tržieb za posledné roky a záujem súčasnej generácie o novodobé produkty a služby, keďže ide o také služby, ktoré sú v ponuke len krátko.

Cieľom práce je skúmanie aktuálnej situácie podnikania v novovznikajúcich odvetviach v regióne pre startup alebo malý podnik, analýza vonkajších faktorov ovplyvňujúcich podnikanie a získanie sumárnych poznatkov o danej situácii.

1. Súčasný stav problematiky doma a v zahraničí

1.1 Teoretické východiská zábavného priemyslu

Zábavný priemysel v súčasnosti predstavuje dynamicky sa rozvíjajúce odvetvie hospodárstva. Základnou podstatou dopytu spotrebiteľa sú príjemné emočné zážitky, ktoré tento priemysel poskytuje formou zábavy. Definícia zábavy sa podľa jednotlivých ekonómov líši. Podľa Harolda L. Vogela je zábava „*čokoľvek, čo má schopnosť stimulovať alebo hocjako inak generovať stav príjemného rozptýlenia*“ (Vogel, 2011). Profesor Stuart Moss definuje zábavu ako „*niečo, čo má schopnosť upútať obecnstvo za pomoci zmyslovej komunikácie, ktorá dokáže v zmieňovanom obecnstve vyvolať kladnú emocionálnu odozvu*“ (Moss, 2009). Pojem zábavný priemysel môžeme chápať ako odvetvie hospodárstva, ktoré produkuje určitý typ služby – zábavy.

Právny výkladový slovník Spojených štátov amerických US Legal Dictionary definuje zábavný priemysel ako skupinu príbuzných odvetví zabezpečujúcich zábavu. Zvyčajne sa tento pojem spája s masmédióvymi spoločnosťami, ktoré vyrábajú a riadia distribúciu zábavy masového charakteru. Bežným elementom figurujúcim v spomínaných oblastiach je fakt, že spoločnosti profitujú z kreatívnej práce scenáristov, spisovateľov, choreografov, skladateľov, hudobníkov a iných umelcov. Často sa tento pojem zamieňa s pojmom „showbusiness“ (<https://definitions.uslegal.com/e/entertainment-industry/>)

Zábava môže mať individuálnu formu, ktorá poskytuje jednotlivcom únik od reality napríklad prostredníctvom kníh. Festivaly, ceremónie a koncerty sú k dispozícii tisícom ľudí naraz. Zábava môže byť viazaná striktne písaným scenárom alebo na druhej strane úplne spontánna ako pri detských hrách. Je ľahko prispôsobiteľná, niekedy plytká a povrchná, inokedy s hlbokým posolstvom alebo využívaná ako efektívny spôsob na edukačné účely. Publikum môže hrať pasívnu rolu pri sledovaní filmov, divadelných hier či počúvaní hudby. Aktívnu rolu zábavy predstavuje situácia, kedy je publikum aktívne zahrnuté do procesu hrania.

1.2 História zábavného priemyslu

Od dávnych čias sa odovzdávali kultúrne hodnoty a tradície cez rozprávanie príbehov z generácie na generáciu, čo predstavovalo jednu z hlavných foriem zábavy. Rozprávanie príbehov je stále obľúbené, vďaka súčasným technológiám aj zaznamenané či dokonca nahrávané. Veľa druhov zábavy, najmä v hudobnom a filmovom odvetví sa vyvinulo na širokú škálu variácií tak, aby zodpovedalo najrôznejšiemu množstvu osobných preferencií či kultúrnych názorov. Okrem príbehov ľudí oddávna zaujímali súťaže a šport ako behanie či skákanie, ktoré sú v súčasnosti olympijskými športami. Inakosť priťahovala davy do cirkusov. Ľudstvo vzrušenie a rozptýlenie fascinovalo už v staroveku, o čom nás môžu presvedčiť ruiny amfiteátra s názvom Koloseum – architektonická dominanta v strede Ríma dostavaná za vlády cisára Tita v roku 80, ktoré slúžilo na hry a zápasy. Gladiátorské zápasy v starovekom Ríme ako kombinácia trestu, zábavy a brutality sa ukázali ako ďalší aspekt, ktorý davu imponuje. Podstata akoby sa za stáročia nezmenila – na podujatie Oktagon, kde sa stretli najlepší zápasníci MMA za Slovensko a Českú republiku v novembri v roku 2019 sa prišlo osobne pozrieť vyše 20 000 ľudí a pred televíznymi obrazovkami a na online streamoch sa odhadovala približne miliónová sledovanosť (Kniš, 2019).

Niektoré typy zábavy, ktoré boli obľubované v minulosti už nie sú legálne v súčasnosti. Príkladom môžu byť zvieracie zápasy, verejné poníženie zločincov a kriminálnikov, či dokonca verejné popravy a inkvizície. *„Obesovanie bol úkon, ktorým trestali nielen nezamestnaných ale aj nezamestnatelných. Dobrí meštiaci alebo zvedaví aristokrati, ktorí si to mohli dovoliť, pozorovali popravu z koča alebo prenajatej miestnosti“* (Gay, Peter 2002).

Od staroveku prešlo ľudstvo dlhú cestu sprevádzanú transformáciami, revolúciami a vojnami, myšlienkovými hnutiami, ktoré umožnili vznik inovácií a vynálezov. A tak sme sa za dlhé roky vývoja dostali až ku dnešným najmodernejším formám zábavy. Veľký priestor rozvoju zábavy dali technológie. Míľnikom v šírení písaného textu bol vynález Gutenbergovej kníhtlače z roku 1443. Obrovský význam mal aj Bellov telefón z roku 1876. Podľa viceprezidenta spoločnosti R&D NBCUniversal Sheau Ng počiatky zábavných technológií položil Thomas Edison v roku 1877 vynálezom fonografu. Edison týmto svetu ukázal, že zvuk môže byť nahrávaný a znova prehrávaný (Sheau, 2012). O pár rokov neskôr si nechal Francúz Louis Lumiere na základe poznatkov

o schopnostiach sietnice oka v súvislosti s trvaním vnemu patentovať kinematograf. Prvý film bol veľmi krátky, bez zvuku a farieb. Týmto spôsobom sa zrodila technológia moderných filmov ale aj kreatívne umenie, prostredníctvom ktorého je možné rozpovedať príbeh pomocou grafického znázornenia.

1.3 Segmenty zábavného priemyslu

V jednoznačnom vymedzení konkrétnych segmentov spadajúcich pod spoločné pomenovanie „zábavný priemysel“ sa svetoví ekonómovia mierne odlišujú. Podľa Harolda Vogela (2011), investičného analytika zábavného priemyslu, ide o nasledovné odvetvia:

- vysielanie (televízia a rádio),
 - videosluby,
 - filmované produkty,
 - hry a kasína,
 - internet,
 - publikácie (knihy, magazíny, časopisy),
 - nahrávaná hudba,
 - divadelné vystúpenia,
 - zábavné parky,
 - hračky.
- Harold Vogel vo svojej piatej edícii kníh o zábavnom priemysle s názvom A Guide for Financial Analysis z roku 2001 rozdeľuje segmenty zábavného priemyslu do kategórii podľa príslušnosti k trhovej štruktúre.

Monopol	Oligopol	Monopolistická konkurencia
Káblková televízia	Filmy	Knihy
Noviny	Hudba	Časopisy
Profesionálne športové tímy	Optická televízia	Rádiové stanice
	Kasína	Hračky a hry
	Zábavné parky	Aplikované umenie

Tabuľka 1 Segmenty zábavného priemyslu podľa príslušnosti k trhovej štruktúre, upravené podľa Vogel, 2001.

Vo Vogelovej klasifikácii je odlišný názov pre šport vo všeobecnosti, a to profesionálne športové tímy. Zastarané delenie televízie na káblovú a optickú sa ale zdá byť nevýhodou, pretože v súčasnosti väčšina sveta prechádza na optickú televíziu a káblová bude pravdepodobne do niekoľkých rokov minulosťou. Nevýhodou tejto kategorizácie je, že v nej nie sú zahrnuté novovzniknuté odvetvia.

Spoločnosť PwC, firma poskytujúca audítorské, daňové a poradenské služby, v správe s názvom Global Entertainment and Media Outlook 2019-2023 uvádza jednotlivé segmenty zoradené od najviac po najmenej rozvíjajúce sa odvetvia v nasledovnom poradí.

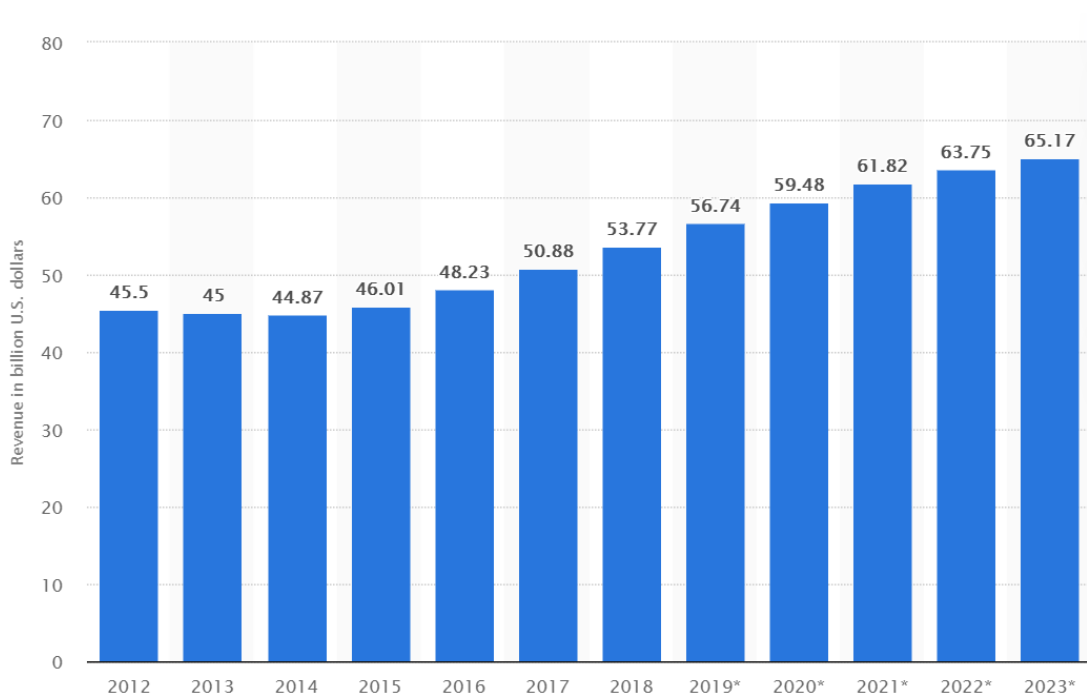
- Virtuálna realita
- OTT video
- Video hry a e-športy
- Internet
- Kino
- Hudba, rádio, podcast
- Knihy
- Internetové video
- Knihy
- Noviny a magazíny

Okrem spomínaných delení spoločnosť PwC uvádza aj ďalšie segmenty, ktoré nespádajú pod definíciu zábavy, napríklad business to business (B2B) alebo také, ktoré sa týkajú reklám a inzercie, preto nepredstavujú hlbší význam pre náš výskum. V našej práci sa budeme orientovať prevažne na segmentáciu zábavného priemyslu podľa spoločnosti PwC, pretože je aktuálnejšia – ako jediná uznáva novovznikajúce odvetvia nového tisícročia, a to virtuálnu realitu a e-športy (<https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook.html>).

