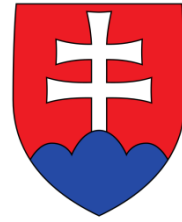




regionálny
operačný
program



EURÓPSKA ÚNIA



Expertná štúdia a stratégia pre rozvoj kreatívnej ekonomiky Košického kraja

Príloha 7.2

Sektorové analýzy



Tento projekt je spolufinancovaný v rámci Regionálneho operačného programu z Európskeho fondu regionálneho rozvoja.
„Investícia do vašej budúcnosti“

OBSAH

1. Časť: Audiovizuálna produkcia	3
2. Časť: Vydavateľský priemysel	57
3. Časť: Trh s umením	88
4. Časť: Scénické umenia	128
5. Časť: Hudobný priemysel.....	173
6. Časť: Umelecké remeslá, tradičné a ľudové remeslá	203
7. Časť: Dizajn	237
8. Časť: Odevný a textilný dizajn a priemysel.....	257
9. Časť: Architektúra.....	277
10. Časť: Reklama	301
11. Časť: Kreatívne odvetvia v digitálnom prostredí.....	335

1. Časť: Audiovizuálna produkcia

Obsah

1. STAV ODVETVIA.....	6
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	6
1.1.1 Bližší pohľad na európsky filmový priemysel	6
1.1.2 Bližší pohľad na európsky rozhlasový priemysel	8
1.1.3 Typický podnikateľský model	9
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	11
1.2.1 Úvod	11
1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby	17
1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	19
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI.....	26
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	26
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	29
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie.....	33
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA	35
4. FINANCOVANIE & BEST PRACTICES	39
4.1 Financovanie.....	39
4.2 Best practices	42
5. SWOT	43
6. PRÍLOHY	45
6.1 Rádiá na Slovensku	45

1. STAV ODVETVIA

1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

1.1.1 Bližší pohľad na európsky filmový priemysel¹

Aj napriek tomu, že úroveň produkcie pokračovala v roku 2013 v raste, odhadovaný podiel európskych filmov na trhu EÚ poklesol z 28,9% na 26,2%, zatiaľ čo podiel filmov z USA vzrástol zo 62,8% na 69,1% a tak dosiahol svoju najvyššiu úroveň za posledných desať rokov. Avšak aj napriek stále sa zvyšujúcej prítomnosti veľkých spoločností z USA je filmový priemysel EÚ pomerne dynamický. Zahŕňa okolo 91 000 firiem, zamestnáva viac než 373 000 ľudí a v roku 2011 dosiahol príjmy vo výške približne 60 miliárd Eur.

V rámci EÚ predstavuje „Veľká Päťka“ - Francúzsko, Nemecko, Veľká Británia (UK), Taliansko a Španielsko - asi 80% kinopremiér, obratu filmového priemyslu a zamestnaných osôb. Je však ťažké získať podrobný prehľad o počte firiem a zamestnancov pracujúcich vo filmovom priemysle. Zdá sa, že dôvodom pre toto je jeho samotný prechodný charakter. Niekoľko európskych filmových spoločností ako je Pathé (Francúzsko), Constantin Film (Nemecko) a Kinopolis (Belgicko) pôsobí na rôznych úrovniach filmárskej hodnotovej siete (napr. výroba, distribúcia, a/alebo marketing). Avšak jadro filmového priemyslu EÚ tvoria spoločnosti na národnej báze, z ktorých mnohé sú relatívne malé a zameriavajú sa na jeden segment hodnotovej siete. Niektoré z nich môžu byť nastavené tak, že predložia iba jeden projekt.

Vzhľadom na svoj nižší rozpočet zostávajú niektoré európske filmy ziskové aj pri relatívne malom počte predaných vstupeniek. Z výskumu však vyplýva, že veľká väčšina európskych filmov nezíska späť svoje náklady, čo sťažuje spoločnostiam z EÚ zotrvať v tomto priemysle a rásť. Aj napriek týmto problémom sú niektoré produkcie z EÚ ešte stále schopné dosiahnuť komerčný úspech a/alebo úspech zo strany kritiky a Európske filmové dedičstvo naďalej inšpiruje generácie filmárov. Avšak nedostatok veľkých, vertikálne integrovaných skupín, ktoré by boli schopné konkurovať veľkým spoločnostiam z USA, je vnímaný ako slabosť. Výsledky nedávneho prieskumu (2012) naznačujú, že hoci zostala návštevnosť kín v posledných rokoch stabilná, Európania idú do kina menej ako raz za mesiac. Pozoruhodné je, že 39% respondentov nechodí nikdy do kina. Okrem kina (87%) Európania sledujú filmy v televízii (90%), na domácom videu (89%) a prostredníctvom on-line služieb (62%).

Roztrieštenosť produkcie a financovania

Malé spoločnosti alebo mikropodniky, ktoré predstavujú európsky filmový priemysel, sa často stretávajú s problémami pri získavaní prostriedkov rozpočtu, potrebných pre konkurovanie v globálnom meradle, najmä v dôsledku vysokého rizika spojeného s týmto priemyslom a jeho vnímaný nedostatok ziskovosti. Pri rýchlom porovnaní medzi EÚ a USA vidno ostrý kontrast. Zatiaľ čo

¹ Hlavný zdroj tejto sekcie: The EU film industry, Briefing, European Parliament, 2014

priemerný rozpočet produkcie EÚ sa pohybuje v rozmedzí asi od 11 miliónov Eur vo Veľkej Británii, 5 miliónov Eur v Nemecku a Francúzsku po 300 000 Eur v Maďarsku a Estónsku, priemerný rozpočet na filmy vyrábané v USA predstavuje 12 miliónov Eur a presahuje 85 miliónov Eur u filmov, ktoré vyrábajú veľké spoločnosti a ich pridružené firmy. Celkové investície do filmovej tvorby v EÚ sa v období medzi rokmi 2001 a 2008 viac ako zdvojnásobili (z 2,4 miliardy Eur na 5,6 miliardy Eur), ale zdá sa, že tieto financie sa použili skôr na výrobu viacerých filmov než na selektívnejší prístup. Argumentovalo sa tiež, že rozdeľovanie verejných prostriedkov nafúkne zisky niekoľkých hviezd, bez ohľadu na ekonomickú realitu.

Zameranie sa na výrobu a obmedzená pozornosť distribúcií a propagácii

Súčasný systém štátnej pomoci prevažne podporuje filmovú produkciu, bez dostatočne zodpovedajúceho dôrazu na distribúciu. V roku 2009 vynaložili európske inštitúcie na financovanie verejnej filmovej tvorby v priemere 69% svojho rozpočtu na výrobu filmov a len 8,4% bolo pridelených na distribúciu a 3,6% na propagáciu. Zameranie na kiná a propagáciu je nástrojom pre návratnosť investícií, ale súčasný systém "sprístupňovania okien" („release windows“ je pod narastajúcim tlakom na základe zmien v správaní publika. Skutočne, štandardné poradie vysielania celovečerných filmov umiestňuje uvádzanie filmov v kinách na prvé miesto, za tým nasleduje sledovanie filmov cez video/DVD/Blu Ray, video na požiadanie, platená televízia a nakoniec voľná nekódovaná televízia. Avšak, ako je uvedené v predchádzajúcej časti, Európania sledujú filmy prevažne prostredníctvom televízie zdarma, na DVD a prostredníctvom služby na objednávku.

Čo sa týka štátnej podpory, na prvom mieste je Francúzsko s celkovými vynaloženými prostriedkami v hodnote 581 miliónov Eur, za tým nasleduje Nemecko (303 miliónov Eur), Taliansko (146 miliónov Eur), Veľká Británia (128 miliónov Eur) a Španielsko (124 miliónov Eur). Na Slovensku spoločnosť AVF vydá ročne do 7 miliónov Eur na podporu audiovizuálnej produkcie.

Podpora EÚ

Program Tvorivá Európa s rozpočtom 1,46 miliardy Eur bude naďalej pokračovať v podpore odvetvia kultúry a tvorivej činnosti v období rokov 2014-20, pričom bude stavať na predchádzajúcich programoch EÚ ako je MEDIA, MEDIA Mundus a Kultúra 2007-13. Viac ako 800 miliónov Eur bude venovaných kinematografii. Od roku 2016 bude navyše k dispozícii 210 miliónov Eur pre nový nástroj finančnej záruky, ktorý uľahčí malým spoločnostiam prístup k bankovým úverom. Okrem toho budú mať spoločnosti tiež možnosť ťažiť z viacerých horizontálnych nástrojov pre rozvoj podnikania (v rámci programu COSME), pre investície (cez COSME a Horizont 2020), a na tvorbu a dodávku obsahu prostredníctvom nových technológií (cez LEIT v programe Horizont 2020).

1.1.2 Bližší pohľad na európsky rozhlasový priemysel²

V r. 2012 bol rozhlas druhým najpoužívanejším médiom u európskych spotrebiteľov, po televízii. Štyria z piatich Európanov počúvajú rádio najmenej dve hodiny denne a tento zvyk za od roku 2010 do roku 2012 nezmenil. Avšak s príjmami 10 miliárd Eur a s počtom pracovných miest „len“ 97 000 je to relatívne malá sila v hospodárstve EÚ. Všadeprítomné rozhlasové vysielanie, ktoré má však len mierny priamy ekonomický vplyv, zasahuje národných a regionálnych poslucháčov a je pevne spojené s jazykom a kultúrou. Poskytuje miestne informácie (a reklamy) pre miestnych poslucháčov. Bohatstvo rozhlasového vysielania sa prejavuje v širokom pokrytí takmer každého aspektu každodenného života, od politiky a športu po kultúru a zdravie.

Aj napriek väčšej konkurencii z hľadiska voľného času si rozhlasové vysielania udržali svojich poslucháčov a pritiahli aj nových poslucháčov prostredníctvom obohatených ponúk vrátane doplnkového prístupu k programom a ďalšieho obsahu, ktorý je k dispozícii cez podcasting, mobilné zariadenia a sociálne médiá — čím sa rozhlas stáva „multiplatformovým“ médiom. Prevádzkovatelia rozhlasového vysielania dokázali šikovne využiť možnosti digitálnej revolúcie a rozvoja multimedialných ponúk, keď na zabezpečenie svojich služieb čerpajú príjmy z reklamy, čím dosiahli, že ich služby sú ľahko dostupné na webe a poskytujú online obohatený obsah. Táto veľká a lojálna poslucháčska základňa podporuje pozoruhodnú odolnosť tohto odvetvia počas hospodárskej krízy. Hoci sa v období rokov 2008 a 2012 príjmy znížili o 4,4%, zamestnanosť vzrástla o 2,2%. Príjmy z reklám, ktoré predstavovali v roku 2012 až 46% z obratu rozhlasového vysielania, sa od roku 2008 zmenšili o 7,3%. Trhový analytici hovoria, že rast konkurenčných médií zvyšuje riziko, že výdavky na reklamu môžu byť odklonené z rozhlasu na iné distribučné kanály, ktoré sú viac zamerané na ciele publikum.

Všade v Európe verejní i súkromní prevádzkovatelia rozhlasového vysielania, ktorých činnosť je spravidla čiastočne financovaná z koncesionárskych poplatkov, mali v roku 2010 podiel na sledovanosti 37,1%. Komerční vysielatelia financovali svoju činnosť z príjmov z reklám v celkovej výške 4,8 miliardy Eur v roku 2012. Reklama bola hlavným zdrojom príjmov pre súkromné i verejné rozhlasové spoločnosti.

Nové doplnkové technológie, ako sú sociálne médiá a mobilné zariadenia ponúkajú príležitosti na zdieľanie ďalších informácií a obsahu. Sociálne siete umožňujú rozhlasovým spoločnostiam, aby sa dostali ešte bližšie ku svojim poslucháčom, pomocou priebežnej interakcie s publikom prostredníctvom show po telefóne a súťaží poslucháčov. Ďalším obohatením je integrácia nových technológií ako RadioDNS, ktoré umožňujú stream ďalších služieb, spájajú najlepšie vlastnosti analógového a digitálneho vysielania (vysokú kvalitu, robustnosť, spoľahlivosť) a internet (značkovanie, vizuálne efekty).

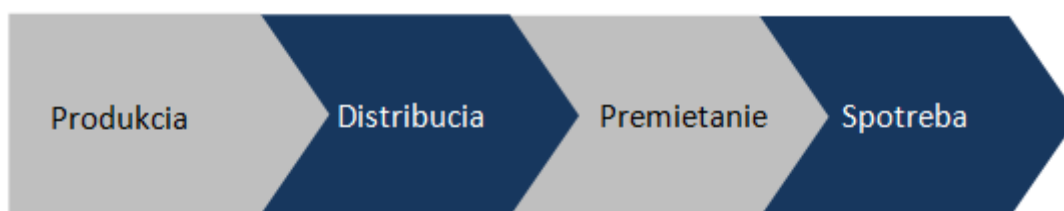
Rozvoj digitálnych služieb je nevyhnutný, aby umožnil európskym rozhlasovým zoskupeniam udržať si poslucháčov a získať nových, a tiež aby mohli ponúknuť Cross-Media balíčky svojim inzerentom.

² Hlavný zdroj tejto sekcie: Creating growth, Measuring cultural and creative markets in the EU, EY, 2014

Internet umožňuje tiež záujemcom o prevádzkovanie rozhlasového vysielania prekonať obmedzenia vyplývajúce z obmedzenej dostupnosti frekvencií tým, že je možné spustiť rozhlasové stanice vysielané len cez web, ktoré umožňujú zasiahnuť viac segmentované skupiny poslucháčov za menej peňazí.

1.1.3 Typický podnikateľský model

Hodnotový reťazec filmového priemyslu sa dá rozdeliť do štyroch rôznych segmentov od výroby cez distribúciu po uvedenie spotrebiteľom (Eliasberg, 2005). Potrebné práce a zdroje sa u každého z týchto štádií líšia podľa typu filmu od kasových trhákov až po nezávislú produkciu.



<ul style="list-style-type: none"> • Nápad, scenár a „odobrenie“ • Zmluva o financovaní a produkcii medzi štúdiom a producentom • Rozpočet na základe platov filmových hviezd, špeciálnych efektov, umiestnenia, atď. • Nábor riaditeľa, hereckého obsadenia, štábu, výber lokalít • Natáčanie filmu (skutočná „fáza produkcie“) • Po produkcii: úpravy, dabing, hudba 	<ul style="list-style-type: none"> • Zmluvy s reťazcami kín/multiplexov • Rozhodnutie o načasovaní v multikinách a o sekundárnych premietaniach na rôznych trhoch • Marketingové aktivity na každom distribučnom trhu • Predbežné premietanie pre kritikov a špeciálnych zákazníkov • Fyzická distribúcia kópií filmu do lokalít 	<ul style="list-style-type: none"> • Premiéra filmu s objavením sa filmovej hviezdy ako dôležitý marketingový nástroj • Paralelné premietanie filmu v multiplexoch na celom svete (kľúčovým kritériom pre úspech je otvárací víkend) • Prieskum návštevnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Výnosy z reklamného predaja a vedľajších produktov ako napr. zvukový záznam, atď.. • Uvoľnenie na sekundárne trhy (video na vyžiadanie, káblová televízia, sieťová televízia) • Príjmy z predaja DVD pre videopožičovne a domácich používateľov
--	---	---	---

Štádium výroby zhŕňa všetky kroky, ktoré sú potrebné, pokiaľ nebude pôvodná filmová cievka pripravená na kopírovanie. Potom, keď je napísaný scenár, vedúci štúdia môžu dať "zelenú". Od tohto okamihu sa projekt nazýva "výroba" (produkcia). Samotnému natáčaniu filmu predchádza plánovanie, príprava rozpočtu a nábor účinkujúcich.

Len čo je materiál nafilmovaný, začne po post-produkčný proces. Pokroky v digitálnych technológiách majú za následok, že táto fáza je čoraz dôležitejšia a nákladnejšia. Navyše väčšina z činností vykonávaných dodávateľsky sa týka skôr výroby než postprodukčných činností.

Druhý krok v hodnotovom reťazci sa skladá z distribučných kópií do multikin. Na zabezpečenie úspechu vyvinuli štúdiá sofistikovaný marketingový systém, od vyvolania včasného povedomia o filme dávno pred jeho uvedením až po tzv. posledné štádium kampane, „odpálenie“ tesne pred otváracím víkendom. Kým marketingové náklady naďalej narastajú, distribučné náklady sa môžu v blízkej dobe zmierňovať: multikiná digitalizujú projekciu, čím sa mení distribučný proces tak, že možno vyrobiť neobmedzený počet kópií za minimálne náklady (Eliashberg 2005). Zároveň sa zvyšuje riziko pirátstva. V tretej fáze, čo je skutočné premietanie, filmové spoločnosti strácajú časť svojej kontroly nad svojím produktom. Hoci moderné multiplexové reťazce vstupujú do všeobecných zmlúv s filmovými ateliérmi, zvyčajne si ponechávajú právomoc na rozhodovanie o tom, ako dlho budú filmy premietané vo svojich multikinách. Keďže hlavným zdrojom príjmu pre multikiná sú koncesionárske obchodné dohody s dodávateľmi pukancov a sladených nápojov majiteľa nie sú ochotní akceptovať ani malé zníženie návštevnosti divákov po prvom týždni, keďže si chcú udržiavať priebežnú prevádzku. V záujme rozšírenia času premietania aspoň na nejaký čas, zmluvy obvyčajne obsahujú klauzulu, ktorá poskytuje multikinám v týždenných intervaloch narastajúci podiel z príjmov v pokladni multikina.

Posledná etapa je široká spotreba filmu po jeho premietaní v multiplexoch. Dokonca aj tie najúspešnejšie filmové trháky by sotva poskytovali zisk pre filmové ateliéry bez podstatných neočakávaných príjmov zo sekundárnych a tretích trhov. Reklamný predaj, vysielanie a distribúcia filmu na DVD momentálne generujú vyššie príjmy než z pokladne v kinách. Vo všeobecnosti predstavuje premietanie v multikinách, práva na vysielanie v televízii a vysielanie cez káblové siete/satelitné vysielanie (platené televízne služby) u každej z týchto položiek asi 20% príjmov, zatiaľ čo veľkoobchodný a maloobchodný predaj DVD predstavuje približne 40% príjmov.

Pokiaľ ide o vysielanie, televízia a rozhlas sa vo veľkej miere spoliehajú na príjmy z reklamy. Rozvoj digitálnych technológií umožňuje prevádzkovateľom televízneho a rozhlasového vysielania rozšíriť svoju ponuku, najmä tým, že ponúka on-line nepretržité vysielanie programov, neustály prístup k archivovaným programom, on-line spravodajstvo, mobilné aplikácie, atď., čím sa vytvára možnosť generovať príjmy z on-line reklamy na svojich digitálnych médiách (web stránky, mobilné aplikácie).

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

1.2.1 Úvod

Aktivita v oblasti audiovizuálnej produkcie je v rámci Slovenska sústredená najmä v okolí Bratislavy. Pri porovnaní počtu podnikov je v danej oblasti v Košickom kraji až 8 násobne menej podnikov ako v Bratislavskom. Slovenská kinematografia je vo vzťahu k veľkosti trhu minoritná a neschopná konkurovať nielen v globálnom meradle, ale aj v rámci európskej kinematografie. V regionálnom kontexte v porovnaní potenciálu Košického kraja v rámci Slovenska sa tento vzťah viac prehlbuje.

Na zabezpečenie tvorby sú nutné verejné zdroje. Existencia verejného financovania vytvára profesionálnu bázu pre akékoľvek ďalšie činnosti, ktoré vytvárajú ekonomické aktivity v rámci filmového a televízneho priemyslu. Od roku 2010 pôsobí na Slovensku **Audiovizuálny fond**, ktorého financovanie spája zdroje štátu (príspevok zo štátneho rozpočtu) a príspevky od súkromných subjektov (vysielatelia, prevádzkovatelia retransmisie, distributéri, kinári), ktorého vznik síce znamenal výrazný impulz pre slovenský audiovizuálny priemysel avšak podľa našich zistení je regionálna podpora v Košickom kraji minimálna.

Ako je uvedené vo všeobecnej štatistickej časti, nižšie tržby ako nakladateľské činnosti majú už len dve odvetvia a to výroba filmov a činnosti pre rozhlasové a televízne vysielania. V roku 2012 dosahuje odvetvie výroby filmov najvyššie tržby rovné skoro 224 miliónom Eur. Vo finálnom roku (2014) je táto hodnota o niečo nižšia, 169 miliónov Eur. Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielania sú na tom s tržbami najhoršie zo všetkých pozorovaných oblastí. Prvotná hodnota v roku 2010 a konečná hodnota v roku 2014 sa líšia od seba len minimálne nárastom o 758 tisíc Eur. Tržby rovné 93 122 389 Eur tak môžeme označiť ako najnižšie zo všetkých pozorovaných oblastí v sledovaných rokoch.

Výroba filmov je odvetvie druhé v poradí s najmenším počtom zamestnaných osôb v rokoch 2010 až 2014. Najnižší stav zamestnancov nastal v roku 2013, kedy ich bolo len 945. V ostatných rokoch ich počet prevyšoval 1 300 zamestnancov. Najviac výrobcov filmov bolo evidovaných v roku 2010 a to 2 017. Pokles v nasledujúcich rokoch sa zmenil po dosiahnutí dna v roku 2013 a rástol do počtu 1 782 zamestnancov v roku 2014. Najnižší počet zamestnancov bol v sledovaných rokoch registrovaný v činnostiach rozhlasových a televíznych vysielaniach. Iba 501 z nich bolo zaznamenaných v roku 2010 a mierny rast na 785 zamestnancov v roku 2011. V rokoch 2012 – 2014 klesol počet na finálne číslo 513, čo je porovnateľné s počtom zamestnancov v roku 2010.

Audiovizuálny fond

Audiovizuálny fond vykonáva podpornú činnosť od roku 2010. Ako samostatná verejnoprávna inštitúcia, zriadená osobitným zákonom, je hlavným zdrojom finančnej podpory v audiovizii v Slovenskej republike.

Audiovizuálny fond finančne podporuje vývoj, tvorbu a produkciu slovenských audiovizuálnych diel vrátane európskych koprodukcí, distribúciu, propagáciu a marketingovú podporu audiovizuálnych diel, prezentáciu slovenskej kinematografie v zahraničí, digitalizáciu kín a technologický rozvoj

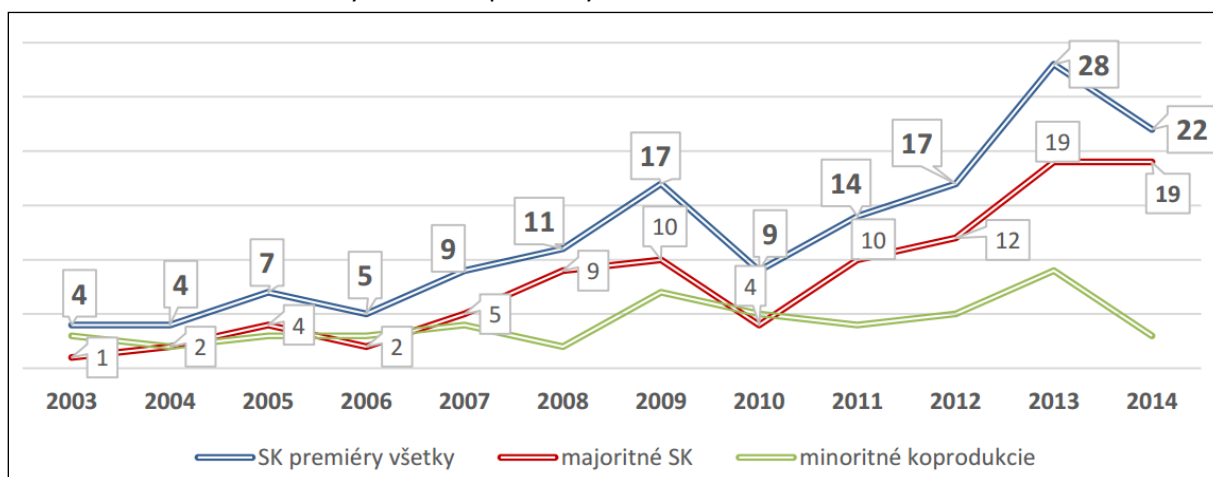
v audiovizíi, filmové festivaly a prehliadky, výskum a vydávanie odbornej literatúry, vzdelávanie, workshopy a tréningy pre profesionálov v audiovizíi.

Prioritou podpornej činnosti fondu vo vývoji, produkcii aj distribúcii audiovizuálnych diel boli v roku 2014 slovenské audiovizuálne diela určené pre detských divákov, nízkorozpočtové audiovizuálne diela začínajúcich režisérov alebo producentov, ako aj zabezpečenie podmienok pre dokončenie kinematografických diel podporených fondom v predchádzajúcich obdobiach. Prioritou bola tiež distribúcia slovenských audiovizuálnych diel s dôrazom na ich efektívnu distribučnú a marketingovú stratégiu, zabezpečenie účasti slovenských audiovizuálnych diel na podujatiach v zahraničí, výskumné a vzdelávacie aktivity v oblasti audiovizuálneho umenia. Trvalou prioritou bola digitalizácia kín v Slovenskej republike a ich ďalšia modernizácia.

Jednoznačným trendom je nárast počtu premiér slovenských kinematografických diel od začiatku aktívneho pôsobenia Audiovizuálneho fondu, zároveň so silnejúcou dominanciou filmov s majoritnou účasťou slovenských producentských subjektov ilustruje nasledujúci graf.

GRAF Č. 1

Slovenské dlhometrážne filmy v kinách - premiéry



Zdroj: Výročná správa Audiovizuálneho fondu za rok 2014

V roku 2014 k udržaniu pozitívneho trendu rastu vo väčšine hlavných merateľných ukazovateľov.

