

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU

Evidenčné číslo: 104002/B/2021/36122 1637 4533 6068

ŠPECIFIKÁ KREATÍVNEHO A KULTÚRNEHO
PRIEMYSLU V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

Bakalárska práca

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU

ŠPECIFIKÁ KREATÍVNEHO A KULTÚRNEHO
PRIEMYSLU V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

Bakalárska práca

Študijný program: ekonomika a manažment podniku

Študijný odbor: ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Podnikovohospodárska fakulta

Vedúca záverečnej práce: Ing. Mária Trúchliková, PhD.

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že bakalársku prácu som vypracoval samostatne na základe uvedenej domácej a zahraničnej literatúry, elektronických zdrojov, vlastných vedomostí a informácií získaných od osôb z praxe.

Dňa: _____

Podpis študenta: _____

Pod'akovanie

Chcem sa pod'akovať vedúcej mojej záverečnej práce Ing. Márii Trúchlikovej PhD. za odborné vedenie, kvalifikované a cenné rady a pripomienky, ochotu a venovaný čas, ktoré mi poskytovala počas doby písania práce. Taktiež sa chcem pod'akovať mojej matke a konateľke spoločnosti M S Arch, s.r.o., Ing.arch. Monike Šutej za hodnotné informácie, ktoré mi pre účely mojej práce poskytla.

ABSTRAKT

BORGULA, Robert: Špecifiká kreatívneho a kultúrneho priemyslu v Slovenskej republike. –Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta podnikového manažmentu; Katedra podnikovohospodárska.- Ing. Mária Trúchliková, PhD.- Bratislava: FPM EU, 2021, 46 s.

Cieľom tejto záverečnej práce je skúmanie špecifik kreatívneho a kultúrneho priemyslu na území Slovenska. Práca je rozdelená do troch kapitol. Náplňou prvej kapitoly je skúmanie súčasného stavu riešenej problematiky doma a v zahraničí a obsahuje definície špecifik, charakteristiky a metód merania kreatívneho a kultúrneho priemyslu. V druhej kapitole sú zadané parciálne ciele práce, ktoré spoločne tvoria kľúč k naplneniu primárneho cieľa. V tejto kapitole je zahrnutá aj charakteristika objektu skúmania a opis a vysvetlenie pracovných postupov, metód a spôsob získavania údajov. V poslednej, tretej kapitole, sú poznatky nadobudnuté v teoretickej časti aplikované a porovnávané s vybraným podnikom. Následne sú vyhodnotené výsledky skúmania, doplnené o možnosti zlepšenia danej problematiky.

Práca obsahuje 9 tabuliek, 5 grafov a 4 obrázky.

Kľúčové slová: kreatívny a kultúrny priemysel, kreativita, kultúra, špecifiká, Slovenská republika, architektúra

ABSTRACT

BORGUĽA, Robert: Specifics of the creative and cultural industry in the Slovak Republic. -University of Economics in Bratislava. Faculty of business management; Department of Business Economy. –Ing. Mária Trúchliková, PhD.- Bratislava: FPM EU, 2021, 46 pages.

The aim of this final thesis is to examine the specifics of the creative and cultural industries in Slovakia. This thesis is divided into three chapters. The content of the first chapter is an examination of the current state of the subject in the inland and abroad and contains definitions of specifics, characteristics and methods of measuring of the creative and cultural industries. The second chapter defines the partial aims of the thesis, which together form the key to fulfilling the primary aim. This chapter also includes the characteristics of the object of investigation and a description and explanation of work procedures, work methods and methods of data acquisition. In the last, third chapter, the knowledge acquired in the theoretical part is applied and compared with the chosen company. Subsequently, the results of the research are evaluated, supplemented by the possibility of improving the issue.

This thesis contains 9 charts, 5 graphs nad 4 images.

Key words: creative and cultural industry, creativity, culture, specifics, Slovak republic, architecture

OBSAH

Úvod.....	8
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	9
1.1. Teoretické vymedzenie kultúrneho a kreatívneho priemyslu.....	9
1.2. Odvetvia kultúrneho a kreatívneho priemyslu.....	10
1.3. Špecifiká a význam kultúrneho a kreatívneho priemyslu.....	14
1.4. Meranie kultúrneho a kreatívneho priemyslu.....	18
2 Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania.....	22
2.1. Cieľ práce.....	22
2.2. Metodika práce a metódy skúmania.....	22
2.2.1 Charakteristika objektu skúmania.....	22
2.2.2 Pracovné postupy.....	22
2.2.3 Spôsob získavania údajov a ich zdroje.....	23
2.2.4 Použité metódy vyhodnotenia a interpretácie výsledkov.....	23
3 Výsledky práce a diskusia.....	25
3.1. Inovácie.....	25
3.2. Duševné vlastníctvo a jeho ochrana.....	28
3.3. Stav zamestnancov a personálna štruktúra spoločnosti.....	31
3.4. Investície a oceňovanie práce.....	32
3.5. Finančná štruktúra a analýza spoločnosti.....	36
3.6. Konkurenčné prostredie.....	40
3.7. Diskusia a možnosti zlepšenia.....	41
3.7.1. Možnosti zlepšenia.....	41
Záver.....	43
Zoznam použitej literatúry.....	44

ÚVOD

Tvorit'. Vymýšľať doposiaľ nevymyslené. Objavovať. Vytvárať trvalé hodnoty. Prekvapovať. Robiť veci po svojom. Vymykať sa zaužívaným štandardom. Dať priestor ideálom. Mať víziu. Nebáť sa ísť proti prúdu. Dať bokom pragmatizmus a uprednostniť emóciu. Toto všetko a mnoho ďalšieho charakterizuje od nepamäti kreativitu a kultúru. Dva dôležité piliere ľudskej civilizácie, ktoré spoločnosť spájajú, rozdeľujú, posúvajú dopredu a v prvom rade formujú. Kultúra je vizitkou akéhokoľvek spoločenstva. Práve kultúra náš druh najväčšmi odlišuje od zvierat. Tam, kde už sú zabezpečené všetky elementárne potreby, od ktorých závisí prežitie nastupujú pridané hodnoty, bez ktorých by síce ľudstvo prežilo ale neprežila by ľudskosť. Kultúra je široký pojem, ktorý však pokrýva jednotné poslanstvo. Jeho pôvod nájdeme v latinčine, *cultura*, odvodené od výrazu *colere*, v preklade „pestovať“. Kultúra definuje a odzrkadľuje zvyky a spôsoby, ktoré si spoločnosť chodom dejín vypestovala a stále pestuje.

Pre kultúrny priemysel je absolútne kľúčová kreativita. Taktiež pojem latinského pôvodu (*creatio*=tvorba), ktorý pomenúva schopnosť vynaliezať a vytvárať neokukané, nové veci a súbory vecí. Aby bol kultúrny produkt naozaj kultúrnym a dokázal strhnúť záujem publika a tým súčasne zanechať stopu, nestačí len zobrať určitý spoločenský jav a hodnoverne avšak stereotypne ho predostrieť konzumentovi. Úspech tkvie v tom, aby bola akákoľvek skutočnosť stvárnená spôsobom svojším, takým, ktorý zároveň výstižne vyobrazuje myšlienku no pritom prináša do pléna nový pohľad či inovatívne prevedenie. Kreativita zohráva významnú rolu aj mimo kultúry a v dnešnom svete spája niekoľko na prvý pohľad možno rôznorodých priemyselných odvetví. Spája ich to, že napriek technologickým pokrokom je práve kreativita tým nenahraditeľným ľudským elementom, ktorý vytvára duševné vlastníctvo, teda primárny produkt kreatívneho a kultúrneho priemyslu.

Cieľom tejto záverečnej práce je zhrnúť rozličné teoretické pohľady na kreatívny a kultúrny priemysel a jeho možné kategorizácie a spôsoby merania a zhodnotiť jeho vývoj a aktuálnu situáciu na území SR. V prvej časti práce sa venujeme sumarizovaniu a porovnávaniam už známych skutočností a údajov. Druhá časť je venovaná skúmaniu reálneho podniku pôsobiaceho v kreatívnom priemysle.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Predtým, než prejdeme k rozdeleniu kultúrneho a kreatívneho priemyslu na jednotlivé odvetvia, je dôležité vysvetliť si pojmy kultúra a kreativita v teoretickej rovine. Následne sa zamierame na to, ako sa rozdeľujú, čo ich odlišuje, čo majú spoločné a čím sa charakteristicky odlišujú od tradičných priemyselných odvetví. Pozrieme sa aj na význam kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike a na rozličné metódy merania tohto druhu priemyslu.

1.1 Teoretické vymedzenie kultúrneho a kreatívneho priemyslu

Kultúra a kreativita sa postupom času stali regulárnymi odvetviami priemyslu a zdrojom obživy pre ich tvorcov. Táto pridaná spoločenská hodnota teda prináša aj hodnoty ekonomického charakteru a delí sa na viacero jednotlivých odvetví. Kreativita je spôsob robiť veci novým spôsobom, tak, ako ešte urobené neboli, nápadito a neprezieravo. Kultúra v sebe nesie veľkú dávku kreativity, avšak kreatívne sa dajú robiť aj záležitosti, ktoré nie sú súčasťou kultúry. Kreativita však nie je len súčasťou niečoho väčšieho, je aj samostatným konkrétnym, a to, aj v rovine priemyslu.

Práve kultúra tvorí podstatu kreatívnej ekonomiky. Kultúrne aktivity nemajú iba priamy ekonomický vplyv prostredníctvom generovaného príjmu a počtu ľudí, ktorí pracujú v oblasti umenia a kultúrnych pamiatok či podujatí, ale poskytujú aj mnohonásobné vstupy pre širšie spektrum kreatívnych odvetví a to formou obsahu, inšpirácie, zručností, schopností, duševného kapitálu a odborných pracovníkov. Kultúrne aktivity slúžia ako ťažiskový bod pre vytváranie sietí kreatívnych odvetví a ich rozvoj.¹

Podnikateľské subjekty pôsobiace v kultúrnom a kreatívnom priemysle často pôsobia v špecifických trhových podmienkach, produkujú tovary, ktoré sú svojou podstatou 'kultúrne', pracujú s ľuďmi, ktorí sú často zameraní viac na obsah ako na

¹ MADUDOVÁ, Emília. Teoretické východiská vymedzenia kultúrneho a kreatívneho priemyslu v slovenskej republike [elektronický zdroj]. Elektronický časopis Katedry spojov UNIZA, 2015. 20 s. [12.11.2020] ISSN 1336-8281 Dostupné na: <https://drepo.uniza.sk/bitstream/handle/hdluniza/81/pte.C.2015.1.4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

komerčnú stránku a vytvárajú a prinášajú na trh kultúrny alebo kreatívny produkt alebo službu.²

Úzku spätosť medzi kultúrou a kreativitou nie je možné prehliadať a len ťažko by sme mohli medzi týmito dvoma javmi urobiť hrubú deliacu čiaru. Napriek tomu je potrebné rozlišovať medzi priemyslom kultúrnym a kreatívnym. Kultúru možno definovať ako súhrn poznatkov, zvyklostí a úrovne umeleckého a vedeckého rozvoja v rámci určitej konkrétnej epochy alebo určitej sociálnej skupiny.³ Za kreatívne odvetvia považujeme tie, ktorých podstatou je individuálna kreativita, zručnosti a talent.⁴

1.2 Odvetvia kultúrneho a kreatívneho priemyslu

Aby sme vymedzili jednotlivé odvetvia, v prvom kroku rozlišujeme kultúrny a kreatívny priemysel. Kultúrny priemysel sa ďalej rozdeľuje „nepriemyslový“ tzn. umelecký. Tu radíme nereprodukovateľné produkty a služby, ktoré si ich konzument užíva na konkrétnom mieste a v konkrétnom čase. Konkrétne ide o umelecké činnosti ako výstavy obrazov, sôch, fotografií, koncerty, divadelné predstavenia alebo tanečné vystúpenia. Druhou kategóriu je „priemyslový“ sektor, ktorý vytvára kultúrne produkty v hmatateľnejšej a hlavne masovej forme. Ide o knihy, filmy či hudobné nahrávky.⁵ Tieto produkty sú trvácne, dostupné dlhodobo a ich konzumenti si ich môžu užiť kedykoľvek, kedykoľvek a opakovane.