1.3.1 *Hudba*

Hudba je univerzálny a v súčasnosti veľmi populárny typ zábavy. Podľa výberu hudobných inštrumentov, rytmu a štýlu rozlišujeme hudobné žánre typu jazz, folk, pop,

rap, rock a podobne. USA v súčasnosti zaznamenali klesajúce tržby z fyzického aj digitálneho predaja hudobných produktov kvôli nástupu aplikácie Spotify – streamingovej platformy, ktorá umožňuje za malý mesačný poplatok počúvať tvorbu známych interpretov kdekoľvek a kedykoľvek. Najväčšími hráčmi na trhu s hudbou nie sú samotní interpreti ale distribútori, z ktorých sa mnoho vyvinulo na spoločností zarábajúce miliardy dolárov vďaka neutíchajúcemu dopytu poslucháčov. Spoločnosti ako Warner Chappel, Universal Music a Sony/ATV zinkasovali viac ako 50 % zverejnených príjmov z hudobného priemyslu za posledný rok. Za rok 2018 dosiahli globálne tržby v hudobnom priemysle výšku 53,77 miliárd dolárov. Tieto príjmy pochádzajú napríklad z tržieb za živé koncerty, z tržieb za nahrávanú hudbu, ktorej predaje zaznamenali za posledný rok pokles a ďalej za streamingové služby, ktorých tržby rástli exponenciálne (Watson, 2019). Streamingové služby ako napríklad najznámejšie Spotify, Apple Music či Tidal sú služby, ktoré za malý mesačný poplatok poskytujú používateľom prístup k hudbe od rôznych interpretov z celého sveta. Ich výhoda tkvie najmä v tom, že hudbu si netreba sťahovať, stačí len pripojenie na internet. Spoločnosti potom platia licenčné poplatky hudobným interpretom podľa počtu prehratí konkrétnych skladieb, ide cca o 70 % z príjmov (Recký, 2019).



Graf 1 Globálne tržby za hudobný priemysel s predpokladaným vývojom na nasledujúce roky v miliardách dolárov, Statista 2019.

V porovnaní so Slovenskom sa situácia výrazne odlišuje. Slovenský ochranársky zväz autorský (SOZA) vo svojej správe z roku 2018 uvádza, že „*scéna živej hudby je v 21. storočí pre slovenskú hudbu tým najdôležitejším trhom a živý koncert najvýznamnejším zdrojom príjmov hudobníka.*“ (Antal, 2018). Potvrdzujú to aj štatistiky z internetovej stránky statista, ktoré uvádzajú tržby za živé koncerty na Slovensku za rok 2018 vo výške 23,6 milióna dolárov, zatiaľ čo tržby za užívanie streamingových aplikácií 15,8 a 0,4 milióna dolárov tvorili tržby za platené sťahovanie hudobných skladieb. Spolu tak za rok 2018 hudobný priemysel vyniesol tržby v prepočte za 44,8 milióna dolárov. (<https://www.statista.com/outlook/202/151/digital-music/slovakia#market-revenue>)

1.3.2 Film

Prvý film vôbec – Príjazd vlaku do stanice La Ciotat sa premietal v roku 1885. Na Slovensku bola premiéra prvého slovenského filmu v roku 1909, film sa volal Košické korzo.

Významným vynálezom 20. storočia okrem internetu bola televízia. Rok 1950 znamenal pre americké domácnosti úplný prevrat v zábavnom priemysle. Vo veľkých škatuliach s malými obrazovkami sa začali vysielat' rozprávky pre deti, telenovely a večerné správy pre dospelých. Myšlienka toho, že ľudia mohli zostať doma a pritom byť zabávaní sa rýchlo ujala. Káblová televízia predstavovala najväčší posun vpred. Za mesačný poplatok sa tak ponúkala možnosť výberu najrôznejších kanálov. O krátku dobu neskôr disponovala takmer každá domácnosť vyspelého sveta televíziou.

Produkcia filmov sa zdá byť v súčasnosti veľký business. Predpokladané tržby z príjmov sú rok čo rok vyššie. Za rok 2018 si najväčší trhový podiel spomedzi filmových štúdií si udržuje spoločnosť Walt Disney Studios, ktorá generuje aj najväčšie zisky. Na druhom mieste je Warner Bros Entertainment a na treťom Universal Pictures (Kalinčák, 2019).

USA, krajina, kde sa točí najviac filmov utržila za rok 2018 celkovo 69,91 miliárd dolárov za produkciu filmov a videí. (<https://www.statista.com/statistics/184140/estimated-revenue-of-us-motion-picture-and-video-industry-since-2005/>) Medzi top tri najúspešnejšie filmy súčasnosti patrí Titanic (1997), celkové tržby za film dosiahli 2,19 miliárd dolárov, druhé miesto patrí filmu Avatar (2009), 2,79 miliárd dolárov a prvé miesto filmu Avengers Endgame (2019)

s 2,796 miliardami dolárov. Na Slovensku tržby kín za rok 2018 dosiahli druhé najvyššie historické hodnoty po roku 2017, a to 34,2 milióna dolárov (Jackson, 2019).

1.3.3 Internet

Vynájdenie internetu znamenalo pre ľudstvo výrazný posun vpred. Znamenal miesto, kde sa dajú zhromažďovať a presúvať informácie. Slúži ako skvelá platforma pre obchod a zábavu. Postupom času začal internet sledovanosťou kanálov prekonávať televíziu. Dôkazom je fakt, že spoločnosť Netflix, najväčšia videoslužba na svete, sa stala v roku 2018 najväčšou zábavnou spoločnosťou na svete, keď prekonala giganta zábavného priemyslu, spoločnosť Walt Disney Co (Horváth, 2018).

Spočiatku začali vznikať stránky ako Youtube, kde sa dali nahrávať a sledovať rôzne videá. Obsah videí sa dal zdieľať a komentovať, služba bola zadarmo a tržby získavala najmä za reklamy, to je dôvod, prečo si v začiatkoch získala najviac priaznivcov.

Vlastníci kasín identifikovali vďaka internetu príležitosť, ako osloviť viac potencionálnych zákazníkov. Stávkovanie a gambling má v súčasnosti signifikantný dopad prostredníctvom internetu. Online stávkovanie sa teší veľkej obľube a medziročne percentuálne rastie, pričom experti odhadujú, že v roku 2020 dosiahne tržby celosvetovo takmer 60 miliárd dolárov.



Graf 2 Veľkosť online stávkujúceho trhu od roku 2009 do 2020, Statista 2019.

Osobitnou kategóriou zábavy na internete tvoria sociálne médiá. „*Pojem sociálne médiá zvyčajne zahŕňa Internet, komunikačné kanály mobilných zariadení a nástroje, ktoré dokážu medzi sebou navzájom zdieľať názory a obsah. Ako vyplýva z názvu, sociálne médiá zahŕňajú budovanie komunity a sietí a podnecovanie ich používateľov k účasti a zapájaniu sa*“ (CIPR, 2011). Hlavnými platformami sociálnych médií sú sociálne siete Facebook, Instagram a Twitter. Ďalej je to sociálne spravodajstvo – noviny a magazíny v online podobe, sociálne blogy, sociálne komunity – nezávislé fóra, sociálny streaming a sociálne vzdelávanie (Adámik, 2019).

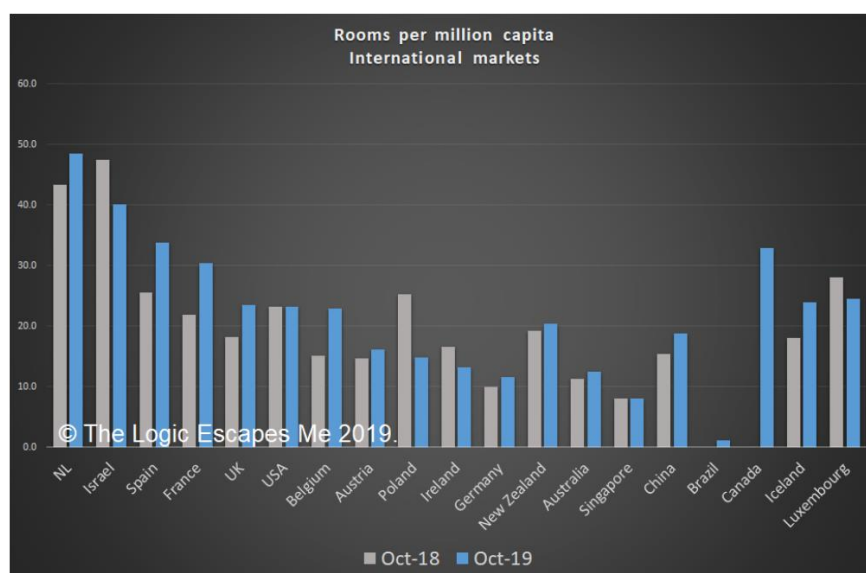
1.3.4 Novovznikajúce odvetvia

Virtuálna realita (VR) a rozšírená realita (AR) je vynikajúci spôsob, akým sa dá manipulovať digitálnym svetom. Rozdiel medzi týmito realitami spočíva v tom, že virtuálna realita predstavuje nový svet, rozšírená realita len dopĺňa priestor, v akom sa nachádzame. VR má široké využitie, je možné pozrieť si cez ňu hudobné klipy, živý koncert alebo film. Ashish Parmat, riaditeľ spoločnosti pre rozvoj mobilných aplikácií predpokladá, že vďaka zvyšujúcim cenám lístkov v kinách a zvyšujúcemu komfortu zariadení poskytujúcich zážitok z virtuálnej reality budú kiná prosperovať čoraz menej. VR okrem toho predstavuje novú dimenziu pre hry s potenciálom poskytnúť hráčom strhujúci zážitok a nový level interakcie. Fakt, že ide o prosperujúce odvetvie, potvrdzuje informácia, že predpokladané tržby na rok 2020 za toto odvetvie majú dosiahnuť výšku 120 miliárd dolárov (Parmat, 2019).