TABUĽKA Č. 1

Vývoj ukazovateľov výkonnosti audiovizuálnej kultúry a priemyslu na Slovensku

SK filmy – výsledky distribúcie v SR	2011	2012	2013	2014	medziročný trend
počet filmov (premiéry v kinách)	14	17	28	22	- 21,4 %
počet divákov celkom	362 648	101 604	160 151	232 567	+ 45,2 %
celkové tržby v €	1 534 541	416 925	686 730	980 853	+ 42,8 %
počet predstavení	8 074	4 889	5 499	5 990	+ 8,9 %
podiel na trhu - diváci	10,06 %	2,97 %	4,47 %	5,6 %	+ 25,2 %
podiel na trhu - tržby	8,89 %	2,38 %	3,65 %	4,7 %	+ 28,8 %

Zdroj: Slovenský filmový ústav

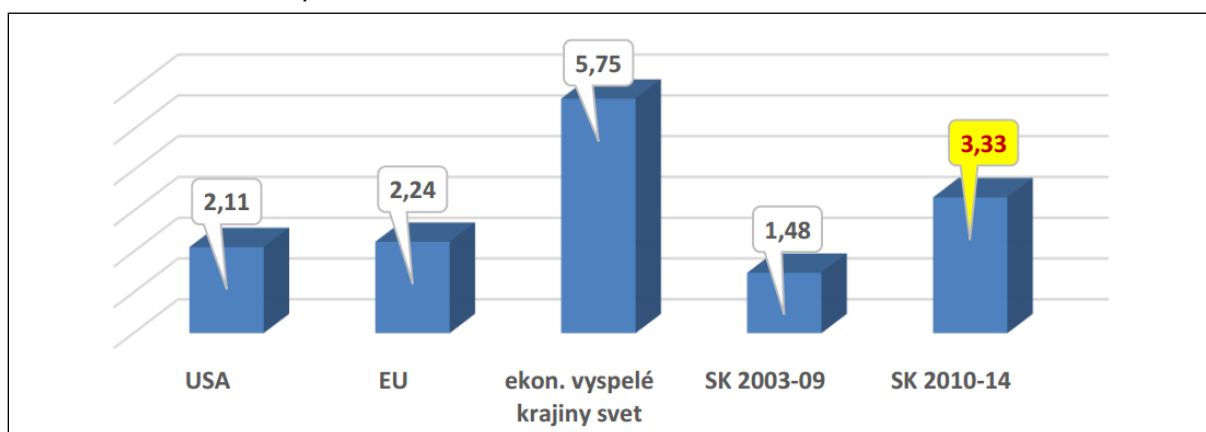
Pozitívny je rastový trend priemernej návštevnosti na jedno predstavenie slovenského kinematografického diela: v roku 2012 bola priemerná návštevnosť 18,58, v roku 2013 to bolo 29,12 divákov a v roku 2014 už 38,83 divákov na jedno predstavenie slovenského filmu v kinách. Do uvedenej štatistiky sa pritom v súlade s legislatívnym vymedzením pojmu „slovenské audiovizuálne dielo“ započítavajú aj koprodukčné filmy s menšinovou účasťou slovenského producenta.

Pokračujúci nárast uvedených hlavných ukazovateľov v roku 2014 je spôsobený okrem iných faktorov aj tým, že po viacročnej kontinuálnej podpornej činnosti Audiovizuálneho fondu sa postupne dostávajú do distribúcie jednotlivé kinematografické diela podporené aj v predchádzajúcich obdobiach. Tieto diela sú z časového hľadiska najnáročnejšími a ich príprava a realizácia trvá zväčša viac rokov. Zároveň sa vďaka systémovej podpore Audiovizuálneho fondu v oblasti digitalizácie kín v SR a ich ďalšieho rozvoja, ako aj vďaka zvýšenej podpore distribúcie slovenských filmov postupne stabilizoval priestor pre uvádzanie slovenských filmov v kinách. V súvislosti s novými technológiami sa tiež zvyšuje flexibilita programovania kín a zároveň sa rozširuje priestor pre uvádzanie jednotlivých filmov aj pre alternatívne spôsoby ich distribúcie.

Čo sa týka základných výkonnostných ukazovateľov slovenskej audiovizie v medzinárodnom kontexte, v počte filmov na 1 milión obyvateľov dosiahlo Slovensko nárast o 125%, a podiel verejných zdrojov per capita zaznamenal nárast o 45,6%.

GRAF Č. 2

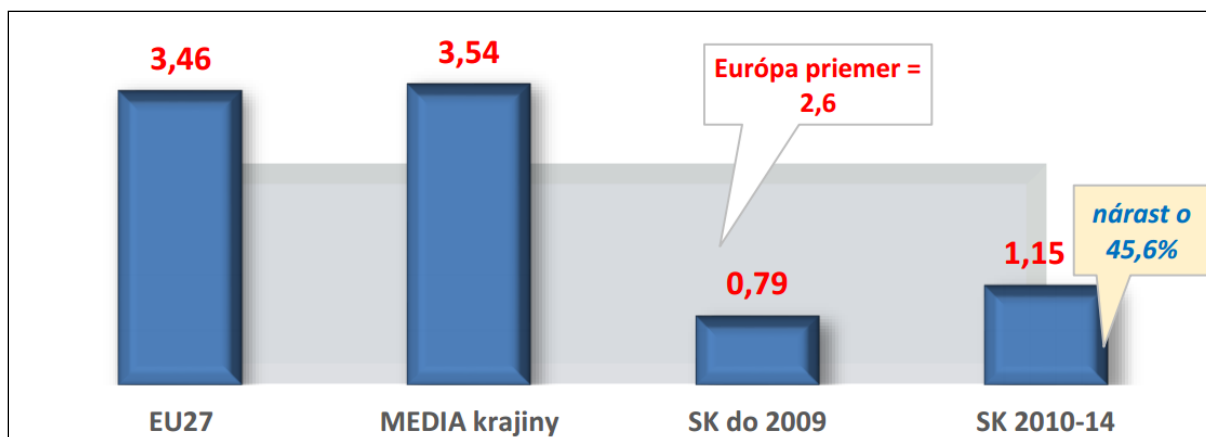
Počet filmov na 1 mil. obyvateľov



Zdroj: Výročná správa Audiovizuálneho fondu za rok 2014

GRAF Č. 3

Verejné zdroje v audiovizii - per capita v Eur



Zdroj: Výročná správa Audiovizuálneho fondu za rok 2014

Základné ciele a výsledky Audiovizuálneho fondu po piatich rokoch:

- zvýšil sa priemerný ročný objem disponibilných verejných zdrojov o 80%,
- stabilizovali sa disponibilné finančné zdroje aj napriek výkyvom v pravidelnom príspevku zo štátneho rozpočtu (v 2011 medziročný pokles o cca 25%, návrat k sume 4,5 mil. eur v 2015),
- fond štandardizoval štruktúru svojich zdrojov v porovnaní s európskym kontextom,
- rozšírili sa formy aj zameranie podpornej činnosti na rôzne oblasti audiovizuálnej kultúry a priemyslu (štipendiá, pôžičky, podpora kín, podpora AV priemyslu),
- vytvoril flexibilnejšie podmienky pre efektívne využívanie poskytnutých prostriedkov, výrazne sa znížilo riziko nedokončených projektov v produkcii,
- fond vytvoril podmienky pre plynulý prechod z vývoja do realizácie a následne do distribúcie (viac ako 50% filmov podporených dotáciou vo vývoji v rokoch 2010-12 následne išlo do produkcie),
- zvýšili sa priemerné ročné tržby slovenských filmov v kinodistribúcii (nárast o cca 21%), zároveň sa o 54% znížil podiel minoritných koprodukcii na celkových tržbách slovenských filmov v kinách a stúpol tržobný podiel majoritne slovenských filmov,
- rozšírilo sa žánrové aj tematické zameranie filmovej tvorby (po takmer dvoch desaťročiach nová rozprávka, historické témy, reflexia spoločnosti druhej polovice 20. storočia), objavili sa aj populárne či divácky atraktívne a úspešné projekty (Kandidát, 38, Láska na vlásku a iné), obnovila sa animovaná tvorba a televízne seriály pre deti,
- fond vytvoril predpoklady pre zvýšenie konkurencieschopnosti (preukázateľný nárast počtu produkčných spoločností aj počtu podporených žiadateľov),
- zvýšila sa schopnosť SK subjektov vstupovať do medzinárodných projektov aj s inými krajinami než ČR, zvýšil sa počet diel, ktoré získali medzinárodné ocenenia.

Viac informácií vo Výročnej správe Audiovizuálneho fondu za rok 2014.

Na Slovensku činí množstvo ďalších relevantných organizácií, o.i. Slovenský filmový ústav, Slovenský filmový zväz (SFZ), Únia digitálnych kín, Audiovizuálne informačné centrum, Združenie prevádzkovateľov kín (ZPK), Slovenská filmová a televízna akadémia (SFTA), Klub filmových novinárov Slovenského syndikátu novinárov (KFN SSN), Slovenská asociácia producentov v audiovizii (SAPA), Asociácia nezávislých producentov, Asociácia tvorcov animovaných filmov na Slovensku (ATAFS), Asociácia filmových amatérov a videoamatérov a Asociácia slovenských kameramanov.

Distribúcia filmov

Hlavní distribútori filmov na Slovensku sú Continental film, Barracuda Movie, Bontonfilm, Saturn, Itafilm, Forum Film, Garfield Film, Magic Box, Film Europe a Asociácia slovenských filmových klubov. Hlavní prevádzkovatelia kín sú Cinema City (Bratislava), Cinemax (BB, DS, KE, NR, PP, PO, SI, TN, TT, ZA) a Ster Century Cinemas (KE, PD, SNV, ZA). Prevádzkovatelia slovenských kín zaznamenali vlni už druhý rok za sebou vyššiu návštevnosť. Potvrdzujú to výsledky Únie filmových distribútorov (UFD SR) za rok 2014.

Do Slovenských kín minulý rok zavítalo viac ako 4,1 milióna divákov, čo je o vyše 400-tisíc viac v porovnaní s rokom 2013. Zaznamenali tak 11,5-percentný nárast návštevnosti a 10,4-percentný nárast tržieb. Celkové tržby prekonal hranicu 20 miliónov eur.

Prvú priečku v rebríčku tržieb obsadila rovnako ako vlni animovaná rozprávka. Kreslenú komédiu Ako si vycvičiť draka 2 od štúdia DreamWorks videlo v našich kinách viac ako 170-tisíc divákov, vďaka čomu sa stal najúspešnejšou snímkom roku 2014. Minuloročným štatistikám pomohla v decembri uvedená záverečná časť svetoznámej trilógie Hobit: Bitka piatich armád. Od 11. decembra, kedy mal film premiéru v našich kinách, do konca roka priniesol do pokladní aj druhé najvyššie tržby (takmer 900-tisíc eur). Na treťom mieste najúspešnejších filmov 2014 podľa tržieb skončilo pokračovanie dobrodružstva dvoch modrých papagájov Rio 2.

Televízie

Čo sa týka televízie, dominujú na trhu komerčné televízne kanály. Kanály skupiny CME (TV Markiza, TV Doma a Dajto) mali v roku 2012 spoločný podiel na trhu 31,9%. Verejnoprávne kanály STV mali spoločný podiel 11,7%. Druhý komerčný prevádzkovateľ Mac TV mal v r. 2012 podiel sledovanosti 24,9% (TV Joj a Joj Plus). (Zdroj údajov o sledovanosti: [Eurodata TV Worldwide](#) / [PMT](#) / [TNS SK](#)).

Komerční prevádzkovatelia spustili celú škálu nových kanálov v Slovenskej republike v roku 2012 a 2013: DajtoTV, Senzi TV, Foor TV a Wau TV, z ktorých všetky sú k dispozícii zadarmo cez DTT. V júni 2015 ešte pribudol kanál JOJ Cinema.

Káblová a satelitná televízia poskytujú televízne služby pre asi 40% domácností. V septembri 2013 mal hlavný káblový operátor UPC (Liberty Global) 194 500 predplatiteľov, čo tvorilo takmer jednu tretinu trhu s káblovou televíziou. Existuje päť satelitných balíčkov, ktoré ponúkajú tri spoločnosti. Dva balíčky Skylink a CS Link patria luxemburskej spoločnosti M7. Skylink je propagovaný ako platený balíček, zatiaľ čo CS Link je zadarmo. Kombinácia týchto balíčkov slúži celkom zhruba 1,6 miliónu domácností v Slovenskej a Českej republike. Ďalším dôležitým hráčom je DIGI TV a v roku 2013 ju kúpil Slovak Telecom od RCS & RDS. UPC Direct (Liberty Global) mal v septembri 2013 62 200 predplatiteľov. Piata satelitná služba bola uvedená do prevádzky v roku 2010, keď T-Com (Slovak Telecom) poskytol cez satelit službu IPTV Magio. Služba Magio mala v septembri 2013 vyše 190 000 predplatiteľov (spolu cez IPTV a satelitné služby). IPTV ponúkajú aj tri ďalšie spoločnosti: Orange, Slovanet a Swan.

Towercom prevádzkuje štyri DTT multiplexy. Nesú tri verejnoprávne kanály (vrátane kanála PSB HD) a desať súkromných kanálov. Dcérska spoločnosť Towercom, Towerhome, spustila platené DTT služby v roku 2013 a ponúka ďalších 12 kanálov. V roku 2011 boli Slovenská televízia (STV) a Slovenský rozhlas (SRo) zlúčené do jedinej verejnoprávnej inštitúcie na základe Zákona o Slovenskej televízii a rozhlase z 15. decembra 2010.

Ďalší známi operátori sú Skylink, Satro, a ANTIK Telecom (Košice).

Rádiá

Na Slovensku vysiela 38 rádií vysielačích pomocou pozemných vysielačov z ktorých je:

- 13 multiregionálnych rozhlasových staníc - vysiela celoplošne (**Rádio Slovensko, Rádio Regina, Rádio Devín, Rádio FM, Rádio Patria, Rádio Expres, Fun rádio, Rádio Jemné, Europa 2, Rádio Vlna, Rádio Lumen, Rádio Anténa Rock, Best FM**),
- 15 regionálnych rozhlasových staníc - vysiela v jednom alebo viacerých regiónoch (**Rádio 7, Rádio Beta, Dobré rádio, Rádio Frontinus, Rádio Kiss, Rádio Košice, Rádio Max, Rádio One, Rádio One Retro, Rádio One Rock, Rádio Rocková republika, Rádio Sever, Rádio Šport, Rádio WOW, Záhorácke rádio**),
- 10 lokálnych rozhlasových staníc - vysiela len v 1 meste (**Rádio Aligátor, Rádio Liptov, Rádio Modra, Rádio Piešťany, Rádio Plus, Rádio Prešov, Rádio Rebeca, Rádio SiTy, Rádio Viva Metropol, Rádio Yes**).

Okrem rozhlasových staníc vysielačích celoplošne vysiela 69 rádií prostredníctvom internetu a satelitov.

Zoznam staníc a internetových rádií nájdete v prílohách.

Medzi 3 najpočúvanejšie Rádiá na Slovensku patrí Rádio Expres (20,3%), Rádio Slovensko (18,1%) a Fun Rádio (11,3%). Jedno z týchto troch rádií počúva skoro 50% všetkých poslucháčov. Medzi ďalšie rádia s počúvanosťou okolo 7-8 % patria Rádio Jemné, Európa 2 a rádio Regina.

TABUĽKA Č. 2

Počúvanosť rádií na Slovensku

Rádio	Počet / percento poslucháčov (počúval včera)	
Rádio Expres	907 345	20.3 %
Rádio Slovensko	810 837	18.1 %
Fun Rádio	507 318	11.3 %
Rádio Jemné	368 344	8.2 %
Európa 2	329 756	7.4 %
Rádio Regina	318 199	7.1 %
maďarské stanice	127 585	2.9 %
Rádio_FM	119 518	2.7 %
Rádio Lumen	99 501	2.2 %
Rádio Anténa Rock	82 498	1.8 %

české stanice	54 616	1.2 %
Rádio Patria	38 982	0.9 %
Rádio Devín	31 818	0.7 %
Rádio Best FM	23 842	0.5 %
Šláger rádio	20 264	0.5 %
Rádio Beta	18 008	0.4 %
Rádio Košice	17 953	0.4 %
Rocková Republika	13 961	0.3 %
Rádio Frontinus	13 630	0.3 %
Rádio Kiss	11 897	0.3 %
Záhorácke rádio	11 653	0.3 %
Rádio Sever	11 050	0.2 %

Zdroj: MEDIAN SK - Market & Media & Lifestyle - TGI , www.radia.sk, prieskum realizovaný v dňoch 15.9.2014 - 29.3.2015 na vzorke 4434 respondentov vo veku 14-79 rokov. (4. vlna 2014 + 1. vlna 2015 (kľzavé dáta) - „počúval včera“)

1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby

Priemerná mesačná nominálna mzda vo vybraných trhových službách za SR od 2010 -2014

Priemerná mesačná nominálna mzda závisí hlavne od vybranej trhovej služby. Medzi vybrané trhové služby zaraďujeme architektonické a inžinierske činnosti, reklamu a prieskum trhu, umenie, zábavu a rekreáciu, informáciu a komunikáciu, nakladateľské činnosti, výrobu filmov, činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie, telekomunikácie, počítačové programovanie a poradenstvo a informačné služby.

TABUĽKA Č. 3

Priemerná mesačná nominálna mzda

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 018	985	1 033	1 101	1 119
Reklama a prieskum trhu	1 262	1 256	1 251	1 209	1 152
Umenie, zábava a rekreácia	630	640	639	630	601
Informácie a komunikácia spolu	1 572	1 736	1 743	1 762	1 742
Nakladateľské činnosti	854	1 232	1 198	1 190	1 155
Výroba filmov	527	1 274	1 206	1 279	908
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	1 651	1 508	1 546	1 620	1 599
Telekomunikácie	1 725	1 785	1 933	1 815	1 982
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	2 008	1 939	1 866	1 871	1 784
Informačné služby	1 446	1 466	1 468	1 681	1 750

Zdroj: Štatistický úrad SR

Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie majú najkolísavejšiu priemernú nominálnu mzdu. Od roku 2010 sa rovnala 1 651 Eur a postupne klesala na úroveň 1 508 Eur v roku 2011. Následne vzrástla v roku 2012 o 38 Eur a v ďalšom roku opäť klesla na hodnotu 1 599 Eur. Najväčší medziročný nárast miezd bol zaznamenaný vo výrobe filmov a to vyše 58% na prelome rokov 2010 a 2011.

Priemerná mzda 527 Eur v roku 2010 sa zvýšila na sumu 1 274 Eur v roku 2011. Pokles nastal v roku 2012 kedy sa mzda rovnala 1 206 Eur a nárast na 1279 Eur bol evidovaný v roku 2013 po ktorom priemerná mzda opäťovne klesla na sumu 908 Eur čo predstavuje pokles o 30%.

TABUĽKA Č. 4

Priemerný počet zamestnaných osôb

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	17 493	18 234	18 914	20 741	20 926
Reklama a prieskum trhu	8 114	8 668	8 869	9 618	11 406
Umenie, zábava a rekreácia	9 623	11 087	11 773	12 538	12 747
Informácie a komunikácia spolu	39 211	43 417	45 707	45 309	49 276
Nakladateľské činnosti	8 525	5 827	6 247	4 999	5 645
Výroba filmov	2 017	1 742	1 371	945	1 782
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	501	785	673	627	513
Telekomunikácie	9 546	9 509	9 447	10 256	10 225
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	11 930	18 993	21 794	21 808	23 816
Informačné služby	6 692	6 561	6 175	6 674	7 296

Zdroj: Štatistický úrad SR

Zo sledovaných odvetví je výroba filmov druhé v poradí s najmenším počtom zamestnaných osôb v rokoch 2010 až 2014. Najnižší stav zamestnancov nastal v roku 2013, kedy ich bolo len 945. V ostatných rokoch ich počet prevyšoval 1 300 zamestnancov. Najviac výrobcov filmov bolo evidovaných v roku 2010 a to 2 017. Pokles v nasledujúcich rokoch sa zmenil po dosiahnutí dna v roku 2013 a rástol do počtu 1 782 zamestnancov v roku 2014. Najnižší počet zamestnancov bol v sledovaných rokoch registrovaný v činnostiach rozhlasových a televíznych vysielaniach. Iba 501 z nich bolo zaznamenaných v roku 2010 a mierny rast na 785 zamestnancov v roku 2011. V rokoch 2012 – 2014 klesol počet na finálne číslo 513, čo je porovnateľné s počtom zamestnancov v roku 2010.

Tržby za vlastné výkony vo vybraných trhových službách za SR od 2010-2014

TABUĽKA Č. 5

Tržby za vlastné výkony

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 057 961 077	1 205 626 648	1 433 405 835	1 681 523 672	1 593 016 627
Reklama a prieskum trhu	914 819 899	1 092 725 074	1 245 793 582	1 396 497 587	1 467 818 381
Umenie, zábava a rekreácia	1 289 052 697	1 473 884 942	1 677 625 144	1 736 582 737	1 861 233 466
Informácie a komunikácia spolu	4 457 831 782	4 891 023 087	5 186 660 961	5 434 516 554	5 613 901 128
Nakladateľské činnosti	347 173 461	379 876 610	401 074 315	317 262 847	358 276 125
Výroba filmov	127 040 128	204 891 505	223 889 886	152 985 110	169 002 682
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	93 122 389	114 270 634	105 478 128	98 034 049	93 881 049
Telekomunikácie	2 169 189 557	2 139 265 528	2 126 078 869	2 091 869 168	2 063 669 841
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	1 350 100 467	1 653 257 825	1 859 673 189	2 191 106 937	2 379 127 225
Informačné služby	371 205 781	399 460 985	470 466 574	583 258 442	549 944 206

Zdroj: Štatistický úrad SR

Spomedzi sledovaných odvetví majú výroba filmov a činnosti pre rozhlasové a televízne vysielania najnižšie tržby. V roku 2012 dosahuje odvetvie výroby filmov najvyššie tržby rovné skoro 224 miliónom Eur. Vo finálnom roku je táto hodnota o niečo nižšia, 169 miliónov Eur. Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielania sú na tom s tržbami najhoršie zo všetkých pozorovaných oblastí. Prvotná hodnota v roku 2010 a konečná hodnota v roku 2014 sa líšia od seba len minimálne nárastom o 758 tisíc Eur. Tržby rovné 93 122 389 Eur tak môžeme označiť ako najnižšie zo všetkých pozorovaných oblastí v sledovaných rokoch.

1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Do oblasti audiovizuálna produkcia patria najmä subjekty venujúce sa výrobe filmov a rozhlasovému vysielaniu. Audiovizuálne diela slúžia často ako nástroj reklamy a propagácie, preto dochádza k prelínaniu so sektorom reklamy. Zameranie subjektov na audiovizuálnu produkciu podľa SK-NACE zachytáva nasledujúca tabuľka.

TABUĽKA Č. 6

SK-NACE audiovizuálnej produkcie

Kód SK-NACE	Názov
59	Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov, príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok
59.1	Výroba a distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov
59.11	Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov
59.12	Podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov
59.13	Distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov
59.14	Premietanie filmov
60.10	Rozhlasové vysielanie
60.20	Vysielanie televízie a predplatené programy televízie

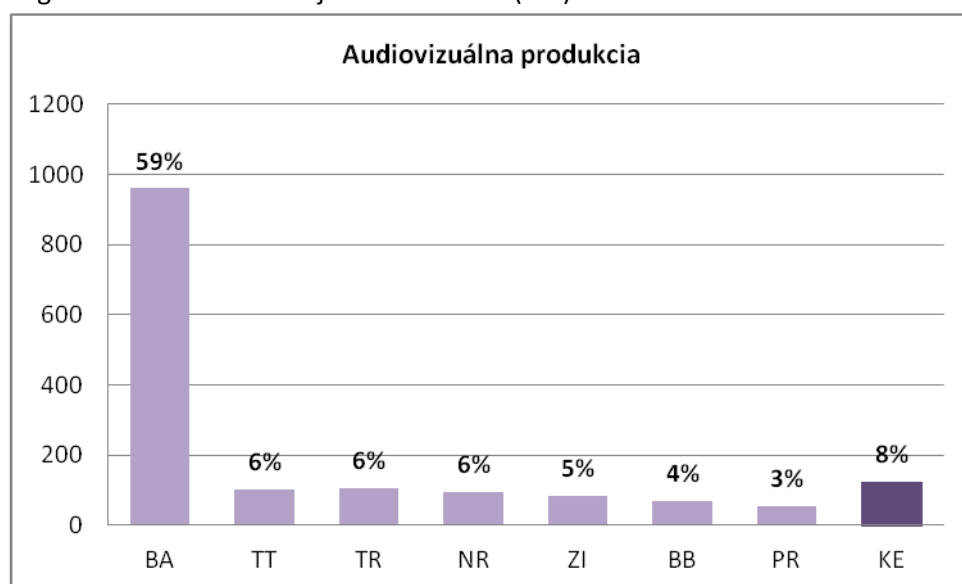
Zdroj: Štatistický úrad SR

Najviac subjektov zaoberajúcich sa jednotlivými činnosťami audiovizuálnej produkcie sa nachádza v Bratislavskom kraji. Z pohľadu veľkosti subjektov prevládajú mikropodniky (98,5 %) s počtom do jedného zamestnanca a z pohľadu právnej formy je v celom odvetví evidovaných 52,6 % spoločností s ručením obmedzením a 45,1 % podnikateľov – fyzické osoby. V Košickom kraji pôsobia z hľadiska počtu zamestnancov iba mikropodniky s prevahou mikropodnikov, ktoré nemajú žiadnych zamestnancov. Z právnej formy je situácia podobná ako na Slovensku. Za obdobie 2010 – 2014 sa zaznamenalo v odvetví zvýšenie počtu subjektov ako na Slovensku, tak aj v Košickom kraji.

Odvetvie audiovizuálnej produkcie je zastúpené celkovo s 1538 subjektmi v rámci Slovenska. Najpočetnejšiu skupinu tvoria subjekty zaoberajúce sa výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov. Z hľadiska počtu subjektov v rámci audiovizuálnej produkcie na Slovensku výrazne dominuje Bratislavský kraj s počtom podnikov 960, čo predstavuje percentuálny podiel 59 %. Košický kraj sa umiestnil na druhom mieste s počtom podnikov 124 t.j. 8%-ným zastúpením. Za ním nasleduje Nitriansky, Trnavský a Trenčiansky kraj s rovnakým podielom 6% za každý kraj. Najmenší počet subjektov v tomto odvetví môžeme nájsť v Žilinskom (5%), Banskobystrickom (4%) a Prešovskom kraji (3%).

GRAF Č. 4

Regionálne rozloženie subjektov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Z hľadiska počtu subjektov v rámci audiovizuálnej produkcie na Slovensku výrazne dominuje Bratislavský kraj s počtom podnikov 960, čo predstavuje percentuálny podiel 59 %. Košický kraj sa umiestnil na druhom mieste s počtom podnikov 124 t.j. 8%-ným zastúpením. Za ním nasleduje Nitriansky, Trnavský a Trenčiansky kraj s rovnakým podielom 6% za každý kraj. Najmenší počet subjektov v tomto odvetví môžeme nájsť v Žilinskom (5%), Banskobystrickom (4%) a Prešovskom kraji (3%).