Kreatívny priemysel zahŕňa produkty a služby, ktoré vo svojej podstate nie sú kultúrne, ale kreativitou im je dodaný kultúrny nádych. Kreativita tu slúži na využitie kultúrnych zdrojov ako medzičlánku pre proces tvorby nekultúrnych tovarov. Do tejto kategórie radíme módnny a interiérový dizajn, dizajn produktov, architektúru a marketing. Nadväzujúcou kategóriou je priemysel súvisiaci s kreativitou zameraný na moderné

² UTRECHSTSKÁ UMELECKÁ ŠKOLA (HKU), spolu so spoločnosťami K2M Ltd a Eurokleis S.r.l. Podnikateľský rozmer kultúrneho a kreatívneho priemyslu [elektronický zdroj]. GR Európskej komisie pre vzdelávanie a kultúru, 2020. 1-2 s. [12.11.2020] ISBN/EAN: 978-90-817243-1-9 Dostupné na: https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2020/02/Podnikatelsky_rozmer_kulturneho_a_kreativneho_priemyslu.pdf

³ MADUDOVÁ, Emília. Teoretické východiská vymedzenia kultúrneho a kreatívneho priemyslu v slovenskej republike [elektronický zdroj]. Elektronický časopis Katedry spojov UNIZA, 2015. 21 s. [12.11.2020] ISSN 1336-8281 Dostupné na: <https://drepo.uniza.sk/bitstream/handle/hdluniza/81/pte.C.2015.1.4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

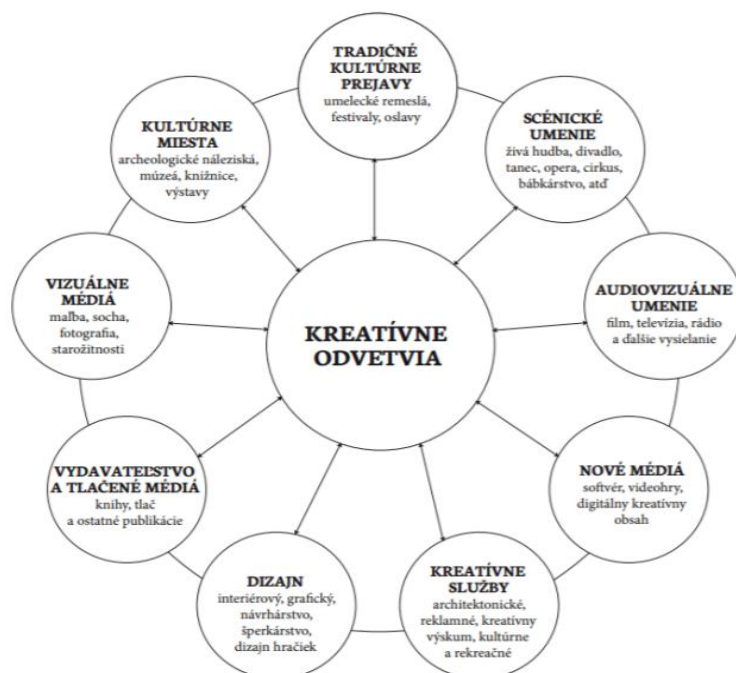
⁴ BUČEK, Milan, Štefan REHÁK, Oto HUDEC, et al. Kreativná ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly: KRENAR. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 319 s. ISBN 978-80-225-3954-8.

⁵ KEA European Affairs. The economy of culture in Europe [elektronický zdroj]. Study prepared for the European Comission, 2006. 2 s. [14.11.2020] Dostupné na: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf

technológie, v tomto prípade hovoríme o vývoji softvérov, počítačov, mobilov, herných konzol a hier a podobných tovarov.⁶

Toto rozdelenie vypracované pre Európsku komisiu však nie je záväzné a zďaleka nie jediné. Viacero odborníkov a organizácií, ktoré sa snažili túto tému uchopiť a dať jej nejaký rámec sa dopracovali k odlišným výsledkom.

Jedným príkladom je UNESCO, celosvetová kultúrna organizácia a jej štúdiá *Statistics on Cultural Industries: Framework for the Laboration of National Data Capacity Building Projects*. V nej sa stretávame s rozdelením, podľa ktorého všetky oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu spadajú do jednej hlavnej skupiny- kreatívne odvetvia. Menovite tradičné kultúrne prejavy (umelecké remeslá, festivaly), scénické umenie (živá hudba, divadlo, tanec, opera, cirkus atď.), audiovizuálne umenie (film, televízne programy, rádio), nové médiá, (softvér, videohry, digitálny kreatívny obsah), kreatívne služby (architektúra, reklama, kreatívny výskum, rekreačné a kultúrne služby), dizajn, vydavateľstvo a tlačéné médiá, vizuálne médiá (maľby, sochárstvo, fotografie, starožitné artefakty) a kultúrne miesta (múzeá, archeologické náleziská, výstavy, knižnice).



Obrázok 1 Rozdelenie kreatívnych odvetví podľa UNESCO

Zdroj: MADUDOVÁ, Emília. *Teoretické východiská vymedzenia kultúrneho a kreatívneho priemyslu v slovenskej republike*

⁶ KEA European Affairs. The economy of culture in Europe [elektronický zdroj]. Study prepared for the European Commission, 2006. 2 s. [14.11.2020] Dostupné na: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf

Alternatívnu definíciu a rozdelenie vo svojej knihe *Creative Economy* (2001), ktorá bola prvým zásadným dielom zaoberajúcim sa touto tematikou, predstrel politický britský konzultant a žurnalista John Hawkins. Kreatívny priemysel vnímal ako prostredie, v ktorom sa stretávame s duševným vlastníctvom. Rozdelil ho do troch kategórií a to podľa typu ochrany duševného vlastníctva. Pre spresnenie, patentové priemysly ako napríklad farmaceutický alebo chemický, autorskoprávne priemysly, ktoré pokrývajú umelecké činnosti ale aj architektúru alebo výrobu elektroniky a priemysel ochranný známk, kam patrí dizajn.⁷

Slovenská republika si osvojila rozdelenie, ktoré v roku 2006 prevzala Európska komisia a používame ho v oficiálnej administratíve.⁸ Oba spomínané priemyslové odvetvia zastrešuje Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky. To však zároveň pripúšťa aj zlúčenie do jednej kategórie s výnimkou čisto kultúrnych aktivít, ako je napríklad návšteva múzea.⁹ Z hľadiska lepšieho poznania štruktúry kreatívneho priemyslu možno jeho oblasti rozdeliť podľa povahy jeho predmetu (prípadne tovarov a služieb), a to na:

- I. oblasť umenia a kultúry
- II. oblasť primárne súvisiacu s využívaním kreatívnej činnosti (napr. reklama, dizajn, zábavný priemysel)
- III. oblasť predaja alebo vytvárania prístupu k tovarom alebo službám z predchádzajúcich oblastí pre spotrebiteľov (napr. výroba hardvéru, elektronické komunikácie, archívniectvo, informačné služby).¹⁰

Kultúrny a kreatívny priemysel v SR delíme na 25 jednotlivých odvetví rozdelených do siedmych kategórií.¹¹

⁷ ADAMCOVÁ, M. Kulturní a kreativní průmysly v české republice, Diplomová práce, Masarykova univerzita, 2014. 20 s. Dostupné na: https://is.muni.cz/th/uicra/diplomka_final.pdf

⁸ ÚSTREDNÝ PORTÁL VEREJNEJ SPRÁVY, Agenda kreatívny priemysel [elektronický zdroj], [5.12.2020] Dostupné na: https://www.slovensko.sk/sk/agendy/agenda/_kreativny-priemysel/

⁹ NEULOGY, a.s.. Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku [elektronický zdroj]. Pre Ministerstvo kultúry SR 2013, 30 s. [5.12.2020] Dostupné na: <https://www.tvba.sk/imageuploads/1207/sprava-kreativny-priemysel-mksr-neulogy.pdf>

¹⁰ NEULOGY, a.s.. Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku [elektronický zdroj]. Pre Ministerstvo kultúry SR 2013, 31 s. [5.12.2020] Dostupné na: <https://www.tvba.sk/imageuploads/1207/sprava-kreativny-priemysel-mksr-neulogy.pdf>

¹¹ BALOG, M. a kol. Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku. 2014, 19 s. ISBN 978-80-88823-56-8

Tabuľka 1 Rozdelenie kreatívneho priemyslu v SR

1.	2.	3.	4.
Reklama a marketing	Architektúra	Dizajn, módný dizajn	Film, tv, rádio, fotografia
Komunikácia s verejnosťou Reklamné agentúry Predaj vysielacieho času	Architektonické činnosti	Dizajnérske činnosti	Výroba filmov, tv programov Súvisiace podporné činnosti Distribúcia filmov, tv programov Premietanie filmov Rozhlas Tv vysielanie Fotografické činnosti
5.	6.	7.	
IT	Vydavateľská činnosť	Hudobné, scénické, vizuálne umenie	
Programovanie Poradenstvo v oblasti počítačov	Vydávanie kníh Vydávanie katalógov Vydávanie novín Vydávanie časopisov Nakladateľstvo v oblasti pc hier Nakladateľstvo v oblasti softvéru Prekladateľstvo, tľmočníctvo	Priprava, zverejnenie zvukových nahrávok Umelecké vzdelávanie Scénické umenie Súvisiace podporné činnosti Umelecká tvorba Prevádzka kultúrnych zariadení	

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Neulogy, a.s.

Veľmi podobné, aj keď v niečom odlišné rozdelenie ako Slovenská republika používa aj Nemecko. To pod pojmom kultúrny priemysel definuje hudobnú tvorbu, literatúru, výtvarné umenie, kinematografiu, televíziu a rozhlas, scénické umenie, dizajn, architektúru a tlač. Pod kreatívny priemysel patrí marketing a tvorba počítačových softvérov a videohier. Vidíme teda, že nemecké inštitúcie považujú za kultúrne aj niektoré činnosti, ktoré sa v iných deleniach radia medzi kreatívny, ako je architektúra, dizajn a marketing.¹²

Vo Veľkej Británii je rozdelenie medzi kreatívnym a kultúrnym priemyslom vymedzené jednoznačne. Za odvetvia kreatívneho priemyslu sa považujú reklama, architektúra, trh s umením a starožitnosťami a remeslá (textil, keramika, šperkárstvo, sklárstvo, kováčstvo).¹³ Kultúrny priemysel sa teda viaže na kultúrne udalosti.

Rozdelenia sa síce líšia, väčšina ale za bernú mincu považuje fakt, či ide umenie vo forme nejakej udalosti (koncert, návšteva galérie a podobne) alebo o materiálny produkt,

¹² KRAUS, M., ŽÁKOVÁ, E., Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie [elektronický zdroj], Insitut umění- Divadelní ústav Praha, 2014. 35 s. ISBN 978-80-7008-324-6 Dostupné na: <https://www.idu.cz/cs/publikace/795-kulturni-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich-evropske-unie-vymezeni-ekonomicky-prinos-strategicka-podpora>

¹³ KRAUS, M., ŽÁKOVÁ, E., Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie, Insitut umění- Divadelní ústav Praha, 2014. 9 s. ISBN 978-80-7008-324-6 Dostupné na: <https://www.idu.cz/cs/publikace/795-kulturni-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich-evropske-unie-vymezeni-ekonomicky-prinos-strategicka-podpora>

ktorý je z jedného hľadiska rýdzo priemyslovou záležitosťou, zároveň však v sebe nesie kultúru inšpiráciu.

1.3 Špecifiká a význam kultúrneho a kreatívneho priemyslu

Oveľa jednoduchšie ako kultúrny a kreatívny priemysel separovať je určiť spoločné špecifiká a vyhodnotiť jeho význam. Už len keď si uvedomíme skutočnosť, že ich rozdelenie na dva nezávislé druhy priemyslu je dosť nejednoznačné a dlhé roky je predmetom diskusie, je celkom zrejmé, že spolu úzko súvisia a v určitých momentoch sa na ne pokojne dá pozerieť ako na jednotný celok, pozostávajúci z viacerých častíc. V súčasnosti sa používa spoločný pojem kultúrne a kreatívne odvetvia (cultural and creative industries – CCI). Aj keď je táto skupina veľmi heterogénna, Power a Scott (2011) konštatujú, že kultúrne a kreatívne odvetvia spájajú tri spoločné znaky.

- Výstupy kreatívnych odvetví majú určitú kultúrnu, resp. symbolickú hodnotu.
- Rast príjmov domácností vyvoláva nadproporcionálny rast ich spotreby.
- Priestorová koncentrácia- vyskytujú sa najmä vo veľkých mestách.¹⁴

Ďalšími špecifickými znakmi kultúrneho a kreatívneho priemyslu sú:

- **Duševné vlastníctvo-** nie všetko, čo nesie ochrannú známku, patent alebo autorské právo je súčasťou kreatívneho a kultúrneho priemyslu, ale každá jeho súčasť je duševným vlastníctvom.
- **Kreativita a talent-** práve talent zohráva v prípade kreatívnych a kultúrnych odvetví významnejšiu úlohu ako pri mnohých iných odvetviach priemyslu. Samozrejme, že aj vzdelanie a skúsenosti sú podkladmi pre kvalitne odvedenú kreatívnu prácu, niektoré profesie ako napríklad architektúra sú adekvátnym vzdelaním v odbore podmienené. Ľudský faktor v podobe prirodzeného talentu ale prináša do kreativity a kultúry práve tú pridanú hodnotu v podobe inakosti a odlišenia, ktorú konzumenti vyhľadávajú. Skúmaniu kreativity ako priemyslu sa venoval americký filozof Richard Florida, ktorý zaviedol pojem „kreatívny trieda“.

¹⁴ BUČEK, Milan, Štefan REHÁK, Oto HUDEC, et al. Kreatívna ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly: KRENAR. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 14 s. ISBN 978-80-225-3954-8.

Túto triedu opisuje ako pracovníkov, ktorých ekonomická situácia spočíva primárne v tvorbe vlastných myšlienok, technológií alebo obsahov, inak povedané osôb, ktoré vytvárajú ekonomické hodnoty vlastnou kreativitou.¹⁵

- **Podnecovanie inovatívnych myšlienok a poskytovanie odpovedí na globálne aj lokálne ekonomické a sociologické výzvy-** kultúrna a kreatívna ekonomika pôsobí v prostredí plnom výziev, ktoré v blízkej budúcnosti nebudú ani jednoduchšie, ani zriedkavejšie, v mestách a obciach, ktoré podstupujú štrukturálne zmeny. Kultúrna a kreatívna ekonomika je charakteristická tým, že rôznorodými spôsobmi ovplyvňuje ekonomický a mestský rozvoj, a tiež tým, že vytvára nové umelecké trendy.¹⁶ Aktuálna situácia a smerovanie kreatívnych a kultúrnych odvetví v určitom meste, regióne či krajine sa odzrkadľuje aj v širšom spoločenskom a ekonomickom kontexte.
- **Významné zastúpenie malých podnikov a samozamestnávateľov-** na rozdiel od iných sektorov, prevažujú v kultúrnych a kreatívnych odvetviach samozamestnávatelia a malé podniky. Oproti tradičným odvetviam je v rámci EÚ v oblasti KKP až dvojnásobný počet samozamestnávateľov.
- **Relatívne nízka potreba počiatočného kapitálu-** kreatívne odvetvia sú založené prevažne na znalostiach a činnostiach náročných na prácu. Z pohľadu politiky to poukazuje na relatívne nízke náklady na novovytvorené pracovné miesta, a tým aj možnosť efektívnejšej a cielenejšej podpory. Na druhej strane je získavanie počiatočného kapitálu pre podnikateľov oveľa náročnejšie, keďže žiadatelia často nedokážu preukázať finančnú návratnosť projektov.
- **Výrazné medzisektorové väzby-** kreatívne odvetvia často produkujú výstupy, ktoré slúžia ako významné vstupy do inovačného procesu iných sektorov.