E-šport alebo progaming je súťažné hranie počítačových hier ako profesionálny šport. Zvyčajne ide o strelecké hry alebo strategické hry pre masívne veľa hráčov. Populárne hry sú napríklad Counter Strike, Call of Duty, Starcraft či World of Warcraft. Turnaje sledujú státisíce divákov po celom svete, čo zabezpečuje stúpajúcu tendenciu odvetvia. Atraktivita pre sponzorov je preto vysoká, investujúcimi spoločnosťami sú napríklad Intel, Dell, Asus, Acer ale aj Coca Cola. Najväčší rozmach zažíva e-šport najmä v Ázii a Amerike. Na Slovensku vláda veľmi hráčov nepodporuje (Vnuk, 2019). Agentúra Reuters uviedla, že celosvetové tržby z e-športov dosiahnu v roku 2019 celkovo 1 miliardy dolárov, čo predstavuje 27 percentný nárast oproti minulému roku (Russ, 2019).

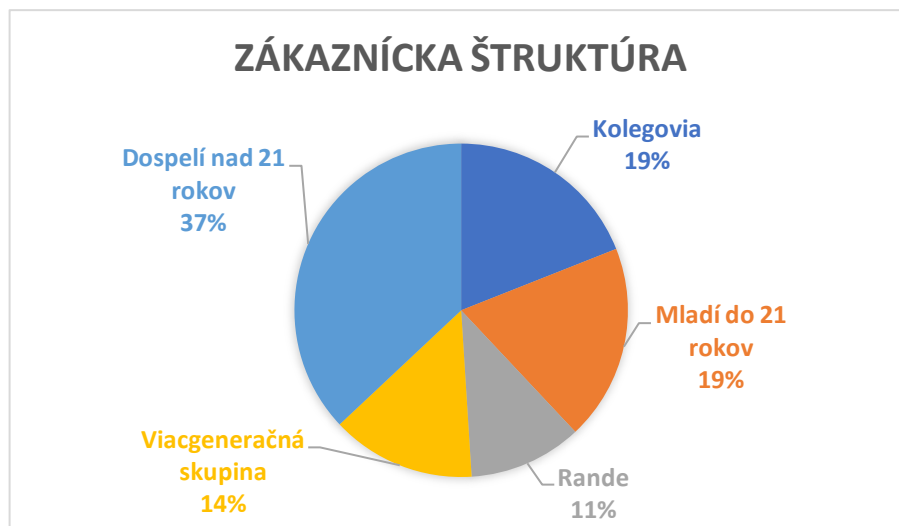
Okrem vyššie spomenutých novovzniknutých odvetví v zábavnom priemysle považujeme za potrebné spomenúť aj ďalší zaujímavý koncept súčasnej zábavy. Sú ňou

tzv. Escape Game alebo Escape Room hry. Je to hra, v ktorej je jeden tím zatvorený v miestnosti, v ktorej musí hľadať indicie, aby vyriešil sériu hlavolamov a dostal sa von v stanovenom čase. Je potrebná kooperácia celého tímu. Prvá Escape Room hra vznikla v Japonsku v roku 2007. Odvtedy sa tento nápad šíri do celého sveta. V Európe bola prvou prevádzkujúcou krajinou Maďarsko. Odhaduje sa, že v celom svete je v súčasnosti postavených približne 50 000 Escape Roomov. Veľa z nich sa nachádza aj na Slovensku, napríklad v Bratislave, Nitre, Poprade, Námestove a Košiciach. Escape Room u nás funguje nie len v reálnej miestnosti, ale aj v premietnutí do virtuálnej reality. Celosvetovo každoročne rastie počet nových hracích polí. Pokles zaznamenalo len niekoľko krajín vrátane Poľska a to pravdepodobne z dôvodu, že v roku 2019 v jednom Escape Roome počas hry prišla o život partia mladých dievčat, ktoré nestihli uniknúť požiaru, ktorý vypukol v budove, kde sa hra nachádzala. Bližšie informácie o rozvoji hracích miestností vo svete medzi rokmi 2018 a 2019 sa nachádzajú na grafe č. 3.



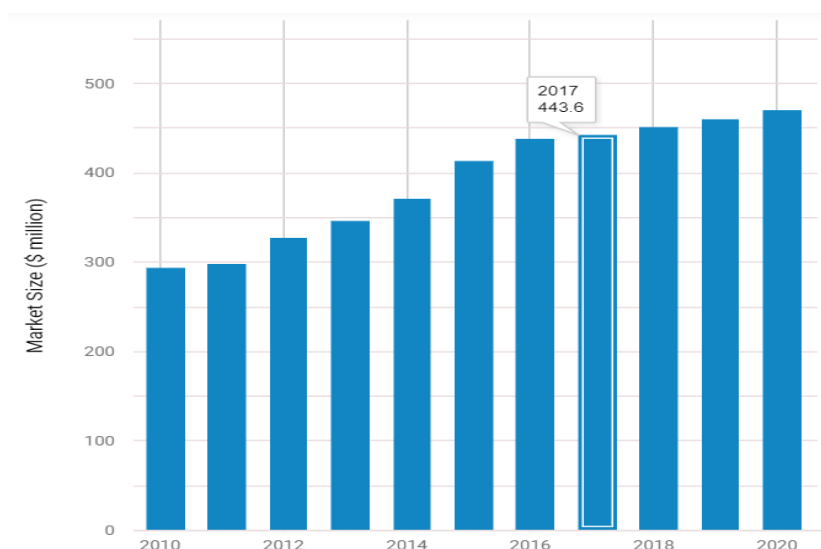
Graf 3 Escape Rooms na milión obyvateľov v jednotlivých krajinách v rokoch 2018 a 2019, The Logic Escapes Me 2019.

Štúdia Scotta Nicholsona, amerického profesora herného dizajnu, uvádza, že zákazníci tejto novej služby sú napríklad kolegovia, skupiny hráčov nad 21 rokov, ale aj viacgeneračné skupiny v nasledovnom pomere, vid' graf č. 4.



Graf 4 Zákaznícka štruktúra hráčov escape room, vlastné spracovanie podľa štúdie Scotta Nicholsona 2016.

V Americkom Dallase vznikla v roku 1977 úplne nová hra s názvom Laser Game. Prvýkrát sa realizovala až v roku 1984. Goerge Carter sa pri jej vymýšľaní nechal inšpirovať seriálom Star Wars. Ide o typ zábavy, v ktorom dva tímy hrajú proti sebe a všetci hráči disponujú laserovými zbraňami. Výhodou oproti paintballu je, že po zásahu hráč vypadne len na niekoľko sekúnd a necíti žiadnu bolesť pri zásahu. Komerčného spôsobu využitia sa tento nápad dočkal až o niekoľko rokov neskôr. Hra trvá zvyčajne do 15 minút a je určená pre 4 až 16 hráčov. Štatistiky potvrdzujú zvyšujúci sa záujem o laser game alebo inými slovami tiež laser tag, od roku bližšie informácie o veľkosti trhu laser tag arén v USA sa nachádzajú v grafe č. 4.



Graf 5 Veľkosť trhu laser tag Arén v USA, Ibisworld 2018.

1.4 Startup

Pojem „startup“ sa často nesprávne interpretuje a dáva do súvislosti s akýmikoľvek začínajúcimi podnikmi. Investor Mitchell Grant definuje startup ako podnik, ktorý je v procese štartu podnikania alebo krátko po štarte podnikania, kedy má vysoké náklady ale zatiaľ dosahuje len obmedzené príjmy (Grant, 2020). Ak je cieľom štátu zámerne podporovať inovatívne podniky, ktoré majú veľký potenciál stať sa kľúčovými hráčmi v rámci ekonomiky, potom je nevýhodou spájať startupy a bežné malé podniky do jednej kategórie, ktoré nikdy neprekročia hranicu lokálnych podnikov. Podľa britského venture investora Paula Grahama je startup *„podnik, ktorý je predurčený na rýchly rast“* (Graham, 2012). Kľúčové ukazovatele by podľa neho mali niekoľkonásobne rásť po vstupe startupu na trh.

Podľa Ministerstva financií SR, ktoré malo v záujme rozčleniť startupy od ostatných malých podnikov a v snahe špecifikovať túto skupinu projektov je startup: *„kapitálová obchodná spoločnosť so sídlom na území Slovenskej republiky, od ktorej vzniku neuplynulo viac ako 36 mesiacov a zároveň:*

- vznikla za účelom inovatívneho produktu alebo služby,
- je mikro, malým alebo stredným podnikom,
- sa vyznačuje tým, že väčšina hlasovacích práv patrí fyzickým osobám, ktoré sú jej zakladateľmi.“ (MH SR, 2013).

Medzi ďalšie znaky startupového projektu napríklad podľa úspešného podnikateľa Erica Riesa zo Silicon Valley patrí fakt, že startupové podniky sú predurčené na podmienky extrémnej neistoty. Táto východzia situácia je odôvodnená faktom, že v prípade startupových nápadov ide o úplne nové služby alebo produkty, ktoré doteraz neboli otestované na trhu. Pre bližšiu predstavu o tom, o akú výšku neistoty ide, uvádzame výsledky štúdie, na ktorej sa podieľal Steve Blank – štúdia s názvom Start up Genom Report na základe 3200 webových a mobilných startupov uvádza, že až 92 % podnikateľov zlyhá do 3 rokov.

Steve Blank, profesor Kolumbijskej univerzity, je presvedčený, že startup vyhľadáva tzv. škálovateľný biznisový model. Podstata tohto modelu spočíva v snahe o maximalizáciu tržieb bez výrazného dodatočného zvyšovania nákladov. Príkladom

môžu byť náklady na vývoj aplikácie – ostávajú približne rovnaké bez ohľadu na to, či si aplikáciu zaplatí 100 alebo 1000 zákazníkov.