TABUĽKA Č. 7

Prehľad počtu subjektov podľa hlavnej činnosti k 31.12.2014

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
59.11.0	542	32	48	33	23	28	9	65	780
59.12.0	354	49	27	38	28	34	26	44	600
59.13.0	25	4	9	2	12	2	5	5	64
59.14.0	13	-	2	3	5	-	-	-	22
60.10.0	10	1	4	5	2	1	2	2	27
60.20.0	16	7	5	3	5	1	5	3	45

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Najviac subjektov zaoberajúcich sa jednotlivými činnosťami sa nachádza v Bratislavskom kraji, kde sa napr. len v výrobe filmov, videozáznamov a televíznych programov venuje 542 podnikov a podporným činnostiam súvisiacim s výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov 354 podnikov. Naopak, Prešovský kraj má v tomto type činností najmenšie zastúpenie spomedzi všetkých krajov – 9 subjektov v prvom a 26 subjektov v druhom prípade. Podniky zaoberajúce sa premietaním filmov sa v Košickom kraji nevyskytujú, rovnako ani v Prešovskom, Banskobystrickom a Trnavskom kraji.

V rámci audiovizuálnej produkcie sa v Košickom samosprávnom kraji najviac podnikov venuje výrobe filmov, videozáznamov a televíznych programov s počtom 65 a podporným činnostiam súvisiacich s

výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov, ktorých počet predstavuje 44. Za nimi nasleduje distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov s 5 podnikmi, rozhlasové vysielanie s 2 podnikmi a subjekty zaoberajúce sa vysielaním televízie a predplatených programov televízie sú v Košickom kraji 3.

Z pohľadu právnej formy je v celom odvetví evidovaných 52,6 % spoločností s ručením obmedzením a 45,1 % podnikateľov – fyzické osoby. Akciových spoločností je nepatrné množstvo, tvoria iba 1,2 % z celkového počtu.

Situácia v Košickom kraji je znázornená v tabuľke č. 8. Z právnej formy si odvetvie rozdelili fyzické osoby a s.r.o. Iné právne formy v tomto odvetví nie sú evidované.

TABUĽKA Č. 8

Prehľad počtu subjektov podľa právnej formy za Košický kraj k 31.12.2014

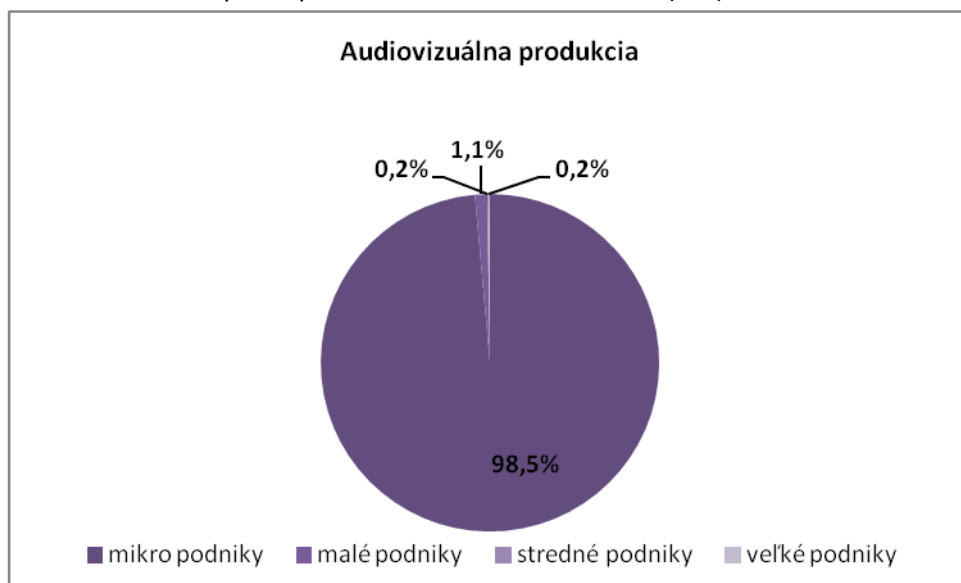
SK -NACE	fyzické osoby	s.r.o.	a.s.	ostatní
59.11.0	44	21	-	-
59.12.0	23	21	-	-
59.13.0	4	1	-	-
59.14.0	-	-	-	-
60.10.0	-	2	-	-
60.20.0	-	3	-	-
Spolu	71	48	-	-

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Ďalším ukazovateľom stavu odvetvia je členenie subjektov podľa počtu zamestnancov. Podľa metodiky Štatistického úradu SR sa podniky delia na mikropodniky (od 0 až 9 zamestnancov, vrátane podnikov s nezisteným počtom zamestnancov), malé podniky (od 10 až 49 zamestnancov), stredné podniky (od 50 až 249 zamestnancov) a veľké podniky (250 a viac zamestnancov).

GRAF Č. 5

Rozloženie firiem podľa počtu zamestnancov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

V danom sektore prevládajú na Slovensku mikropodniky až 98,5 % a zvyšné 1,1 % tvoria malé podniky. Veľké a stredné podniky majú v danom sektore zastúpenie 2 subjektmi.

TABUĽKA Č. 9

Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v jednotlivých krajoch

	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
mikropodniky	944	93	95	82	72	64	47	119	1516
malé podniky	12	-	-	2	2	2	-	-	18
stredné podniky	2	-	-	-	-	-	-	-	2
veľké podniky	2	-	-	-	-	-	-	-	2
spolu	960	93	95	84	74	66	47	119	1538

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

V jednotlivých krajoch (viď tabuľka č. 9) prevláda zastúpenie mikropodnikov, kde na prvom mieste v počte mikropodnikov dominuje Bratislavský kraj s počtom 944, za ktorým sa nachádza Košický kraj so 119-imi podnikmi. Na poslednom mieste sa umiestnil Prešovský kraj s 47 podnikmi z celkového počtu 1516 mikropodnikov na Slovensku. Pri porovnaní počtu malých podnikov prevláda opäť Bratislavský kraj s počtom 12. V Nitrianskom, Žilinskom a Banskobystrickom kraji sa nachádzajú len 2 malé podniky, čo predstavuje spolu s Bratislavským krajom množstvo 18 malých podnikov na Slovensku. Stredne veľkých a veľkých podnikov máme na Slovensku 2 z každého uvedeného typu podniku všetky nachádzajúce sa v Bratislavskom kraji.

V Košickom kraji v odvetví audiovizuálnej produkcie sú evidované z hľadiska počtu zamestnancov iba mikropodniky.

TABUĽKA Č. 10

Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v Košickom samosprávnom kraji

SK NACE	mikropodniky						malé podniky			stredné podniky		veľké podniky
	ne	0	1	2	3-4	5-9	10-19	20-24	25-49	50-99	100-249	250-499
počet z.												
59.11	12	43	5	4	1	-	-	-	-	-	-	-
59.12	22	13	4	1	4	-	-	-	-	-	-	-
59.13	-	3	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
59.14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60.10	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
60.20	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
spolu	34	61	13	5	5	1	-	-	-	-	-	-

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Spomedzi jednotlivých mikropodnikov prevládajú mikropodniky, ktoré nemajú žiadnych zamestnancov s počtom 51,2 %. Naopak, mikropodniky s 5-9 zamestnancami zaoberajúci sa audiovizuálnou produkciou sa nachádza v Košickom kraji len jeden, pričom jeho hlavnú činnosť tvorí rozhlasové vysielanie. Subjekty venujúce sa premietaniu filmov nemajú v kraji žiadne zastúpenie. V 34 prípadoch nie je evidovaný počet zamestnancov. Podrobné údaje o počte zamestnancov podľa jednotlivých SK-NACE kódov sú zaznamenané v tabuľke č. 11.

V období rokov 2010-2014 vzrástol počet subjektov v odvetví o 17,4 %. Jediný pokles počtu subjektov je zaznamenaný v Trenčianskom kraji. Z pohľadu právnej štruktúry ako i počtu zamestnancov nie je badateľný výrazný rozdiel.

V Košickom kraji prevládali k dátumu 31.12.2010 podnikatelia – fyzické osoby s 71,3% zastúpením a spoločnosti s ručením obmedzením iba s 28,7 %. Percento zastúpenia sa v priebehu sledovaného obdobia vyrovnalo.

TABUĽKA Č. 11

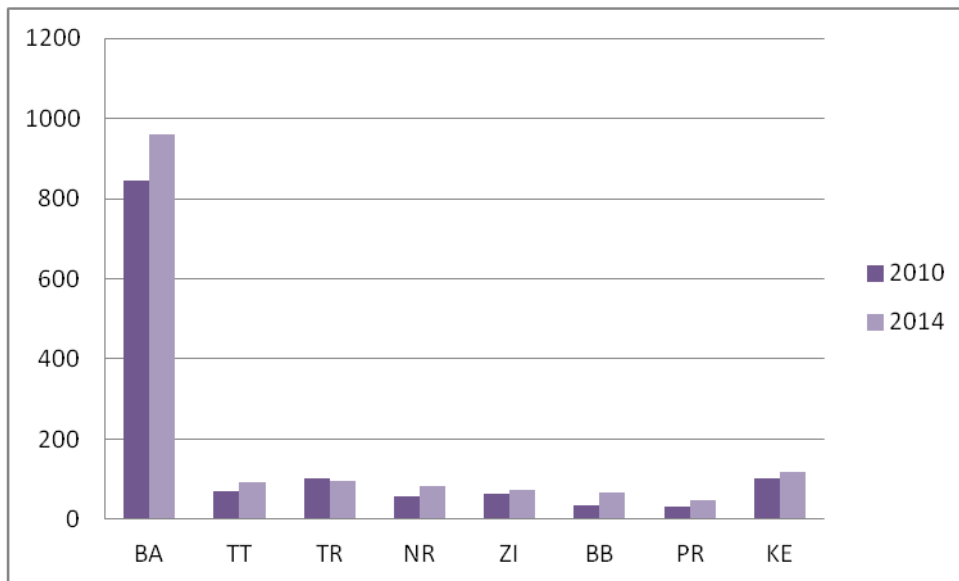
Porovnanie počtu subjektov v odvetví

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
2010	844	71	103	57	65	36	33	101	1310
2014	960	93	95	84	74	66	47	119	1538

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav dát k 31.12.2010 a 31.12.2014

GRAF Č. 6

Vývoj regionálneho rozloženie firiem v odvetví (v %)



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav dát k 31.12.2010 a 31.12.2014

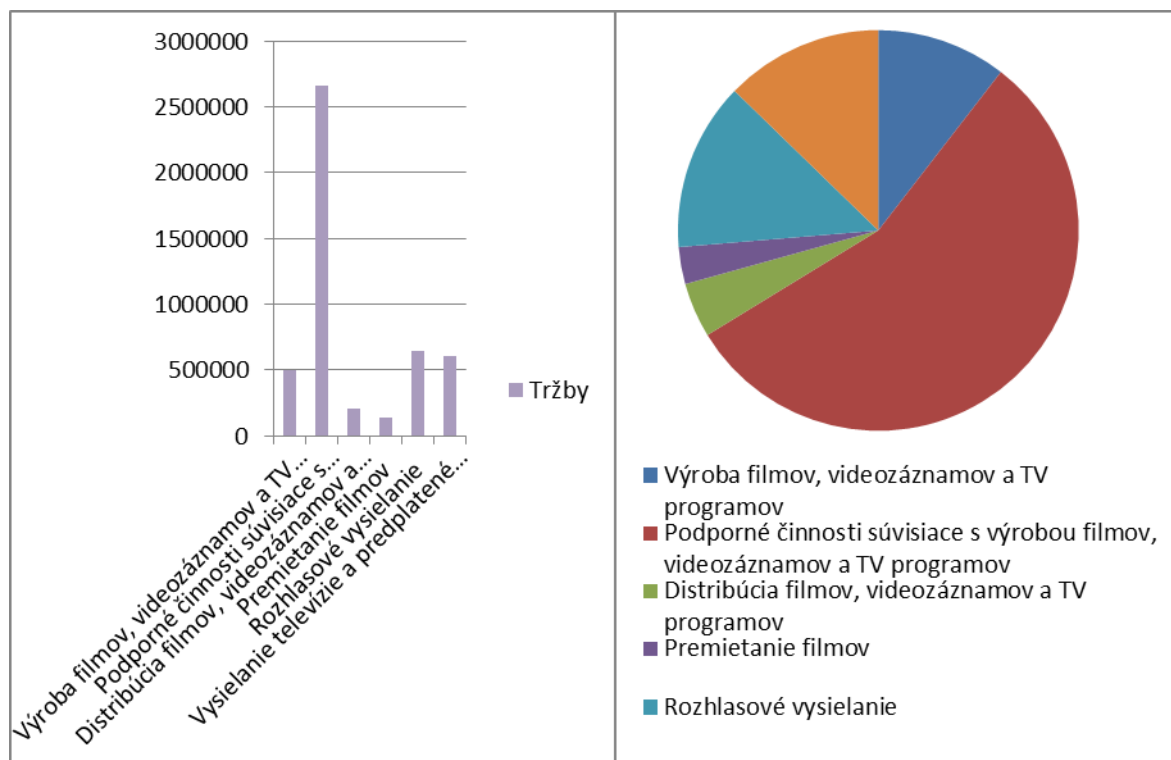
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

Všetky subjekty so sídlom v Košickom kraji vyvíjajúce ekonomickú činnosť v odvetví audiovizuálnej produkcie tvoria mikropodniky (s počtom zamestnancov 0-9, pričom 50% z nich má 0 zamestnancov) a SZČO, resp. osoby v slobodnom povolání. Štúdio RTVS Košice je registrovaná ako pobočka, v štatistikoch Košického kraja teda nefiguruje. Vzhľadom k charakteru cyklu tovarov a služieb nájdeme v odvetví množstvo špecifických činností a technologických potrieb, ktoré sa realizujú dodávateľsky prostredníctvom malých subjektov. Typická je multifunkčnosť pracovnej sily – kombinácia viacerých zamestnaní z hľadiska činnosti aj pracovného statusu.

Prvým analyzovaným sektorom bude sektor 59.11.0 a síce Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov, v ktorom je registrovaných 39 podnikov (38,2%). Nachádza sa tu viac ako 30 mikropodnikov, ktoré majú obraty v hodnote do 80.000 eur. Tri najväčšie spoločnosti sú Regfilm, SVK1 a Mestské televízne štúdio Rožňava. Najväčší podnik je REGFILM prevádzkujúci káblovú televíziu, spravodajstvo, vyrábajúcu dokumentov a videozáznamov.

Na základe štatistických údajov sú v najväčšom zastúpení Podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov, videozáznamov a TV programov, s celkovými tržbami 2 657 909 Eur, čo je asi 56% v Košickom kraji.



TABUĽKA Č 12

SK-NACE 59.11.0 Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov, tržby nad 10 000 eur.
(2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
REGFILM, s.r.o.	Moldava nad Bodvou	3-4	79 715.00	-9 818.00
SVK 1 - s.r.o.	Košice	1	42 969.00	9 379.00
Mestské televízne štúdio s.r.o. Rožňava	Rožňava	1	42 571.00	1 868.00
Santa Join s.r.o.	Trebišov	0	40 570.00	
S A V I D, s.r.o.	Košice	0	33 342.00	-89 376.00
xAVi studio s.r.o.	Rožňava	2	32 715.00	-947.00
ANYVISION, s.r.o.	Košice	1	30 210.00	40.00
Marksof Slovakia, s.r.o.	Košice	nezistený	23 859.00	1 595.00
INVERSO, s.r.o.	Košice	0	21 630.00	-2 282.00
DIEM s. r. o.	Košice-Šaca	nezistený	20 787.00	1 042.00
ATARAX, s.r.o.	Košice	0	19 883.00	-6 603.00
KLASS s.r.o.	Rožňava	2	19 843.00	5 169.00
uuu, s. r. o.	Košice	1	14 530.00	2 794.00
RIMAX PRODUCTION spol. s r.o.	Michalovce	nezistený	12 039.00	1 764.00
MECEM, s.r.o.	Košice	nezistený	11 920.00	-158.00
VS SPIRIT, s.r.o.	Novosad	0	11 413.00	142.00

Nasledujúci sektor a sice 59.12.0 Podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov registruje takisto 39 podnikov vykonávajúcich činnosti priamo aj nepriamo spojené s aktivitami sektoru predošlého. Napríklad najväčšia firma v sektore CABO má vo svojom portfóliu aktivít okrem tvorby rôznych promo materiálov aj prekladateľské služby, tvorbu dabingu, alebo titulok do filmov a iných typov záznamov. Druhá spoločnosť v poradí, INEX, realizuje stavebno-montážne práce pri výrobe filmových, divadelných a TV dekorácií, stolárske a tesárske práce pre výstavníctvo

TABUĽKA Č. 13

SK-NACE 59.12.0 Podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov, tržby nad 20 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
CABO s.r.o.	Košice	5-9	1 656 982.00	101 924.00
INEX, s.r.o. Spišská Nová Ves	Smižany	3-4	337 568.00	2 330.00
Woont s.r.o.	Košice	0	204 287.00	34 046.00
GROS s.r.o.	Košice	1	166 533.00	16 776.00
L.A. MEDIA, s.r.o.	Košice	0	48 640,00	4 955,00
MassMedia s.r.o.	Košice	0	32 968,00	804,00
SoundFreak s.r.o.	Košice	1	29 098,00	460,00

IVIAM Production s. r. o.	Košice - Západ	0	26 575,00	-5 838,00
Filming Zone, s.r.o.	Bukovec	1	25 100,00	767,00
4K studio, s.r.o.	Košice	0	24 412,00	5 889,00
360°MV s.r.o.	Spišská Nová Ves	0	21 570,00	178,00

V SK NACE 59.13.0 – Distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov je evidovaných dokopy 8 podnikov s tržbami do niečo vyše 200 000 eur. Najvyššie tržby pritom zaznamenáva firma KROM-SAT, ktorá sa zameriava na poskytnutie tak analógového, ako aj digitálneho TV signálu, poskytovaním internetových a telekomunikačných služieb.

TABUĽKA Č. 14

SK-NACE 59.13.0 Distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov, tržby nad 0 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
KROM-SAT, s.r.o.	Krompachy	3-4	207 425.00	3 809.00
H A R K Y, s.r.o.	Košice	2	2 482.00	-9 288.00
e-media production, s.r.o.	Košice	2	858.00	-541.00
Colorise s.r.o.	Košice	nezistený	240.00	35.00

V sektore Premietanie filmov (59.14.0) sa registruje jeden jediný podnik a síce **5D Kino** so sídlom v Košiciach, počtom zamestnancov 1, tržbami a ziskom 142 635 eur, respektíve 924 eur.

V sektore 60.10.0 kde sa jedná o Rozhlasové vysielanie je registrovaných 7 podnikov, avšak iba 4 z nich vykazujú reálne tržby do 500 000 eur. Najvyšší obrat teda zaznamenáva firma MARK MEDIA (Radio Košice) s jedným uvedeným zamestnancom.

TABUĽKA Č. 15

SK-NACE 60.10.0 Rozhlasové vysielanie, tržby nad 0 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
MARK MEDIA s. r. o.	Košice	1	472 351.00	8 525.00
DRV s.r.o.	Košice - mestská časť Sever	0	82 385.00	7 573.00
Rádio Šport s.r.o.	Košice	1	81 000.00	-1 054.00
RÁDIO KISS s.r.o.	Michalovce	0	11 952.00	-5 725.00

Posledný sektor v odvetví, a síce 60.20.0 – Vysielanie televízie a predplatené programy televízie sa nachádza 8 firmami, kde najsilnejšia z nich s tržbami cca 340 000 eur je CREATV sídliaca v centre Košíc pod ktorú spadajú regionálne a mestské televízie TV Košice, alebo hudobná stanica MUSIC BOX, alebo aj reklamné či prezentačné činnosti.

TABUĽKA Č . 16

SK-NACE 60.20.0 Vysielanie televízie a predplatené programy televízie - všetky. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
CREATV spol. s r.o.	Košice	2	336 725.00	14 118.00
MV Média, s.r.o.	Košice	3-4	112 864.00	19 717.00
PARMEDIA, s.r.o.	Košice	1	73 139.00	10 641.00
EAST MEDIA, s.r.o.	Trebišov	0	49 590.00	669.00
RegioTV, s.r.o.	Košice	0	13 078.00	-1 271.00
KÁBEL - KLUKNAVA s.r.o.	Kluknava	0	11 389.00	-2 370.00
TV MISTRAL, s.r.o. Michalovce	Michalovce	5-9	10 035.00	1 525.00
D & D COMMUNICATIONS, spol. s r.o.	Košice - Staré Mesto	0		

2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

Štúdio RTVS Košice

Hlavným aktérom audiovizuálnej produkcie v Košickom kraji je Štúdio RTVS Košice. Štúdio RTVS Košice má 107 zamestnancov, z toho pracujú 59 pre TV a 48 pre rádio. Okrem toho spolupracuje s externými dodávateľmi.

Štúdio RTVS Košice vysiela na základe programovej štruktúry RTVS v Bratislave, nie je registrovaný ako samostatný subjekt v Košiciach. Zabezpečuje najmä priame prenosy z kultúrno-spoločenských a športových podujatí, bohoslužieb, záznamy z koncertov a kultúrnych podujatí, vysiela Správ RTVS z regiónov, výrobu dabingu a ozvučovaných dokumentov.

V televíznej časti štúdia bol v roku 2014 do výroby nasadený repasovaný 6 kamerový prenosový voz a zrealizovaná bola prvá etapa rekonštrukcie technologických záznamovo- vysielačích pracovísk.

V roku 2014 RTVS vyrobil dve publicistické relácie venované podujatiam záverečnému ceremonálu Košice EHMK 2013 a zhodnoteniu projektu.

V oblasti tvorby pre deti a mládež sa tu vyrába cyklická relácia **Zázračný ateliér** - zábavný program pre najmenšieho diváka, ktorý prostredníctvom dvoch moderátorov učí deti kreativite a najrôznejším zručnostiam v oblasti výtvarnej tvorivosti, ale napríklad aj záhradníctva alebo varenia.

V oblasti publicistiky je to cyklus **Necelibrity**, ktorý predstavuje zaujímavé osobnosti z regiónov Slovenska, vyrába sa v spolupráci so Štúdiom RTVS v Banskej Bystrici.

V oblasti národnostného vysielania vyrába tím v Košiciach cyklus národnostných magazínov (České magazíny a Českomoravský magazín, Nemecký magazín, mix magazínov (Bulharský, Ruský, Poľský, Srbský, Židovský a Slovanský), Rusínsky magazín). Aktuálne dianie mapujú **Národnostné správy**. Tím národnostnej redakcie vyrábal aj publicistický magazín krajín **V-4 Kvarteto**. V Košiciach sa vyrába aj **Rómsky magazín**, ktorý vznikol v koprodukcii s Rómskym mediálnym centrom (MECEM).

V oblasti vzdelávania, sa v roku 2014 naživo vysielal kontaktný program **Fokus** zo Štúdií RTVS v Košiciach a Banskej Bystrici so zameraním na poradenstvo v oblasti zamestnanosti, sociálnych vecí, zdravia, financií so zacielením na spotrebiteľa a rodiny. V oblasti zábavy a hudby sa tu vyrába úspešný cyklus folklórnej hudby **Kapura**.

Štúdio bolo vyhlasovateľom a organizátorom 30.ročníka pesničkovej súťaže **Košický zlatý poklad** 2014. Je to originálny hudobný event Slovenského rozhlasu, ktorý už 30 rokov prináša nových hudobných interpretov do slovenského éteru a vytvára príležitosť pre mladých tvorcov. Finálový koncert súťaže sa uskutočnil v novembri 2014 v košickom Kulturparku. Priamy prenos z koncertu odvysielalo Rádio Slovensko a Rádio Regina, a televízny dokument Dvojka.

Rádio Regina realizuje autonómne vysielanie. Rádio Regina Bratislava a Štúdiá RTVS v Banskej Bystrici a Košiciach vysielajú nepretržite svoj vlastný, regionálny program. Správy a hlavný spravodajský program Žurnál Rádia Regina sú vysielané každý deň z iného štúdia. Raz do mesiaca vysielala na frekvenciách Rádia Regina grécko-katolícke liturgie zo Štúdia RTVS Košice.

K ťažiskovým projektom leta v Rádiu Regina patrilo **Folklórne leto**. Štúdio RTVS Košice v roku 2014 publicisticky pokrylo významné folklórne festivaly v regióne (Zamagurské folklórne slávnosti Červený Kláštor, Šarišské slávnosti piesní a tancov Raslavice, Cassovia folk fest Košice, Spišské folklórne slávnosti Spišské Podhradie, Abovské folklórne slávnosti Euro folk Rozhanovce, Folklórne slávnosti Pod Kráľovou hoľou, Hornotoryský folklórny festival Krivany, Zemplínske slávnosti Michalovce, Gemerský folklórny festival Rejdová).

Z Košického štúdia vysielala aj Rádio Devín, literárne a umelecké programy, koncerty a hudobné relácie, každý druhý týždeň po 8 hodín.

Viac informácií o RTVS vo Výročnej správe RTVS za rok 2014.

TV Naša

TV Naša je prvá Košická lokálna televízia. Vysielala spravodajstvo a publicistiku pre Košičanov. Začala vysielateľ v roku 1996 a mala hneď od svojho začiatku vysokú sledovanosť okolo 50%. Neskôr sa transformovala na TV Global, ktorú prebrala TV Joj. V najlepších časoch vysielala 24 hodín denne a prešli ňou desiatky ľudí z ulice, ktorí sú dnes profesionálmi v JOJke, Markíze, STV, NOVe, ČT, MTV. Nijaká škola nevychovala také kvantum „televizákov“, ako TV NAŠA.

Momentálne zostavuje nový program na vysielanie 1 hodinu denne, a vysielala reprízy predchádzajúceho dňa a live vysielania. Medzi jej najobľúbenejšie relácie patrí Lamentáreň. V spolupráci s Košickým samosprávnym krajom pripravuje 15 minútový magazín Košického samosprávneho kraja. Medzi jej ďalšie relácie patrí Mesto Košice informuje, Tínejdž, Simultánka, Postrehy z mesta Gabriela Kladeka a 5 krát o...

Ako súkromná komerčná televízia sa snaží získavať peniaze aj z grantov ako napríklad aj z Ministerstva kultúry kde získala zdroje na relácie Kreativne Košice. Od septembra do decembra 2013 bolo vysielaných 5 častí kde sa snažili populárnou formou sa priblížiť čo je kreatívny priemysel, prepojenie medzi komerčnou stránkou podujatí a prínosom pre región.