¹⁵ RUMPEL, Petr, Ondřej SLACH a Jaroslav KOUTSKÝ. Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian region, 2009. S.2 ISSN 1212-3609

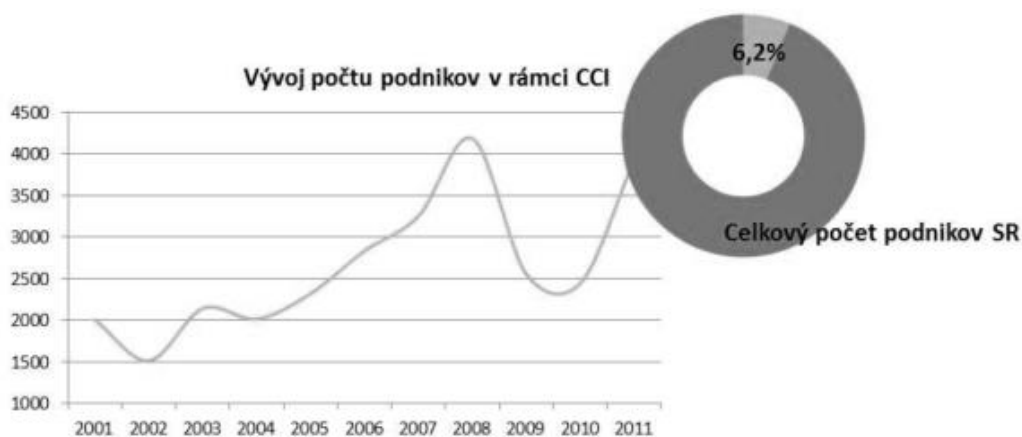
¹⁶ NEULOGY, a.s.. Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku [elektronický zdroj]. Pre Ministerstvo kultúry SR 2013, 13 s. [5.12.2020] Dostupné na: <https://www.tvba.sk/imageuploads/1207/sprava-kreativny-priemysel-mksr-neulogy.pdf>

- **Vysoká miera koncentrácie kultúrnych a kreatívnych odvetví-** podniky činné v oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu sa často koncentrujú blízko seba. Najčastejšie sa vyskytujú vo veľkých mestách.
- **Veľká diverzita trhových segmentov a vysoká miera rizikovosti sektora-** keďže produkty sa vyznačujú vysokou mierou originality, existuje veľká diverzita trhových segmentov. Významná časť produktov je nehmotná a ich hodnota je subjektívna, je ťažké predpovedať ich reálnu trhovú hodnotu.
- **Potreba veľmi špecifického mixu predpokladov-** pri veľkej segmentácii trhov potrebuje každý jednotlivec špecifický mix zručností, schopností a vedomostí. Je nemožné unifikovaným spôsobom vzdelávať ľudské zdroje tak ako v prípade väčšiny pozícií v tradičných priemyselných odvetviach a požiadavky na vzdelávanie sú teda veľmi špecifické.
- **Inovácie sú väčšinou skryté a automatické-** nevznikajú na základe podpory výskumu a vývoja, ale sú prirodzenou súčasťou podnikateľskej stratégie a fungovania podnikov.
- **Náročné kopírovanie výstupov-** kopírovať kreatívne a kultúrne služby a produkty je oveľa komplikovanejšia ako kopírovať výrobu. To predstavuje dva dôležité aspekty pre podpornú politiku. Prvým je, že investície do komercializácie týchto odvetví môžu mať vyššie výnosy a teda väčší prínos pre krajinu či región a tieto investície zároveň vedú k vytváraniu produktovej značky, ktorej hodnota dlhodobo ovplyvňuje výnosy z následného exportu. Druhým aspektom je, že ani politiku nie je možné univerzálne kopírovať pri snahe o napodobňovanie úspešných príkladov tvorby kreatívnych odvetví, ale skôr ju zameriavať na regionálnu špecializáciu a vytvorenie vlastnej cesty rozvoja vybraných kreatívnych odvetví, ktoré majú najväčšie predpoklady pre rozvoj v danom regióne či krajine.¹⁷

Na Slovensku sa kreatívnemu a kultúrnemu priemyslu kladie stále väčší význam. V roku 2014 tvorili obchodné spoločnosti kreatívneho a kultúrneho priemyslu 6,2% slovenského priemyslu a 4% ľudí pracovali v týchto odvetviach. Toto číslo ale

¹⁷ BALOG, M. a kol. Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku. 1. vyd. Bratislava: Slovenská inovačná a energetická agentúra, 2014. 45-47 s. ISBN 978-80-88823

nezohľadňuje SZČO ani ďalšie osoby v slobodnom povolání, ktoré pôsobia v oblasti kreatívneho priemyslu, keďže v týchto skupinách sa nerealizuje štatistické zisťovanie. Sila kreatívneho a kultúrneho priemyslu dlhodobo rastie.¹⁸ Kým v roku 2002 bolo v Slovenskej republike 1500 podnikateľských subjektov činných v tomto priemysle, v roku 2011 to bolo 4000. Najväčší počet bol zaznamenaný v roku 2008, následne sa vplyvom finančnej krízy výrazne znížil a klesol pod 2000, avšak išlo iba o krátkodobý trend.¹⁹ Žiaľ, nie sú dostupné aktuálnejšie dáta. Dá sa predpokladať, že až do roku 2020 sa množstvo subjektov aktívnych na poli kreatívneho a kultúrneho priemyslu naďalej zvyšovalo. Vplyvom opatrení proti šíreniu pandémie COVID-19, ktoré výrazne tento segment zasiahli, ich v tomto roku veľa skrachovalo a je pravdepodobné, že ďalšie pribudnú aj v prvom kvartáli roku 2021.



Zdroj: ŠÚ SR.

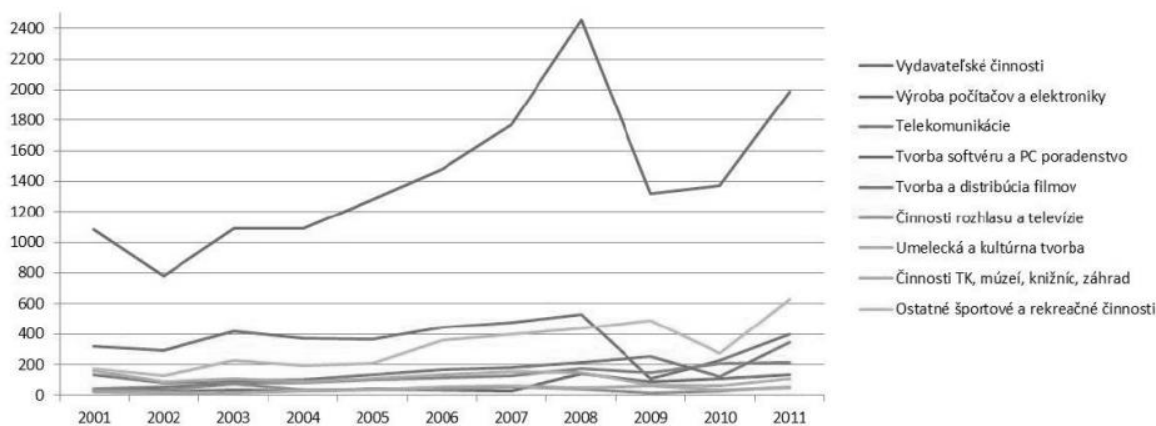
Graf 1 Vývoj počtu podnikov v kreatívnom a kultúrnom priemysle v SR 2001-2011

Zdroj: Štatistický úrad SR

Najsilnejšie postavenie v rámci KKP (kreatívny a kultúrny priemysel) má tvorba softvérov a PC poradenstvo a to s markantným náskokom pred telekomunikáciami a vydavateľskými činnosťami. Najmenší podiel tvoria činnosti rozhlasu a televízie.

¹⁸ BACULÁKOVÁ, K. Cluster analysis of creative industries in the regions and districts of Slovakia, 2018. 75 s.

¹⁹ NEULOGY, a.s.. Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku [elektronický zdroj]. Pre Ministerstvo kultúry SR 2013, 39 s. [5.12.2020] Dostupné na: <https://www.tvba.sk/imageuploads/1207/sprava-kreativny-priemysel-mksr-neulogy.pdf>



Zdroj: ŠÚ SR.

Graf 2 Zastúpenie jednotlivých činností v rámci KPP v SR 2001-2011

Zdroj: Štatistický úrad SR

Opäť je ale potrebné spomenúť a zdôrazniť skutočnosť, že tieto štatistiky neberú do úvahy SZČO a slobodné povolania. Podľa Štatistického úradu SR sa v roku 2011, teda pri poslednom sčítaní, sa viac ako 27 000 ľudí živilo vykonávaním slobodného povolania. Nie je však zrejmé, koľko z nich zároveň spadá pod KKP. Medzi slobodné povolania totiž patria mimo iné napríklad lekári, notári, advokáti či exekútori. Zároveň sú ale takto registrovaní aj architekti, výtvarníci, spisovatelia a hudobníci. Je mnoho takých, ktorí nie sú nikde zamestnaní a nemajú založenú živnosť a z toho dôvodu nie sú zachytení v štatistikách.

Pri poslednom zaznamenaní štatistík (2011) sa celkové tržby v oblasti kreatívneho priemyslu v roku pohybovali na hranici 5,5 mld. EUR, čo predstavuje takmer 4 % všetkých tržieb hospodárstva SR. Najvyšší podiel na tržbách mal KPP v roku 2008 a to viac než 7%.²⁰

1.4 Meranie kultúrneho a kreatívneho priemyslu

Kreativita a kultúra nie sú jednoducho merateľné po kvantitatívnej stránke a kvalitatívne hodnotenie naráža na problém subjektivity. Prínos kultúrneho a kreatívneho priemyslu pre ekonomiku je možné merať pomocou rôznych multiplikátorov. Štyri základné prístupy odhadovania ekonomických dopadov podľa multiplikátorov sú: expertný odhad, multiplikátory prevzaté z podobných štúdií, odvetvové multiplikátory z už

²⁰ NEULOGY, a.s.. Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku [elektronický zdroj]. Pre Ministerstvo kultúry SR 2013, 40 s. [5.12.2020] Dostupné na: <https://www.tvba.sk/imageuploads/1207/sprava-kreativny-priemysel-mksr-neulogy.pdf>

publikovaných zdrojov a input-output model regionálnej ekonomiky. V Českej republike bola takáto metodika prijatá v roku 2013 a spracovaná v rámci viacročného výskumného projektu *Mapovanie kultúrnych a kreatívnych prŕmyslŕ v ĀR*, ktorý rieši český Institut umění – Divadelní ũstav.²¹ Na Slovensku Œiaľ takáto metodika zatiaľ zavedená nebola a preto nie je celkom jasné, akú významnosť nesie kreatívny a kultúrny priemysel pre naše hospodárstvo.

Kreativitu ako takú je možné hodnotiť podľa takzvaných kompozitných indexov. Predlohou alebo inšpiráciou pre ich kompozíciu bola Floridova 3T teória. Florida je priekopníkom indexu kreativity, ktorý ako kvantitatívne meradlo mohol slŕžiť na porovnanie viacerých krajín. Index 3T pozostáva z troch indexov- index talentu, tolerancie a technológie. Každý index sa delí na ďalšie subindexy, ktoré sa hodnotia podľa stanovených kritérií. Florida a Tinagli v roku 2004 vytvorili Euro-Creativity Index, ktorý pozostával z rovnakých troch subindexov. Neskôr vytvorili globálny index kreativity (GCI), ktorý sa zamerail na 82 krajín po celom svete.^{22 23}

Tabuľka 2 Index 3T podľa Floridu

INDEXY	KRITÉRIA
Index talentu	
Index ľudského kapitálu	Podiel populácie s vysokoškolským vzdelaním
Index kreatívnej triedy	Koncentrácia kreatívnej triedy
Index technológie	
Index inovácie	Počet patentov na počet osôb
High-tech index	Percento výstupov v oblasti high-tech
Index tolerancie	
Index homosexuality	Podiel gejov na celkovej populácii regiónu
Umelecký index	Počet umelcov v regióne
Index migrácie	Podiel imigrantov na celkovej populácii regiónu

Zdroj: vlastné spracovanie

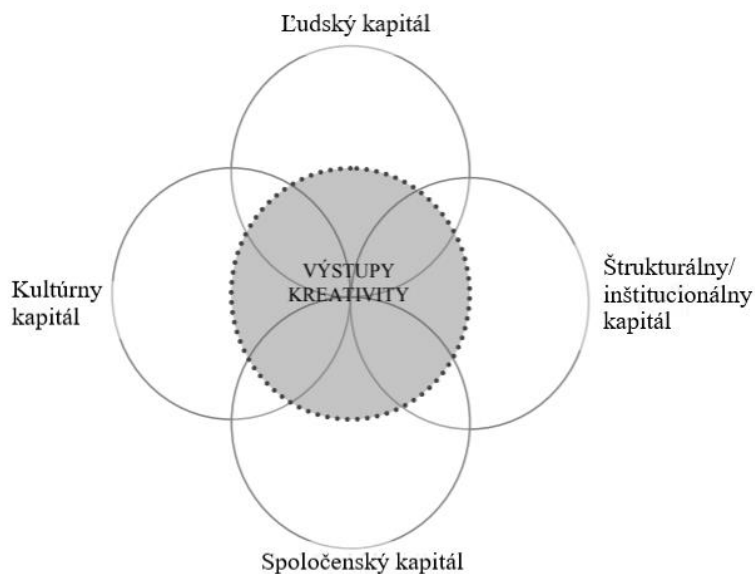
Hui a kolektív v roku 2004 vytvorili detailnejší index, avšak zameraný iba na Hong Kong. Hlavnými determinantmi rastu kreativity boli 4 typy kapitálu: inštitucionálny, ľudský, spoločenský a kultúrny kapitál. Hongkongský index, známy aj ako Model 5C, je

²¹ NEULOGY, a.s.. Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku [elektronický zdroj]. Pre Ministerstvo kultúry SR 2013, 45-46 s. [5.12.2020] Dostupné na: <https://www.tvba.sk/imageuploads/1207/sprava-kreativny-priemysel-mksr-neulogy.pdf>

²² BUĀEK, Milan, Štefan REHÁK, Oto HUDEC, et al. Kreatívna ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly: KRENAR. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 321 s. ISBN 978-80-225-3954-8.