Okrem vyššie spomínaných znakov ostáva už len dodať, že každý námet na startup by mal mať vyššie ako lokálne ambície – v najlepšom prípade preniknúť na globálny trh.

1.4.1 Klasifikácia startupov

Štefan Slávik vo svojej knihe Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie startupov uvádza nasledovnú klasifikáciu startupov:

- startup ako životný štýl – prítomný najmä v Spojených Štátoch Amerických, tvoria ho zvyčajne tímy pracujúce na svojom nápadе z vášne,
- startup ako malé podnikanie – ide o projekty, ktoré nespĺňajú definíciu startupu, ale aj napriek tomu sa ako startup prezentujú,
- startup na predaj – typ startupu, ktorý sa neusiluje o získanie externých zdrojov pre svoj rozvoj, ale hľadá medzi svojimi investormi záujemcu o akvizíciu. investor musí vidieť, že firma má obrovský potenciál,
- sociálny startup – taký startup, ktorý prispieva k zlepšeniu úrovne bytia spoločnosti,
- startup vnútri etablovaného podniku – nahrádzanie tradičných oddelení podnikov startupovými projektami.

1.4.2 Najúspešnejšie startupy

Medzi najúspešnejšie svetové startupy sa zaradila spoločnosť Uber – spoločnosť zaoberajúca sa poskytovaním taxislužieb založená na princípe zdieľanej ekonomiky. Objednať si taxi sa dá jednoducho prostredníctvom aplikácie, ceny sú nižšie a platba prebieha elektronicky.

Airbnb je jedným z najviac profitujúcich startupov. Airbnb tvorí sieť hotelov, apartmánov a ubytovaní v súkromí. Je to spoločnosť, ktorá je jedným z najväčších poskytovateľov ubytovania na svete bez toho, aby vlastnila jediný hotel. Airbnb predstavuje ďalší skvelý nápad založený na báze zdieľanej ekonomiky.

Za najúspešnejší európsky technologický startup sa považuje švédská streamingová služba Spotify. Spotify umožňuje svojim predplatiteľom počúvať hudbu od svetových aj

lokálnych interpretov na mobilných zariadeniach kdekoľvek, kde je prístup na internet bez toho, aby si museli hudbu stiahnuť.

Spomedzi slovenských startupov stojí za spomenutie napríklad spoločnosť Sygic. Sygic Enterprise Solutions poskytuje profesionálne navigačné a lokalizačné riešenia pre viac ako 2000 obchodných partnerov v 115 krajinách sveta. Je to prvá spoločnosť, ktorá poskytla navigáciu aj pre Iphone. Bližšie informácie o vývoji zisku spoločnosti uvádza portál Finstat, vid' graf č. 5.



Graf 6 Vývoj zisku spoločnosti Sygic, a. s. od roku 2009 do 2018 FinStat.

Najúspešnejšou slovenskou spoločnosťou zaoberajúcou sa vývojom hier je Pixel Federation. V rámci EMEA (Európa, stredný Východ a Afrika) patrí medzi špičku herných developerov pôsobiacich na Facebooku.

2 Ciele a metodika práce

Hlavným cieľom bakalárskej práce „Koncepcia založenia startup vo vlastnom vybranom druhu služieb“ je zistiť súčasný stav a podnikateľskú príležitosť konkrétnych segmentov zábavného priemyslu v oblasti špecifických zábavných produktov a služieb pre startup alebo malý podnik.

Hlavný cieľ je podporovaný naplnením čiastkových cieľov, ktoré môžeme rozdeliť na praktické a teoretické. Pre úspešnosť porozumenia výsledkov práce sme považovali za dôležité objasniť teoretickú rovinu skúmanej problematiky. Cieľom teoretickej časti práce je vysvetliť rozdiel medzi startupom a bežným podnikom. Ďalší teoretický cieľ je demonštrácia trhového podielu zábavného priemyslu doma a v zahraničí, predstavenie hlavných hráčov vo svetovom hospodárstve, vyčlenenie jednotlivých segmentov v rámci zábavného priemyslu a komplexná systematizácia poznatkov o danej téme. V súvislosti s témou našej práce považujeme za dôležité bližšie špecifikovať konkrétne novovzniknuté služby a produkty zábavného priemyslu. Teoretické poznatky týkajúce sa našej témy sme získali dôkladným štúdiom odbornej knižnej a časopiseckej literatúry a internetových zdrojov.

Praktický cieľ predstavuje realizácia primárneho prieskumu. Primárny prieskum je realizovaný formou individuálneho rozhovoru s dvoma podnikateľmi pôsobiacimi v oblasti zábavného priemyslu už niekoľko rokov. Naším ďalším cieľom bude na základe rozhovorov získať a systematizovať informácie o marketingu, komunikácii, vývoji tržieb a prevádzok. Okrem informácií získaných z rozhovorov budeme údaje o súčasnom stave zábavného priemyslu vo svete získavať z online štatistík. Na základe vývoja aktuálnej situácie sa pokúsime odhadnúť budúci stav jednotlivých odvetví zábavného priemyslu.

Na základe nami zvolených cieľov, ich interpretáciu a konečné vyhodnotenie výsledkov budeme využívať nasledovné metódy, ktoré si bližšie zadefinujeme. Týmito metódami sú: analýza, syntéza, indukcia, dedukcia a komparácia. Analýzu, teda prehľadné rozdelenie informácií na menšie celky sme využívali najmä počas spracovania jednotlivých kapitol v teoretickej časti. Indukciu, dedukciu a metódu vzájomného porovnávania informácií, teda komparáciu, sme aplikovali napríklad pri porovnávaní jednotlivých názorov ekonómov na definície kľúčových pojmov či segmentáciu zábavného priemyslu. V poslednej, záverečnej časti, sme počas zosúladovania získaných

informácii z rozhovorov s podnikateľmi z praxe vyhodnocovali získané údaje prevažne s využitím syntézy.

3 Výsledky práce a diskusia

3.1 Opis regiónu

Orava je región v severozápadnej časti Slovenska, ktorý hraničí s Poľskom. Rozprestiera sa na rozlohe 1661 km² a obýva ju približne 137 200 obyvateľov. Zahŕňa okresy Dolný Kubín, Námestovo a Tvrdošín. Osou regiónu preteká rieka Orava. Z prírodného hľadiska peších turistov zaujmú hory a kopce. Najznámejšie sú Malá Fatra a Západné Tatry - Roháče, v oblúbe sú aj výstupy na Babiu horu a Veľký Choč. Počas zimného obdobia sú v prevádzke desiatky lyžiarskych stredísk. Dôležitou kultúrnou pamiatkou je Oravský hrad pod vedením Oravského múzea P. O. Hviezdoslava v Dolnom Kubíne. Celkovo 9 expozícií múzea navštívilo v roku 2018 dokopy 275 536 turistov, čo predstavuje nárast o 2,75 % oproti minulému roku (Oravské múzeum, 2019). Toto číslo potvrdzuje fakt, že ide o najnavštevovanejší hrad na Slovensku a tiež dokazuje to, že na Orave existuje prosperujúci turistický ruch.

Veková štruktúra regiónu Orava je tvorená nasledovne. Najviac obyvateľov má okres Námestovo. Priemerný vek Námestova je druhý najnižší v rámci Slovenskej republiky. Námestovo má tiež najmenšie percento postproduktívnej populácie a najväčšie percento predproduktívnej populácie spomedzi troch oravských okresov. Až 42 % populácie Oravy je v mladšom produktívnom veku.

	Námestovo	Tvrdošín	Dolný Kubín	Orava
Počet obyvateľov	61 749	36 054	39 48	137 291
Priemerný vek	33,74	37,17	38,93	36,13
Vo veku 0-17	26,02%	20,23%	19,03%	22,83%
Vo veku 18-44	43,39%	41,33%	40,52%	42,29%
Vo veku 45-64	21,47%	26,08%	26,48%	23,59%
Vo veku 65 a viac	9,12%	12,36%	13,07%	11,29%

Tabuľka 2 Veková štruktúra Oravy, vlastné spracovanie podľa údajov z Urbistat.com.

Vychádzajúc z Regionálnej analýzy trhu práce a sociálnych vecí môžeme konštatovať, že výhody oravského regiónu tkvejú v dobrej geografickej a dopravnej polohe kvôli blízkosti hraníc s Poľskou republikou, rôznorodosti výrobného odvetvia – ide najmä o elektrotechnické, drevospracujúce, odevné a strojárské odvetvia, pozitívna je aj plusová hodnota natality a vysoký potenciál rozvoja cestovného ruchu. Najvýraznejšou slabou stránkou v regióne je nevyhovujúca kvalita existujúcich komunikácií a absencia železničnej siete v okrese Námestovo. V okrese tiež chýbajú kvalitné služby na rozvoj vidieckej turistiky a komplexné poradenské služby v oblasti malého a stredného podnikania (Laštík a kol.,2008).

3.2 Charakteristika Escape Plan

Prvým z dopytovaných podnikateľov pôsobiacich v zábavnom priemysle je PhDr. Ľubomír Jaššo, MBA. PhDr. Jaššo je v súčasnosti učiteľom anglického jazyka na Gymnáziu Antona Bernoláka v Námestove, zároveň vedie jazykovú školu a pre našu prácu to najdôležitejšie – prevádzkuje projekt pod názvom Escape Plan vo viacerých variáciách v Námestove už sedem rokov.

Escape Plan je zábavná hra pre skupinu dvoch až piatich členov tímu, v ktorej sú hráči uzamknutí v miestnosti. Na základe indícií, objektov a prvkov musia vyriešiť sériu hlavolamov, hádaniek a záhad, ktoré vedú k odhaleniu spôsobu, ako sa dostať z miestnosti von v stanovenom čase, ktorý je spravidla 60 minút. Pre dosiahnutie úspechu je potrebné sústredenie, komunikácia a spolupráca. Hráčom Escape Plan imponuje najmä aktívna účasť pri hre, možnosť byť súčasťou deja a adrenalín.