Nadácia City TV

Nadácia City TV bola založená v roku 1995 v Košiciach, na podporu kvality lokálnych televízií, a to predovšetkým v bývalých komunistických krajinách, kde neexistoval tradícia nezávislej lokálnej televízie a kde jej vznik bol významným prvkom v rozvoji demokratickej, občianskej spoločnosti.

Účelom nadácie je podpora rozvoja kultúry a umenia, audiovizuálnej tvorby, rozvoja lokálneho televízneho vysielania ako aj mladých tvorivých študentov a pracovníkov, vydavateľskej a osvetovej činnosti, usporadúvanie kultúrnych a umeleckých podujatí.

Okrem organizovania každoročnej udalosti **Medzinárodného festivalu lokálnych televízií**, nadácia organizuje školenia lokálnych televíznych manažérov, producentov, kameramanov a redaktorov nielen na Slovensku, ale aj v ďalších krajinách. Nadácia vytvorila rozsiahlu databázu informácií o lokálnych televíziách v Európe a zároveň funguje ako distribútor lokálnych televíznych programov medzi lokálnymi televíziami. **Vďaka festivalu sú Košice považované za akési „centrum lokálnych televízií v Európe“.**

V roku 1998 nadácia zorganizovala koprodukčný projekt City Tribunal zahŕňajúci 12 TV staníc na Slovensku, v Českej republike, Bosne, Chorvátsku, Slovinsku a v Maďarsku.

Festival slúži ako mechanizmus pre organizovanie ďalších aktivít nadácie. Umožňuje stretnutia ďalším lokálnym televíziám a ponúka svoje skúsenosti a odborné znalosti.

Slovensko vstúpilo do Európskej únie v máji 2004 a nadácia sa zameriava na tie krajiny, ktoré sú mimo EÚ - najmä na Bielorusko, Ukrajinu a krajiny bývalej Juhoslávie. Nadáciu City TV vedú Eva Děkanovská a Marcel Děkanovský, ktorí zorganizovali prvý Medzinárodný festival lokálnych televízií v roku 1995.

Děkanovská a Děkanovský sú spoluzakladateľmi TV Global, televíziu, v ktorej spolupracovalo niekoľko lokálnych televízií na Slovensku na spoločnej celoštátnej a lokálnej programovacej platforme.

Medzinárodný festival lokálnych televízií bol založený v roku 1995 vďaka zmene v politickom a ekonomickom systéme a vďaka snahe jednej zo vznikajúcich slovenských lokálnych televízií. Vznikol ako svojpomocná snaha a v tomto duchu pokračuje dodnes. **Festival Zlatý žobrák** pomohol svojou súťažnou prehliadkou, workshopmi a stretnutiami zástupcov lokálnych televízií definovať ideu lokálnych a regionálnych médií, a to nie len vo východnej Európe, ale aj v rámci celého európskeho

kontinentu. Organizátori festivalu stále považujú túto časť mediálneho priestoru za neoceniteľnú súčasť budovania demokratických princípov a ekonomického rozvoja.

Festival **Zlatý žobrák** je jednou z najväčších platforiem, prostredníctvom ktorej nielen lokálne televízie krajín Európskej únie, ale aj krajín juhovýchodnej Európy, hoci formálne ešte nie sú členmi Európskej únie, ovplyvňujú svoju európsku budúcnosť a istým spôsobom aj komunikačnú a mediálnu politiku. Po 20-tich rokoch budovania vzťahov medzi lokálnymi a regionálnymi televíziami, a takmer rovnakom počte rokov podpory mladých tvorcov a menších produkčných spoločností, chce aktuálne reagovať na situáciu na Ukrajine kedy plánuje v rámci svojho aktuálneho 21. ročníka rozšírenie do Zakarpatskej oblasti Ukrajiny v snahe zopakovať na Ukrajine to, čo sa festivalu podarilo v iných častiach Európy – vytvoriť zoskupenie tvorcov, podporiť programovú výrobu a výmenu a ozdraviť mediálny priestor a podmienky pre vysielateľov.

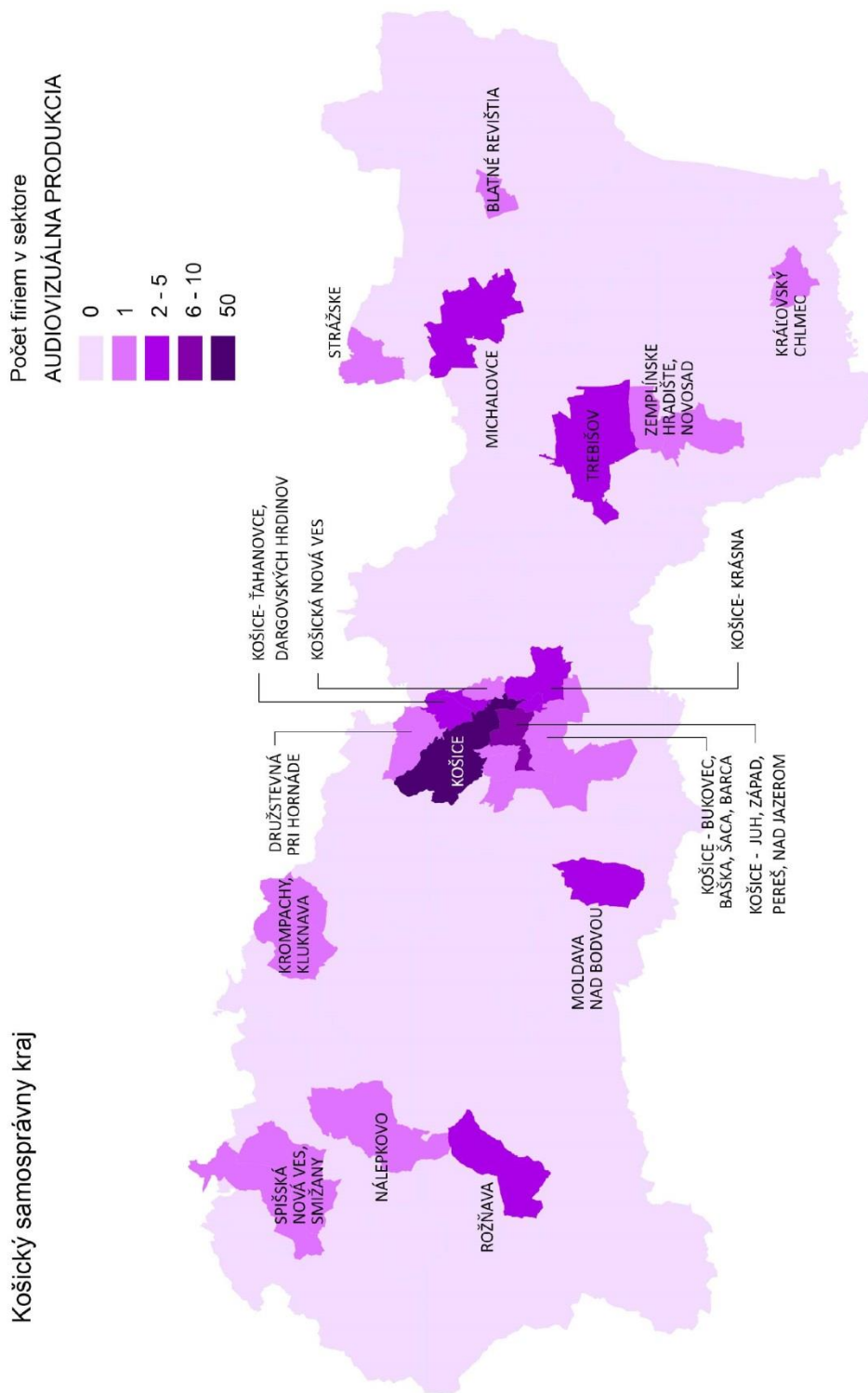
CREATV

Spoločnosť CREATV zabezpečuje televízne vysielanie mestskej televízie TV NAŠA Košice (www.nasa.sk) a prevádzkuje hudobný kanál MUSIC BOX (www.musicboxtv.sk) Pôsobí v oblasti výroby televíznej reklamy, výroby, spracovania, prezentačných a reklamných videofilmov pre podnikateľské subjekty, výrobu a produkciu filmov, videozáznamov a televíznych programov.

MARK MEDIA

Je to spoločnosť zaoberajúca sa rádiovým vysielaním primárne Rádía Košice, vysielajúceho temer po celom východnom Slovensku. Takisto sa podieľa aj na udalosti zvanej KošiceNightRun. Rádio Košice, sa okrem vysielania, zameriava aj na poskytovanie reklamného priestoru vo vysielaní. Preto firma MARK MEDIA je evidovaná tak v SK NACE 60100 – Rozhlasové vysielanie, ako aj v SK NACE 73110 – Reklamné agentúry.

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie



Mapa regionálnej koncentrácie ukazuje hlavnú koncentráciu firiem v sektore audiovizuálnej produkcie v Košiciach, ale sú tu aj menšie koncentrácie v Rožňave, Moldave nad Bodvou, Trebišove a Michalovciach, čo by mohlo formovať základ pre spoluprácu a rozvoj.

3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA

Vzdelávanie a príprava profesionálov pre filmový priemysel sa v Košiciach realizuje na strednom stupni - Súkromná stredná umelecká škola filmová (www.filmovaskola.sk) avšak vysoká škola, ktorá by poskytovala komplexné portfólio študijných odborov pre filmovú a televíznu tvorbu v Košickom kraji chýba.

Čiastočne vzdelávanie v odboroch relevantných pre audiovizuálny priemysel poskytuje v Košiciach Katedra slovakistiky, slovanských filológií a komunikácie Filozofickej fakulty Univerzity Pavla Jozefa Šafárika.

V ponuke vzdelávacích kurzov prakticky úplne absentujú programy ďalšieho vzdelávania profesionálov, ktoré by im umožnili sledovať európske a svetové trendy v oblasti filmovej tvorby, produkcie, marketingu, legislatívy, duševného vlastníctva atď. Takéto vzdelávanie sa momentálne realizuje len na individuálnej báze, príp. ad hoc v rámci festivalov a filmových prehliadok .

Súkromná stredná umelecká škola filmová v Košiciach

Súkromná stredná umelecká škola filmová (www.filmovaskola.sk) je zameraná na filmovú, televíznu, rozhlasovú tvorbu a techniku a je jedinou svojho druhu na Slovensku. Nadväzuje na tradičnú filmovú školu, ktorá pôsobila v Českej republike - Čimeliciach. Po vzniku samostatnej Slovenskej republiky chýbala škola, ktorá by pripravovala do praxe stredoškolsky vzdelaných pracovníkov v oblasti audiovizie a tento nepriaznivý stav sa prejavuje v audiovizuálnom prostredí až dodnes. Naliehavú potrebu výchovy a vzdelávania v tejto sfére zabezpečuje filmová škola v súlade s projektom, ktorý bol predložený MŠ SR. Nevyhnutným krokom bolo pripraviť základné pedagogické dokumenty nových študijných odborov, ktorý by čo najkomplexnejšie pokrývali potreby audiovizuálneho prostredia v súčasnosti. Tímu profesionálov z oblasti audiovizie sa tak podarilo pripraviť jedinečné študijné odbory, ktoré sa na škole vyučujú - **Obrazová a zvuková tvorba** so zameraniami: kamera, zvuk strih, virtuálna grafika, umelecká produkcia a **Masmediálna tvorba**.

Škola ponúka aj štúdium vo odboroch **Animovaná tvorba** a **Fotografický dizajn** a **Videotvorba**.

Neoddeliteľnou súčasťou vzdelávacieho programu je aj vlastná umelecko-tvorivá činnosť školy. V rámci nej sa pod vedením odborných pedagógov žiaci pripravujú na vlastnú umelecko - tvorivú činnosť, prax v médiách a umeleckých agentúrach, vybudovanie vlastnej internetovej televízie so študentským programom a organizovanie tvorivých dielní.

V rámci celoživotného vzdelávania školu môžu navštevovať žiaci ZŠ a rôznych SŠ a pracovať v školskom stredisku záujmovej činnosti alebo v základnej umeleckej škole. Základná umelecká škola má oddelenie aj pre dospelých.

Pre maturantov je k dispozícii dvojročné pomaturitné štúdium **Fotografický dizajn** a **videotvorba**.

Filmová škola je modernou školou s nadštandardným technickým vybavením. Ponúka prax aj v zahraničných filmových školách a televíznych štúdiách vo Veľkej Británii, Česku, Maďarsku, Grécku, Španielsku, Fínsku.

V školskom roku 2013/2014 študovalo na škole 151 žiakov v šiestich triedach. Z celkového počtu absolventov 27 pokračovalo v štúdiu na vysokej škole 8, pokračovalo v pomaturitnom štúdiu 12, zaradili sa do praxe 4 a nezaradení boli 3.

Katedra slovakistiky, slovanských filológií a komunikácie, Filozofická fakulta UPJŠ

Filozofická fakulta Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Katedra slovakistiky, slovanských filológií a komunikácie ponúka študijný odbor **Masmediálne štúdiá**, ktorý sa dá študovať na 1. stupni ako bakalárske 2. stupni ako magisterské štúdium.

Absolvent 1. stupňa (bakalárskeho) má základné teoretické vedomosti a praktické schopnosti a zručnosti potrebné na vykonávanie práce v rozličných typoch masmediálnych inštitúcií, ako aj inštitúcií marketingovej a marketingovomediálnej sféry. Získa vedomosti a praktické zručnosti v predmetoch zameraných na marketingovú a mediálnu sféru, podložené dôsledným funkčným zvládnutím slovenského hovoreného a písaného slova vo všetkých jazykových rovinách a pestrej palete žánrov uplatňovaných v marketingovej a mediálnej komunikácii. Osobitný cieľ tohto štúdia mieri aj na zvýšenie úrovne mediálnej a marketingovej komunikácie v regióne. Vedomosti z marketingu mu umožnia uplatniť sa na strednom a nižšom stupni riadenia danej sféry.

Absolvent by mal zvládnuť:

- perfektné ovládanie normy súčasného spisovného slovenského jazyka;
- základy marketingu a marketingovej komunikácie;
- základy mediálnej komunikácie tak v printových, ako aj v elektronických médiách;
- filozofické, psychologické a sociologické základy masmediálnej a marketingovej komunikácie;
- základný kulturologický prehľad ako širší základ mediálnej komunikácie;
- prehľad dejín žurnalistiky a mediálnej komunikácie vo svete a na Slovensku;
- základnú problematiku etiky a právnych otázok súvisiacich s mediálnou a marketingovou komunikáciou;
- základy teórie informácie a informačných systémov;
- základy riadenia masmediálnych inštitúcií.

Mal by si zároveň osvojiť základné zručnosti, ako spomínané teoretické poznatky samostatne a tvorivo aplikovať v mediálnej a marketingovej praxi tak, aby sa po skončení štúdia mohol bezproblémovo zaradiť do pracovného života v mediálnej a marketingovej sfére.

Absolvent 2. stupňa (magisterského) získa dostatočné teoretické vedomosti zo systému a fungovania verejnoprávných a komerčných elektronických médií, z rozhlasovej a televíznej tvorby, z počítačových technológií, z teórie globalizácie a masovej a populárnej kultúry, ako aj zo širšieho estetického a pedagogicko-etického základu mediálnej komunikácie a špeciálne z akusticko-auditívnej komunikácie tak, že bude schopný interpretovať ich a aplikovať v praxi, čo mu umožní uplatniť sa:

- ako novinár, redaktor, hlásateľ, moderátor, dramaturg, scenárista a pod. v printových a elektronických médiách;
- ako tlačový tajomník a hovorca firiem, spoločenských a cirkevných inštitúcií;
- ako vydavateľský pracovník;
- v analytickej, koncepcnej a expertíznej práci v oblasti médií a marketingovej komunikácie;
- vo vládnych a mimovládnych mediálnych a marketingovo-mediálnych inštitúciách;
- ako vysokoškolský pedagóg mediálne zameraných predmetov.

Absolvent by mal zvládnuť:

- teóriu a prax interaktívnej štylistiky súčasnej slovenčiny s dôrazom na uplatnenie variability výrazových prostriedkov slovenčiny v mediálnej komunikácii;
- teoretické a praktické základy manažmentu a public relations;
- teoretické estetické pozadie mediálnej komunikácie;
- základy teórie masovej kultúry v jej filozofických, psychologických a sociologických súvislostiach;

- semiotiku masmediálneho textu;
- základy rozhlasovej, televíznej a filmovej tvorby;
- praktické zručnosti z rozličných odvetví masmediálnej činnosti;
- teoretické základy rétoriky a jej praktickej aplikácie;
- problematiku počítačovej techniky a digitalizácie médií;
- teóriu redigovania;
- pedagogický a didaktický rozmer mediálnej komunikácie.

Získané teoretické poznatky by sa pre absolventa mali stať cestou, ako sa zapojiť do tvorivej činnosti v oblastiach, vymedzených profilom absolventa.

Zaujímavým projektom študentov masmediálnych štúdií je **univerzitná televízia UniTV**. Vznikla za účelom využitia techniky **televízneho a filmového štúdia**, ktorú škola poskytuje. Cieľom je informovať o dianí na univerzite a v okolí a tiež vytvoriť médium, ktoré by malo poskytovať študentom a záujemcom praktické skúsenosti do budúcnosti. V súčasnosti však projektový kanál na youtube ani na facebooku nemal dlhšiu dobu žiadnu aktivitu.

Podľa našich zistení úroveň **využívania štúdia študentmi je na nižšej úrovni** ako by bolo vhodné najmä vzhľadom na akútnu potrebu získavania praktických skúseností a zručností aplikovateľných budúcimi absolventmi v neskoršej práci.

Televízne a filmové štúdio

Pod Katedru slovakistiky, slovanských filológií a komunikácie pri Filozofickej fakulte Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach je organizačne začlenené aj **Televízne a filmové štúdio**. Jeho vznik ako experimentálneho mediálneho pracoviska si vyžiadala tá skutočnosť, že výskum fungovania zvuku a obrazu predovšetkým v mediálnom prostredí je jedným zo základných predpokladov kvality východiskových teoreticko-metodologických, ale aj pragmaticko-kreatívnych potenciálov v bádateľskom a vzdelávacom procese na odbore masmediálne štúdiá. Televízne a filmové štúdio slúži jednak na vedecký výskum, jednak na vyučovanie príslušných disciplín v oblasti masmediálnej komunikácie, ktoré tvoria základný okruh vzdelávacieho procesu v odbore masmediálne štúdiá aj s prepojením na masmediálnu prax.

Štúdio je lokalizované v budove Aristoteles na Moyzesovej ulici č. 9 v Košiciach. Sú tu inštalované technológie v celkovej hodnote 243 300 € a pozostáva z televízneho štúdia, profesionálnej filmovej strižne a z 9 študentských pracovísk s poloprofesionálnymi audio-video strižňami.

Výbava televízneho a filmového štúdia

- 1 x filmová kamera Sony PMW-F3 vrátane objektívov a ostatného príslušenstva
- 5x kamera Sony HXRMC2000
- svetelná rampa s LED aj halogénovými štúdiiovými reflektormi
- zelené, modré a strieborné kľúčovacie plátna
- sady mikroportov Sennheiser Img Stage Line
- poľný rekordéro zvuku Tascam HD-P2
- mobilné režijné pracovisko SE-800

Pre filmovanie v exteriéri:

- kamerová jazda,
- stabilizátor kamery Glidecam X-22,
- generátor sieťového napätia KIPOR IG 6000
- mobilné filmové svetlá

Profesionálna filmová strižňa:

- počítač Mac Pro 8-core
- 2 x 27" monitor Apple Cinema HD
- RAID diskové pole 8 TB LaCie + príslušné periférie
- Software: Final Cut Pro a Mac verzia prostredia Adobe Creative Suite – Master Collection CS5

9 študentských strižní:

- Počítač iMac 27" Core i3 Duo 3.2 GHz
- Software: Final Cut Pro a Mac verziou prostredia Adobe Creative Suite – Master Collection CS5

Televízne a filmové štúdio plánovalo pri svojom vzniku spolupracovať najmä s nasledujúcimi pracoviskami:

- a) Laboratórium experimentálnej fonetiky a komunikácie Filozofickej fakulty Univerzity P. J. Šafárika v Košiciach;
- b) Rozhlas a televízia Slovenska, regionálne štúdio Košice;
- c) Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa, Sanok (Poľsko);
- d) Filozofická fakulta Univerzity Karlovej v Prahe;
- e) Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku;
- f) Katedra žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave.

4. FINANCOVANIE & BEST PRACTICES

4.1 Financovanie

Audiovizuálny Fond

Čo sa týka štruktúry podpornej činnosti fondu najväčším z hľadiska objemu finančných prostriedkov aj počtu doručených žiadostí a podporených projektov je **program 1**, zameraný na podporu tvorby a výroby audiovizuálnych diel v celom druhovom a žánrovom spektre - členenie na podprogramy pre hrané, dokumentárne, animované, školské a vzdelávacie audiovizuálne diela a audiovizuálne diela, v ktorých má slovenský koproducent menšinový koprodukčný podiel. V roku 2014 fond pokračoval v poskytovaní individuálnych štipendií aj autorom audiovizuálnych diel na tvorivú prípravu a obsahový vývoj týchto diel. **Program 2** je zameraný na podporu verejného šírenia a uvádzania audiovizuálnych diel, vrátane podpory filmových festivalov a iných verejných kultúrnych podujatí v audiovizii a tiež vrátane podpory prezentácie slovenských audiovizuálnych diel na podujatiach doma i v zahraničí. **Program 3** je orientovaný na podporu edičných aktivít, odborného výskumu, vzdelávania a audiovizuálnej výchovy, pričom v tejto oblasti Audiovizuálny fond tiež začal podporovať výchovné a vzdelávacie aktivity vôbec prvý raz v doterajšej histórii audiovizie na Slovensku. **Program 4** je zameraný digitalizáciu kín a ich ďalšiu modernizáciu.

V roku 2014 fond v nadväznosti na novelu zákona a vydanie vyhlášky Ministerstva kultúry Slovenskej republiky č. 165/2014 o filmovom projekte otvoril aj nový Program 5 zameraný na podporu audiovizuálneho priemyslu v Slovenskej republike.

TABUĽKA Č. 17

Podporná činnosť fondu v rokoch 2010 až 2014 – základný prehľad

Základný prehľad podpornej činnosti AVF	2010	2011	2012	2013	2014	SPOLU	PRIEMER
počet podaných žiadostí	508	518	483	668	602	2 779	556
počet podporených žiadostí	260	243	249	355	338	1 445	289
objem požadovaných prostriedkov	44 759 930	31 865 927	22 511 439	21 097 216	22 328 374	142 562 886	28 512 577
objem poskytnutých prostriedkov	6 801 566	5 657 974	5 519 888	6 454 290	6 533 460	30 967 178	6 193 436
podiel pridelené / požadované	15,20%	17,76%	24,52%	30,59%	29,26%	21,72%	23,47%
priemerná suma podpory na 1 žiadosť	26 160	23 284	22 168	18 181	19 330	21 431	21 825
podiel podporených žiadostí	51,18%	46,91%	51,55%	53,14%	56,15%	52,00%	51,79%

Zdroj: Výročná správa Audiovizuálneho fondu za rok 2014

TABUĽKA Č. 18

Podporná činnosť fondu v rokoch 2010 až 2014 podľa oblastí

Základný prehľad podpornej činnosti AVF	2010	2011	2012	2013	2014	SPOLU	PRIEMER
PROGRAM 1	5 321 666	4 273 914	3 970 788	4 701 500	4 838 750	23 106 618	4 621 324
hrané diela	3 757 070	2 943 840	2 017 050	2 719 400	3 345 000	14 782 360	2 956 472
dokumentárne diela	827 118	780 986	689 600	1 100 600	885 000	4 283 304	856 661
animované diela	470 415	217 180	231 538	281 500	217 750	1 418 383	283 677
školské diela	87 063	103 908	94 500	85 000	60 000	430 471	86 094
minoritné koprodukcie	180 000	228 000	938 100	515 000	331 000	2 192 100	438 420
PROGRAM 2	1 093 400	733 560	826 200	925 400	917 900	4 496 460	899 292
podprogram 2.1	290 900	225 000	227 350	375 400	429 900	1 548 550	309 710
podprogram 2.2	802 500	508 560	598 850	550 000	488 000	2 947 910	589 582
PROGRAM 3	216 500	165 500	146 900	242 100	193 510	964 510	192 902
PROGRAM 4	170 000	485 000	576 000	585 290	583 300	2 399 590	479 918
CELKOM	6 801 566	5 657 974	5 519 888	6 454 290	6 533 460	30 967 178	6 193 436

Zdroj: Výročná správa Audiovizuálneho fondu za rok 2014

Eurimages

Eurimages je fond Rady Európy na podporu kultúry. Bol založený v roku 1989, počet jeho členov v súčasnosti predstavuje 36 zo 47 členských štátov organizácie založenej v Strasbourgu.

Eurimages podporuje európsky audiovizuálny priemysel tým, že poskytuje finančnú pomoc na celovečerné filmy, animácie a dokumentárne filmy vyrobené v Európe. Pritom podporuje spoluprácu medzi odborníkmi so sídlom v rôznych európskych krajinách.

Eurimages má celkový ročný rozpočet vo výške 25 miliónov Eur. Táto čiastka pochádza v podstate z príspevkov členských štátov ako aj výnosov z pôžičiek, ktoré udelí.

Eurimages má tri schémy podpory:

- kinematografické koprodukcie,
- distribúcia do multikín a
- výstavy/premietanie.

Každoročne sa predkladajú štyri výzvy pre projekty. Podpora Eurimages má podobu zvýhodnenej pôžičky (na podporu koprodukcie) alebo dotácie (distribúcia do multikín a výstavy/premietanie). Zvýhodnené úvery sú splácané na základe príjmov z podporovaných projektov.

Kreatívna Európa

Nová generácia podporných programov MEDIA a Kultúra funguje pod spoločnou hlavičkou Kreatívna Európa (**Creative Europe**), na roky 2014 - 2020. Celkový rozpočet programu je 1,46 miliardy EUR.

Program Kreatívna Európa stavia na skúsenostiach a úspechoch programov Kultúra a MEDIA, ktoré podporovali kultúrny a audiovizuálny sektor viac ako 20 rokov. Nový program v sebe zahŕňa podprogram Kultúra, ktorý bude podporovať divadelné a vizuálne umenie, kultúrne dedičstvo a ďalšie oblasti, a podprogram MEDIA, prostredníctvom ktorého sa bude financovať filmový

a audiovizuálny sektor. Nová medzisektorová oblasť bude podporovať spoluprácu v oblasti politiky, prierezové opatrenia a nový nástroj finančnej záruky, ktorý bude v prevádzke od roku 2016.