²³ KLOUDOVÁ, J. Kreativní ekonomika a její měření, Ekonomický časopis, 2009, roč.57, č.3, 254 s. Dostupné na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/0920144503%2009%20Kloudova.pdf>

síce podrobnejší ako Floridov, na porovnávanie miery kreativity medzi krajinami a regiónmi je ale vhodnejší GCI.²⁴



Obrázok 2 Model 5C

Zdroj: KLOUDOVÁ, J. Kreativní ekonomika a její měření

V Českej republike zostavila vlastný index Jitka Kloudová. Ako podklad použila Floridov index na báze 3T- talent, technológia, tolerancia. Kloudovej Index kreativity je sumárom šiestich indikátorov v indexe talentu, indexu technológie a indexe tolerancie. Index talentu je súčtom dvoch indikátorov a to podielu populácie s vysokoškolským vzdelaním na celkovej populácii a podielu kreatívnych zamestnaní na celkovej zamestnanosti. Index technológie obsahuje index R&D, podiel nákladov na výskum a vývoj na HDP a počet prihlášok patentov na počet obyvateľov regiónu. Indexu tolerancie bol zostavený na základe dvoch indikátorov- podiel registrovaných partnerstiev v regióne na celkovom počte jeho obyvateľov a podiel imigrantov na celkovom počte obyvateľov regiónu. Kreativný index pre Českú republiku bol zjednodušený, aby bolo možné získať jednotlivé údaje z dostupných štatistických zisťovaní pri zachovaní jeho dostatočnej výpovednej hodnoty. Následne, po výpočte čiastkových subindexov pre každý región, boli jednotlivé kraje zoradené od najlepšieho po najhorší.²⁵

²⁴ BUČEK, Milan, Štefan REHÁK, Oto HUDEC, et al. Kreativní ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly: KRENAR. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 321 s. ISBN 978-80-225-3954-8.

²⁵ KLOUDOVÁ, J. Kreativní ekonomika a její měření, Ekonomický časopis, 2009, roč.57, č.3, 247-262 s.

Slovenskí autori Buček, Rehák a Hudec vytvorili vlastný európsky index založený na základe Floridovho konceptu ECI (Euro-Creativity index), ktorý porovnával situáciu v štrnástich európskych štátoch. Európsky index vychádza z 30 štátov, je vypočítaný z údajov z rokov 2000-2011 a má nasledujúcu štruktúru:

- Index talentu:
 - Miera kreatívnej triedy (creative class)
 - Miera ľudského kapitálu
 - Miera vedeckého talentu
- Index technológie:
 - Miera inovácie
 - Miera vysokej vedeckej inovácie (high tech)
 - Miera výskumu a vývoja
- Index tolerancie:
 - Miera postojov
 - Miera hodnôt
 - Miera sebavyjadrenia²⁶

Autori porovnali podľa vybraných indexov krajiny V4- Slovenskú republiku, Českú republiku, Poľsko a Maďarsko. V oblasti technológií sme boli dlhodobo najhorší a to s výraznou stratou na Česko a Maďarsko. Naopak najsilnejšou oblasťou Slovenska bol index tolerancie, kde sme počas celého obdobia (2000-2011) dosiahli najlepšie výsledky v rámci vyšehradskej štvorky. Na indexe talentu a sumárnom indexe kreativity nebadat' výrazné rozdiely medzi krajinami ale evidentný je pokles v prípade Slovenska. Vzhľadom na to, ako sa hodnoty menili v jednotlivých rokoch je ale vysoko pravdepodobné, že od roku 2011 sa situácia zmenila.

Dostupné na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/0920144503%2009%20Kloudova.pdf>

²⁶ BUČEK, Milan, Štefan REHÁK, Oto HUDEC, et al. Kreativna ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly: KRENAR. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 322-323 s. ISBN 978-80-225-3954-8.

2 Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania

2.1 Cieľ práce

Primárnym cieľom tejto záverečnej práce je zachytiť a pomenovať špecifiká kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike. Aby bol tento cieľ dosiahnutý museli sme si najprv vytýčiť a naplniť parciálne ciele.

V prvej kapitole sme si vytýčili niekoľko čiastkových cieľov:

- Vysvetliť rozdiely a rovnakosti medzi kreatívnym a kultúrnym priemyslom
- Charakterizovať špecifiká kreatívneho a kultúrneho priemyslu
- Popísať stav kreatívneho a kultúrneho priemyslu v SR a v zahraničí
- Opísať prínos a postavenie kreatívneho a kultúrneho priemyslu v ekonomike
- Vysvetliť metódy merania kreatívneho a kultúrneho priemyslu

V praktickej časti práce sme nadobudnuté teoretické poznatky aplikovali na jeden konkrétny vybraný podnik pôsobiaci v kreatívnom priemysle na území SR a vytýčili sme si tieto čiastkové ciele:

- Analýza špecifik kreatívneho a kultúrneho priemyslu vo vybranom podniku
- Popísanie fungovania tohto podniku
- Analýza nedostatkov a navrhnutie riešení pre vyskytujúce sa problémy

Výsledkom naplnení čiastkových cieľov je naplnenie hlavného cieľa práce.

2.2 Metodika práce a metódy skúmania

Počas písania záverečnej práce sme využili pestrú škálu pracovných postupov a metód skúmania.

2.2.1 Charakteristika objektu skúmania

Objektom skúmania praktickej časti práce je podnik, ktorý dlhoročne pôsobí v kreatívnom priemysle v SR. Na jeho príklade skúmame špecifiká kreatívneho a kultúrneho priemyslu v praxi.

2.2.2 Pracovné postupy

Prvým uskutočneným krokom pre vyhotovenie práce bolo stanovenie cieľov, ktoré chceme dosiahnuť v teoretickej časti práce. Následne sme zozbierali relevantnú a kvalitnú

literatúru a digitálne zdroje, z ktorých sme čerpali potrebné informácie. Na týchto podkladoch sme napísali teoretickú časť. Po jej dokončení nasledovalo zadefinovanie parciálnych cieľov pre praktickú časť. Súčasne sme si zadefinovali aj metódy, ktoré budeme používať a zhromaždili sme potrebné informácie o podniku. Po dokončení týchto krokov sme aplikovali teoretické poznatky na vybraný podnik a opísali ho na základe vopred určených bodov a kritérií.

2.2.3 Spôsob získavania údajov a ich zdroje

Informácie, použité v teoretickej časti, pochádzajú z akademických a odborných zdrojov- kníh, prác, článkov z odborných periodík a z oficiálnych materiálov, vypracovaných pre európske ako aj slovenské štátne inštitúcie. Väčšina z použitých zdrojov je voľne dostupná v internetovom priestore. Údaje pre praktickú časť sme získavali dvomi spôsobmi. Časť informácií sme získali priamo z prostredia skúmaného podniku. Niektoré informácie, hlavne, ale nie len týkajúce sa finančných ukazovateľov, sme čerpali z internetu.

2.2.5 Použité metódy vyhodnotenia a interpretácie výsledkov

Pri písaní práce sme použili rôzne metódy pre vyhodnotenie a interpretovanie dosiahnutých výsledkov. Kľúčovými metódami, ktoré boli použité, sú:

- Analýza- získané súbory údajov sme rozložili na prvky aby sme ľahšie mohli pomenovať vlastnosti skúmaného javu alebo témy a vytvorili si tak o jednotlivých prvkoch plnohodnotný úsudok.
- Syntéza- po dokončení skúmania jednotlivých tematických prvkov sme nadobudnuté poznatky kategoricky pospájali do ucelených častí, aby sme na skúmanú tému vytvorili komplexný pohľad.
- Dedukcia- na základe nadobudnutých všeobecných informácií a vedomostí sme logickým uvažovaním odvodili z nich vyplývajúce konkrétne fakty. Túto metódu sme opakovane použili v praktickej časti práce, keďže pri skúmaní vybraného podniku sme vychádzali z všeobecne známych skutočností o kreatívnom priemysle.
- Indukcia- informácie viazané na konkrétnu situáciu sme zovšeobecnila a aplikovali na vyvodenie všeobecnej hypotézy. V praktickej časti sme fakty, zistené skúmaním konkrétneho podniku, vyhodnotili ako relevantné pre celé odvetvie.

- Komparácia- v celej práci sme opakovane porovnávali jednotlivé aspekty kreatívneho a kultúrneho priemyslu s inými priemyselnými odvetvami a v praktickej časti práce sme porovnávali reálnu situáciu vo vybranom podniku so štatistickými údajmi o kreatívnom priemysle.
- Klasifikácia- nadobudnuté poznatky sme zatriedili do kapitol a to podľa ich obsahového súvisu.
- Diferenciácia- pomocou tejto metódy sme vyhodnocovali rozdiely medzi nadobudnutými poznatkami. Využili sme ju primárne v teoretickej časti, keď sme definovali rozdiely medzi kreatívnym a kultúrnym priemyslom.

3 Výsledky práce a diskusia

Ako objekt skúmania pre praktickú časť práce sme si zvolili spoločnosť M S Arch, s.r.o. Ide o architektonický ateliér sídliači v Bratislave založený v roku 2004 pod hlavičkou Grido SK, s.r.o.. Išlo o sesterskú spoločnosť českého architektonického ateliéru. V roku 2007 sa ich cesty rozdelili a ateliér plynule prešiel pod novozaloženú firmu M S Arch. Firma sa venuje primárne architektúre, teda projekcii budov a tiež interiérovému dizajnu. Jediným spoločníkom a súčasne aj konateľom spoločnosti je Ing. arch. Monika Šutá. Spoločnosť sídli na Bartókovej ulici v Bratislave a k dnešnému dňu (31.12.2020) má 2 zamestnancov. To znamená, že patrí do kategórie malých podnikov a je exemplárnym príkladom podniku pôsobiaceho v kreatívnom priemysle, keďže ten sa vyznačuje vysokým podielom malých podnikov. Medzi najvýznamnejšie projekty tohto ateliéru patrí napríklad bytový komplex Dúbravy, areál spoločnosti CCS alebo polyfunkčné budovy Octopus a Viktória, čo boli ešte projekty spoločnosti Grido. V rámci skúmania tejto spoločnosti pôsobiacej na poli kreatívneho priemyslu sa zameriavame na niekoľko oblastí, charakteristických pre kreatívny priemysel- inovácie, duševné vlastníctvo a jeho ochrana, stav zamestnancov a personálna štruktúra spoločnosti, investície a oceňovanie práce, finančná štruktúra spoločnosti a konkurenčné prostredie.



Obrázok 3 logo spoločnosti M S Arch

Zdroj: *msarch.sk*

3.1 Inovácie

Keď hovoríme o inováciách v kreatívnom priemysle musíme rozlišovať dve roviny. Prvú predstavujú vstupy, teda tvorivý a pracovný proces a s ním veci súvisiace. Druhou sú výstupy, teda finálny produkt. Inovácie vstupov nemusia nutne znamenať inovácie výstupov a to platí vice versa.

Pri inováciách vstupov hrá zásadnú rolu technologický pokrok. V spoločnosti M S Arch, s.r.o., ktorá sa venuje architektúre, vnímajú veľký rozdiel v spôsobe a rozsahu práce pri tvorbe projektov v dnešnej dobe v porovnaní s časmi, keď tento ateliér vznikol (2007). V minulosti spoločnosť vypracovávala vizualizácie projektov iba vo formáte 2D.

V tejto podobe bola vizuálna štúdia predložená klientovi. V prípade, že sa klient rozhodol projekt realizovať, bola až v poslednej fáze zhotovená 3D vizuálna štúdia externou spoločnosťou na základe dodaných podkladov, a to pre marketingové účely investora v prípade, že išlo o komerčný projekt (napr. bytový dom). S rastúcou dostupnosťou technológií sa zvýšili v posledných rokoch aj požiadavky klientov architektonických ateliérov. Dnes má spoločnosť jedného pracovníka, ktorého primárnou pracovnou náplňou je práve tvorba 3D vizualizácií, ktoré sa stali samozrejmosťou a automatickou požiadavkou klientov pre posúdenie projektu. Tento fakt ovplyvňuje aj kritéria technologického vybavenia. Spoločnosť musí disponovať výkonnejšími počítačmi, vybavenými programami ako SketchUp, 3DS MAX alebo Rhinoceros. Alternatív existuje viac, tieto tri programy používa nami vybraný architektonický ateliér.