Escape Rooms sú zvyčajne navrhnuté na nejakú konkrétnu tému. Vo svete sú najviac obľúbené témy známych filmov a seriálov. Pán Jaššo sa pri tvorení svojich Escape Plans nechal inšpirovať filmom The Godfather – Krstný otec, ktorý je zasadený do mafiánskeho prostredia. Druhá, o niečo väčšia prevádzka s názvom Rodinné Tajomstvo je strašidelnejšia. Úlohou riešiteľov je odhaliť desivé rodinné tajomstvo šľachtickej rodiny, ktorá žila pred desiatkami rokov. Tretí Escape Plan nesie názov Čarodejnica. Hráči tohto Escape Planu sa ocitajú v záhadnej krajine, v ktorej kedysi žili čarodejnice a uvalili na ňu kliatbu. Štvoricu prevádzok, ktoré môžeme nájsť v Námestove uzatvára nová miestnosť s názvom Mission Impossible. Tú je však možné odohrať iba za podmienky, že má hráč odohrané všetky tri predchádzajúce hry. Cenník pre všetky hry je nastavený nasledovne:

38 eur pre skupinu počas pracovných dní, 43 eur pre skupinu počas víkendov a sviatkov a 30 eur pre dvojicu v ktoromkoľvek čase.

3.3 Podnikanie s Escape Plan

Prvé roky podnikania v novovznikajúcom špecifickom odvetví zábavného priemyslu neboli jednoduché. Dôvodom bolo pravdepodobne to, že pred siedmimi rokmi sa Escape Rooms ešte len rozvíjali vo svete a len málokto vedel, čo to je a čo táto hra obnáša. Prvé dva roky vykazoval pán Jaško stratu najmä kvôli výške mesačného nájmu za priestory a investíciám potrebným na vybudovanie kvalitného hracieho poľa, ktoré vymýšľal aj konštruoval sám. Vyplatilo sa vydržať a veriť v potenciál novej služby, ktorá bola v tom čase aj na Slovensku len v úplných začiatkoch. Najst' tento typ zábavy sa dal len v niekoľkých mestách počnúc Nitrou a Banskou Bystricou. V tom čase sa u nás nenachádzalo viac ako desať prevádzok. Po dvoch rokoch vytrvalého podnikania sa začala budovať solídna klientela, trend spôsoboval rast záujmu, a to aj napriek tomu, že Námestovo nie je veľké mesto (v súčasnosti tu žije cca 7900 obyvateľov). Nárast celkového záujmu potvrdzuje aj fakt, že v súčasnosti na Slovensku nájdeme vyše 100 miestností, pričom veľká časť, približne jedna pätina, je sústredených v hlavnom meste. Na celom svete bolo v roku 2019 približne 50 000 rôznych escape roomov.

Podmienky malého mesta pri prevádzkovaní tohto typu služby zdá byť značnou nevýhodou najmä kvôli faktu, že tému hry treba obmieňať oveľa častejšie ako v podmienkach veľkého mesta. Vo veľkom meste sa nápad rýchlo neopotrebuje, kvôli cestovnému ruchu a turizmu, výmenu celej hry stačí aplikovať raz za 15 rokov. V prípade menšieho mesta ide o horizont približne štyroch rokov.

Druhou veľkou nevýhodou, s ktorou majitelia escape roomov od začiatku musia rátať je to, že pre návštevnosť jedného hráča je limitovaná. Nemalo by zmysel hrať rovnakú hru, lúštiť rovnaké hádanky a hlavolamy viackrát. V porovnaní s napríklad fitnesscentrom, ktoré človek navštevuje opakovane je pre majiteľov escape roomov nákladnejšie udržiavať klientelu, pretože musia osloviť viac ľudí, a to sa ukázalo nákladnejšie ako udržiavať si verných zákazníkov. Tým, že pán Jaško vlastní až štyri hracie polia, zvyšuje pravdepodobnosť, že sa hráč, ktorý odohral jednu hru vráti odohrať aj ostatné.

Výhodou prevádzky escape room v malom meste je neexistujúca konkurencia. Aj v prípade, že by si druhý podnikateľ otvoril nový escape room hneď vedľa budovy už existujúceho, pravdepodobne by z toho mali prospech obaja podnikatelia. Dôvodom je, že človek, ktorý sa s hrou už oboznámil, ju bude s veľkou pravdepodobnosťou chcieť hrať znova a bude mať k dispozícii ďalšiu variantu hry. V podmienkach veľkého mesta je situácia odlišná, výber hry bude záležať od najlepších recenzií.

Escape Plan je relatívne stály projekt, bez veľkých výkyvov návštevnosti počas ročných období. Najvyťaženejší je počas víkendov a sviatkov. Návštevnosť je ovplyvnená dobrým počasím, pretože potenciálni zákazníci v prípade slnečného dňa uprednostňujú aktivity vykonávané v exteriéri. Daždivé počasie je pre prevádzkovateľov escape roomov najideálnejšie a je najväčší predpoklad, že počas chladných a daždivých dní hlavolamy prilákajú najviac hráčov.

Skupina hráčov tu strávi približne hodinu a pol s úvodným vysvetlením tematiky a celou hrou. Pán Jaško si dáva záležať, aby osobne prišiel privítať hráčov, usiluje o to, aby si každý, kto hru skúsi, odniesol čo najlepší zážitok. Kvalita hry a emócia, s ktorou zákazníci opúšťajú priestory je niečo, na čo sa sústreďí najviac a o čom si myslí, že je najlepšia reklama. To je dôvod, prečo aj napriek podľa jeho slov, obrovskému záujmu, nebude zatiaľ rozširovať prevádzku. Len koncom februára 2020 aktivoval najnovšiu hru Mission Impossible a má za to, že štyri hry sú maximum toho, čo zvládne udržiavať sám. Od brigádnikov sa nedá očakávať, že budú obsluhovať hráčov s takým záujmom a chuťou ako sám majiteľ, preto sa spolieha skôr na vlastné možnosti. Na Slovensku je v súčasnosti možnosť zahrať si hru aj vo virtuálnej realite. S touto formou Escapu pán Jaško nesúhlasí a nebude vymýšľať nové hry vo virtuálnom prostredí, pretože podľa neho by Escape mala byť hra v realite.

Okrem špičkovej kvality a profesionálnej obsluhy pán Jaško využíva pri podnikaní aj platenú reklamu. Má svoj web aj facebookovskú stránku, využil doteraz niekoľko billboardov a letákov, ktoré necháva na miestach, kde sa zdržiavajú turisti – hotely, penzióny, reštaurácie. Typická persóna hráča escape room neexistuje. Hrať chodia deti, muži, ženy, ľudia akéhokoľvek veku, domáci aj turisti. Cieľiť reklamu preto nemá v pláne.

Bez veľkej motivácie, odhodlania, nápadov a silného vzťahu ku celému konceptu escape room by dlhodobé prevádzkovanie nebolo možné. Pán Jaššo je nadšenec a po celom svete navštívil presne 384 escape roomov.

3.4 Charakteristika paintballu

Druhým podnikateľom, ktorý nám poskytol informácie o podnikaní v zábavnom priemysle, bol pán Martin Rusnák. Pán Rusnák podniká vo viacerých firmách s rôznymi predmetmi podnikania. V našej práci nás bude zaujímať prevádzka paintballového hracieho poľa pri Námestove a portál firemných eventov, ktorý aktívnym spôsobom zabáva zamestnancov firiem a iných kolektívov formou teambuildingov od roku 1999.

Paintball je hra pre dvoch a viac hráčov, v ktorej proti sebe súperia dva tímy so zbraňami s cieľom zasiahnuť súpera projektilom naplneným farbou. Ten na súperovi zanechá fľak rôznych farieb. Paintball sa využíva v armádach počas cvičenia, dá sa hrať na ihrisku, v budove či v lese. Dnes je obľúbený a využívaný najčastejšie väčšími skupinami ľudí s cieľom vytvorenia lepších vzťahov na pracovisku.

Pán Rusnák si prenajal starý trojposchodový opustený hotel so 60 miestnosťami pri Námestove vedľa priehradného múru na odľahlom mieste, ktorý poskytuje hráčom ako priestor na hranie paintballu či airsoftu. Pred hrou je potrebné riadne vybavenie v podobe výstroje, ktorá sa skladá z masky, zbrane, zásobníku, streliva a odevu. Cena sa pohybuje od 10 eur za základnú výstroj (150 guliek, maska, zbraň, vojenský odev) až po 50 eur za komplexnejšiu výstroj (1250 guliek, maska, zbraň, vojenská odev a neobmedzená náplň vzduchu). V prípade airsoftu prenajíma priestor za 5 eur na osobu na celý deň.

3.5 Podnikanie s paintballom

Pán Rusnák poskytuje priestory pre hru paintball už 22 rokov. Po približne roku od začiatku podnikania zaznamenával stabilný nárast záujmu o službu ponúkajúcu aktívny odpočinok. Po dobrých skúsenostiach s prevádzkou si otvoril armyshop predajňu s názvom ČakNoris, v ktorej ponúka okrem iného zbrane a servis na paintballové a airsoftové zbrane, čím podporil miestny záujem o paintball a rozšíril tak možnosti hrania. Po veľkom záujme o odvetvie si otvoril ďalšie paintballové ihriská v blízkom okolí Námestova. Tržby sa zvyšovali medziročne rýchlym tempom. Jemný pokles zaznamenal až v roku 2016, kedy vďaka trendom hráči začali viac inklinovať k airsoftu.

Airsoft sa svojím prevedením podobá paintballu, rozdiel spočíva v používaných v zbraniach a munícii. Airsoftové zbrane strieľajú presnejšie, sú výrazne podobné reálnym zbraniam, miesto projektilov s farbou sa ako strelivo používajú plastové guľičky. Oblubu si airsoftové zbrane získali pre cenu munície a zbraní, ktoré sú niekoľkokrát menšie než cena paintballovej výstroje. Paintballová zbraň sa pohybuje okolo 300 eur, zatiaľ čo airsoftový samopal približne 100 eur. Pokles v tržbách tak nebol problém odvrátiť vďaka prispôbeniu sa trhovým požiadavkám. Pán Rusnák v tom čase pridal do sortimentu predajne aj airsoftové zbrane, ich servis a celkový tuning vo forme rôznych vylepšení a priestory hotela začal prenajímať aj hráčom airsoftu. Napriek faktu, že pán Rusnák je jeden z troch legálnych slovenských prenajímateľov paintballového ihriska so zbrojnou licenciou, služby poskytuje za najnižšiu cenu na Slovensku.