Program Kreatívna Európa bude okrem toho podporovať aj iniciatívu Európske hlavné mestá kultúry, značku Európske kultúrne dedičstvo, Dni európskeho kultúrneho dedičstva a päť európskych cien (cenu EÚ za kultúrne dedičstvo Europa Nostra, cenu EÚ za súčasnú architektúru, cenu EÚ za literatúru, cenu European Border Breakers a cenu programu EÚ MEDIA).

V rámci programu sa minimálne 56 % rozpočtu prideliť podprogramu MEDIA a minimálne 31 % podprogramu Kultúra. Toto rozdelenie zhruba odzrkadľuje podiel financií, ktoré príslušné oblasti dostávajú v súčasnosti. Maximálne 13 % rozpočtu sa prideliť medzisektorovej oblasti, do ktorej spadá aj podpora informačných kancelárií programu Kreatívna Európa v každej zúčastnenej krajine. Tieto kancelárie poskytujú poradenstvo potenciálnym príjemcom. Približne 60 miliónov EUR je vyčlenených na podporu spolupráce v rámci tejto politiky, posilnenie inovačných prístupov získavania publika a podporu nových obchodných modelov.

Program Kreatívna Európa podporí:

- 250 000 umelcov a profesionálov z oblasti kultúry, respektíve ich diela, čo im umožní osloviť nové publikum aj mimo svojej krajiny,
- viac ako 800 európskych filmov, ktoré získajú podporu na distribúciu, vďaka čomu ich bude môcť vidieť publikum v celej Európe aj vo svete,
- minimálne 2 000 európskych kín, ktoré získajú finančnú podporu za predpokladu, že aspoň 50 % premietaných filmov bude z Európy,
- viac ako 4 500 kníh a iných literárnych prác, ktoré získajú finančnú podporu na preklad, vďaka čomu ich autori prerazia na nové trhy a čitatelia si ich budú môcť vychutnať v materinskom jazyku,
- tisícky kultúrnych a audiovizuálnych organizácií a profesionálov v tejto oblasti, ktorí budú môcť poskytnuté financie využiť na odbornú prípravu zameranú na získavanie nových zručností a na posilnenie svojich schopností pracovať na medzinárodnej úrovni.

EU štrukturálne fondy

Budovanie tohto odvetvia môže byť podporované aj z programov štrukturálnych fondov. Napríklad Operačný program Výskum a inovácie a Integrovaný regionálny operačný program 2014-2020 môžu podporiť budovanie tvorivých odvetví. Použitie týchto prostriedkov bude špecifikované v RIUS Košického regiónu a v príslušnej programovej dokumentácii (Programový manuál, výzvy na podávanie žiadostí).

4.2 Best practices

Filmregion Stockholm-Mälardalen

Organizácia Filmregion Stockholm-Mälardalen (FRSM) financovaná z verejných zdrojov pôsobí v troch oblastiach činnosti s cieľom stimulovať a prispieť k životaschopnému filmovému priemyslu v regióne Štokholmu. Ide najmä o priame investície do filmov, rozvoj regionálneho filmového odvetvia prostredníctvom prepájania rôznych subjektov a Štokholmskej filmovej komisie. Táto komisia poskytuje lokalizovanú podporu a pomoc pre medzinárodných a švédskych filmových producentov, ktorí majú záujem o natáčanie v regióne Štokholm-Mälardalen. Organizácia FRSM bola založená v roku 2007 a je v spoluvlastníctve štyroch obcí v regióne Štokholmu, Regionálnej rady v Örebro a záujmovej skupiny filmového priemyslu v Štokholme. Na jej spolufinancovaní sa zúčastňuje aj mesto Štokholm.

Hlavnou myšlienkou je, že filmy nakrútené v Štokholmskom regióne pomôžu spropagovať tento región vo Švédsku i v zahraničí prostredníctvom scenérie, ktorú je možné vidieť vo filmoch. Proces filmovej tvorby má aj pozitívny ekonomický dopad tým, že vytvára nové pracovné príležitosti a podnecuje vytvorenie dôležitého filmárskeho zoskupenia. Organizácia FRSM čiastočne financovala aj medzinárodne úspešné filmové diela „Dievča s tetovaním draka“ a „Trilógia Milénium“.

Centrá filmovej produkcie podobné Filmregion Stockholm-Mälardalen existujú aj v iných európskych krajinách. Najdôležitejším faktorom úspechu FRSM je, že to prispelo k pozoruhodnému nárastu počtu filmových produkcií v tomto regióne. Vytvorili sa siete medzi rôznymi aktérmi (hercami) a vo filmovej tvorbe sa začali angažovať súkromní investori, vo veľkej miere kvôli práci FRSM pri objasňovaní fungovania procesu filmovej tvorby. Tiež sa zmenil postoj úradníkov v meste voči filmárom. Odkedy mesto podpísalo partnerstvo pre filmovú tvorbu, toto malo dopad aj mimo filmového odvetvia.

Ďalšie informácie na www.frsm.se.

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Dlhodobá existencia základu kľúčových organizácií – regionálne zastúpenie národných médií, dodávateľa (bežne mikro-podniky, živnostníci), škola a univerzita • Dostupnosť kvalitných štúdií na univerzite/skole (UPJS, SFS) • Regionálne a miestne média s tradíciou a dostatočnom vybavením (Radio, TV Naša) • Filmový festival Golden Dagger – medzinárodne uznaný festival s účastníkmi z mnohých krajín • Pobočka RTVS v Košiciach 	<ul style="list-style-type: none"> • Nízky počet podnikov v Košickom kraji, cca. 8 % počtu v Bratislavskom kraji • Až 70 % podnikov ma 0 alebo 1 zamestnanca • Nízky počet žiadostí podané na Audio-vizualný Fond, nízky počet schválených projektov z Košického kraja • V rámci kreatívneho priemyslu, nízka zamestnanosť • Relatívna slabá infraštruktúra v porovnaní s Bratislavou, kde sú umiestnené centrály médií a štúdiá, a kde je koncentrácia ľudských zdrojov (režisérov, hercov, moderátorov a pod.), takisto v Prahe a v Budapešti • Chyba komunikácia, prehľad ponuky regiónu, networking, spolupráca • Obmedzená kapacita RTVS Košice
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> • Propagácia regiónu ak televízne produkcie / filmy sú vysielané na národnom/ medzinárodnom fóre • Využitie sieť Košičanov pracujúcich v BA (napr. Joj) • AVF zvyšuje rozpočet na podporu AV tvorbu • Spolupráca s organizáciami, ktoré sú úspešné v branži • Medzinárodné filmové festivaly, súťaže • Možný politický vplyv na činnosti RTVS, AVF, aby viac podporili projekty z Košického kraja • Návrh príbehu, lokalít pre natáčanie filmov, TV • Animované filmy – rastúci dopyt • Podpora regionálnych, alebo lokálnych inštitúcií, napr. bez poplatkov za povolenia alebo bez poplatkov za prenájom za natáčanie na verejných miestach • Digitálne kiná na Slovensku a digitálne záznamy filmov znižujú náklady, zvyšujú a zlepšujú príležitosti pre menšie produkcie • Podpora nie len produkcie, ale aj distribúcie 	<ul style="list-style-type: none"> • Konkurencia z Bratislavy, Budapešti, Prahy • Nízka zamestnanosť v tomto sektore

<p>a sledovania Košických filmov, napr. prostredníctvom internetu, alebo vydávaním DVD</p> <ul style="list-style-type: none">• Pretrvávajúce rezervy a príležitosti pre ďalší <p>Komunikácia a prezentácia košického kraja ako „audiovizuálnej krajiny“ – smerom do Bratislavy a do zahraničia</p> <ul style="list-style-type: none">• podpora audiovizuálneho priemyslu a vytváranie príležitostí pre investície aj mimo verejných zdrojov (spájanie zdrojov, komunikácia s prispievateľmi a možnými „sponzormi“)	
--	--

6. PRÍLOHY

6.1 Rádiá na Slovensku

TABUĽKA Č.19

Rádiá vysielajúce pomocou pozemných vysieláčov na Slovensku

FM Rádio, Sídlo, www	
Rádio 7 Bratislava www.radio7.sk	Kresťanské Rádio 7 chce byť alternatívou k súčasnej rozhlasovej komerčnej produkcii pre ľudí odmietajúcich spôsob života a morálne príklady zo sveta bežnej komercie, šoubiznisu, ktoré nie sú "v súlade s Božími zákonmi".
Aligator Bratislava www.aligator.sk	Bratislavské rockové rádio Aligator po celý deň ponúka iba najväčšie klasické rockové hity. Hudobný formát je zameraný na 80-te roky s presahom na staršie hity a roky 90-te až po výber súčasnosti. Prúd hudby dopĺňajú informácie a novinky zo sveta rocku.
Rádio Anténa Rock Bratislava www.antenarock.sk	Rádio Anténa Rock cieľi primárne na mužov v produktívnom veku, ktorí milujú rock. Hrá najmä skladby z 80tych a 90tych rokov, ale nechýbajú ani hity zo súčasnosti. Vysielanie dopĺňa informačný servis, športové spravodajstvo a dopravné informácie.
Rádio Best FM Bratislava www.bestfm.sk	Rádio Best FM vysielala Classic Hits so zameraním na najväčšie hity 80-tych a 90-tych rokov, slovenskú a českú hudbu nevynímajúc. Sústredí sa najmä na poslucháčov vo veku 30 až 50 rokov so stredným a vyšším vzdelaním. Súčasťou vysielania sú okrem moderovaného programu a publicistiky aj aktuálne správy, počasie a dopravný servis.
Rádio Beta Bojnice www.beta.sk	Rádio Beta je regionálne rádio pôsobiace od roku 1995, jeho frekvencie aktuálne pokrývajú mestá na Hornej Nitre a okolie Trenčína. Rádio sa prezentuje ako "rádio pre celú rodinu", programová štruktúra a jednotlivé relácie sú zamerané tak, aby oslovili všetky vekové kategórie.
Rádio Devín Bratislava devin.rtvsk	Kultúrno-umelecký okruh RTVS; vo vysielaní dáva priestor umeleckým, literárno-dramatickým, umeno-vedným rozhlasovým útvarom, ako aj hudobným žánrom nekomerčného typu - klasickej hudbe, jazzu, alternatíve, art rocku, folku, šansónu, či experimentálnej hudbe.
Dobré Rádio Košice www.dobreradio.sk	Dobré rádio je lokálne rádio v Košiciach a Prešove. Hrá populárnu hudbu 80-tych a 90-tych rokov, najmä pre vekovú kategóriu 30+. Vysielanie okrem hudby tvoria aj informácie, námety, podnety a rady z rôznych oblastí spoločenského života, kultúry, financií, obchodu, cestovania a turistiky, motorizmu, stavebníctva, trávenia voľného času, módy, zdravia a životného štýlu.
Europa 2 Bratislava	Europa 2 je rádio formátu Contemporary Hit Radio, vysielanie je hudobne aj

www.europa2.sk	obsahovo zamerané prevažne na mladého poslucháča.
Rádio Expres Bratislava www.express.sk	Rádio Expres sa hudobným formátom Hot AC v prevažnej miere snaží osloviť poslucháčov vo veku 20 až 40 rokov so stredným a vyšším vzdelaním. Vysielanie okrem hudby obsahuje spravodajstvo, dopravný servis a ďalšie informačné a zábavné rubriky.
Rádio_FM Bratislava fm.rtv.s.k	4. rozhlasový okruh RTVS - rádio hudobne a tematicky orientované na náročnejšieho, mlado zmýšľajúceho poslucháča. V playliste dostáva priestor najmä indie rock, dubstep, hip-hop, world music, metal, tanečná elektronická hudba, džez, ale aj živé koncerty slovenských a zahraničných interpretov.
Rádio Frontinus Žilina www.frontinus.sk	Regionálne rádio Frontinus je hudobne zamerané na všetky generácie - od najnovších hitov, cez najväčšie hity rokov minulých až po pravidelné bloky pre jubilantov. Vysiela v Žiline a okolí, na Kysuciach a v Turčianskej kotline.
Fun Rádio Bratislava, www.funradio.sk	Fun Radio je prvá a najstaršia komerčná stanica na Slovensku - vysielala od 10. júna 1990. Momentálne sa hudobným formátom radí k EHR, je zamerané na mladšieho a progresívnejšieho poslucháča.
Rádio Jemné Bratislava www.jemne.sk	Rádio Jemné je súkromná multiregionálna stanica, vysielanie tvoria moderované bloky s hudbou, informáciami, krátkymi správami, dopravným servisom a súťažami. Hudobný formát stanice je prevažne orientovaný na oddychovú a pohodovú hudbu.
Rádio Kiss Košice www.radiokiss.sk	Rádio KISS je regionálna komerčná rozhlasová stanica pre územie východného Slovenska. Je pokračovateľom jedného z najstarších regionálnych rádii - Rádia Kiks, ktoré vysielala od roku 1993, najskôr z Michaloviec, neskôr z Košíc. Rádio sa zameriava na informovanie a zábavu poslucháčov a poskytuje informácie o kultúre, športe a regionálnej politike na východnom Slovensku.
Rádio Košice Košice www.radiokosice.sk	Regionálne Rádio Košice vysielala v metropole východu od 7. júla 2007, neskôr rozšírilo pokrytie aj na Prešov, Trebišov a Michalovce, v krátkom čase pribudne Rožňava. Ambíciou rádia je byť informačným zdrojom o dianí v mestách, ktoré pokrýva, a ich blízkom okolí. Hudba má vo vysielaní prevahu, formát "adult oriented radio" (AOR) spája staršie hity s novinkami melodického rocku a popu. Cieľovou skupinou sú hlavne aktívni poslucháči so záujmom o kultúrno-spoločenské dianie.
Rádio Liptov Liptovský Mikuláš www.radioliptov.sk	Rádio Liptov je súkromné lokálne hudobno-informačné rádio. Vysielala od októbra 2009, do septembra 2014 niesla názov L-rádio. Pokrýva a zameriava sa na mestá Liptovský Mikuláš, Ružomberok, Liptovský Hrádok a ich okolie. Poslucháčom prináša najmä aktuálne informácie z regiónu. Hudobne je zamerané na hity rokov 80-tych, 90-tych a aj tie aktuálne.
Rádio Lumen Banská Bystrica www.lumen.sk	Kresťanské Rádio Lumen je súkromná rozhlasová stanica s evanjelizačným charakterom. Začalo vysielat' 7. apríla 1993 pod názvom Rádio Mária, v decembri 1994 prijalo súčasný názov. Programom sa orientuje na dospelých,

	starších a chorých, osamelých, viacdenné rodiny a deti. Prevládajú programy vo verejnom záujme a nábožensky i duchovne orientované programy. Oproti ostatným komerčným rádiám má pomerne menší podiel hudby - najmä domáci i zahraničný pop, folk-rock či blues a gospel zo 60-tych až 90-tych rokov, ale aj novinky. V novembri 2014 spustilo Rádio Lumen aj samostatné internetové FF rádio orientované na mladého poslucháča.
Rádio Max Nitra www.radiomax.sk	Súkromné lokálne Rádio Max začalo vysielať v novembri 1999 v Nových Zámkoch, v januári 2005 rozšírilo pokrytie do Nitry. Programom chce osloviť dynamických poslucháčov vo veku 15-45 rokov, vysielenie je zamerané najmä na zábavu, dobrú náladu a kvalitnú domácu a zahraničnú hudbu.
Rádio Modra Modra www.radiomodra.sk	Rádio Modra má ambíciu nahradiť dosluhujúci miestny rozhlas a ušetriť mestu časť financií. Náplňou vysielenia sú informácie o dianí v meste, hudba, komentáre, rozhovory a prenosy z kultúrnych a náboženských podujatí.
Radio One Nitra www.oneradio.sk	Regionálne Rádio One svojimi FM frekvenciami v súčasnosti pokrýva prevažne Banskobystrický, Nitriansky a časť Žilinského kraja. Vysielenie je zamerané na mladého poslucháča, vo vysielení má vysoký podiel hudba, najmä novinky z posledných rokov.
Rádio One Retro Nitra www.radioretro.sk	Rádio One Retro je stanica hitov 90-tych rokov, vysiela od 31. marca 2014 na frekvenciách Rádía Rock, ktoré sa zmenilo na Rádio One Rock.
Rádio One Rock Banská Bystrica www.radiorock.sk	Rádio One Rock vysiela od 4. marca 2014, je pokračovateľom Rádía Rock, avšak na iných frekvenciách s väčším pokrytím po zaniknutom Rádiu Hit FM. Vo svojom vysielení ponúka rockovú klasiku 60tych až 90tych rokov, počas dňa aj moderované vysielenie.
Rádio Patria Bratislava partia.rtvs.sk	5. rozhlasový okruh RTVS - vysiela pre národnostné menšiny a etnické skupiny na Slovensku v ich materinských jazykoch. Hlavným vysielačím jazykom je maďarčina, ukrajinčina a rusínčina, vysiela sa taktiež rómsky a každé 3 týždne striedavo je hodinová relácia v češtine, nemčine a poľštine.
Rádio Piešťany Piešťany www.radiopiestany.sk	Regionálne Rádio Piešťany vysiela od 31.12.2010, poslucháčov chce osloviť hlavne pestrou a kvalitnou hudbou a oddychom. Hrá to najlepšie z domácej a zahraničnej produkcie od roku 1960, vyhýba sa aktuálnym obohatým hitom. Okrem hudby ponúka vo večerných hodinách aj žánrové relácie, počas dňa je hovoreného slova minimum.
Rádio Plus Nitra www.radioplus.sk	Univerzitné Rádio Plus je súčasťou Mediálneho centra Filozofickej Fakulty UKF v Nitre. Na jeho vysielení sa podieľajú hlavne študenti žurnalistiky, marketingovej komunikácie, ale aj ďalších študijných odborov pod vedením pedagógov i ľudí z praxe. Projekt vznikol za významnej pomoci súkromného sektora a aplikuje systémy, ktoré sú používané vo väčšine mienkotvorných médií, vrátane verejnoprávných.
Rádio Prešov Prešov www.radiopresov.sk	Lokálne Rádio Prešov vysiela od mája 2008, jeho cieľom je poskytovať poslucháčom hlavne informácie lokálneho charakteru o dianí v prešovskom regióne. Hudobne je orientované na všetky vekové kategórie.
Rádio Rebeca Martin, Žiina	Rádio Rebeca je v éteri už tretíkrát. Pôvodná Rebeca začala vysielať ešte v roku 1994 z Martina. 15. októbra 2003 bolo jej vysielenie vypnuté pre vysoké

www.rebeca.sk	dlhy. V novembri 2004 sa Rebeca pokúsila o návrat - z Banskej Bystrice. Po nie dlhej existencii stanicu pohltili expandujúce Jemné Melódie. Tretia Rebeca vysiela od 7. októbra 2013 a poučená z minulosti začala triezvejšie - na frekvencii s podstatne nižším výkonom a vlastnou technológiou pokrývala spočiatku Martin a okolie. 26. mája 2015 spustila aj druhú frekvenciu v Žiline, na ktorej vysiela zo samostatného štúdia.
Rádio Regina Bratislava, Banská Bystrica, Košice, regina.rtvsk	2. rozhlasový okruh RTVS, tvoria tri regionálne štúdiá v Bratislave, Banskej Bystrici a Košiciach. Štúdiá mapujú udalosti, predstavujú osobnosti, históriu aj súčasnosť jednotlivých prislúchajúcich regiónov. 12 hodín denne vysielaajú jednotlivé štúdiá pre svoj región samostatne, zvyšok vysielenia je spoločný. Poslucháči v ňom nájdu správy, reportáže, diskusné relácie a magazíny, ale aj hudobné programy, fíčre, rozprávky a hry. Hovorené slovo tvorí takmer polovicu vysielenia, hudobne sa Regina orientuje na populárnu, ľudovú a dychovú hudbu, menšinové žánre, či vážnu hudbu.
Rocková Republika Bratislava www.rockovarepublika.sk	Rocková republika odštartovala vysielenie na Silvestra 2012. Vo vysielení dáva priestor aktuálnym aj starším rockovým hitom. Plánované je tiež vysielenie koncertov rockových kapiel. Stanica rozbehla moderované vysielenie v júni 2013. Hovorené slovo môžete počuť počas pracovných dní v čase 7-10 a 15-18. Počas víkendov sa moderuje v čase 14-18. V blokoch s hovoreným slovom je zaraďované spravodajstvo. Vždy o celej a o pol vo flashovej verzii s dôrazom na šport, dopravu a počasie. Rocková republika má vo svojom tíme aj ostrieľané legendy - Rasťa Očenáša a Laca Lučeniča.
Rádio Sever Žilina www.radiosever.sk	Nové regionálne Rádio Sever vysiela zo Žiliny. Majitelia licencie ho postavili s tímom z bývalého Rádia Zet a nadväzujú na jeho tradíciu. Program je zameraný na hovorené slovo, informácie vo verejnom záujme a regionálne aktuality.
Rádio SiTy Bratislava www.radiosity.sk	Lokálne Rádio SiTy vysiela z Bratislavy od roku 2004. Cieľovou poslucháčskou skupinou sú hlavne mladší aktívni ľudia z hlavného mesta vo veku od 14 do 35-40 rokov. Vo vysielení prevláda tanečná hudba a informácie prevažne z Bratislavy a okolia. Okrem hlavného mesta má pokrytie aj v Galante.
Rádio Slovensko Bratislava slovensko.rtvsk	Rádio Slovensko - prvý rozhlasový okruh RTVS - počas celého dňa prináša aktuálne spravodajstvo, informácie z kultúry, dopravy, predpoveď počasia, publicistické programy, rozhovory, priame prenosy zo športových a spoločenských podujatí, diskusné relácie, rozhlasové hry, hudobnú a náboženskú publicistiku.
Rádio Šport Košice www.radiosport.sk	Košické Rádio Šport, ako z názvu vyplýva, je zamerané na dianie v športe - obsahuje pravidelné športové spravodajstvo, naživo reportáže zo športových podujatí, publicistiku a diskusie, relácie o adrenalínových športoch a informácie pre tipujúcich. Hudobne sa rádio orientuje na hity 80-tych a 90-tych rokov, ale aj aktuálne hity.
Viva Metropol Bratislava www.radioviva.sk	Rádio Viva Metropol nadväzuje na vysielenie Rádía Viva, vysiela v Bratislave a okolí prostredníctvom frekvencií Superádia. Zameriava sa na dospelého poslucháča, jeho cieľovou skupinou sú produktívni, aktívni a dynamickí ľudia, ktorých zaujíma dianie okolo seba. Rádio hrá prevažne najväčšie hity z 60-tych až 90-tych rokov, ale aj kvalitnú súčasnú produkciu.

Rádio Vlna Bratislava www.radiovlna.sk	Rádio Vlna sa prezentuje vo formáte Oldies AC. Ponúka hudbu od 60tych rokov až po súčasnosť, hudobný playlist zdôrazňuje aj claim: „Hity overené časom“. Nechýba ani aktuálne spravodajstvo monitorované skúsenými redaktormi počas celého dňa.
Rádio Wow Bánovce nad Bebravou www.radiowow.sk	Regionálne Rádio WOW vysiela od júna 2007. Hudobne sa radí k formátu HOT AC, chce osloviť poslucháča vo veku od 18 do 40 rokov. Vysielanie je zložené z hudby pre všetky generácie - najväčších hitov 80-tych, 90-tych rokov a súčasnosti. Prostredníctvom FM frekvencií vysiela v Bánovciach nad Bebravou, Partizánskom a Prievidzi.
Rádio Yes Topoľčany www.radioyes.sk	Regionálne Rádio Yes vysiela na frekvencii v Topoľčanoch a blízkom okolí od decembra 2007. Zamerané je na poslucháčov od 20 do 40 rokov, ponúka informácie z regiónu Topoľčian a okolitých miest a obcí. Hrá najmä aktuálnu hudbu zo sveta a z domova, ale aj tanečnú hudbu a hudbu z 80-tych a 90-tych rokov.
Záhorácke Rádio Skalica www.zahorackeradi o.sk	Regionálne Záhorácke rádio vysiela v okolí Skalice a Senice. V dennom živom vysielaní ponúka informácie z regiónu, zaujímavosti, hudobné novinky, súťaže, pozdravy a skladby na želanie. Hudobne je orientované na aktuálnu produkciu aj staršie hity, vo vysielaní sú aj relácie zamerané na folkovú a ľudovú hudbu a tiež priestor pre hudobné pozdravy jubilantom.