Program 3DS MAX stojí ročne 1416 EUR²⁷ a program Rhinoceros stojí 995 EUR²⁸, pričom ide o jednorazovú platbu. Architektka, ktorá pre spoločnosť M S Arch vytvára vizuálne štúdie má hodinovú mzdu 7 EUR a mesačne odpracuje priemerne približne 150 hodín. Má aj vedľajšie pracovné úlohy, ale v prvom rade sa venuje práve týmto štúdiám a minimálne 120 hodín mesačne strávi pri ich tvorbe. To znamená, že mesačné personálne náklady spoločnosti na vypracovávanie vizualizácií sa pohybujú na úrovni 840 EUR. Za jeden mesiac táto pracovníčka zhotoví aj viac ako 30 vizualizácií (jeden pohľad na projekt počítame ako jednu vizualizáciu, pri každom projekte sa vypracuje vizualizácia minimálne 5-6 pohľadov). V prepočte na jednu vizualizáciu dosahuje výška personálnych nákladov 28 EUR mesačne. Cena za jeden mesiac používania programu 3DS MAX je 141,60 EUR (1416/12) a pri tvorbe priemerne tridsiatich vizualizácií mesačne to vychádza 4,72 EUR na jednu vizualizáciu. Započítať musíme aj investíciu do programu Rhinoceros. Ten sa síce kupuje jednorazovo ale v priemere každých 5 rokov je potrebné investovať do novej verzie. Pri cene 995 EUR to znamená 16,58 EUR mesačne a 0,55 EUR za jednu vizualizáciu. Každé tri roky spoločnosť kupuje nový počítač v hodnote 1300 EUR určený špeciálne na túto činnosť. Cena počítača sa do nákladov na jednu vizuálnu štúdiu premietne vo výške 1,20 EUR.

²⁷ AUTODESK Softvérová spoločnosť. Dostupné na: <https://www.autodesk.com/products/3ds-max/overview?term=1-YEAR>

²⁸ RHINOCAD Softvérová spoločnosť. Dostupné na: <https://www.rhinocad.cz/products/rhino-3d/buy/>

Tabuľka 3 Náklady na jednu vytvorenú vizualizáciu

Položka	Suma
Personálne náklady v prepočte na 1 vizualizáciu	28,00 €
Náklady na program 3DS MAX v prepočte na 1 vizualizáciu	4,72 €
Náklady na program Rhinoceros v prepočte na 1 vizualizáciu	0,55 €
Náklady na počítač v prepočte na 1 vizualizáciu	1,20 €
Súčet	34,47 €

Zdroj: vlastné spracovanie

Po spočítaní všetkých nákladov stojí vytvorenie jednej vizualizácie spoločnosť M S Arch, s.r.o. 34,47 EUR.

Vypracovanie jednej vizuálnej štúdie na porovnateľnej kvalitatívnej úrovni od externého dodávateľa stojí približne 200 EUR.

Tabuľka 4 Porovnanie nákladov pre vypracovanie vizualizácie interne a externe

Spôsob spracovania	Suma
Interne- v rámci spoločnosti	34,47 €
Externe- dodávateľom	200,00 €
Rozdiel v nákladoch	165,53 €

Zdroj: vlastné spracovanie

Úspora nákladov je v tomto prípade naozaj veľmi výrazná a predstavuje viac ako 165 EUR pre jednu vizuálnu štúdiu. Ďalšou nemenej dôležitou výhodou je časová úspora. V minulosti, keď si spoločnosť nechávala vizualizácie robiť dodávateľom, musela najprv zhromaždiť a doručiť všetky potrebné podklady. Architektka, ktorá ich teraz v spoločnosti má na starosť, pracuje priamo v priestoroch spoločnosti a je zorientovaná v činnostiach firmy, takže má všetky podklady k dispozícii. Rovnako je jednoduchšia aj komunikácia ohľadom návrhov a námietok. Kým v minulosti tieto diskusie prebiehali väčšinou až po dokončení prvotnej verzie, teraz sa vedenie spoločnosti ako aj ostatní architekti aktívne zapájajú do komunikácie o podobe vizualizácie priamo počas jej tvorby.

Inovácie výstupov sú v našich podmienkach často veľmi ťažko realizovateľné. Vzhľadom na malý a v porovnaní s krajinami západnej Európy a Ázie chudobný trh, pozorujeme skôr zavádzanie cudzích inovácií, ktoré boli aplikované v zahraničí. Predovšetkým sa jedná o používanie nových materiálov. Spoločnosť M S Arch, s.r.o. aktívne sleduje zahraničnú tvorbu a nové trendy a snaží sa ich čo najskôr priniesť na slovenskú scénu. V záujme zvyšovania kvality architektúry túto iniciatívu podporuje a dokonca k nej architektov aj zaväzuje Slovenská komora architektov. Pravidelne posiela jej členom newsletter, kde upozorňuje na nové trendy a usporadúva tematické podujatia,

buď samostatne alebo v spolupráci so spoločnosťou A-SICE, na ktorých sa prezentujú nové výrobky a technológie. Členovia SKA získavajú za účasť na týchto podujatiach body a aby si udržali členstvo v komore, musia ich každý rok nazbierať určitý počet.

Komplikáciou pri zavádzaní inovatívnych prvkov v architektúre je závislosť na dodávateľoch ako aj na stavebných firmách, ktoré výstavbu projektu realizujú. V prvom prípade je častým javom nedostupnosť novinek na slovenskom trhu. V prípadoch, keď ide o projekt pre solventnejšieho investora sa to dá riešiť dovozom zo zahraničia, čo ale nie je možné vždy a to z dôvodu navýšenie nákladov. Problematická býva aj realizácia. M S Arch, s.r.o. sa často ocitla v situácii, že do projektu zahrnula použitie nového materiálu a napriek tomu, že jeho dodanie bolo realizovateľné, nebolo nakoniec možné ho uskutočniť. Príčinou je, že stavebné firmy niekedy odmietajú pracovať s materiálmi, s ktorými nemajú skúsenosť, prípadne nechcú za ich použitie niešť zodpovednosť. Dôsledkom týchto úskalí je, že vo veľa architektonických projektov ostane inovácia v rovine návrhu a výsledné dielo je kompromisom medzi návrhom a reálnymi možnosťami stavebného priemyslu.

3.2 Duševné vlastníctvo a jeho ochrana

Pre kreatívny priemysel je charakteristické, že produkt, ktorý vytvára je predmetom duševného vlastníctva. Podľa Hawkinsovho rozdelenia kreatívneho priemyslu do troch kategórií na báze druhu ochrany duševného vlastníctva patrí architektúra medzi autorskoprávne priemysly. To platí aj pre legislatívu Slovenskej republiky. Ochranu architektonických diel ako duševného vlastníctva zabezpečuje Zákon č.185/2015 Z.z autorský zákon. Architektonické dielo je v zmysle zákona definované ako najvšeobecnejšie vyjadrenie tvorivej architektonickej myšlienky autora, najmä grafické a priestorové zobrazenie architektonického riešenia stavby alebo urbanistického usporiadania územia, stavba, ako aj dielo záhradnej, interiérovej a scénickej architektúry a dielo architektonického dizajnu²⁹. Znamená to, že dielom a teda predmetom duševného vlastníctva nie je len zrealizovaný projekt, t.j. budova/ nehnuteľnosť, ale aj samotný projekt. Za autora sa považuje fyzická osoba, ktorá dielo vytvorila alebo fyzická osoba, ktorej meno, priezvisko alebo meno a priezvisko (ďalej len „meno“) je uvedené na diele alebo vo vzťahu k dielu obvyklým spôsobom ako označenie autora, sa považuje za autora diela, ak nie je preukázaný opak. To platí aj vtedy, keď je dielo označené pseudonymom,

²⁹ ZÁKON Č.185/2015 Z.Z AUTORSKÝ ZÁKON, prvá hlava, § 3, odsek (6)

ak nie sú nijaké pochybnosti o totožnosti autora. Autorstvo je doživotné, nie je možné sa ho vzdať a je dedičné.³⁰

Ochrana duševného vlastníctva je v oblasti architektúry v praxi pomerne slabá. Teoreticky je každý neoprávnený zásah do podoby hotového diela porušením autorského zákona avšak vo väčšine prípadov je to prakticky nevyhnutelné. K porušovaniu tohto zákona dochádza prakticky vždy, keď si majiteľ resp. užívateľ nehnuteľnosti bez súhlasu architekta, ktorý ju navrhoval, nehnuteľnosť upraví. Aj zmeny, ktoré sa môžu zdať banálne, ako napríklad výmena okien alebo zábradlia, sú zásahmi do diela. Pre porovnanie, ide v podstate o to isté, ako keby si niekto kúpil obraz a niečo doňho dokreslil. Vzhľadom na to, že k takémuto porušovaniu v prípade architektúry dochádza mimoriadne často, bežné a menej závažné prípady sú prehliadané.

V prípade, že dôjde k porušeniu autorského zákona poskytuje dotknutým autorom podporu aj Slovenská komora architektov. Avšak iba v prípade, že je dielo zapísané v registri architektonických diel. Tento register obsahuje architektonické diela, ktoré ich autori vytvorili v čase svojho členstva v komore a pred vznikom ich členstva v komore a vedie výlučne diela autorov, ktorí sú povinnými členmi Slovenskej komory architektov v zmysle článku 4 ods. 2 Štatútu Slovenskej komory architektov³¹. Kým autorské právo na dielo získava autor automaticky v okamihu, keď je dielo objektívne vyjadrené v podobe vnímateľnej zmyslami³², jeho zápis do registra architektonických diel nastáva až po splnení ďalších úkonov. Autor diela musí podať návrh na umiestnenie do registra a dielo musí mať uvedené³³:

- Meno a priezvisko s titulmi autora alebo spoluautorov diela
- Názov diela
- Umiestnenie diela
- Zdokumentovanie diela napr. Situácia, prezentácia pôdorysu typického podlažia, rez a pod.
- Stručný autorský opis diela
- Rok vzniku návrhu

³⁰ ZÁKON Č.185/2015 Z.Z AUTORSKÝ ZÁKON, druhá hlava, § 13

³¹ SLOVENSKÁ KOMORA ARCHITEKTOV, Štatút registra architektonických diel z 11. decembra 2019, Článok 1 Dostupné na: <https://www.komarch.sk/o-nas/predpisy/zakladne-predpisy/statut-registra-arch-diel/>

³² ZÁKON Č.185/2015 Z.Z AUTORSKÝ ZÁKON, druhá hlava, § 16

³³ SLOVENSKÁ KOMORA ARCHITEKTOV, Štatút registra architektonických diel z 11. decembra 2019, Článok 2 Dostupné na: <https://www.komarch.sk/o-nas/predpisy/zakladne-predpisy/statut-registra-arch-diel/>

- Rok, v ktorom bolo dielo realizované
- Kontaktný email

Poplatok za overenie diela pred zápisom do registra je 10 EUR.³⁴

Keďže je autorské právo neprenosné (okrem dedenia) a neodňateľné, snažia sa užívatelia resp. kupujúci legálnym spôsobom nadobudnúť právomoc nakladať s dielom podľa vlastného uváženie bez potreby súhlasu autora pomocou licenčných zmlúv. Obsah licenčnej zmluvy závisí od dohody zmluvných strán, ktorými sú „poskytovateľ“ a „nadobúdateľ“. Poskytovateľ takouto zmluvou udeľuje Nadobúdateľovi súhlas na použitie diela za podmienok ustanovených zmluvou resp. licenciou a nadobúdateľ zmluvou udelenú licenciou prijíma a zaväzuje sa dielo používať v rozsahu udelenej licencie. Časté sú aj prípady, kedy nadobúdateľ získava práva na všetky úkony spojené s užívaním a upravovaním diela a tým sa ochraňuje pred potenciálnym porušením autorského zákona v budúcnosti. Cena licencie je úplne individuálna a závisí od hodnoty projektu ako aj rozhodnutia samotného autora.

Spoločnosť M S Arch, s.r.o., ktorou sa v našom výskume zaoberáme, má k licenciám v plnom rozsahu negatívny postoj. Architekti spoločnosti cítia zodpovednosť za podobu ich diel bez ohľadu na uplynutý čas. Ako príklad môžeme uviesť hypotetickú situáciu, ktorá ale v prípade uzavretia licenčnej zmluvy obsahujúcej aj právo na úpravu diela bez súhlasu autora, môže reálne nastať a aj nastáva: Spoločnosť M S Arch, s.r.o. navrhne budovu pre klienta X, ktorý projekt zrealizuje. Autorským právom disponuje konateľka Ing.arch. Monika Šutá a spolu s ňou aj architekti, ktorí pracujú v jej ateliéri a to ako spoluautori. S klientom X podpíšu licenčnú zmluvu, ktorou nadobúdateľ získa právo užívať aj upravovať dielo (budovu) bez súhlasu autorov. Po piatich rokoch sa nadobúdateľ rozhodne vykonať rekonštrukciu diela a zásadným spôsobom zmení fasádu. De iure je všetko v poriadku, no autori diela nesúhlasia s jeho novou podobou. Avšak autorstva sa nie je možné vzdať, takže v zmysle autorského zákona budú naďalej niesť zodpovednosť za podobu diela napriek tomu, že tá je už iná v porovnaní s ich pôvodným projektom.

Z tohto dôvodu je spoločnosť M S Arch, s.r.o. otvorená uzatváraniu licenčných zmlúv a udeľovaniu licencií len v obmedzenom rozsahu. Pre spresnenie, poskytujú licenciú na predaj diela bez súhlasu autora.

³⁴ SLOVENSKÁ KOMORA ARCHITEKTOV, Štatút registra architektonických diel z 11. decembra 2019, Článok 5 Dostupné na: <https://www.komarch.sk/o-nas/predpisy/zakladne-predpisy/statut-registra-arch-diel/>

V spôsobe ochrany duševného vlastníctva má vybraná spoločnosť isté medzery. Nie všetky diela si necháva zapisovať do Registra diel a v prípade, že dôjde k porušeniu autorského zákona, sa tak nemôže spoľahnúť na podporu zo strany Slovenskej komory architektov. Spoločnosť si tak musí prípadne problémy tohto druhu riešiť na vlastnú zodpovednosť, čo predstavuje časové ako aj finančné náklady. M S Arch, s.r.o. argumentuje tento nedostatok tým, že naopak šetrí čas potrebný pre administratívne procesy spojené s registráciou diel. To sa môže javiť ako racionálne, ale iba do momentu, kedy dôjde k prípadnému porušeniu autorského zákona zo strany investora. Vzhľadom na dlhé zákonné lehoty stanovené medzi jednotlivými úkonmi v správnych ako aj v súdnych konaniach sa totiž spor o porušenie autorského zákona môže ťahať aj niekoľko mesiacov, dokonca rokov.