Typickými zákazníkmi sú muži. Vekovú štruktúru tvoria mladí muži od 16 do 25 rokov. Približne 20 % hráčov sú skálni hráči, ktorí sa často vracajú. Malé percento zákazníkov tvoria ženy a muži starších vekových skupín. Služby areálu hotela využívajú aj policajti na výcviky a tréningy.

Priestory sú v prevádzke celoročne, najväčší záujem je počas jari, leta a jesene. Najviac hráčov si príde zahrať počas víkendov, najvyťaženejšie sú poobedné hodiny. Priemerne tu hráči strávia dve až tri hodiny, čo závisí od kondície celého tímu. Sú však tímy, ktoré vydržia celý deň, čomu napomáhajú priestory určené na občerstvenie nachádzajúce sa v blízkosti ihriska.

Reklama pre pána Rusnáka nepredstavuje objekt záujmu, spravuje viacero firiem, a preto je so súčasným záujmom o paintball spokojný, nemá v pláne pridávať a ani rozširovať hracie polia z dôvodu, že paintball nie je hlavným zdrojom príjmu pána Rusnáka. Na Facebooku a webe sú uvedené informácie o prevádzke, žiadnu platenú formu reklamy však nenájdeme. Pán Rusnák nemá v záujme rozširovať prevádzku žiadnym online spôsobom v zmysle online hry alebo online VR, pretože nesúhlasí s konceptom, ktorý vyžaduje trávenie času za počítačom. Vo viacerých oblastiach podnikania sa snaží so svojím tímom podporovať aktívny životný štýl. V blízkosti Námestova sa nenachádzajú iné ihriská pre paintball, preto nemá zmysel hovoriť o konkurencii. Podstatné však je, že môžeme hovoriť o veľkom záujme o paintball a airsoft pre súčasnú generáciu.

3.6 Eventová agentúra M. S. Holding s. r. o.

Nápad zabávať firmy dostal pán Rusnák ešte v roku 1998. Celá táto myšlienka vznikla tak, že na sociálnu sieť v tom čase začal pridávať fotky zážitkov z cestovania po celom svete. Postupom času sa mu začali ozývať záujemcovia s požiadavkou, aby ich zahrnul do svojho programu. Niekoľko ľudí zobral so sebou, následne sa pridávali ďalší a potom celé skupiny. Krátko na to ho oslovil majiteľ miestnej firmy s požiadavkou, že by potreboval urobiť program pre svojich 30 zamestnancov. Týmto spôsobom si trh sám vypýtal chýbajúcu službu v zábavnom odvetví.

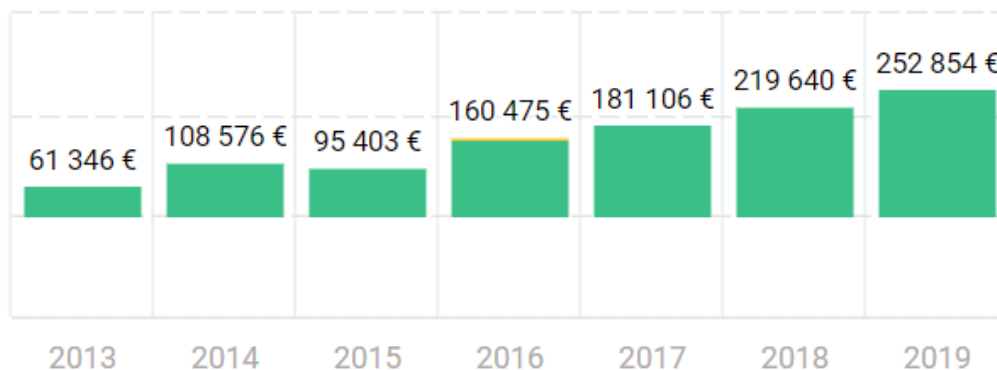
Eventová agentúra M. S. Holding s. r. o. ponúka v súčasnosti presne 417 rôznych atrakcií. Tie sú rozdelené na viacero kategórií. V kategórii extrémne športy nájdeme jazdu na tanku, snežných skútroch, štvorkolkách, let balónom a iné. Kategória teambuilding obsahuje desiatky aktivít vytvorené s cieľom posilniť vzťahy v rámci pracovného kolektívu. Vybrať sa dá aj z ponuky školení a kurzov, napríklad kurz maľovania, žonglovania, lezenia alebo streľby. Nadšencov turistiky zaujme veľký výber organizovaných túr, kde si môžu vybrať náročnosť túry, a to od relaxačných až po náročné. Sekcia remeslá obsahuje tradičné aktivity regiónu. Tu sa dá naučiť hrať na gajdy, fujaru, zdobiť kraslice a perníky, vyrábať keramiku na hrnčiarskom kruhu a ostatné remeslá. Nie všetky atrakcie sa nachádzajú na stránke, niektoré sa dajú dohodnúť iba osobne. Firma nemá subdodávateľov, všetky svoje atrakcie poskytuje vo vlastnej réžii. Na základe každoročných analýz pribúda do 10 atrakcií ročne podľa požiadaviek klientov. Najviac zaujmú kreatívne a jednoduché nápady.

Zábavné služby spoločnosti M. S. Holding využívajú predovšetkým veľké firmy so 100 až 1000 zamestnancami. Najčastejšie sa jedná o požiadavku programu pre menšie skupiny do 50 ľudí, pre celé oddelenie alebo pre manažérov. Firmy vyžadujú program v priemere na 4 hodiny. Najpočetnejšia zabávaná skupina doteraz mala 8000 členov. Firma svojím repertoárom dokáže zabaviť malé aj veľké skupiny programom na niekoľko hodín ale aj na celý víkend. Všetko záleží od rozpočtu objednávateľa.

Firma zaznamenáva od roku 1999 stabilný rast tržieb. V roku 2015 došlo k neplánovému poklesu tržieb z dôvodu vytopenia skladov, čo spôsobilo dočasnú neschopnosť poskytovania služieb. Informácie potvrdzuje štatistika z portálu

Celkové výnosy

M.S.HOLDING s.r.o.



Graf 7 Vývoj výnosov spoločnosti M. S. Group s. r. o., Finstat 2020.

Firmy sú zabávané celoročne. Extrémne športy si objednávajú počas celého roka, remeslá sú v obľube prevažne počas sviatkov, dominuje zdobenie kraslíc a pletenie korbáčov počas Veľkej Noci alebo zdobenie perníkov pred Vianocami. Teambuildingové aktivity sú objednávané prevažne medzi aprílom až októbrom. Pán Rusnák si portfólio svojich služieb rozvrhol tak, aby mal čo ponúknuť počas celého roka.

Pán Rusnák priebežne aktualizuje ponuku svojich služieb, na základe analýz každoročne vynecháva služby, o ktoré bol menší záujem a vymýšľa nové aktivity na základe požiadaviek zákazníkov.

Za dôležité považuje, ako aj v ostatných predmetoch podnikania, prispôbovanie sa trendom. Keď pred 7 rokmi prišiel znova do módy folklór a ľudové motívy, vybudoval si so svojím tímom zbojnícku družinu. Tú si objednávali reštaurácie a pohostinstvá, predovšetkým koliby a salaše. Ich úlohou bolo v tradičných krojoch zinscenovať vylúpenie reštaurácie. Po krátkom vystúpení zbojníci hrávali na fujarách a píšťalkách pre hostí. Hostia si tak mohli odniesť nielen gurmánsky ale aj kultúrny zážitok. Neskôr pridali aj workshopy plieskania bičom.

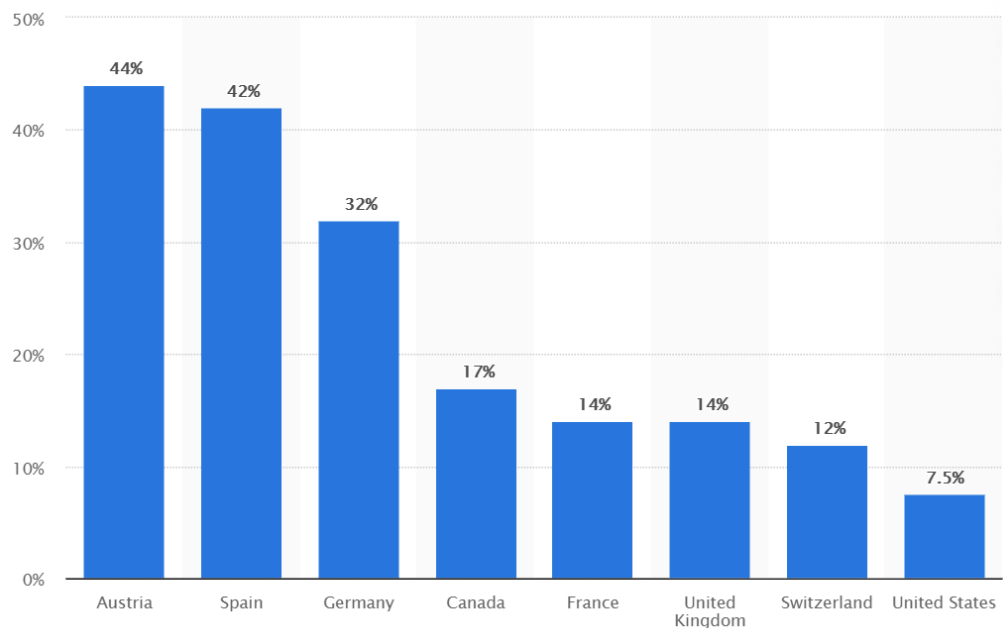
Na Slovensku pôsobí viacero agentúr poskytujúcich podobné služby. Známe sú NajZážitky, EnjoyZážitky a Adrop. V minulosti predstavovali konkurenciu pre firmu M. S. Holding s. r. o., dnes však spolupracujú a kupujú si služby pána Rusnáka, preto sa nedá v súčasnosti nedá hovoriť o existencii skutočnej konkurencie.

3.5 Budúcnosť zábavného priemyslu a odporúčania pre marketingový plán

Aj napriek nedávnym dobrým prognózam rastu tržieb väčšiny segmentov zábavného priemyslu a pozitívnym vyhliadkam na budúcnosť sa zdá, že situácia sa bude vyvíjať iným smerom, s akým sa počítalo. Z Číny sa do sveta dostal doteraz neznámy koronavírus, ktorý si do dnešného dňa vyžiadal viac ako 70 000 obetí po celom svete. Vírus spôsobuje ochorenie s názvom COVID-19. V dôsledku rýchleho šírenia vírusu vyhlásila Svetová zdravotnícka organizácia WHO stav pandémie. Kvôli tomu sa začali prijímať opatrenia na zamedzenie šírenia nákazy.