Zdroj: www.radia.sk

TABUĽKA Č. 20

Rádia vysielajúce prostredníctvom internetu a satelitov na Slovensku

Rádio 9 Košice www.radio9.sk	Rádio 9, pôvodom internátne rozhlasové štúdio pri ŠDaJ Jedlíkova 9 v Košiciach sa profiluje ako študentské internetové rádio podporované Technickou Univerzitou v Košiciach. Vysiela počas semestra od nedele do štvrtka vo večerných hodinách. Prináša žánrovo rozmanité relácie určené predovšetkým pre študentov. Hudobne sa rádio venuje ako modernej, popovej a tanečnej, tak aj rockovej, jazzovej a alternatívnej scéne.
Rádio Aetter Trnava www.aetter.sk	Rádio Aetter vysiela od 28. februára 2011, program tvoria študenti Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. V súčasnosti moderované vysielanie prebieha vždy večer od pondelka do stredu. Rádio prináša informácie pre študentov z nielen z fakulty, ale aj z diania v Trnave.
Company Radio Bratislava www.companyradio. eu	Komunitné internetové rádio. Vysiela od 24. júna 2013, prevádzkuje ho komunita kreatívnych a rozhladených ľudí, ktorí chcú tvoriť "vysielanie pre tých, ktorí nenávidia rádio". Vytvárajú vlastný program, hovoria iným, čo sa im páči, akú hudbu počúvajú, aké knihy čítajú, aké filmy pozerajú, aké divadlo ich zaujalo a aký skvelý koncert zažili. Rádio prezentuje klasiku ale aj novú hudbu, rôzne hudobné štýly, aj také, ktoré nedostanú inde miesto. Každý môže byť moderátorom, dokonca aj deti, pre ktoré a s ktorými toto rádio pôvodne vzniklo.
Denomusic Radio Košice	Demomusic Rádio propaguje a podporuje neohranú slovenskú a českú hudobnú scénu. Jeho poslaním je poskytnúť priestor všetkým slovenským a

www.denomusicradio.com	českým hudobným skladateľom a skupinám všetkých hudobných žánrov, ktorých vlastnú tvorbu nevysielajú komerčné rádiá ani televízia.
Detské rádio www.detskeradio.sk	Internetové rádio žirafy Žofky pre deti - hrá nepretržitý prúd detských pesničiek.
Detské rádio - rozprávky www.detskeradio.sk	Internetové rádio žirafy Žofky pre deti - vysiela nepretržitý prúd rozprávok.
Europa 2 Československé webrádio Bratislava www.europa2.sk	Československé webové rádio prehráva to najlepšie z českej a slovenskej hudby všetkých čias. Poslucháči sa môžu tešiť na hudbu a umelcov, ktorú bežne z éteru rádia Europa 2 nie je možné počuť. Na svoje si prídu fanúšikovia Richarda Müllera, Chinaski, IMT Smile, Lucie, Petra Hapku a ďalších známych interpretov oboch krajín.
Europa 2 – Dance Exxtravaganza Bratislava www.europa2.sk	Internetové rádio Europy 2 - vysiela mixované DJ sety.
Europa 2 – Fit Stream Bratislava www.europa2.sk	Internetové rádio Europy 2 zamerané na hudbu vhodne dopĺňajúcu vaše fitness aktivity.
Europa 2 – Future Sound Bratislava www.europa2.sk	Internetové rádio Europy 2 zamerané na elektronickú hudbu.
Europa 2 – Movin’ Bratislava www.europa2.sk	Internetové rádio Europy 2 zamerané na tanečnú hudbu.
Europa 2 – Top 22 Bratislava www.europa2.sk	Internetové rádio Europy 2, vysiela najaktuálnejšie a najhranejšie skladby.
FF Rádio Banská Bystrica www.ffradio.sk	Internetové katolícke FF rádio (Faith and Fire - viera a oheň) vysiela od 17. novembra 2014. Patrí pod Rádio Lumen a je orientované prevažne na mladého poslucháča. Vo vysielaní a na webe ponúka informácie zo života hudby, interpretov, či informácie o rôznych kultúrnych a duchovných podujatiach.
Fun Rádio 80. - 90. Roky Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia zameraný na najväčšie zahraničné aj slovenské hity z 80tych a 90tych rokov.
Fun Rádio CZ - SK Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia ponúka non-stop najväčšie hity aj novinky výlučne od českých a slovenských interpretov.
Fun Rádio Dance Bratislava	Internetový stream Fun Radia, ponúka non-stop výlučne tanečné hity.

www.funradio.sk	
Fun Rádio Hip Hop & R'n'B Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia zameraný na najväčšie hity žánrov hip hop a R'n'B.
Fun Rádio Letné Hity Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia ponúka non-stop najväčšie aktuálne aj staršie letné hity. Vysiela iba v letných mesiacoch.
Fun Rádio Love Songs Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia ponúka non-stop iba tie najromantickejšie hity.
Fun Rádio Novinky Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia ponúka non-stop iba najhorúcejšie hudobné novinky.
Fun Rádio Pre Deti Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia zameraný na detského poslucháča - hrá iba tie najlepšie a najveselšie hity pre deti.
Fun Rádio Rock Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia zameraný na najväčšie zahraničné aj slovenské rockové hity.
Fun Rádio Running Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia zameraný na športovcov, najmä bežcov - hrá najlepšiu hudbu na udržanie správneho tempa.
Fun Rádio Top 20 Bratislava www.funradio.sk	Internetový stream Fun Radia hrá non-stop iba najväčšie aktuálne hity.
G-Rádio www.gradio.sk	Internetové gospelové rádio, vysiela od roku 2005.
Rádio GO DeeJay Trenčín www.djgo.sk	Rádio GO DeeJay je internetové rádio, v súčasnosti zamerané čisto na tanečnú hudbu a DJ sety. Začalo vysielať v apríli 2005 ako lokálne rádio na frekvencii v Trenčíne, neskôr pokrytie rozšírilo až na 6 frekvencií v piatich mestách Trenčianskeho kraja. V FM vysielení dostala priestor tanečná hudba rôznych štýlov, dokonca aj ľudovky. V júni 2012 rádio svoje vysielenie presunulo iba na internet a na pôvodných FM vysielačoch spustili majitelia nový projekt lokálneho rádia Melody FM.
INRO Zvolen www.inro.sk	INRO - Internátny rozhlas - je jedným z najstarších internátnych rozhlasových štúdií na Slovensku. Vysiela od roku 1968 na internáte Ľudovíta Štúra pri Technickej Univerzite vo Zvolene. Moderované vysielenie je počas semestra od nedele 21:00 do stredy 24:00, zvyšok vysielenia vyplňa prúd hudby.
Rádio Janko Hraško Malacký www.jankohrasko.sk	Internetové rádio pre milovníkov slovenského folklóru.

Rádio Junior Bratislava Junior.rtv.s.k	9. rozhlasový okruh RTVS, adresovaný najmladším poslucháčom. Je zameraný na rozprávkové hry, monologické rozprávky, detskú literatúru, programy o hudbe a pesničky pre deti.
Rádio Klasika Bratislava klasika.rtv.s.k	7. rozhlasový okruh RTVS - digitálna programová služba, venovaná klasickej hudbe všetkých období a foriem, od renesancie cez romantizmus až po hudobnú modernu, od klavírných miniatúr cez komorné skladby až po symfónie a opery.
Rádio Litera Bratislava litera.rtv.s.k	8. rozhlasový okruh RTVS - digitálny umelecký okruh ponúka rozhlasové hry, poéziu, prózu, fíčky, rozprávky, čítanie na pokračovanie a mnoho ďalšieho z oblasti literárnej tvorby.
Rádio Live SK www.radiolive.sk	Rádio Live Sk je internetové rádio, ktoré chce nielen zabávať. Je o hudbe, najmä domácej, ale hrá aj tie najväčšie hity, či pesničky, ktoré v iných rádiách počuť nebudete. Má jasný cieľ - ponúknuť poslucháčom všetko to, čo im ostatné rádiá neponúkajú. Vo vysielaní má aj moderované bloky.
Rádio Logos Banská Bystrica www.radiologos.sk	Internetové Rádio Logos kladie dôraz na zvestovanie a vyučovanie Božieho Slova na základe biblického odkazu. Vo svojich programoch neuvádza správy a komentáre politického charakteru. Využíva bohatý archív programov, ktoré boli v minulosti vysielané z krátkovlnných vysielateľov HCJB z Ekvádoru.
Rádio Modus Nitra www.radiomodus.sk	Rádio Modus - rádio s atmosférou, ktoré naplní vzduch hlavne dobrou hudbou. Pripomína dobu, keď hudbu skladali hudobníci, keď si hudobné vydavateľstvá vyberali, kto môže vydať u nich album, keď speváci boli speváckami a v PKO sa konali nielen výchovné koncerty.
New Model Radio Bratislava www.newmodelradio.sk	Cieľom hudobného rádia New Model Radio je poskytnúť poslucháčom hudobnú tvorbu z celého sveta, na báze širokého spektra žánrov. Časť vysielania tvorí aj anglo-americká hudba, tá je však menej preferovaná. Dramaturgia denného vysielania je zostavená prevažne z nových skladieb, špecializované hudobné bloky sú venované aj hudbe minulých desaťročí. Večerné vysielania sú vyhradené špecializovaným reláciám, zameraným na jednotlivé hudobné štýly. Krédom dramaturgov rádia je dosiahnuť vysokú kvalitatívnu a umeleckú úroveň prezentovanej hudby, predovšetkým piesňovej formy, s estetickým zámerom spojiť krásu s originalitou.
Nonstop Rádio Ružomberok www.nonstopradio.sk	Internetové Nonstop Rádio hrá predovšetkým alternatívnu a tanečnú hudbu. V rámci štýlového a žánrového zamerania sa snaží podporovať najmä domácu tvorbu a domácich umelcov, čo sa nemusí týkať len hudby. Preto má vždy dvere otvorené pre tých, ktorí sa radi delia o svoju tvorbu.
Rádio Oddychovka www.oddychovka.eu	Rádio Oddychovka je internetové rádio zamerané na dychovú hudbu a informácie o dianí na "dychovej scéne". Má ambíciu stať sa informátorom a buditeľom kultúrneho povedomia v regiónoch Slovenska i zahraničia so zameraním na dychovú hudbu. Súčasťou je aj internetový portál pre propagáciu, hľadanie informácií, diskutovanie, či vytváranie komunit v rámci žánru.
Rádio PaF Prešov www.pafradio.sk	Internátne rozhlasové štúdio Rádio PaF (Rádio Pedagógov a Filozofov) pôsobí pri Prešovskej univerzite v Prešove od roku 1968. Poskytuje potrebný informačný servis, zábavu a oddych spôsobom, ktorý je mladým ľuďom

	najbližší. Vysiela počas zimného a letného semestra, aktuálne od nedele do štvrtka vždy od 18:00 do 24:00 a ráno od 07:00 do 09:00. Obsah relácií je rôznorodý od informačných relácií, cez špecifické až alternatívne.
PULZ Rádio Ružomberok Pulzradio.ku.sk	PULZ rádio je rozhlasové štúdio Katolíckej univerzity v Ružomberku. Vysiela počas celého týždňa - moderované vysielanie od pondelka do štvrtka od 16:00 do 21:00, zvyšok vysielania vyplňa prúd hudby. Prináša nielen zábavu, ale aj aktuálne spravodajstvo z pôdy Katolíckej univerzity i Ružomberka.
Rádio Point Bratislava www.radio-point.sk	Radiopoint vysiela na najfrekventovanejších zastávkach MHD v Bratislave. Vysielanie prebieha denne počas pracovných dní od 6.00 do 20.00. Cestujúci sa z 15-minútovkej slučky dozvedia najnovšie informácie z domova alebo zahraničia, zo športu a kultúry. Okrem iného je zvukové vysielanie doplnené o aktuálny alebo mimoriadny stav v mestskej hromadnej doprave. Informuje o výraznom meškaní spojov, výluke alebo inej nečakanej situácii na cestách.
Rapeš Žilina www.rapes.sk	Rapeš je rozhlasové a nahrávacie štúdio Žilinskej univerzity, ktoré funguje od roku 1974. Ako prvé IRŠ (internátne rozhlasové štúdio) na Slovensku malo dva vysielacie okruhy - Rapeš Hliny (1974) a Rapeš Veľký diel (1987), pomenované podľa internátov, kde štúdiá sídlili, a ako prvé IRŠ na Slovensku vysielalo nonstop. V roku 2009 sa okruh Rapeš Veľký Diel odlúčil a začal vystupovať pod novou značkou (Rádio X). V Rapeši pracujú študenti Žilinskej univerzity v rámci svojho voľného času. Moderované vysielanie funguje počas semestra od pondelka do štvrtka, od 17.55 do 23:00.
Rádio Roma www.radoroma.sk	Internetové Rádio Roma prináša rómsku hudbu zo Slovenska a zo sveta a informácie v stručnej, jasnej a zapamätateľnej forme. Hlavným cieľom projektu je zabezpečiť tok informácií medzi komunitami.
Rusyn FM Bratislava www.radio.rusyny.org/sk/	Internetové rádio pre všetkých Rusínov sveta. Štruktúra vysielania je postavená na rozhovoroch so známymi osobnosťami, mládežníckymi aktivistami, krátkym spravodajstvom, ale i hitparádou piesní. Cieľom projektu je osloviť veľkú komunitu Rusínov žijúcu na Slovensku, ale takisto aj zo zahraničia. Rádio vysiela po rusínsky a hrá rusínske ľudové a moderné piesne, ale aj modernú svetovú muziku.
Ryby Rybky Rádio Prievidza www.rrr.sk	Prvé internetové rádio pre rybárov. Vo svojom vysielaní informuje o novinkách z oblasti rybolovu, technického vybavenia rybárov, aktivity rýb, športového rybolovu, rybárskej turistiky, či možnosti ubytovania v blízkosti rybárskych revírov. Ponúka aj kontaktné relácie s poslucháčmi - rybármi.
Radio.sk Bratislava www.radio.sk	Prvé plnoformátové internetové rádio na Slovensku, hrá prevažne aktuálnu pop music doplnenú o najväčšie hity svetových a domácich hitparád 80-tych a 90-tych rokov. Začínalo v roku 2010 s ambíciou vrátiť do éteru osvedčené programy a moderátorské hviezdy "zlatého veku" slovenských rádii z konca 90-tych rokov, avšak v novom modernom šate. Ambiciózny projekt však stroskotal na nedostatku financií a postupne rádio prešlo len na vysielanie hudobného prúdu až svoje vysielanie v lete 2012 ukončilo. Po zmene majiteľa koncom roka 2013 je vysielanie znovu obnovené.
Slobodný vysielač Banská Bystrica www.slobodnyvysiel	Slobodný vysielač je nezávislé médium, ktorého cieľom je pravdivé a neskreslené informovanie verejnosti, či podpora nezávislého a amatérskeho umenia. Vysiela zatiaľ cez internet, súčasťou je aj internetová televízia a

ac.sk	priestor pre blogy. Podľa jeho tvorcov chce toto médium z veľkej väčšiny suplovať činnosť verejnoprávnych médií, ktoré absolútne neplnia svoju funkciu. Je financované formou dobrovoľných príspevkov od verejnosti.
Radio Slovakia International Bratislava rsi.rtvs.sk	6. rozhlasový okruh RTVS vysiela informácie o Slovensku v cudzích jazykoch vo forme polhodinových magazínov v angličtine, francúzštine, nemčine, ruštine, španielčine a slovenčine.
Radio Studio K Trnava www.radiostudiok.sk	Rádio Studio K je nekomerčné hudobné rádio orientované na náročnejšieho, mlado zmýšľajúceho poslucháča. Od zvyšku slovenského éteru sa chce líšiť hudbou i slovom, v playliste má domácu i zahraničnú hudobnú tvorbu, od hip-hopu až po tanečnú elektronickú hudbu či džez. Dáva priestor i novozačínajúcim umelcom, ktorí chcú zdarma prezentovať svoju hudbu. Nechýbajú živé vstupy a sety zo štúdia alebo živé prenosy z koncertov a akcií. Vo vysielaní sa tiež diskutuje o témach, ktoré rezonujú, a o ktorých treba hovoriť nahlas.
Rádio Širava Michalovce www.radiosirava.sk	Internetové rádio pre Zemplín - poslucháčom chce prinášať informácie zo spoločenského života v regióne. Hudobne je zamerané na pesničky zo súčasnosti, no nechýbajú ani hity minulého tisícročia. Moderované vysielanie je v programe každý večer od 18. do 20. hodiny. Stanica plánuje v budúcnosti aj prechod na FM vysielanie.
ŠtuRKO Košice sturko.intrak.upjs.sk	ŠtuRKO - Študentský Rozhlas Košice - je internátne rádio študentov Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach. Vysiela od roku 2006, po 5-ročnej odmlke jeho predchodcu - Rádia Univerzita, ktoré vysielať do roku 2000. ŠtuRKO vysiela moderované programy počas zimného a letného semestra akademického roka od pondelka do štvrtka v čase od 19.00 do 23.00; v ostatnom čase vysielanie vyplní prúd hudby.
TLIS Rádio Bratislava www.tlis.sk	TLIS rádio vysiela od roku 1981, začínalo ako internátne rozhlasové štúdio na internátoch Mladost v Mlynskej Doline v Bratislave. Programovo aj dramaturgicky sa umiestňuje na okraj mainstreamu, snaží sa byť kultúrnou a hodnotovou opozíciou ku komerčným rádiám. Prináša aktuálne novinky, prehľad udalostí v Bratislave ako aj mimo nej, venuje sa literatúre, divadlu, filmu a daniu na domácej a svetovej hudobnej scéne.
Tolas Radió www.tollas.org	Prvé a jediné undergroundové rádio na Žitnom ostrove, sídli v Dunajskej Strede. Vo vysielaní sa objavuje množstvo nevydanej hudby, miestne kapely, hudobníci a DJ-i, rozhovory, príbehy, informácie z kultúry a vedy. Stanica vysiela v maďarčine.
Rádio Trench Town Trenčín radio.tnuni.sk	Študentské Rádio Trench Town je internetové študentské rádio Trenčianskej univerzity Alexandra Dubčeka v Trenčíne, ktorého tím tvoria aktívni študenti. Pôsobí na akademickej pôde univerzity ako nezávislé médium, ktoré prispieva k informačno-vzdelávacej funkcii, a to hlavne pre študentov a zamestnancov počas zimného a letného semestra v akademickom roku.
tvojeRADIO.com Dance www.tvojeradio.com	Internetový stream Dance portálu tvojeRADIO.com hrá tanečné skladby z 80-tych, 90-tych rokov a zo súčasnosti. Poradie takmer všetkých skladieb môžu ovplyvniť poslucháči na stránke rádia.

tvojeRADIO.com Gold 80/90 www.tvojeradio.com	Internetový stream Gold 80/90 portálu tvojeRADIO.com hrá najväčšie popové a rockové hity z 80-tych a 90-tych rokov. Poradie takmer všetkých skladieb môžu ovplyvniť poslucháči na stránke rádia.
tvojeRADIO.com Hip- Hop www.tvojeradio.com	Internetový stream Hip-Hop portálu tvojeRADIO.com hrá aktuálne aj staršie hip-hopové skladby od slovenských aj zahraničných interpretov. Poradie takmer všetkých skladieb môžu ovplyvniť poslucháči na stránke rádia.
tvojeRADIO.com Lovesongs www.tvojeradio.com	Internetový stream Lovesongs portálu tvojeRADIO.com hrá pomalé romantické skladby z 80-tych, 90-tych rokov a zo súčasnosti. Poradie takmer všetkých skladieb môžu ovplyvniť poslucháči na stránke rádia.
tvojeRADIO.com Pophits www.tvojeradio.com	Internetový stream Pophits portálu tvojeRADIO.com hrá popové skladby z 80-tych, 90-tych rokov a zo súčasnosti. Poradie takmer všetkých skladieb môžu ovplyvniť poslucháči na stránke rádia.
tvojeRADIO.com Repete www.tvojeradio.com	Internetový stream Repete portálu tvojeRADIO.com hrá popové skladby slovenských a českých interpretov z rokov minulých. Poradie takmer všetkých skladieb môžu ovplyvniť poslucháči na stránke rádia.
tvojeRADIO.com SK/CZ www.tvojeradio.com	Internetový stream SK/CZ portálu tvojeRADIO.com hrá skladby výhradne slovenských a českých interpretov z 80-tych, 90-tych rokov a zo súčasnosti. Poradie takmer všetkých skladieb môžu ovplyvniť poslucháči na stránke rádia.
Rádio Velvet Pezinok Radiovelvet.eu	Radio Velvet je internetová hudobná stanica zameraná na bluegrass.
Rádio X Žilina www.radiox.sk	Rádio X je študentské rádio pôsobiace na Žilinskej univerzite. Okrem celodenného prúdu hudby ponúka od pondelka do štvrtka aj moderované vysielanie. Zameriava sa predovšetkým na dianie na Žilinskej univerzite, internátoch na Veľkom Diele a aj v samotnom meste Žilina a jeho okolí. Vo vysielaní má aj filmovú reláciu, živé koncerty kapiel priamo z priestorov rádia a ďalšie relácie „šité priamo na mieru“ pre poslucháčov - študentov.
Rádio X – Alternative X Žilina www.radiox.sk	Alternative X je špecializovaný stream Rádia X zameraný na rôzne alternatívne hudobné štýly. Rádio X je študentské rádio pôsobiace na Žilinskej univerzite.
Rádio X – Chillout X Žilina www.radiox.sk	Chillout X je špecializovaný stream Rádia X zameraný na rôzne štýly elektronickej hudby. Rádio X je študentské rádio pôsobiace na Žilinskej univerzite.
Rádio X – Dance X Žilina www.radiox.sk	Dance X je špecializovaný stream Rádia X zameraný na rôzne štýly tanečnej hudby. Rádio X je študentské rádio pôsobiace na Žilinskej univerzite.
Rádio X – DNB X	DNB X je špecializovaný stream Rádia X zameraný na štýl drum'n'bass. Rádio

Žilina www.radiox.sk	X je študentské rádio pôsobiace na Žilinskej univerzite.
Rádio X – Folklore X Žilina www.radiox.sk	Folklore X je špecializovaný stream Rádia X zameraný na slovenský folklór. Rádio X je študentské rádio pôsobiace na Žilinskej univerzite.
Rádio X – Metal X Žilina www.radiox.sk	Metal X je špecializovaný stream Rádia X zameraný na metalové skladby. Rádio X je študentské rádio pôsobiace na Žilinskej univerzite.
Rádio X – Oldies X Žilina www.radiox.sk	Oldies X je špecializovaný stream Rádia X zameraný na hudbu 80-tych a 90-tych rokov minulého storočia. Rádio X je študentské rádio pôsobiace na Žilinskej univerzite.

Zdroj: www.radia.sk

2. Časť: Vydavateľský priemysel

Obsah

1. STAV ODVETVIA.....	58
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	58
1.1.1 Bližší pohľad na európsky knižný priemysel	58
1.1.2 Bližší pohľad na európsky novinový priemysel.....	59
1.1.3 Bližší pohľad na európsky priemysel s periodickou tlačou (časopisy).....	60
1.1.4 Typický podnikateľský model	63
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	65
1.2.1 Úvod	65
1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby	70
1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	72
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI.....	74
2.1 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	74
2.2 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	74
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie.....	78
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA	80
4. Financovanie & best practices.....	84
4.1 Financovanie.....	84
4.2 Best practices	85
5. SWOT	87

2. Vydavateľský priemysel

Vydavateľský priemysel zahŕňa vydávanie kníh, novín, časopisov a periodík, adresárov, katalógov, prekladateľské a tlmočnicke činnosti, ostatné vydavateľské činnosti. K silným stránkam tohto odvetvia patria najmä stabilita odvetvia a kvalifikovaná pracovná sila, podobne ako tradícia čítania periodických i neperiodických publikácií v rámci domáceho trhu. Na rozdiel od iných odvetví kreatívneho priemyslu nie je toto odvetvie až v takej miere ohrozované importom lacnejších produktov zo zahraničia vzhľadom na špecifickosť a vysokú väzbu konečných produktov odvetvia na lokálny domáci trh.

Medzi slabé stránky odvetvia možno zaradiť taktiež potrebu vysokého obrátového kapitálu. Najmä v prípade vydávania neperiodických publikácií je nevyhnutné financovať celý náklad danej publikácie vopred, pričom návratnosť investície je naviazaná na postupný predaj daného nákladu.

1. STAV ODVETVIA

1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

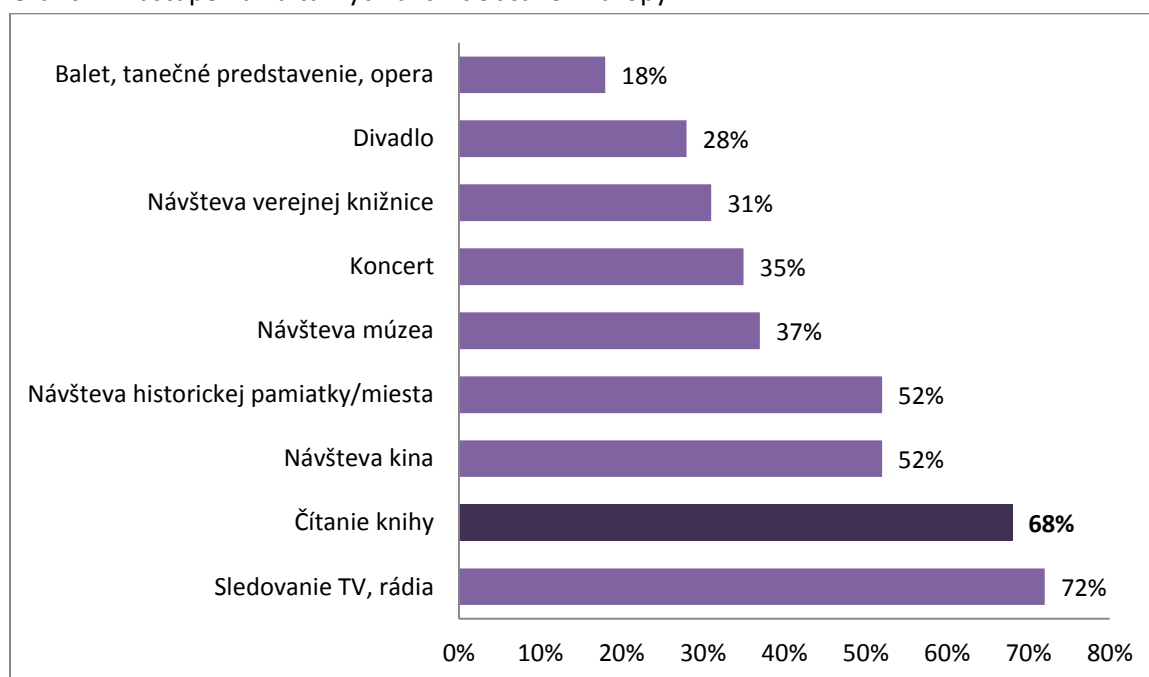
1.1.1 Bližší pohľad na európsky knižný priemysel³

Vývin k 2013

Pre pripomenutie, do roku 2008 bol zaznamenaná jednoznačný vzrastajúci trend vo vydávaní kníh, v tržbách respektíve, avšak s príchodom ekonomickej krízy sa tento jav narušil v poklesnutých výškach obrátov vydavateľstiev. Napriek tomu, rokom 2010 sa trend znova napravil a zachoval si svoj rastúci charakter.

V roku 2013, na základe prieskumu v celej Európe bola odpoveď na otázku ohľadom druhu vykonávanej kultúrnej aktivity, hneď po sledovaní TV, rádií nasledovalo čítanie kníh.