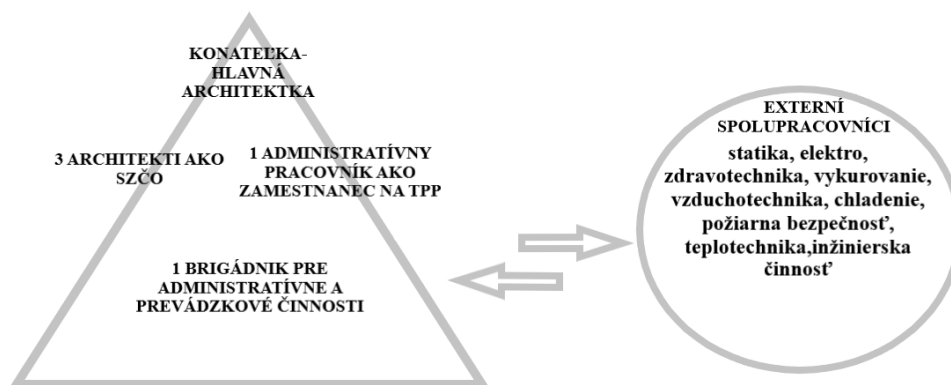
3.3 Stav zamestnancov a personálna štruktúra spoločnosti

Konateľkou a zároveň vedúcou architektkou spoločnosti M S Arch, s.r.o. je Ing.arch. Monika Šutá. Počet ďalších architektov, ktorí pre spoločnosť pracujú je premenlivý a závisí od množstva a objemu zákaziek. Spoločnosť má len dvoch stálych zamestnancov na trvalý pracovný pomer a to samotnú konateľku a spoločníčku a jedného zamestnanca, ktorý zabezpečuje prevádzkové a administratívne činnosti. Rovnaké úlohy má aj jeden dlhodobý zamestnanec na brigádnicke úväzok. Títo zamestnanci zabezpečujú logistické úlohy, napríklad prepravu a nákup kancelárskych a pracovných potrieb, tovaru a materiálu pre realizované projekty (skôr drobnejšie veci ako svietidlá, kľučky, vzorky materiálov atď.), väčšie predmety zabezpečujú dodávatelia a stavebné firmy), vybavujú úradné a administratívne záležitosti.

Architekti pracujú pre spoločnosť na živnosť. Nie je to špecifikom konkrétnej spoločnosti ale špecifikom architektúry a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike. Dôvodom je, že pre zamestnávateľa je menej nákladné platiť sččo ako zamestnancov a práca v kreatívnom a kultúrnom priemysle je na Slovensku stále finančne nedocenená v porovnaní s inými štátmi.

V nami skúmanej spoločnosti pracujú v roku 2021 na živnostenský úväzok traja architekti, z toho dvaja už pôsobia v ateliéri niekoľko rokov. V časoch najväčšieho pracovného vytiaženie pôsobilo na pozícii architekta súčasne najviac päť živnostníkov.

V rámci personálnej štruktúry je veľmi dôležité zmieniť externých spolupracovníkov z iných profesií, s ktorými spoločnosť stabilne spolupracuje. Konkrétne ide o tieto profesné časti: statika, elektro, zdravotníctvo, vykurovanie, vzduchotechnika, chladenie, požiarne bezpečnosť, teplotníctvo a inžinierska činnosť. Spracovanie týchto profesných častí je nutné pri všetkých projektoch a spoločnosť M S Arch si vybudovala dlhodobú spoluprácu s konkrétnymi spoločnosťami a osobami pôsobiacimi v týchto odvetviach a vo vzťahu ku klientovi za ne nesie zodpovednosť. V prípade niektorých projektov sa vyžaduje zo strany úradov aj akustický posudok, emisný posudok a dopravná štúdia. To architektonická spoločnosť taktiež zabezpečuje prostredníctvom externých partnerov.



Obrázok 4 Personálna štruktúra spoločnosti M S Arch, s.r.o.

Zdroj: vlastné spracovanie

3.4 Investície a oceňovanie práce

Architektúra sa vyznačuje pomerne nízkymi vstupnými nákladmi na začatie podnikania. Toto je typické pre väčšinu odvetví, ktoré radíme medzi kreatívny a kultúrny priemysel. Hlavným produktom tohto priemyslu je dielo, ktoré je duševným vlastníctvom a jeho hodnota spočíva prevažne v myšlienke a nie v materiálnej podobe.

Základnou a nevyhnutnou investíciou je poplatok za členstvo v Slovenskej komore architektov. Výška ročného členského príspevku je 273 EUR. Bez členstva v komore nemá architekt oprávnenie autorizovať projekty, no stačí keď je členom komory jeden architekt z ateliéru, ostatní sa na projekte môžu podieľať ako spoluautori. V zásade ale môže každý architekt rozbehnúť firmu aj sám, bez ďalších pracovníkov, ktorých postupne doplní s pribúdajúcimi zákazkami. Nevyhnutnou investíciou je kvalitný stolový počítač alebo notebook s profesionálnymi programami (SketchUp, AutoCad). V prípade AutoCadu ide o drahý program, verzia pre rok 2021 stojí na slovenskom trhu 12 300 EUR, staršie verzie

sú dostupné od 4200 EUR.³⁵ Na začatie podnikania v architektúre sa teda vyžaduje určitá investícia.

Tabuľka 5 Minimálne vstupné investície pre začatie podnikania v architektúre

Položka	Suma
Členstvo v SKA na 1 rok	273,00 €
Počítač	1 200,00 €
Najlacnejšia verzia programu AutoCad	4 200,00 €
Súčet	5 673,00 €

Zdroj: vlastné spracovanie

Ak zarátame ročný poplatok za členstvo v komore, mierne nadpriemerný počítač a najlacnejší licencovaný AutoCad dostaneme sa na sumu 5 673 EUR.

Na začiatok kariéry je síce postačujúca živnosť, v prípade založenia obchodnej spoločnosti typu s.r.o. je potrebné do výpočtu vziať aj náklady nutné na založenie spoločnosti. Základné imanie spoločnosti s ručením obmedzeným je zákonom stanovené na minimálne 5000 EUR. Náklady spojené s jej založením sú individuálne, záleží od cien právnych a notárskych služieb, ktoré si zakladateľ vyberie, ale vo všeobecnosti sa dá zmestiť do 300 EUR vrátane kolkov a úradných poplatkov. Ak pracuje architekt sám je výhodnejšie pracovať z domu a ušetriť náklady na nájom priestoru.

Spoločnosť M S Arch, s.r.o. od začiatku existencie doteraz sídli na rovnakom mieste. Ide o komfortné kancelárske priestory, kde je dostatok miesta aby tam mohlo súčasne pracovať aj 6 architektov. Výška mesačného nájmu je 400 EUR, čo vybočuje bežnej trhovej cene, tá sa za takéto priestory pohybuje na úrovni okolo 800 EUR.

Cena práce architektov sa odvíja od skúseností a referencií konkrétnej osoby. Nástupná hodinová mzda čerstvých absolventov architektúry sa na Slovensku pohybuje štandardne od 5 do 7 EUR. Pre spoločnosť M S Arch začala jedna absolventka pracovať v roku 2020 a jej hodinová mzda je 7 EUR. O niečo skúsenejší architekt má zmluvne dohodnutú hodinovú mzdu 11 EUR a najskúsenejšia z trojice szčo, pracujúcich pre M S Arch, s.r.o., architektka v strednom veku s približne 20 ročnými skúsenosťami, má

³⁵ FORSCOPE internetový obchod softvérov, Dostupné na: https://www.forscope.sk/autocad/?gclid=CjwKCAjwu5CDBhB9EiwA0w6sLRHx4USlbyT_sEe9w7zjWC7zgp1SoQryt7vG5-hjOCmys25p5ifqqRoCeYgQAvD_BwE

hodinová mzda 15 EUR. Mzdy tvoria najväčšiu časť celkových nákladov architektonickej spoločnosti.

Oceňovanie projektov je veľmi individuálne a je ovplyvnené viacerými faktormi. Veľa architektov vychádza zo sadzobníku pre navrhovanie cenových ponúk projektových prác a inžinierskych činností UNIKA. Tento sadzobník vychádza každý rok a obsahuje odporúčané minimálne a maximálne ceny projektových prác a inžinierskych činností určené algoritmicke v závislosti od náročnosti kategórie a pásma, do ktorého je stavba zaradená, v závislosti od aktuálneho rozpočtového nákladu stavby a od vývoja ekonomických ukazovateľov v hospodárstve. Ide iba o orientačné sumy. Cena projektov vždy závisí v prvom rade od nárokov kladených investorom.

Výška honoráru architekta je priamo závislá od výšky nákladov na realizáciu samotnej stavby. V prvom kroku sa podľa sadzobníku UNIKA stanoví odporúčaná cena stavby na meter štvorcový. Následne sa vypočíta odhadovaná výška nákladov na celú stavbu a cena architektonického projektu sa stanoví ako percentuálny podiel tejto sumy. Existuje viacero stupňov náročnosti stavieb a od nich sa odvíja aj cena a to systémom, čím vyššia náročnosť, tým vyššia nákladovosť na meter štvorcový. Vo všeobecnosti sa v dnešnej dobe náklady na stavbu pohybujú na úrovni cca. 1000 EUR na meter štvorcový pri nenáročných projektoch až po 1500 EUR a viac pri náročných. Percentuálna sadzba na honorár architekta sa mení podľa finančného objemu výstavby. Pri rodinných domoch sa pohybuje na úrovni 6-7% z výšky nákladov na realizáciu, pri veľkých projektoch ako sú bytové domy, polyfunkčné objekty alebo administratívne budovy sa pohybuje v rozmedzí 3,5- 4%. V konkrétnom príklade vyzerá výpočet honoráru za projekt rodinného domu takto:

Tabuľka 6 Výpočet honoráru architekta za projekt rodinného domu

Položka	Hodnota
Obytná plocha rodinného domu v m ²	300
Realizačné náklady na m ² podľa UNIKA	1 200,00 €
Realizačné náklady na celý objekt	360 000,00 €
Honorár architekta v %	7,00%
Honorár architekta v peňažnom vyjadrení	25 200,00 €

Zdroj: vlastné spracovanie

Cena projektu spoločnosti M S Arch, s.r.o. je v prípade štandardného rodinného domu s rozlohou 300 m² 25 200 EUR.

V prípade veľkej polyfunkčnej budovy sa mení percentuálna sadzba a v praxi môže vyčíslenie výšky honoráru vyzerat' takto:

Tabuľka 7 Výpočet honoráru architekta za projekt polyfunkčnej budovy

Položka	Hodnota
Obytná plocha polyfunkčnej budovy v m ²	10000
Realizačné náklady na m ² podľa UNIKA	900,00 €
Realizačné náklady na celý objekt	9 000 000,00 €
Honorár architekta v %	3,50%
Honorár architekta v peňažnom vyjadrení	315 000,00 €

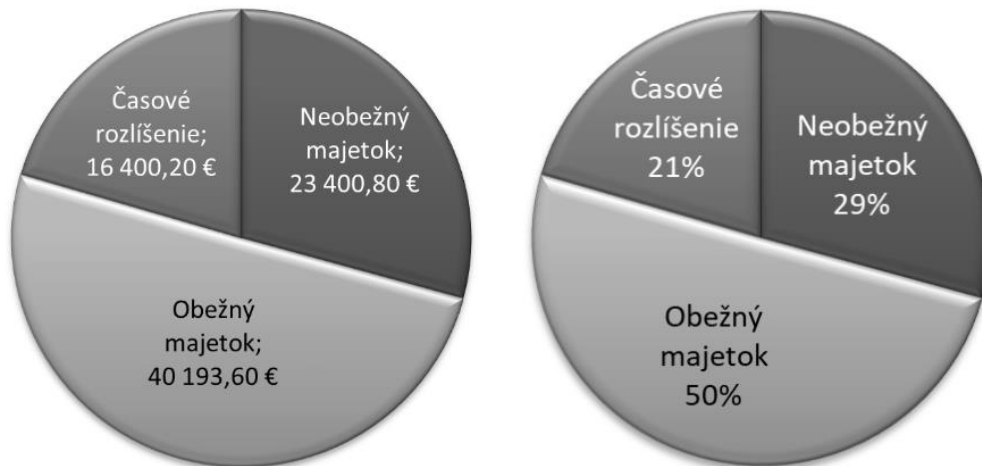
Zdroj: vlastné spracovanie

Cena projektu spoločnosti M S Arch, s.r.o. je v takomto prípade 315 000 EUR.

V obidvoch prípadoch však ide iba o teoretické príklady, kde sa neprihliada na individuálne špecifiká konkrétneho projektu a neštandardné požiadavky investora. Aj keď sa v Slovenskej republike ceny projektov jednotlivých architektonických ateliérov nelíšia diametrálne, v zmysle, že by jeden architekt urobil typologicky rovnaký projekt na rovnakom mieste niekoľkonásobne drahšie ako iný, sú badateľné cenové rozdiely. Každý architekt si percentuálny podiel pre výpočet honoráru určuje sám, avšak existujú dolné a horné hranice, ktoré sa vo veľkej miere na trhu rešpektujú. Tak, ako v každom inom odvetví, je relevantným faktorom pri cenotvorbe značka, resp. v tomto prípade meno autora/ spoločnosti. Architekti s viacročnými skúsenosťami a predovšetkým pozitívnymi referenciami klientov si nárokuje vyššie sadzby, ako začiatníci, ktorých kvality nie sú overené praxou.