Na Slovensku sa prvý prípad nakazenia koronavírusom potvrdil začiatkom marca 2020. V dôsledku toho vláda nariadila zákaz zhromažďovania. Školy a väčšina prevádzok sa preto musela zatvoriť. Medzi zatvorenými prevádzkami u nás sa tak ocitli miestne zábavné zariadenia vrátane všetkých miestností Escape Plan aj Laser Tag, spolu s virtuálnou realitou v Námestove, teambuildingové aktivity ani paintball tak celkom iste tiež nebudú v nasledujúcich dňoch vítať nových zákazníkov. Prevádzky sú už zatvorené niekoľko týždňov, zatiaľ sa nedá s istotou povedať, kedy sa znova otvoria. Každý ďalší deň, kedy sú prevádzky zatvorené znamená hlbšiu stratu pre majiteľov podnikov.

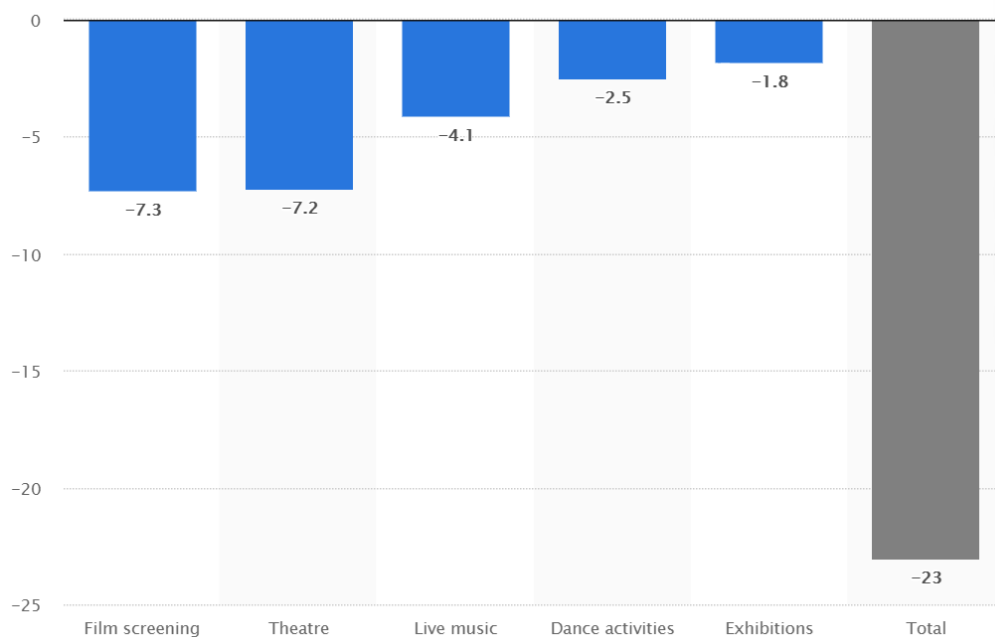
Na základe opatrení sú ľudia nútení zostať doma a nájsť si iný program. V mnohých prípadoch to znamená pozeranie televízie, počúvanie hudby a hranie hier. Americký poskytovateľ internetu Verizon zaznamenal 20. 3. 2020 až 75 % nárast spotreby dát oproti minulému týždňu. Obrovské zvýšenie hlási aj streamovacia služba Netflix. Spotreba je tak veľká, že spoločnosť musela obmedziť bitrate (kvalitu obrazu) na najbližších 30 dní o celých 25 % v celej Európskej únii. (Farkaš, 2020) Nevídaný rozmach zažíva aj herná platforma Steam, na ktorej je k dispozícii na predaj viac než milión hier. Steam zaznamenal absolútny rekord v počte súčasne online užívateľov, ktorý presiahol hranicu 20 miliónov hráčov. (Byford, 2020) Nasledujúci graf uvádza zvýšenie stráveného času na streamingových TV a video službách počas víkendu 13. až 14. marca 2020 oproti množstvu stráveného času pred koronavírusom. Najväčšie zvýšenie spotreby bolo zaznamenané v Rakúsku, v USA bolo zvýšenie len nepatrné z dôvodu, že USA dlho nepovažovalo opatrenia za potrebné a prijalo ich podstatne neskôr ako ostatné krajiny.



Graf 8 Nárast stráveného času na streamingových službách v dôsledku koronavírusu, Statista 2020.

Svetoví ekonómovia sa zhodujú v názoroch, že koronavírus uvrhne svetovú ekonomiku na istý čas do recesie. Očakáva sa vysoký rast nezamestnanosti a zníženie HDP. Sú však produkty a služby, ktoré sú vďaka koronavírusu žiadanejšie než kedykoľvek predtým. Okrem liekov, drogérie a potravín to budú služby ponúkajúce zábavu z pohodlia domova. Tie momentálne zaznamenávajú podstatne väčší rast príjmov, ako predpovedali štatistiky pred pandémiou.

Naopak, druhá strana zábavného priemyslu vyžadujúca si aktívnu účasť menšieho alebo väčšieho publika zaznamenaná v tomto roku ťažký prepád. Kríza sa dotkne festivalov, koncertov, kín, športových podujatí, divadiel. Je veľmi pravdepodobné, že veľa z malých aj veľkých podnikateľov nebude vedieť krízu ustáť a budú nútení svoju prevádzku ukončiť a to aj napriek tomu, že vláda plánuje dotovať podniky, aby zabránila katastrofickému dopadu pandémie na ekonomiku. Dá sa však predpovedať, že zavedené cestovné reštrikcie znížia level turizmu v krajine a regióne, preto sa očakáva znížený dopyt po daných službách aj v prípade, že by podnik krízu ustál. V Taliansku, v jednej z najviac postihnutých krajín koronavírusom sa zaznamenané straty v zábavnom priemysle v čase od 23. 2 do 1. 3. 2020 najviac dotkli filmov, divadla a živej hudby. Viac informácií sa nachádza v grafe 9.



Graf 9 Straty v jednotlivých segmentoch zábavného priemyslu, Statista 2020.

Do budúcnosti preto navrhujeme, aby sa jednotlivé odvetvia zábavného priemyslu orientovali skôr do virtuálneho prostredia. Vhodné bude cieľiť marketing na lokálnych rezidentov z dôvodu, že sa v blízkej dobe očakáva pokles turizmu. Ustáť krízu by mohli pomôcť opatrenia ako zníženie počtu hráčov v miestnostiach, zvýšená frekvencia dezinfekcie, zjednodušenie hry a podmienok a skrátenie bežného času hrania. Okrem iného je momentálne veľa ľudí nezamestnaných, niektorí prevádzkovatelia by preto mohli zvážiť aj online vzdelávacie kurzy a kvízy.

4 Záver

Cieľom bakalárskej práce bolo zmapovať aktuálnu situáciu podnikateľského prostredia v zábavnom priemysle na Orave. Prvú kapitolu našej práce sme venovali všeobecným informáciám o zábavnom priemysle, predovšetkým jeho segmentácii, v ktorej sme bližšie popísali kľúčových hráčov, vývoj tržieb a najúspešnejšie projekty v daných segmentoch. Vymedzili a zadefinovali sme kľúčové pojmy súvisiace s našou témou. Za nevyhnutné sme považovali aj vysvetliť pojem startup a rozdiel medzi startupom a malým podnikom. Všetky informácie a poznatky z tejto kapitoly považujeme za dôležité pre komplexné pochopenie problematiky.

V druhej kapitole sme zhrnuli ciele, ktoré sme si stanovili a popísali metodiku práce. Za metódu, ktorú sme pokladali za najvhodnejšiu pre vykreslenie podnikateľského prostredia, sme zvolili metódu individuálneho rozhovoru s podnikateľmi z praxe, ktorí pôsobia v regióne Orava. V tretej kapitole sme sa venovali uskutočneniu primárneho prieskumu, ktorý bol zameraný na zistenie súčasného stavu podnikateľského prostredia.

Výskum priniesol očakávané ale aj prekvapujúce výsledky. Zistili sme, že sa oplatí podnikat' v zábavnom priemysle na Orave aj to, že existujú kapacity pre rozšírenie miestnych fungujúcich prevádzok, o čom svedčí stabilný vývoj tržieb všetkých troch podnikateľských nápadov. Výskum ukázal, že najviac služby dopytovaných podnikateľov využívajú mladí do 30 rokov, domáci aj zahraniční, pričom každá služba je najviac využívaná v iných časoch a za iných podmienok. Vďaka poskytnutým informáciám sme ďalej zistili, aké je miestne konkurenčné prostredie pre každý typ služby. Zaznamenali sme dva pohľady, zatiaľ čo nové paintballové ihrisko by predstavovalo pokles dopytu po už existujúcom paintballe, nový escape room by nepredstavoval hrozbu pre prevádzkovateľa súčasného, dokonca by ho prevádzkovateľ escape roomu uvítal a vnímal ako prospešného pre obe strany.

Pozitívny vývoj prevádzok tohto typu však môžu ohroziť aktuálne svetové udalosti, ktoré spôsobujú vážne ekonomické dopady vo viacerých krajinách sveta. V lepšom prípade sa situácia rýchlo zlepší, zatvorené prevádzky sa otvoria a veci sa vrátia do pôvodného stavu. V horšom prípade sa mnohé zo zabehnutých prevádzok už neotvoria vôbec.

Sme presvedčení, že sa nám podarilo naplniť hlavný aj čiastkové ciele, pretože sme touto prácou priniesli doteraz nezdokumentované aktuálne informácie o stave

podnikateľského prostredia priamo od ľudí pôsobiacich v špecifickej oblasti podnikania. Informácie môžu byť relevantné pre ľudí, ktorí rozmyšľajú o založení vlastného startupu v novovznikajúcom odvetví na Orave. Veríme, že súčasní podnikatelia budú pokračovať vo svojej činnosti, a že noví podnikatelia v tejto oblasti budú tiež prínosom pre miestnu ekonomiku a pomôžu miestnemu rozvoju cestovného ruchu, ktorý má veľký potenciál najmä vďaka bohatým kultúrnym pamiatkam a nedotknutej prírode.