Graf č. 1: Zastúpenia kultúrnych aktivít občanov Európy



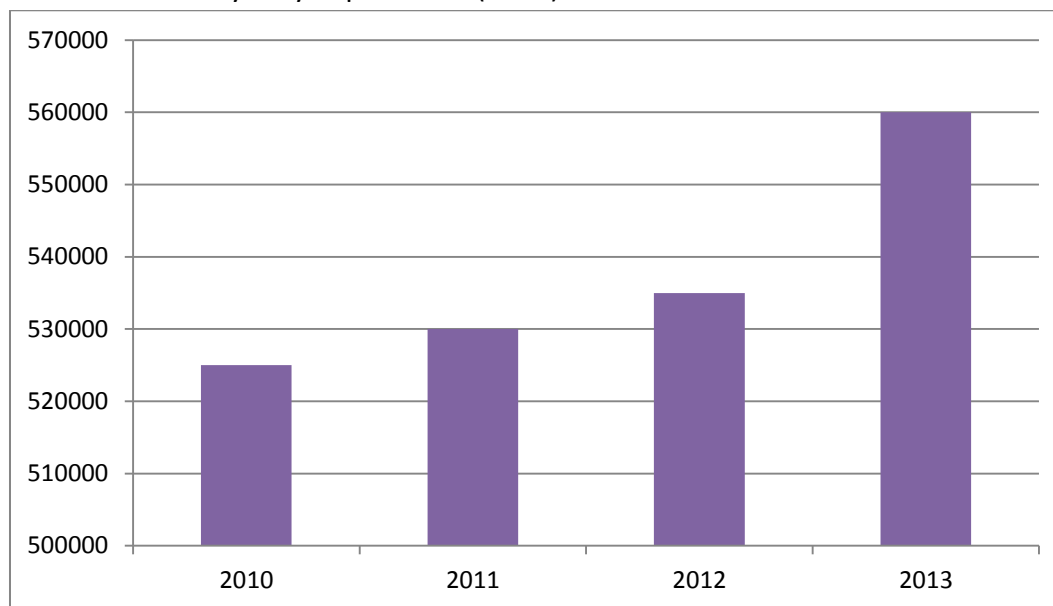
Zdroj: Cultural Access and Participation (Eurobarometer 399). Sample of about 1,000

V roku 2013 sa oproti roku 2010 tržby mierne znížili a síce na cca 22,3 miliardy eur. Je to mierny pokles aj oproti roku 2012 (22,5 miliardy eur). Ako aj v roku 2010, v predaji viedlo Nemecko, za ním UK, Francúzsko, Španielsko a Taliansko, s celkovým počtom nových titulov približne 560 000. V roku 2013 tvoril najväčšie zastúpenie predaj kníh pre širokú verejnosť (49,5%), po nich

³ Primárny zdroj: <http://www.fep-fee.eu/European-Book-Publishing-636>, sekundárny: Národné vydavateľské asociácie (SVK nie je uvedená v zoznamoch)

akademická/profesijná literatúra (19,5%), školská literatúra a posledné miesto zaujala literatúra pre deti. V skorších rokoch boli tieto zastúpenia vždy približne rovnaké.

Graf č. 2: Počet vydaných publikácií (2013)



Zdroj: www.fep-fee.eu

Od konca Kultúrneho Programu začal Program Kreatívna Európa, ktorý je podobne zameraný na podporu oblastí Audiovizuálnej tvorby a kultúrnej činnosti. V roku 2014 bolo v rámci tohto programu zaevidovaných dokopy 238 žiadostí o podporu projektov v rámci prekladov spadajúcich do podprogramu Kultúra, z ktorých bolo vybraných a schválených 63, čo činí 26,47% z podaných žiadostí. Napríklad celková hodnota dotácií spojená s prekladateľstvom je vo výške cca 3,6 mil. eur. Najväčšia požiadavka je v Bulharsku (cca 1,2 mil. eur) a Slovensku je cca 64 000 eur.

1.1.2 Bližší pohľad na európsky novinový priemysel

A síce, v Európe sú s najväčším zastúpením (podľa popularít ich webstránok) noviny z Veľkej Británie (zaberajú prvých 5 miest); The Daily Mail, The Daily Telegraph, The Guardian, The Independent, Financial Times, pokračujú španielske El Mundo (svet). Nevýhodou však je už dnešná síce veľká prístupnosť ku digitálnym verziám novín, avšak na druhej strane, takmer tri štvrtiny (73%) on-line novín sú platené – paywall⁴. Treba podotknúť, že noviny bolo prvé médium v rámci kreatívneho sektoru, ktoré ponúkalo obsah v digitalizovanej forme.

⁴ Paywall – systém brániaci návštevníkovi v prezeraní si celého obsahu stránky

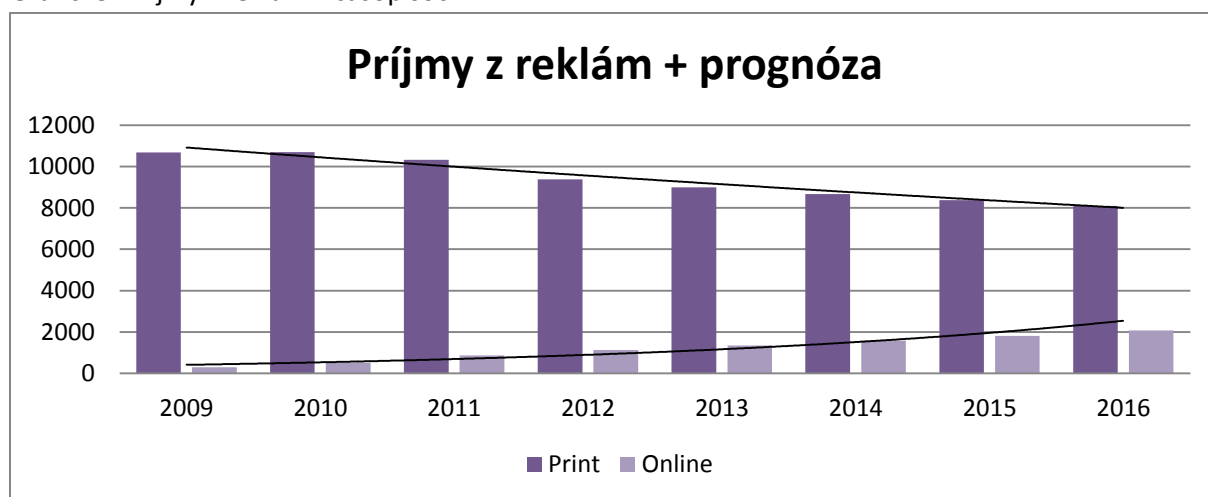
Aj napriek tomu, že vo väčšine členských štátov je DPH v prípade digitálneho obsahu znížená, čo má za následok priaznivé podmienky pre nezávislý tlačový sektor. ENPA⁵ sa preto snaží presvedčiť ostatné členské štáty ku zavedení nulovej/super zredukovanej, alebo aspoň zníženej DPH pre digitálnu tlač, pri nezmenenej DPH v prípade tlačných novín.

1.1.3 Bližší pohľad na európsky priemysel s periodickou tlačou (časopisy)

Jednoznačne, čo sa týka nákladu majú najväčšie zastúpenie na európskom trhu Nemecko s ich automoto časopisom Motorwelt s nákladmi cca 13,5 mil. kusov (2012). Hneď po ňom nasleduje Holandsko s jeho AutoPrimeurs náklad cca 6 mil. kusov. V počte publikácií a aj vo výške nákladov teda vedie skôr západná a stredná Európa.

Treba pripomenúť, že mnohé (väčšina) časopisov v Európe žije nie len z predaja, ale aj z príjmov za inzercie reklám vo svojich dielach. Celkový trend by sa dal teda rozdeliť na príjmy z predaja a príjmy z reklám.

Graf č. 3: Príjmy z reklám v časopisoch

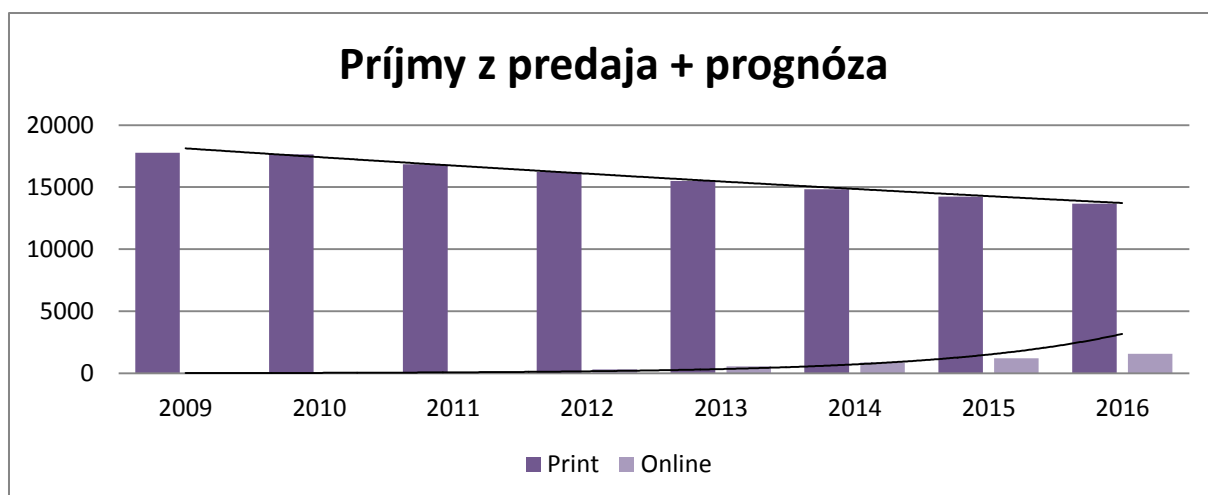


Zdroj: FIPP WORLD MAGAZINE TRENDS 2014/2015: EMEA SPECIAL REPORT⁶

Graf č. 4: Príjmy z predaja časopisov

⁵ ENPA – Európska asociácia vydavateľov novín

⁶ http://fipp.s3.amazonaws.com/media/documents/Trends%20Special%20Report_EMEA_2014-15.pdf



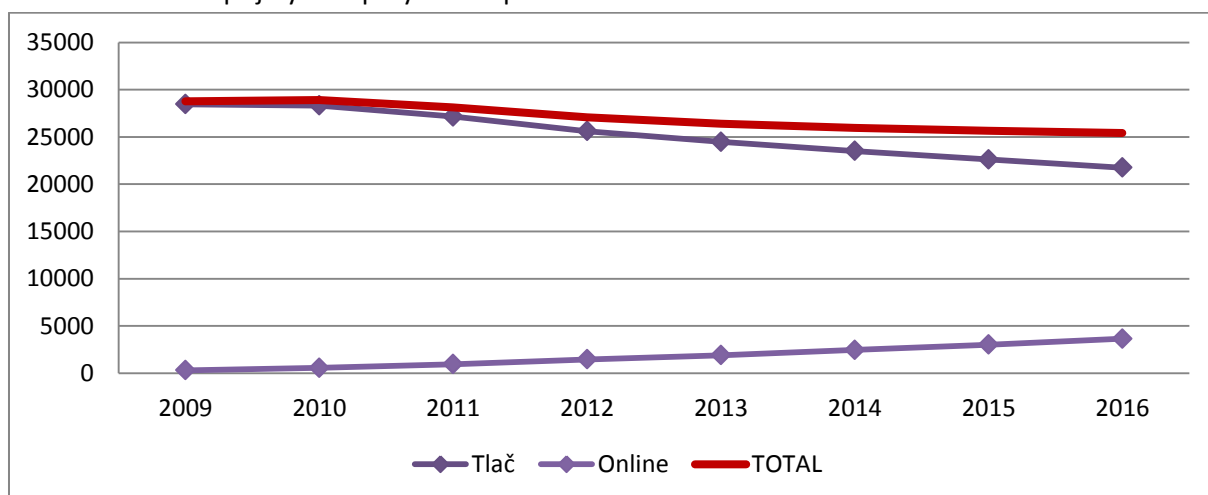
Zdroj: FIPP WORLD MAGAZINE TRENDS 2014/2015:EMEA SPECIAL REPORT

Trendové línie pri dátach o príjmoch z digitálneho obsahu nasvedčujú možný rýchly rast v blízkej budúcnosti.

Celkovo v Európe (samozrejme aj vo svete) majú trendy s periodickou tlačou mierne klesajúci charakter, pričom miera klesania sa stále znižuje, ale ak sa bavíme o ne-printových médiách, teda v digitálnej forme, je vidno že má protichodný charakter (aj keď zatiaľ iba mierne). Toto platí v oboch prípadoch, a síce tak zo ziskov z predaja, ako aj z príjmov od inzerujúcich spoločností.

Pre zhrnutie (graf č. 5) sú celkové príjmy časopisov.

Graf č. 5: Celkové príjmy európskych časopisov.

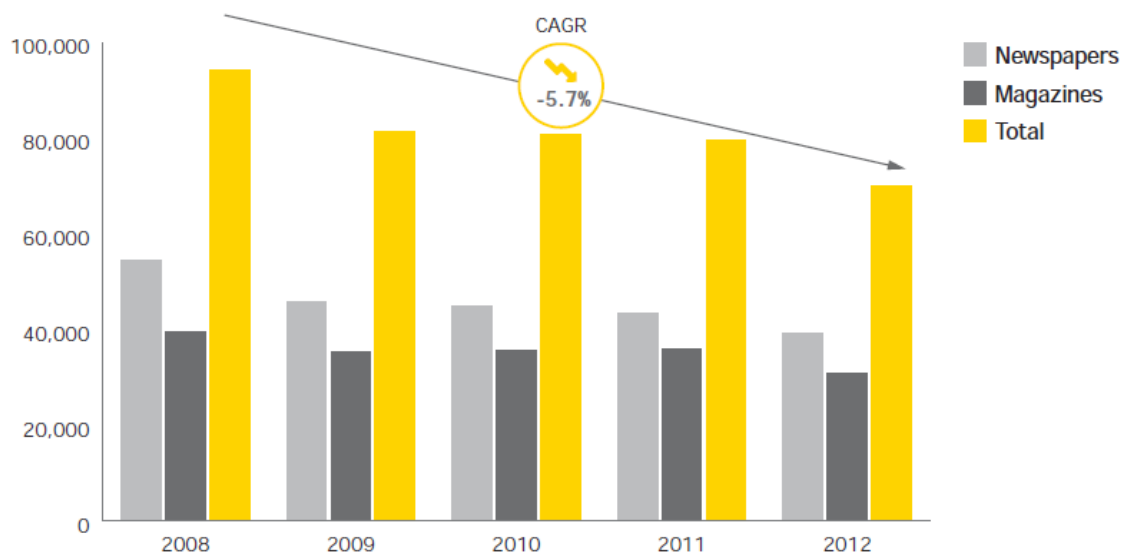


Zdroj: FIPP WORLD MAGAZINE TRENDS 2014/2015:EMEA SPECIAL REPORT

European Magazine Media Association – EMMA

Táto nezisková organizácia, ktorá vznikla v Bruseli si dáva za cieľ chrániť, udržiavať konkurencieschopnosť a deklarovať záujmy európskych vydavateľov periodickej tlače. Podľa portálu <http://www.magazinmedia.eu> sa čítanie časopisov stáva čoraz viac záležitosťou mladších generácií. Veková skupina pod 35 rokov teda číta viac časopisov ako nad 35 rokov.

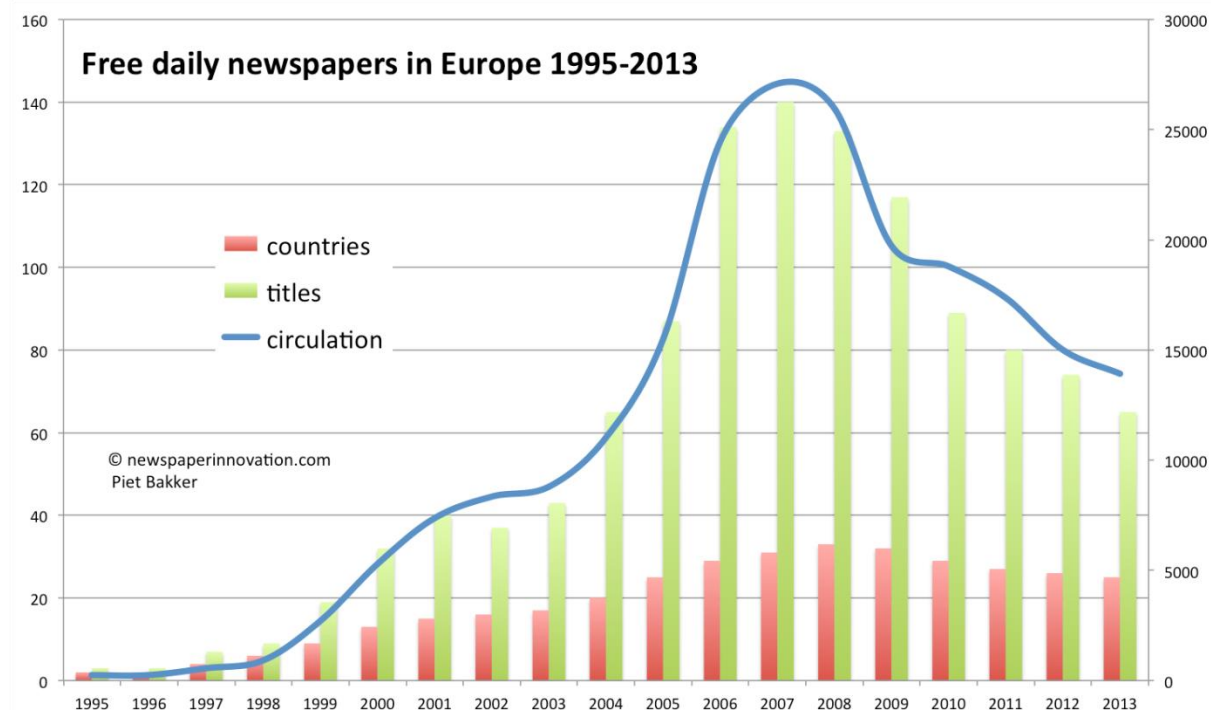
Graf č. 6: Príjmy európskych novín a časopisov (tržby a z reklamy)



Zdroj: Source: WAN IFRA, FIPP, EY analysis

Na dodatok, čo sa týka novín poskytovaných zadarmo, bola v rámci Európy zaznamenaná ich najvyššia produkcia v roku 2007, ako v nákladoch, tak aj v počte publikácií, pričom najväčší počet krajín v ktorých sa takéto publikácie poskytovali bol v roku 2008.

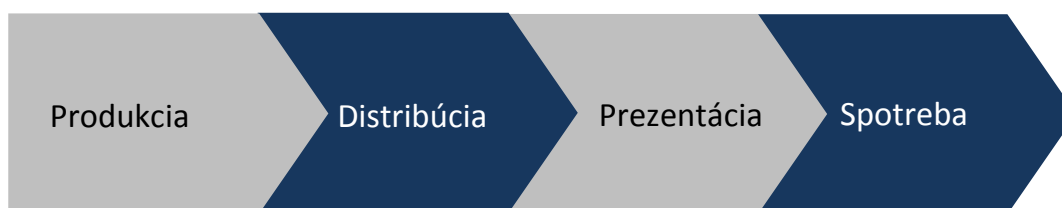
Graf č. 7: Bezplatné noviny v rokoch 1995 až 2013



Zdroj: www.newspaperinnovation.com, Piet Bakker

1.1.4 Typický podnikateľský model

Typický podnikateľský model prezentujeme pre knihy prípadne noviny.

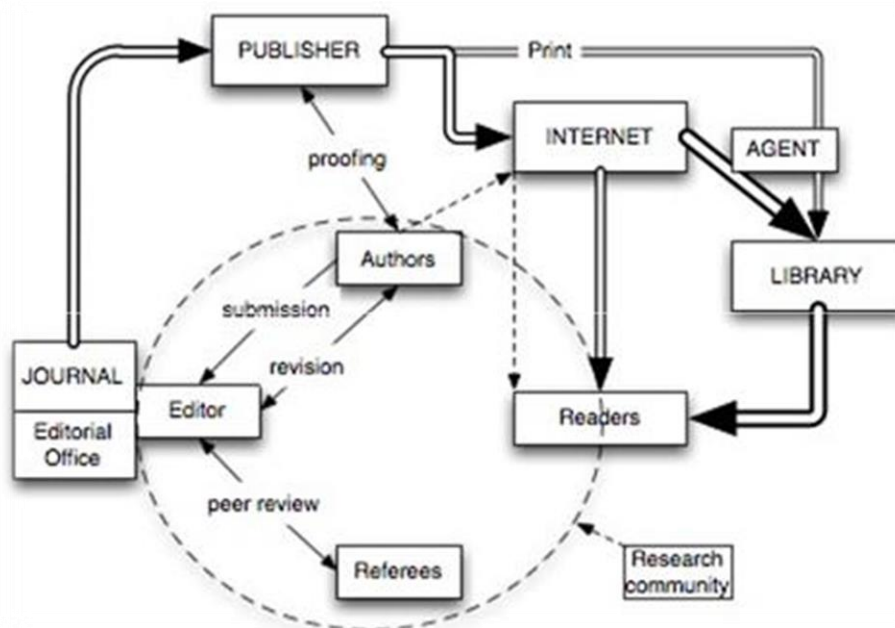


<ul style="list-style-type: none"> • Preprodukcia – Návrh titulnej strany, formátu publikácie, marketingu • Dizajn knihy, ilustrácie, fotografie • Optimalizácia formy za pomoci vydavateľa • Voľba nákladu • Dohody autora a vydavateľa literatúry, zmluva o dielo • Dohody o podieloch z predaja • Autorské práva, definovanie účelu rozmnoženia, v prípade komerčného, dohoda o platbách • Dohodnutie vydavateľského balíčka • rozhodnutie o (ne)preklade diela • TLAČ 	<ul style="list-style-type: none"> • Voľba distribučných kanálov • Zmluvy s reťazcami kníhkupectiev • Periodická tlač – priamo ku predajcom, cez kuriérov ku odoberateľom • Kniha – recenzie pred uvoľnením 	<ul style="list-style-type: none"> • marketing zvolený vydavateľom • využitie služieb marketingových spoločností • Uvedenie diela do kníhkupectiev • Stav predaja diela (prieskum predajnosti) • Podpisovanie kníh vo zvolených kníhkupectvách • ďalšie prípadné akcie spojené s predajom kníh (programy, besedy a pod.) • v prípade úspechu, ďalšia dotlač 	<ul style="list-style-type: none"> • pridanie ďalších predajní • zisky z predaja tlačenej verzie diel, prípadne z elektronických kníh
---	---	--	---

Prvým krokom v celom tomto procese je hlavne stanovenie cieľov samotným autorom, pričom medzi hlavné z nich patrí rozhodnutie pre aký účel bude dielo vytvorené (komerčné, alebo nie) a pod.

Od tohto bodu (pre-produkčného) prechádza proces do stavu produkčného, ktorý zahŕňa všetky kroky s ním spojené, návrh knihy, návrh ilustrácií a výber ilustrátora (alebo naopak), autor si volí formu knihy. Táto forma je následne aj prejednávaná so zvoleným vydavateľom, ktorý na základe svojich prieskumov je schopný odporučiť najlepšiu formu diela. Po zvolení týchto parametrov sa autor dohaduje o podieloch z prípadných ziskov s predaja.

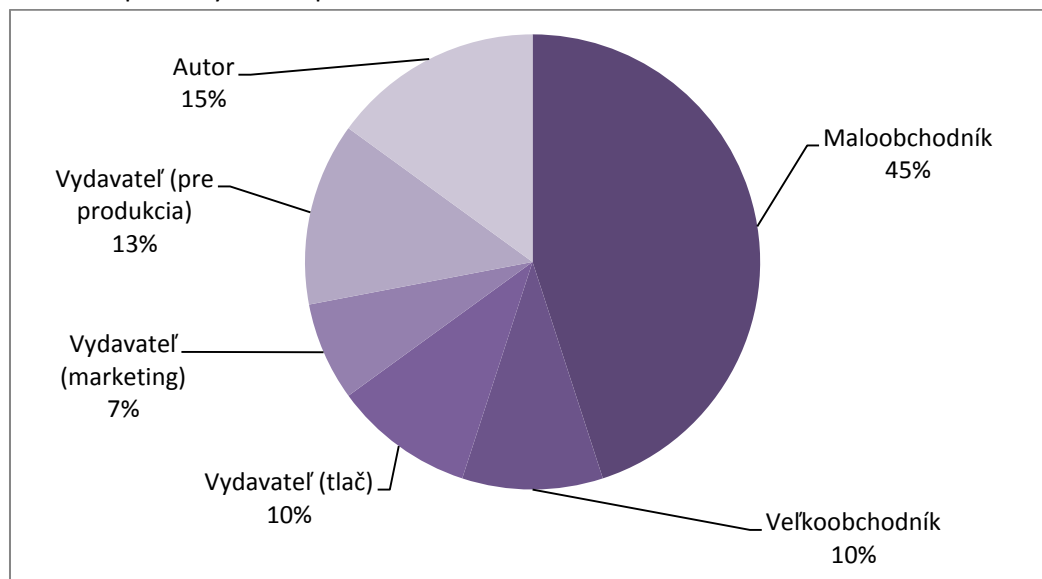
Schéma č. 1: Zjednodušená schéma procesu



Zdroj: <http://www.allzonedigital.com/images/publisher.JPG>

Treba podotknúť, to že vydavateľstvá majú v celom procese najväčší profit a naopak, autori najmenší, je iba mýtus. V prípade že dielo má na trhu úspech, vydavateľa obvykle profitujú zisk vo výške cca 10% z celkového zisku z predaja, zatiaľ čo autori sa pohybujú cca do 15%. Pre mnohé vydavateľstvá sa väčšina vydávaných kníh ani neoplatí, nakoľko až cca 75% vydaných kníh ani len nedosiahne bod návratu nákladov. Vydávanie kníh ako také, nemá ani pre autora významný zisk, všeobecná (autorova) rentabilita vydania knihy sa odhaduje až od 2000 predaných kusov (SVK).

Graf č. 8: približný odhad podielov zo zisku



Elektronická forma

Netreba zabúdať na čoraz rýchlejšie vzrastajúci podiel elektronických kníh (e-bookov) na trhu. V takomto prípade majú vydavatelia menšie náklady spojené s množením kópií a elimináciou maloobchodných nákladov, avšak okrem toho sa takýto model od tlačenej publikácie veľmi nelíši.

Na jednej strane predikcie tvrdia že elektronické knihy prevážia nad tlačenej do roku 2018, avšak vďaka Súdnemu dvoru EÚ, ktorý rozhodol, že znížená DPH sa nevzťahuje na elektronické formy kníh, ale iba na tlačenej.

Vydávanie e-knží do elektronických obchodov. (Self Publishing)

V prípade, že autor je rozhodnutý knihu vydať len v digitálnej forme, má pomerne jednoduchú možnosť docieľiť to. Stačí si vybrať svojho providera (Kobo, Kindle, atď.) a prostredníctvom jednoduchého formulára odošle knihu a po dohode o forme vyplácanie zisku si musí počkať na schválenie od online vydavateľa.