Vychádzajúc z dlhoročných skúseností spoločnosti M S Arch, s.r.o. sa priemerná rentabilita nákladov projektu pohybuje na úrovni 150%- na 1 EURO nákladov pripadá 1,50 EURA tržieb. V kontexte už uvedených skutočností je zrejmé, že cena práce v prepočte na meter štvorcový je v prípade veľkých projektoch nižšia ako pri malých. Nákladová rentabilita sa na spomínanej úrovni 150% udržiava konštantne práve tým, že sa mení percentuálna sadzba výšky honoráru.

3.5 Finančná štruktúra a analýza spoločnosti



Graf 3 Priemerné zloženie aktív spoločnosti M S Arch, s.r.o. v rokoch 2016-2020 v peňažnom a percentuálnom vyjadrení

Zdroj: vlastné spracovanie podľa súvahy z *finstat.sk*

Najväčšiu časť majetku každoročne tvorí obežný majetok, priemerne až 50%. Ide predovšetkým o finančné účty a krátkodobé pohľadávky. Spoločnosť má väčšinu peňazí na bankových účtoch, hotovosť sa každoročne pohybuje iba v stovkách eur. V dnešnej dobe už prakticky všetci zákazníci uhrádzajú faktúry prevodom na bankový účet, hotovostné platby sú naozaj raritné. Dlhodobý hmotný majetok tvoria automobily a technologické zariadenia, ktoré spoločnosť odpisuje. Približne pätina hodnoty aktív je tvorená položkou časové rozlíšenie, ktorá predstavuje výnosy budúcich období.



Graf 4 Priemerné zloženie pasív spoločnosti M S Arch, s.r.o. v rokoch 2016-2020 v peňažnom a percentuálnom vyjadrení

Zdroj: vlastné spracovanie podľa súvahy z *finstat.sk*

V sledovanom období tvorili 63% pasív záväzky a 37% vlastné imanie. Základné imanie spoločnosti nebolo navýšené ani raz od vzniku spoločnosti. Jeho výška je 6 639 EUR. Keďže bola spoločnosť založená v roku 2007, kedy ešte bola oficiálnou menou na Slovensku Slovenská koruna, skladala základné imanie v korunách. V tom čase bola jeho minimálna výška 200 000 SK. Po prechode na EURO od 1.1.2009 bola táto suma prepočítaná na novú menu podľa oficiálneho prevodného kurzu. Neskôr bola minimálna výška ZI znížená na 5 000 EUR, spoločnosť ho zachovala v pôvodnej výške.

Tabuľka 8 Zloženie záväzkov spoločnosti M S Arch, s.r.o. v rokoch

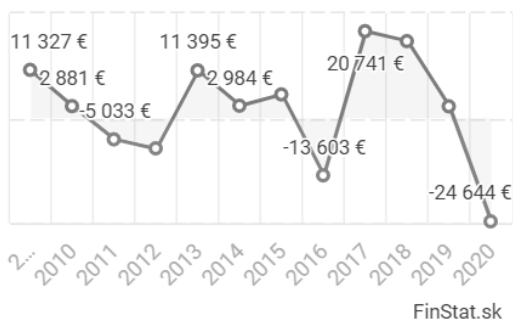
Záväzky	56 661	19 189	50 110	51 402	35 651
Dlhodobé záväzky	330	6 684	14 339	21 998	54
Ostatné dlh.záväzky	0	6 437	14 162	21 887	0
Z. zo soc.fondu	330	247	177	111	54
Krátkodobé záväzky	54 379	10 819	28 794	23 176	31 020
Záväzky z obch.styku	31 694	6 512	25 602	20 484	28 830
Z. voči spoločníkom	17 479	430	409	836	816
Z. voči zamestnancom	2 741	2 217	1 459	1 062	978
Z. zo soc. Poistenia	598	539	513	422	396
Daňové z. a dotácie	1867	1 121	811	372	0
Krátkodobé rezervy	1 952	1 686	1 977	1 228	894
Zákonné rezervy	1 952	1 686	1 977	1228	894
Bežné bankové úvery	0	0	0	0	3683
Krátk. Fin. výpomoci	0	0	5000	5000	0

Zdroj: vlastné spracovanie podľa súvahy z finstat.sk

Najväčšiu časť záväzkov tvoria každoročne krátkodobé záväzky, primárne z obchodného styku. V posledných rokoch nečerpala firma žiadne bankové úvery, posledný krát bola táto položka pasív zaznamenaná v roku 2016. V rokoch 2017 a 2018 spoločnosť v súvahe vykazovala krátkodobú finančnú výpomoc 5 000 EUR. Okrem týchto prípadov je spoločnosť finančne nezávislá od tretích strán a na svoje fungovanie si zarába sama podnikateľskými aktivitami. Je to odôvodniteľné aj tým, ako už bolo skôr vysvetlené, že architektúra je pomerne nenáročná z pohľadu investícií. Firma si nepotrebuje požičať peniaze na objemné investície do budúcnosti. Okrem počítačov, tlačiarňí, kopírokov a podobne, ktoré sú v dnešnej dobe nevyhnutnou súčasťou vo väčšine firiem bez ohľadu na odvetvie pôsobnosti a do ktorých spoločnosť investuje v niekoľkoročných intervaloch, svoje zdroje spoločnosť vždy využíva len na pokrytie nákladov spojených s projektmi, na ktorých práve pracuje.

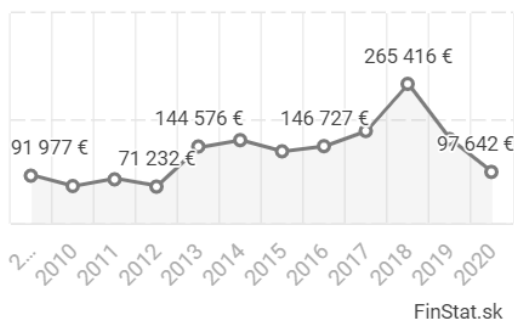
Zisk

M S arch, s.r.o.



Tržby

M S arch, s.r.o.



Graf 5: Zisk a tržby spoločnosti M S Arch, s.r.o.

Zdroj: *finstat.sk*

Spoločnosť M S Arch, s.r.o. dosiahla v roku 2020 tržby 97 462 EUR a skončila v strate -26 644 EUR. Je badateľný výrazný pokles hospodárskych výsledkov oproti predošlému roku. Tento nepriaznivý jav je spôsobený pandémiou koronavírusu COVID-19. Vláda SR, rovnako ako absolútna väčšina vlád vo svete, zaviedla prísne opatrenia, ktorých cieľom je obmedziť šírenie vírusu. Mnoho týchto opatrení výrazným spôsobom zasiahlo ekonomiku a kreatívny priemysel na to doplatil markantným spôsobom.

Najúspešnejším rokom po finančnej stránke bol pre vybranú spoločnosť rok 2018. Tržby presiahli 265 000 EUR a boli najvyššie v histórii spoločnosti. Zisk 18 364 EUR v danom roku bol historicky druhý najvyšší, rok predtým skončila spoločnosť v zisku takmer 21 tisíc EUR. Priemerná výška ročných tržieb za sledované obdobie v rokoch 2009-2020 je 133 699, 25 EUR a priemerný ročný zisk spoločnosti v rovnakom období je 2133, 25 EUR.

Tabuľka 9 Tržby a výnosy z hospodárskej činnosti spoločnosti M S Arch, s.r.o. za roky 2016-2020

	2020	2019	2018	2017	2016
Čistý obrat/ tržby	97 642,00 €	160 239,00 €	265 416,00 €	175 659,00 €	146 727,00 €
Výnosy z hospodárskej činnosti spolu súčet	122 617,00 €	160 239,00 €	271 456,00 €	178 455,00 €	144 497,00 €
Rozdiel medzi 1. a 2. v %	20,3683013	0	2,225038312	1,566781542	-1,54328464
Tržby z predaja služieb	97 273,00 €	157 266,00 €	265 416,00 €	175 659,00 €	143 030,00 €
Tržby z predaja tovaru	369,00 €	2 973,00 €	0,00 €	0,00 €	3 697,00 €
Ostatné tržby a výnosy	7 849,00 €	0,00 €	6 040,00 €	2 796,00 €	0,00 €

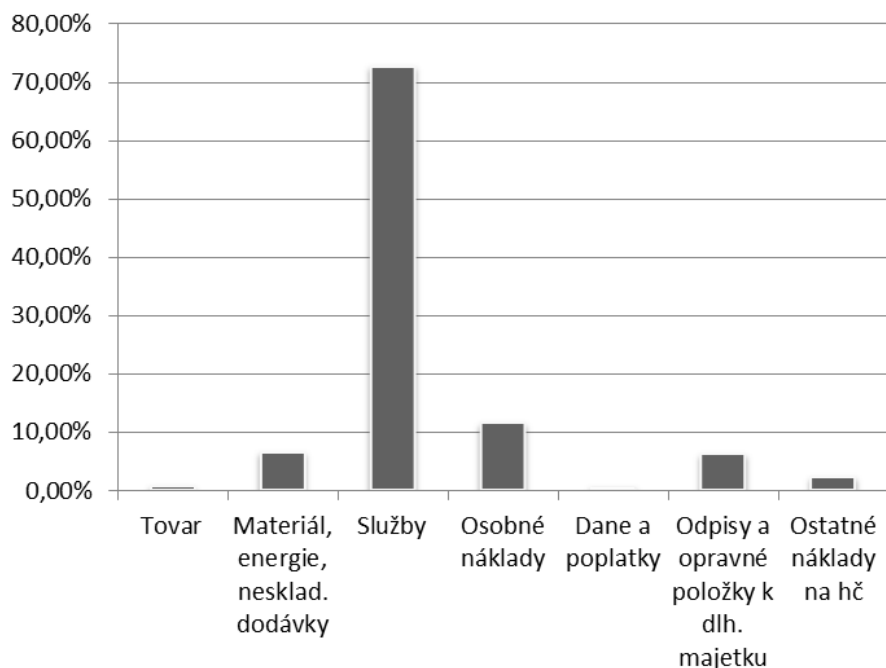
Zdroj: *vlastné spracovanie podľa výkazu ziskov a strát z finstat.sk*

Výnosy z hospodárskej činnosti sú väčšinou o niečo vyššie ako tržby. Najväčší rozdiel medzi VzHČ a tržbami za uplynulých 5 rokov vznikol v roku 2020. Spôsobené to bolo zmenami stavu vnútroorganizačných zásob a tržbami z predaja dlhodobého nehmotného majetku, dlhodobého hmotného majetku a materiálu, ktoré dosiahli 4667

EUR. Obe tieto položky sa nezarátavajú do čistých tržieb. VZHČ boli tak v roku 2020 až 20,37% vyššie ako tržby, pričom v ostatných rokoch nebol rozdielny žiadny alebo na úrovni 1-2%.

Spoločnosť M S Arch, s.r.o. sa okrajovo a príležitostne venuje aj iným činnostiam spojeným so stavebným a dizajnovým priemyslom, no výrazne dominujú architektonické činnosti, teda služby. Táto položka v sledovanom období 2016-2020 tvorila každoročne absolútne dominantný podiel na čistom obrate ako aj na výnosoch z hospodárskej činnosti. Podiel tržieb z predaja služieb v priemere tvorí viac ako 99% celkových tržieb spoločnosti a 94,53% výnosov z hospodárskej činnosti. Tržby z predaja tovaru tvorili v sledovanom období najvyššie 2,5% z celkových tržieb. Pri tejto konkrétnej položke stojí za zmienku, že v minulosti sa spoločnosť vo veľkej miere venovala interiérovej architektúre a dizajnu. V rámci tejto činnosti aj vo vybraných prípadoch dodávala tovar (nábytok) zakomponovaný v projekte svojim klientom a tržby z predaja tovaru bývali vyššie. Postupom času sa spoločnosť rozhodla odkloniť od tohto typu architektúry a venuje sa mu v oveľa menšej miere ako v minulosti.

Náklady na hospodársku činnosť sa v uplynulých piatich rokoch pohybovali od 147 188 EUR (r. 2020) po 248 156 EUR (r. 2018) a ich priemerná výška bola 172 536 EUR.



Graf 5 Priemerné zloženie nákladov z hospodárskej činnosti spoločnosti M S Arch, s.r.o. v rokoch 2016-2020

Zdroj: vlastné spracovanie podľa výkazu ziskov a strát z *finstat.sk*

Najvýznamnejšou nákladovou položkou sú služby, ktoré v sledovanom období tvorili v priemere vyše 70% nákladov. Je dôležité pripomenúť, že architektonickí pracovníci spoločnosti pracujú na živnosť. V praxi to znamená, že spoločnosti vystavujú faktúry za odvedenú prácu a tieto náklady sa započítavajú práve medzi služby. Podnik samozrejme platí za poskytnuté služby aj externým dodávateľom, no viac ako polovica prostriedkov vyplatených za služby predstavuje odmeňovanie interných pracovníkov. Osobné náklady, teda mzdy zamestnancov na trvalý pracovný pomer a náklady na sociálne poistenie a sociálne náklady, tvoria druhú najvýznamnejšiu kategóriu nákladov na hospodársku činnosť.

3.6 Konkurenčné prostredie

Na Slovensku je približne 1800 autorizovaných architektov. Informácia, koľko z nich pracuje individuálne a koľkí majú vlastnú firmu nie je dohľadateľná ale väčšinou platí, že na jeden ateliér/firmu pripadajú jeden až dvaja architekti, ktorí sú členmi Slovenskej architektonickej komory. Konkurencia je tak dosť široká a neviaže sa iba na mesto alebo región, v ktorom podnik pôsobí. Spoločnosť M S Arch, s.r.o. pracovala niekoľkokrát na projektoch mimo Bratislavy, napríklad aj v Humennom či Vysokých Tatrách. Samozrejme, že prevažujú zákazky v Bratislave a jej okolí, ale klienti pri výbere architekta často kladú väčší dôraz na referencie ako lokalizáciu.