Použitá literatúra

1. ADÁMIK, Roman. Sociálne médiá a ich platformy [online]. In *Budmanazer.sk* Žilina [citované 1. 2. 2020]. Dostupné na internete: <https://budmanazer.sk/socialne-media-a-ich-platformy-2/>.
2. ADAMS, R. L. Five Ways Virtual Reality Will Change The World [online]. In *Forbes.com*. Washington Blvd Jersey City: 2016 [citované 5. 3. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.forbes.com/sites/robertadams/2016/10/17/5-ways-virtual-reality-will-change-the-world/#2109f04f2b01>.
3. ANTAL, Daniel. Správa o slovenskom hudobnom priemysle [online]. In *Soza.sk*. 2018, 232 s. [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na internete: http://www.soza.sk/cms/content/files/Sprava_o_slovenskom_hudobnom_priemysle.pdf.
4. ARNOLD, Andrew. 3 Interesting Ways Technology Is Shaping The Entertainment Industry [online]. In *Forbes.com*. 2019 [citované 26. 10. 2019] Dostupné na internete: <https://www.forbes.com/sites/andrewarnold/2019/03/21/3-interesting-ways-technology-is-shaping-the-entertainment-industry/#3eef9fad466>.
5. BYFORD, Sam. Steam hit its all-time concurrent user peak over the weekend [online]. In *Theverge.com*. New York: 2020 [citované 10. 3. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.theverge.com/2020/3/16/21181272/steam-concurrent-user-record-set-cs-go>.
6. CEBROVÁ, Linda. Príbeh o úspechu Pixel Federation, ktorá točí milióny vďaka hram [online]. In *Startitup.sk*. Bratislava: 2018 [citované 1. 2. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.startitup.sk/local-pribeh-pixel-federation-ktora-toci-miliony-vdaka-hram/>.
7. FARKAŠ, Dominik. Netflix znižuje kvalitu streamovania v Európe kvôli koronavírusu [online]. In *Zoznam.sk*. Bratislava: 2020 [citované 20. 3. 2020]. Dostupné na internete: <https://gamesite.zoznam.sk/ostatne/tv-a-multimedia/39237-netflix-znizuje-kvalitu-streamovania-v-europe-kvoli-koronavirusu>.

8. GAY, Peter. Schnitzler's Century – The making of middle-class culture (2002) 1850-1914. New York; London W. W. Norton and Co. P. 121 s. ISBN 978-0-393-32363-4.
9. GRAHAM, Paul. Startup = Growth [online]. In *Paulgraham.com*. Pittsburg: 2012 [citované 26. 10. 2019]. Dostupné na internete: paulgraham.com/growth.html.
10. GRANT, Mitchell. Startup [online]. In *Investopedia.com* 2020 [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na: <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>.
11. HORVÁTH, Jakub. Netflix sa stal najväčšou zábavnou spoločnosťou na svete. Prekonal Walt Disney [online]. In *Startitup.sk*. Bratislava: 2018 [citované 12. 12. 2019]. Dostupné na internete: <https://www.startitup.sk/netflix-sa-stal-najvacsou-zabavnou-spolocnostou-na-svete-prekonal-walt-disney/>.
12. JACKSON, Josh. The Top 20 Highest-Grossing Movies of All Time Worldwide [online]. In *Pastemagazine.com*. Decatur: 2019 [citované 19. 11. 2019]. Dostupné na internete <https://www.pastemagazine.com/articles/2018/11/the-highest-grossing-movies-of-all-time.html>.
13. JOHNSON, Holly. The world's top 10 most valuable startups [online]. In *Theceomagazine.com*. New York City: 2018 [citované 1. 2. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.theceomagazine.com/business/start-ups-entrepreneurs/worlds-top-10-startups/>.
14. KALINČÁK, Martin. Zarábajú milióny a všetci ich poznajú: 10 najúspešnejších filmových štúdií sveta [online]. In *Aktuality.sk*. Bratislava: 2019 [citované 12. 12. 2019]. Dostupné na internete: <https://noizz.aktuality.sk/tv-film/najuspesnejsie-filmove-studia/n30b4wy>.
15. KNIŠ, Viktor. Attila Végh porazil Karlosa Vémolu v zápase storočia [online]. In *Refresher.sk*. Bratislava: 2019 [citované 1. 2. 2020]. Dostupné na internete: <https://refresher.sk/76406-Attila-Vegh-porazil-Karlosa-Vemolu-v-zapase-storocia>.
16. LAŠTÍK, J. a spol. Regionálna analýza trhu práce a sociálnych vecí [online]. In *upsvr.gov.sk*. 2008 Námestovo: 2008, 44 s. [citované 1. 2. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.upsvr.gov.sk/>

17. MHSR. KONCEPCIA PRE PODPORU STARTUPOV A ROZVOJ STARTUPOVÉHO EKOSYSTÉMU V SLOVENSKEJ REPUBLIKE [online]. In *Mhsr.sk*. 27 s. [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na: <https://www.mhsr.sk/uploads/files/pTlqvAqi.pdf>.
18. MOSS, Stuart. The Entertainment Industry: An introduction. Wallingford: CABI Publishing, 2009. 400 s. ISBN 978-1-84593-551-1.
19. NICHOLSON, Scott. The state of Escape: Escape Rooms Design and Facilities [online]. In *Scottnicholson.com*. 2016, 20 s. [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na internete: <http://scottnicholson.com/pubs/stateofescape.pdf>.
20. PARMAR, Ashish. Towards Realizing The Potential of Virtual Reality in the Entertainment Industry [online]. In *Hackernoon.com*. Bengalore: 2020 [citované 5. 3. 2020]. Dostupné na internete: <https://hackernoon.com/how-is-virtual-reality-bringing-sea-changes-to-the-entertainment-industry-vh1dy275w>.
21. RECKÝ, Juraj. Všetko o hudobných streamovacích službách: Spotify [online]. In *Dennikn.sk*. Bratislava: 2019 [citované 1. 2. 2020]. Dostupné na internete: <https://techbox.dennikn.sk/temy/vsetko-o-hudobnych-streamovacich-sluzbach-spotify/20>.
22. RUSS, Hilary. Global esports revenues to top \$1 billion in 2019: report [online]. In *Reuters.com*. New York: 2019 [citované 5. 3. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.reuters.com/article/us-videogames-outlook/global-esports-revenues-to-top-1-billion-in-2019-report-idUSKCN1Q11XY>.
23. S. A. International Escape Room Market Analysis [online]. In *Thelogicescapesme.com*. 2019 [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na: <https://thelogicescapesme.com/news/international-escape-room-markets-analysis/>.
24. S. A. Digital Music [online]. In *Statista.com*. Hamburg: 2019 [citované 12. 11. 2019]. Dostupné na internete: <https://www.statista.com/outlook/202/151/digital-music/slovakia#market-revenue>.
25. S. A. Kedy vznikol internet? Podľa mnohých pred 30 rokmi [online]. In *HNonline.sk*. Bratislava: 2013 [citované 26. 10. 2019]. Dostupné na internete:

<https://style.hnonline.sk/tech/476314-kedy-vznikol-internet-podla-mnohych-pred-30-rokmi>.

26. S. A. Laser Tag Arenas in the U.S. Market Size [online]. In *Ibisworld.com*. 2020 [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na: <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/market-size/laser-tag-arenas-united-states/>.
27. S. A. Maps, analysis and statistics about the resident population [online]. In *Urbistat.som*. [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na <https://ugeo.urbistat.com/AdminStat/en/sk/demografia/eta/dolny-kubin/503/3>.
28. S. A. Slovak Yearly Box Office [online]. In *Boxofficemojo.com*. Los Angeles: 2019 [citované 12. 12. 2019]. Dostupné na internete: <https://www.boxofficemojo.com/year/?area=SK>.
29. S. A. The Internet and the rise of online entertainment [online]. In *Yale.edu*. New Haven: 2017 [citované 12. 12. 2019]. Dostupné na internete: <https://campuspress.yale.edu/perspective/the-internet-and-the-rise-of-online-entertainment/>.
30. S. A. Vyhodnotenie sezóny 2018 v Oravskom múzeu [online]. In *Oravskemuzeum.sk*. 2019 [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na: <https://www.oravskemuzeum.sk/vyhodnotenie-sezony-2018-v-oravskom-muzeu/>.
31. SHEAU, Ng. A Brief History of Entertainment Technologies [online]. In *Ieeexplore.ieee.org*. 2012, 100 (5), 5s. [citované 26. 10. 2019]. Dostupné na internete: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=6182692>.
32. SLÁVIK, Štefan a kol. Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie startupov [online]. Bratislava: 2015, 310 s. [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/304990195_PODNIKATELSKE_MODELY_A_PODNIKATELSKE_STRATEGIE_STARTUPOV.
33. ŠRENKEL, Ľudovít. Čo je to start up? [online]. In *Podnikajte.sk*. Bratislava: 2015 [citované 26. 10. 2019]. Dostupné na internete: podnikajte.sk/priprava-na-start/co-je-startup.

34. VNUK, Peter. Čo je e-šport? [online]. In *Quark.sk*. Bratislava: 2017 [citované 5. 3. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.quark.sk/co-je-e-sport/>.
35. VOGEL, Harold. 2015. Entertainment Industry Economics – A Guide for Financial Analysis. 9. vyd. New York: Cambridge University Press, 2015. 680 s. ISBN 978-1107075290.
36. WATSON, Amy. Coronavirus impact: growth in time spent streaming TV and video worldwide in the weekend of March 13 to 14, 2020 [online]. In *Statista.com*. Hamburg: 2019 [citované 5. 4. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.statista.com/statistics/1107559/video-streaming-consumption-growth-worldwide-coronavirus/>.
37. WATSON, Amy. Estimated revenue of the U.S. motion picture/video production and distribution industry from 2005 to 2018 [online]. In *Statista.com*. Hamburg: 2019 [citované 12. 11. 2019]. Dostupné na internete: <https://www.statista.com/statistics/184140/estimated-revenue-of-us-motion-picture-and-video-industry-since-2005/>.
38. WATSON, Amy. U.S. Music Industry - Statistics & Facts [online]. In *Statista.com*. Hamburg: 2019 [citované 12. 11. 2019]. Dostupné na internete: <https://www.statista.com/topics/4948/music-industry/>.