Čoraz populárnejšími sa stávajú verejné súťaže. Po revolúcií sa veľmi nekonali okrem štátnych či obecných zákaziek, kde je výber architekta súťažou povinný zo zákona. V súkromnom sektore však aj na veľké projekty investori preferovali priamy výber architekta. V posledných rokoch sa toto zmenilo a významní developeri vyhlasujú architektonické súťaže, kde je dané špecifické zadanie a rozpočet a investor si vyberie návrh projektu z niekoľkých variant. Získavanie zákaziek cez súťaže prináša v porovnaní so získaním zákaziek na priamo riziko straty. Podnik musí vynaložiť náklady na vyhotovenie kompletného projektu ale nemá garantované žiadne výnosy. Na druhej strane, veľkým plusom je, že víťazstvo v transparentnej súťaži je v branži vysoko cenené a má pozitívny dopad na referencie spoločnosti. Spoločnosť M S Arch, s.r.o. vyhrala súťaže napríklad na projekty polyfunkčných budov Octopus a Viktória, ktoré sú zároveň najväčšími projektmi, na ktorých podnik pracoval.

V prípade projektov rodinných domov sú rozhodujúcim faktorom práve referencie, teda povest' konkrétneho ateliéru. V architektúre nie je zvykom investovať peniaze do

reklamy a spoločnosť M S Arch, s.r.o. potvrdzuje túto skutočnosť. Najlepšia a jediná reklama v danom odvetví podnikania sú vytvorené diela.

3.7 Diskusia a možnosti zlepšenia

Za účelom vyhodnotenia skutočností, ktoré sme v práci skúmali, porovnávame údaje zistené v teoretickej časti práce so situáciou v konkrétnom podniku a na základe zhodnotenia kreatívneho priemyslu z perspektívy podniku prinášame pohľad na možné zlepšenia tohto sektoru do budúcnosti.

3.7.1 Možnosti zlepšenia

Po dokončení skúmania konkrétneho podniku pôsobiaceho v kreatívnom priemysle na území Slovenskej republiky, môžeme konštatovať, že mnoho teoretických poznatkov, ktoré sme zdefinovali v prvej kapitole, sa stretáva s realitou. Spoločnosť M S Arch, s.r.o. sa podľa počtu zamestnancov radí medzi malé /mikro podniky a architekti, ktorí pre ňu pracujú sú živnostníkmi. Štatistiky hovoria, že väčšina osôb činných v kreatívnom a kultúrnom priemysle na Slovensku funguje práve ako sčzo a náš príklad to potvrdzuje. Ďalším bodom, ktorý podporuje teóriu je fakt, že výstupný produkt spoločnosti je duševným vlastníctvom. Spoločnosť nemala vysoké vstupné investície, čo je rovnako charakteristické pre kultúrny a kreatívny priemysel. Jednou z hypotéz, ktorou sme sa zaoberali v prvej kapitole, hovorí o tom, že najvyššia koncentrácia kreatívneho priemyslu je obvykle vo veľkých mestách. Aj v tomto ohľade podnik, ktorý sme si pre skúmanie zvolili, kopíruje štatistiku, keďže pôsobí v Bratislave. To samozrejme neznamená, že v menších mestách a obciach spoločnosti rovnakého zamerania nenájdeme, no stále platí, že vo väčších mestách má kreatívny priemysel početnejšie zastúpenie.

V Slovenskej republike je stále kreatívny a kultúrny priemysel v rozvojovej fáze a dôsledkom toho je aj fakt, že škála štatistík a meraní tohto priemyselného odvetvia je pomerne úzka. Napriek tomu je evidentné, že tie, ktoré k dispozícii sú, autenticky reflektujú realitu a dôkazom toho je aj ich široká zhoda s údajmi, ktoré sme získali od konkrétnej firmy.

Kreatívny a kultúrny priemysel má svoje špecifiká, ktoré v praxi prinášajú kladné ale aj záporné skutočnosti. Na otázku, ako hodnotí svoje pôsobenie v kreatívnom priemysle a jeho vývoj v SR, odpovedala konateľka spoločnosti M S Arch, s.r.o. Ing.arch. Monika Šutá nasledovne:

„V kreatívnom priemysle sa pohybujem celý život. V minulosti som popri architektúre pracovala aj v televízii, takže mám skúsenosť aj z kultúry. Ako zlomový moment pre kreatívnu a kultúru na Slovensku jednoznačne považujem nežnú revolúciu. Je logické, že v režime, ktorý obmedzuje slobodu ľudí a vo všetkých oblastiach presadzuje istú ideológiu, je kreativita značne obmedzená. Napriek tomu nemôžem povedať, že by sme za socializmu nemali v tomto odvetví kvalitné zastúpenie, napríklad aj veľa významných architektov tvorilo práve v tých časoch. Ruka v ruke s demokraciou ale samozrejme prišla aj oveľa väčšia voľnosť a to je pre tvorivé činnosti mimoriadne dôležité. Stále mám ale niekedy pocit, že veľa ľudí si neuvedomuje resp. nedoceňuje význam kreatívneho priemyslu. Myslím si, že svojím spôsobom je ten priemysel od ostatných iný v tom, že výsledkom mojej práce nie je iba finančný prospech a krátkodobé naplnenie požiadaviek konzumenta. Je to dielo, ktoré tu ostane na dlhý čas a architektúra, rovnako ako iné kreatívne povolania, poskytuje definíciu doby, ktorú budú vidieť aj ďalšie generácie. Práve tá trvácnosť toho, čo robím, ma na mojej práci baví a teší najviac.

Neprijemnou skúsenosťou je niekedy prístup klientov. Nájdu sa takí, ktorí majú pocit, že architekta platia len na to, aby mu povedali čo a ako má spraviť a práve tej kreativite nechcú dať priestor. Toto sa ale postupom času výrazne lepší, takých ľudí je dnes oveľa menej ako pred 20-30 rokmi. "

Kreatívny priemysel dnes zastupuje mnoho úspešných podnikateľských subjektov, stále je ale veľký priestor pre zlepšenie. Neistá situácia na trhu a možno nie úplne ideálne legislatívne podmienky pre zamestnávateľov spôsobujú, že kreatívnych odvetviach funguje málo firiem, ktoré svojich kľúčových pracovníkov zamestnávajú. Z pohľadu zamestnávateľa je finančne menej nákladné platiť živnostníkov ako zamestnancov, taktiež má tak podnikateľ voči svojim pracovníkom menej povinností ale na druhej strane aj možností. Tento faktor čiastočne zapríčiňuje skutočnosť, že v SR je veľmi nízky počet veľkých spoločností, ktoré by zároveň pôsobili na trhu dlhodobo a rástli. V zahraničí, obzvlášť v krajinách západného sveta, existuje množstvo architektonických spoločností, ktoré majú desiatky až stovky zamestnancov a naberajú korporátne parametre. U nás to zatiaľ situácia neumožňuje kvôli nízkej stabilite podnikateľského prostredia v danom odvetví. Na základe uskutočneného výskumu môžeme vyhlásiť, že kreatívny a kultúrny priemysel na Slovensku napreduje po všetkých stránkach a v budúcnosti má šancu sa porovnávať so štátmi, ktoré sú dnes v tomto smere vyspelejšie.

ZÁVER

Cieľom práce zdefinovať a preskúmať špecifiká kreatívneho a kultúrneho priemyslu v Slovenskej republike. Pomocou parciálnych cieľov, ktoré sme napĺňali postupne, sa nám podarilo naplniť aj hlavný cieľ a získali sme pestrý prehľad o vybranej téme.

V prvej kapitole sme pomenovali rozdielnosti medzi kreatívnym a kultúrnym priemyslom a rôzne pohľady na možné kategorizácie týchto odvetví. Existuje viacero prístupov k členeniu kreatívneho a kultúrneho priemyslu a dodnes neexistuje 100% zhoda na tom, čo všetko pod tieto priemyselné odvetvia spadá a či ich považovať za jedno homogénne odvetvie alebo dve samostatné. Na Slovensku vychádzame prevažne z štúdií zhotovených európskymi inštitúciami a celú agendu týkajúcu sa kreatívneho a kultúrneho priemyslu zastrešuje Ministerstvo kultúry SR. Zber tvrdých dát o tejto kategórii priemyslu však nie je tak precízny, aby sme mohli s istotou vyhodnotiť jej prínos pre hospodárstvo Slovenskej republiky. Väčšina osôb, ktoré sa živia kreatívnymi činnosťami, vykonáva ekonomickú činnosť na živnosť a práve štatistiky o živnostníkoch sú nedostatočné.

V praktickej časti práce sme sa zamerali na detailné skúmanie bratislavskej architektonickej spoločnosti ako reprezentatívneho exempláru kreatívneho priemyslu. Porovnali sme jeho stav a vlastnosti s hypotézami predstretými v teoretickej časti a obsiahli sme aj body, ktoré sme v teoretickej časti práve kvôli neúplnej dátovej základni nevedeli zanalyzovať.

Dáta, ktoré dostupné sú a podľa ktorých sme zostavovali teoretickú časť, však vykázali vysokú zhodu s realiami vybraného podniku, pôsobiaceho v kreatívnom priemysle, ktorý bol predmetom nášho skúmania v praktickej časti práce. Kreatívny a kultúrny priemysel na Slovensku čelí niekoľkým prekážkam. Sú nimi hlavne nízka stabilita trhu, ktorá bráni masívnemu nárastu podnikov v ňom pôsobiacich a stále pomerne slabá spoločenská podpora. Kreatívny a kultúrny priemysel sa koncentruje prevažne v husto osídlených oblastiach a výzvou do budúcnosti určite je, aby posilnil svoje postavenie aj v menších mestách a obciach.

Zoznam použitej literatúry

ADAMCOVÁ, M. Kulturní a kreativní průmysly v české republice, Diplomová práce, Masarykova univerzita, 2014. 92 s. Dostupné na:

https://is.muni.cz/th/uicra/diplomka_final.pdf

AUTODESK Softvérová spoločnosť.

Dostupné na:

<https://www.autodesk.com/products/3ds-max/overview?term=1-YEAR>

BACULÁKOVÁ, K. Cluster analysis of creative industries in the regions and districts of Slovakia [elektronický zdroj]. Ekonomická univerzita v Bratislave, FMV 2018. 78s.

Dostupné na:

<http://um.ase.ro/no133/5.pdf>

BALOG, M. a kol. Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku. 1. vyd. Bratislava: Slovenská inovačná a energetická agentúra, 2014. 69 s. ISBN 978-80-88823

BUČEK, Milan, Štefan REHÁK, Oto HUDEC, et al. Kreativna ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly: KRENAR. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. 319 s. ISBN 978-80-225-3954-8

FORSCOPE internetový obchod softvérov, Dostupné na:

https://www.forscope.sk/autocad/?gclid=CjwKCAjwu5CDBhB9EiwA0w6sLRHx4USlbyT_sEe9w7zjWC7zgp1SoQryt7vG5-hjOCmys25p5ifqqRoCeYgQAvD_BwE

KEA European Affairs. The economy of culture in Europe [elektronický zdroj]. Study prepared for the European Commission, 2006. 335 s. Dostupné na:

https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf

KLOUDOVÁ, J. Kreativní ekonomika a její měření, Ekonomický časopis, 2009, roč.57, č.3, 247-262 s. Dostupné na:

<https://www.sav.sk/journals/uploads/0920144503%2009%20Kloudova.pdf>

KRAUS, M., ŽÁKOVÁ, E., Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie [elektronický zdroj]. Insitut umění- Divadelní ústav Praha, 2014. 78 s. ISBN 978-80-7008-324-6 Dostupné na:

<https://www.idu.cz/cs/publikace/795-kulturni-a-kreativni-prumysly-ve-vybranych-zemich-evropske-unie-vymezeni-ekonomicky-prinos-strategicka-podpora>

MADUDOVÁ, Emília. Teoretické východiská vymedzenia kultúrneho a kreatívneho priemyslu v slovenskej republike [elektronický zdroj]. Elektronický časopis Katedry spojov UNIZA, 2015. 30 s. ISSN 1336-8281 Dostupné na:

<https://drepo.uniza.sk/bitstream/handle/hdluniza/81/pte.C.2015.1.4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

NEULOGY, a.s.. Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku [elektronický zdroj]. Pre Ministerstvo kultúry SR, 2013. 225 s. Dostupné na:

<https://www.tvba.sk/imageuploads/1207/sprava-kreativny-priemysel-mksr-neulogy.pdf>

RHINOCAD Softvérová spoločnosť. Dostupné na:

<https://www.rhinocad.cz/products/rhino-3d/buy/>

RUMPEL, Petr, Ondřej SLACH a Jaroslav KOUTSKÝ. Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian region [elektronický zdroj]. 2009. 17 s. ISSN 1212-3609 Dostupné na:

<https://core.ac.uk/download/pdf/295571767.pdf>

SLOVENSKÁ KOMORA ARCHITEKTOV, Štatút registra architektonických diel z 11. Decembra 2019, Dostupné na:

<https://www.komarch.sk/o-nas/predpisy/zakladne-predpisy/statut-registra-arch-diel/>

ÚSTREDNÝ PORTÁL VEREJNEJ SPRÁVY, Agenda kreatívny priemysel [elektronický zdroj], [5.12.2020] Dostupné na:

https://www.slovensko.sk/sk/agendy/agenda/_kreativny-priemysel/

UTRECHSTSKÁ UMELECKÁ ŠKOLA (HKU), spolu so spoločnosťami K2M Ltd a Eurokleis S.r.l. Podnikateľský rozmer kultúrneho a kreatívneho priemyslu [elektronický zdroj]. GR Európskej komisie pre vzdelávanie a kultúru, 2020. 153 s. ISBN/EAN: 978-90-817243-1-9

Dostupné

na:

https://www.culture.gov.sk/wpcontent/uploads/2020/02/Podnikatelsky_rozmer_kulturneho_a_kreativneho_priemyslu.pdf

ZÁKON Č.185/2015 Z.Z AUTORSKÝ ZÁKON