Tlač na požiadavku (Print on Demand)

Táto možnosť je veľmi podobná tzv. „Build to order“, a síce jedná sa o tlač kníh až v prípade že je na ne prijatá konkrétna objednávka. Takáto možnosť je optimálna, v prípade, že publikácia nie je určená pre masové tlačenie. Síce fixné náklady pri tlači každej knihy zvlášť sú vyššie ako pri masovej tlači, avšak ak je takto publikovaných kníh relatívne málo, priemerné náklady spojené s tlačením sú nižšie, nakoľko príprava masovej tlače je relatívne drahá záležitosť. Takisto je znížený čas tlače knihy, náklady spojené so skladovaním kníh sú minimalizované a dochádza k minimálnym stratám z nepredaných kusov publikácií.

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

1.2.1 Úvod

Oblasť periodických a neperiodických publikácií sa výrazne presúva do virtuálneho prostredia a do budúcnosti môžeme očakávať, že tlačenej verzie (najmä denníky) budú slúžiť skôr ako PR a podpora on-line predaja.

On-line predaj kníh zaznamenáva svoje prvé úspechy aj na Slovensku. Najúspešnejšiu platformu v tomto smere vytvorila firma Martinus (www.martinus.sk). On-line predaj kníh na malých trhoch, k akým Slovensko patrí, má svoje špecifické črty, nakoľko časť zákazníkov nakupuje aj cez globálne platformy, ako sú napr. Amazon. Slovenský on-line predaj je stále prepojený s fyzickým (Martinus prešiel z malého kníhkupectva na periférii cez on-line obchod až k sieti väčších kníhkupectiev) a je do veľkej miery o budovaní reálnych a virtuálnych zákazníckych komunit.

⁷ <http://ireaderreview.com/2009/05/03/book-cost-analysis-cost-of-physical-book-publishing/>

Trh s elektronickými knihami zatiaľ tvorí marginálnu časť celkového trhu, ale s potenciálom rastu. Na Slovensku existujú dve platformy predaja elektronických kníh: platforma založená na vlastnej čítačke – aplikácie (WOOKY – Ikar) , multiformátové platformy, zamerané na podporu štandardných formátov a kompatibilitu s čo najširšou paletou zariadení (Dibuk – Martinus, Slovart, Raj kníh).

Distribúcia

Distribučné kanály by sa v prvom rade dali rozdeliť na dva hlavné typy, a sice internetový a kamenný predaj. V rámci Kamenného predaja sú na Slovensku najväčšie siete predajcov hlavne Panta Rhei s počtom prevádzok na Slovensku 37, pričom v Košickom je ich 5, alebo Martinus.sk s počtom predajní na Slovensku 6, pričom dve v Bratislave, a po jednej v Martine (centrála), Žiline, Nitre a **Košiciach**. Spoločnosť Gorila.sk je síce veľká spoločnosť, avšak má len dve odberné miesta v Bratislave a v Košiciach, avšak kamenný nákup kníh je možný iba v Bratislave.

Presnejšie v Košickom kraji sú spoločnosti okrem Martinusu a Pantha rhei aj ARTFORUM spol. s.r.o., Kníhkupectvo Libri, s.r.o., alebo Kníhkupectvo SABOL, s.r.o..

Vo veľkej miere začína prevládať internetový predaj kníh (nemyslí sa elektronických kníh), kde najväčšie portály sú pochopiteľne Martinus.sk, Panta Rhei, či Gorila.sk.

V prípade periodík, či už novin alebo časopisov, je distribúcia fragmentovaná po celom území Slovenska, či už je to predajom v stánkoch, alebo v rôznych všeobecne orientovaných predajniach.

Vydávanie kníh

Vydávanie kníh na Slovensku spadá pod asi desiatku väčších vydavateľstiev odbornej literatúry a beletrie (Ikar, Slovart, SPN- Mladé letá, Príroda, Svojtka & Co., Kalligran a ďalšie). V počte vydaných titulov im konkurujú vydavateľstvá pri univerzitách, z hľadiska trhu však nemajú väčší význam.

Prostredníctvom štatistického zisťovania sú každoročne získavané údaje o počte vydaných neperiodických publikácií. Spravodajskými jednotkami sú vydavateľstvá pôsobiace na slovenskom trhu, ale napr. aj štátne inštitúcie, obce, mimovládne organizácie a fyzické osoby, ktoré v príslušnom roku vydali neperiodické publikácie. V roku 2014 bolo oslovených 1 494 subjektov, z ktorých súčinnosť v štatistickom zisťovaní poskytlo 1 320 (88%). V roku 2013 vydavатели, ktorí poskytli údaje, vydali 10 298 titulov neperiodických publikácií, z ktorých bolo 8 371 kníh a 1 927 brožúr. Prvé vydanie predstavovalo 8 747 titulov (7 155 kníh a 1 592 brožúr).

Tabuľka č. 1: Tituly neperiodických publikácií podľa tematických skupín

literárne texty, beletria	2445
všeobecné	1068
školsťvo, pedagogika, voľný čas	846
náboženstvo, teológia	492
právo, verejná správa, soc. zabezpečenie a soc. starostlivosť, poisťovníctvo	457
prírodné vedy	456
história, životopisy	447

lekárske vedy, zdravotníctvo	432
priemysel, technológia, stavebníctvo, obchod a remeslá	420
manažment, riadenie a organizácia	406

Z vydaných neperiodických publikácií bolo 686 titulov určených deťom, 1 452 titulov boli vysokoškolské skriptá a učebnice. Ako oficiálna publikácia bolo vydaných 627 titulov. Z celkového počtu vydaných neperiodických publikácií bolo 2 134 titulov vydaných v elektronickej forme.

Treba takisto spomenúť aj Bratislavský knižný festival **BRAK**, vďaka ktorému majú malí a mladí autori možnosť lepšej a efektívnejšej seba prezentácie.

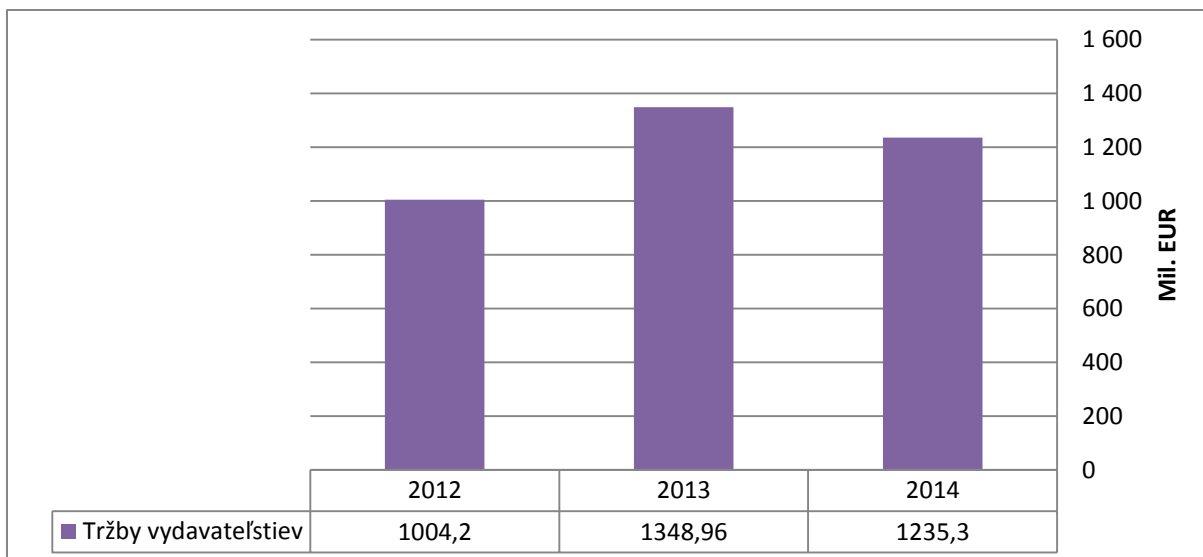
Vydávanie novín a časopisov

Pri vydávaní periodických publikácií vstupujú verejné zdroje na trh najmä pri zadávaní inzercie verejnými subjektmi (momentálne nárast vďaka fondom EÚ). V rámci podpory národnostných menšín získavajú niektoré periodiká, vydávané v jazyku národnostných menšín, štátne dotácie, čo najmä v prípadoch maďarských denníkov, ktoré sú súčasťou väčších vydavateľských domov, spôsobuje isté deformity trhu, obratu a zisku.

Po roku 1989 vzniklo množstvo nových periodík, novín a časopisov. Vydavateľstvá sa väčšinou zaoberali publikovaním jedného periodika. Postupne si však začali vytvárať portfóliá titulov, spočiatku prevažne spoločne tematicky zameraných avšak nástup digitálnych médií a ekonomická kríza vyústila v tomto segmente do vzniku veľkých vydavateľských domov, ktoré vlastnia široké portfólio vydavateľských produktov, zahŕňajúcich tlačené aj digitálne médiá, rovnako ako technologické a distribučné zázemie. Menšie vydavateľstvá sa stali menej konkurencieschopné aj z dôvodu že nemali možnosť rozloženia fixných nákladov medzi jednotlivé subjekty a vyvažovania ziskov a strát v rámci portfólia na rozdiel od veľkých vydavateľských domov.

Nástupom digitálnych médií spôsobil rapidný pokles predaja tlače a zásadnú zmenu celkovej vydavateľskej filozofie v segmente novín a časopisov. Zisky sa presunuli do rôznych typov príjmov z on-line reklamy a služieb nadväzujúcich na on-line publishing. Napriek tomu však zatiaľ nedosahujú úroveň predošlých ziskov z predaja tlačených médií. Zásadný potenciál rastu v tomto segmente je jednoznačne v elektronickej médiách.

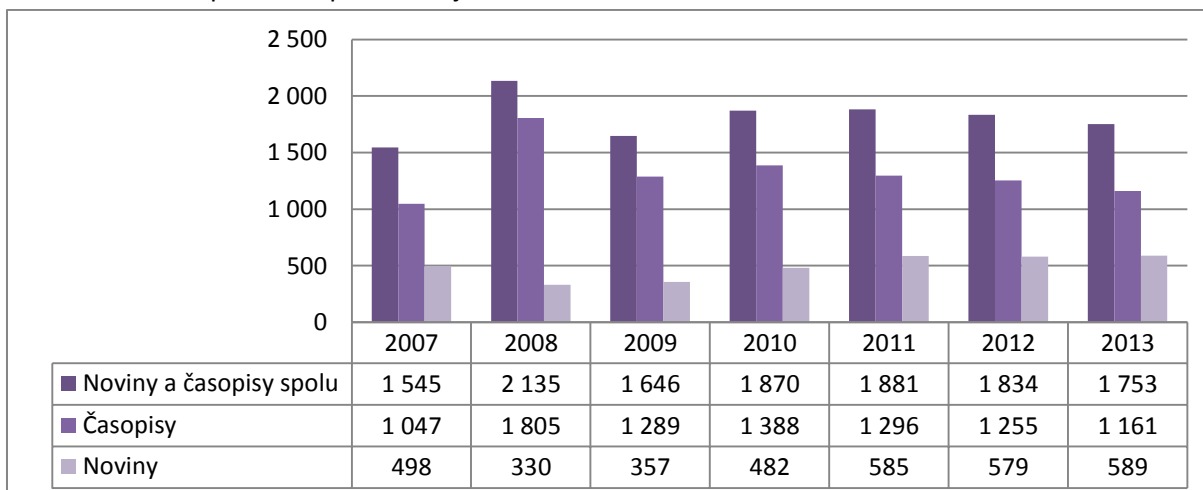
Graf č. 9: Tržby z predaja periodickej tlače na Slovensku (mil. eur)



Zdroj: Štatistiky KULT MK SR

Udalosťou roka na trhu v tejto oblasti je však vstup skupiny Penta. Investori skupiny kúpili vydavateľa týždenníka Trend a dvojtýždenníka Profit a druhé najväčšie vydavateľstvo na Slovenskom trhu spoločnosť 7 Plus, ktorá zas rok predtým kúpila internetovú skupinu Centrum Holdings (Atlas.sk, Centrum.sk). Penta, získala aj 45-percentný podiel v spoločnosti Petit Press Na znak nesúhlasu vyše 40 redaktorov do konca roka 2014 dalo v Sme výpoveď a prešlo do nového projektu Denníka N. Vstupnú injekciu vo výške vyše milióna eur poskytli spolujavitelia softvérovej firmy Eset. Skupina Penta sa tak stala druhým najväčším vydavateľom po Ringier Axel Springier. Nájst' potenciál na ďalší rast bude najväčšia výzva na ďalšie roky.

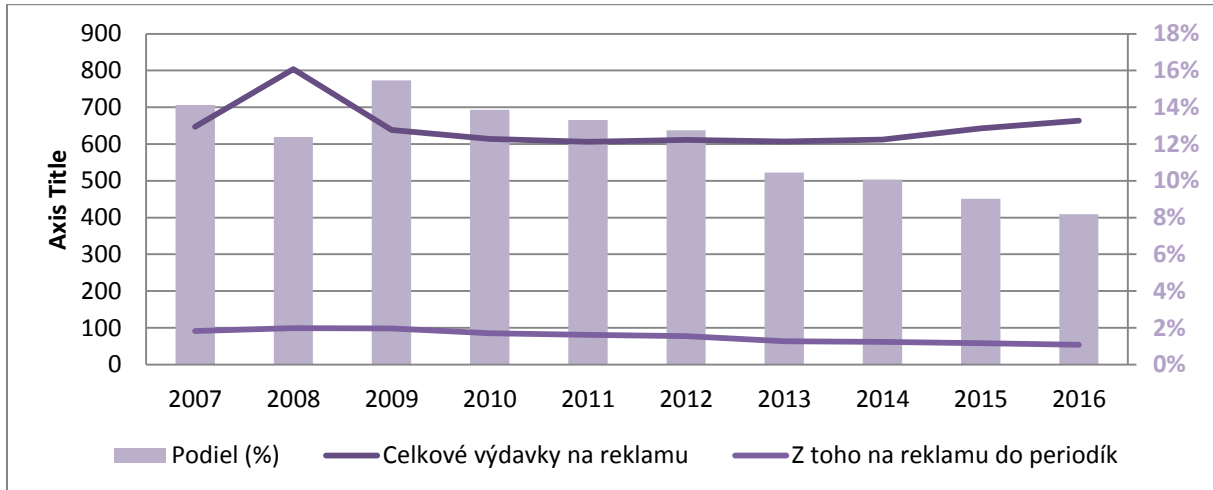
Graf č. 10: Počet publikácií periodickej tlače



Zdroj: Štatistiky KULT MK SR

Čo sa reklamy týka, celkové výdavky spojené s reklamou na Slovensku majú mierne stúpajúci charakter, avšak prílev peňazí inzerujúcich spoločností do periodík od roku 2010 nekompromisne klesá.

Graf č. 11: Podiel výdavkov na reklamu v periodikách



Zdroj: FIPP WORLD MAGAZINE TRENDS 2014/2015: EMEA SPECIAL REPORT

Na Slovensku spôsobuje viac združení v oblasti vydavateľstva, okrem iného Asociácia vydavateľov tlače a Združenie vydavateľov a kníhkupcov SR. Združenie vydavateľov a kníhkupcov združuje viac ako 50 subjektov a zastrešuje vyše osemdesiat percent knižnej výroby v Slovenskej republike. Pre svojich členov organizuje rôzne podujatia: školenia, profesijné zájazdy na knižné veľtrhy (najmä Frankfurt, Bologna, Londýn, Paríž, Praha) a ďalšie spoločenské podujatia. Je spoluvydavateľom odborného časopisu Knižná revue a spoluorganizátorom medzinárodnej knižnej výstavy Bibliotéka.

1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby

Priemerná mesačná nominálna mzda v odvetví nakladateľských činností v roku 2011 stúpila o 30% z hodnoty 854 Eur na 1 232 Eur. V Ďalších rokoch hodnota minimálne klesala až dosiahla sumu 1 155 Eur v roku 2014.

Tabuľka č. 2: Mesačné mzdy v odvetviach

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 018	985	1 033	1 101	1 119
Reklama a prieskum trhu	1 262	1 256	1 251	1 209	1 152
Umenie, zábava a rekreácia	630	640	639	630	601
Informácie a komunikácia spolu	1 572	1 736	1 743	1 762	1 742
Nakladateľské činnosti	854	1 232	1 198	1 190	1 155
Výroba filmov	527	1 274	1 206	1 279	908
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	1 651	1 508	1 546	1 620	1 599
Telekomunikácie	1 725	1 785	1 933	1 815	1 982
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	2 008	1 939	1 866	1 871	1 784
Informačné služby	1 446	1 466	1 468	1 681	1 750

Zdroj : Štatistický úrad SR

Priemerný počet zamestnaných osôb vo vybraných službách sa počas rokov 2010 – 2014 menil nerovnomerne. Vo väčšine odvetví pozorujeme rastúci počet zamestnancov, s výnimkou nakladateľských činností, výroby filmov a činnosti pre rozhlasové a televízne služby, ktorých počet sa počas vybraných rokov nerovnomerne menil.

Vývoj počtu zamestnancov v tomto odvetví je veľmi nerovnomerný. V prvom sledovanom roku nastal zostup zamestnancov z 8 525 na 5 827 zamestnancov. Ďalší rok 2012 naopak vzrástol počet o 420 osôb až po bod zlomu v roku 2013 keď poklesli zamestnanci odvetvia na úroveň 4 999. V poslednom roku 2014 opäť evidujeme malý nárast o 646 ľudí.

Tabuľka č. 3: Priemerné počty zamestnancov v odvetviach

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	17 493	18 234	18 914	20 741	20 926
Reklama a prieskum trhu	8 114	8 668	8 869	9 618	11 406
Umenie, zábava a rekreácia	9 623	11 087	11 773	12 538	12 747
Informácie a komunikácia spolu	39 211	43 417	45 707	45 309	49 276
Nakladateľské činnosti	8 525	5 827	6 247	4 999	5 645
Výroba filmov	2 017	1 742	1 371	945	1 782
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	501	785	673	627	513
Telekomunikácie	9 546	9 509	9 447	10 256	10 225
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	11 930	18 993	21 794	21 808	23 816
Informačné služby	6 692	6 561	6 175	6 674	7 296

Zdroj : Štatistický úrad SR

Tržby z nakladateľských činností sú jedny z najnižších sledovaných odvetví. V roku 2010 dosahujú iba 347 miliónov Eur. Počas nasledujúcich rokov zaznamenávame kolísavé hodnoty až po finálnu sumu 358 276 125 Eur vyššiu od prvého sledovaného roka len o 11,1 miliónov Eur. Nižšie tržby ako nakladateľské činnosti majú už len dve odvetvia a to výroba filmov a činnosti pre rozhlasové a televízne vysielania.

Tabuľka č. 4: Tržby z predaja tovarov a služieb v odvetviach

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 057 961 077	1 205 626 648	1 433 405 835	1 681 523 672	1 593 016 627
Reklama a prieskum trhu	914 819 899	1 092 725 074	1 245 793 582	1 396 497 587	1 467 818 381
Umenie, zábava a rekreácia	1 289 052 697	1 473 884 942	1 677 625 144	1 736 582 737	1 861 233 466
Informácie a komunikácia spolu	4 457 831 782	4 891 023 087	5 186 660 961	5 434 516 554	5 613 901 128
Nakladateľské činnosti	347 173 461	379 876 610	401 074 315	317 262 847	358 276 125
Výroba filmov	127 040 128	204 891 505	223 889 886	152 985 110	169 002 682
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	93 122 389	114 270 634	105 478 128	98 034 049	93 881 049
Telekomunikácie	2 169 189 557	2 139 265 528	2 126 078 869	2 091 869 168	2 063 669 841
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	1 350 100 467	1 653 257 825	1 859 673 189	2 191 106 937	2 379 127 225
Informačné služby	371 205 781	399 460 985	470 466 574	583 258 442	549 944 206

1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem

V rámci oblasti vydavateľského priemyslu sa realizujú subjekty zamerané primárne na vydávanie kníh, novín a iných periodík.

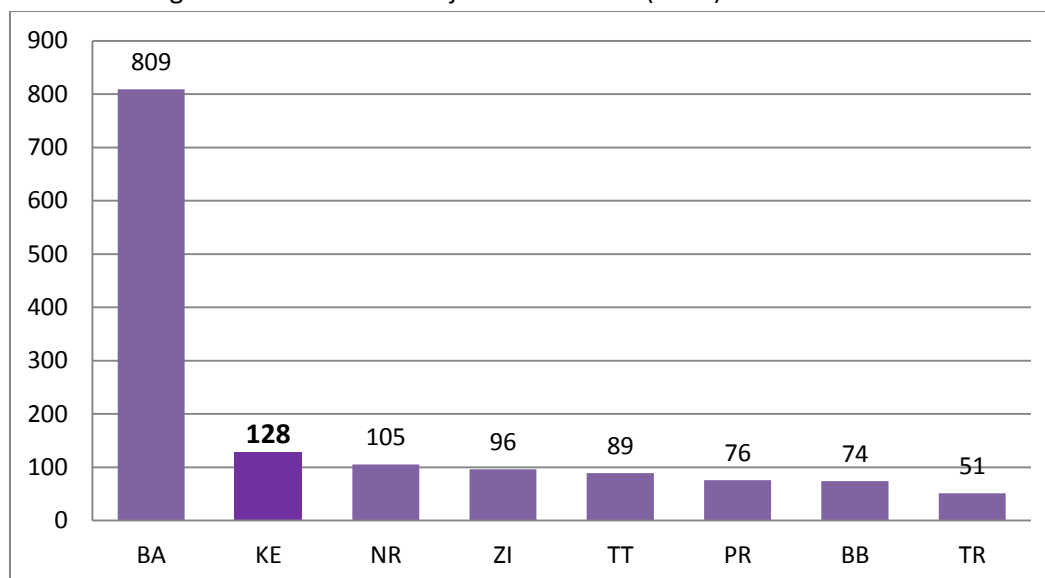
Tabuľka č. 5: SK-NACE vydavateľského priemyslu

Kód SK-NACE	Názov	Zastúpenie
58.11.0	Vydávanie kníh	13%
58.12.0	Vydávanie adresárov a katalógov	1%
58.13.0	Vydávanie novín	6%
58.14.0	Vydávanie časopisov a periodík	21%
58.19.0	Ostatné vydavateľské činnosti	60%

Kvantitatívna analýza

Celkový počet subjektov na Slovensku so zameraním ich aktivít ohľadom vydavateľstva je 1428. Čo sa konkrétnejšieho zamerania týka, tak najviac podnikov sa sústreďujú na aktivity označené ako ostatné vydavateľské činnosti (60%). Tento sektor zahŕňa množstvo vedľajších aktivít, ako výroba plagátov, katalógov, blahoželaní, fotografií, reklamných tlačovín a pod. a treba podotknúť, že mnohé firmy v tomto sektore (58.19.0) prevádzkujú aj činnosti z iných sektorov. Nitriansky a Žilinský kraj s 9 percentami, Trnavský so 6 percentami, Prešovský a Banskobystrický s 5 percentami a posledný, a síce Trenčiansky so 4 percentami.

Graf č. 12: Regionálne rozloženie subjektov v odvetví (2014)



Najväčšia kumulácia subjektov v oblasti vydávania kníh, novín a časopisov sa sústreďuje v Bratislavskom kraji, s percentuálnym zastúpením až 57% (809 podnikov). Hneď po BA nasleduje Košický kraj s 9% zastúpením (128 podnikov).

Tabuľka č. 6: Prehľad počtov subjektov podľa ich činnosti (2014)

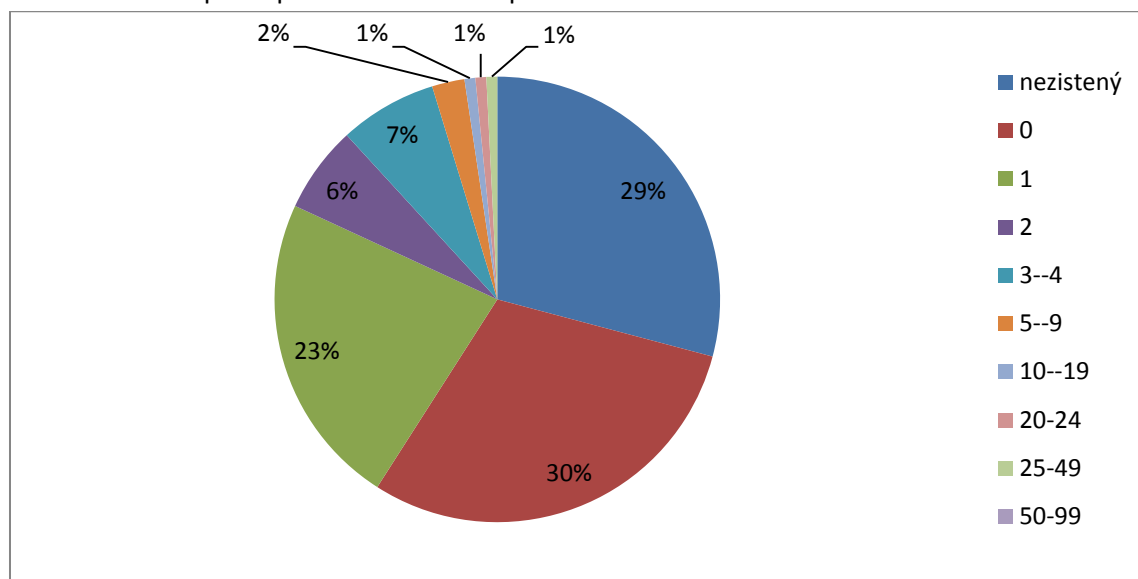
NACE	BA	KE	NR	ZI	TT	PR	BB	TR	Spolu
58.11.0	111	8	15	16	13	7	8	2	180
58.12.0	5	-	1	2	-	-	-	-	8
58.13.0	32	3	9	3	2	12	7	11	79
58.14.0	193	18	33	16	15	4	14	9	302
58.19.0	468	99	47	59	59	53	45	29	859
Spolu	809	128	105	96	89	76	74	51	-/-

Zdroj: www.finstat.sk

302 podnikov sa zaoberá činnosťou Vydávanie časopisov a periodík, ktorá tvorí druhý najväčší sektor v rámci celého odvetvia. V Košiciach má najväčšie zastúpenie tiež sektor s ostatnými vydavateľskými činnosťami a po nich nasleduje sektor Vydávania časopisov a periodík. Naopak, najnižšie zastúpenie v odvetví má Trenčiansky kraj, s dokopy 51 pôsobiacimi podnikmi, tiež hlavne v ostatných vydavateľských činnostiach (29). Primárnou zložkou nie len v Košickom kraji ale aj na celom Slovensku sú podniky z hľadiska právnej normy spoločnosti s.r.o. a malý podiel je tvorený akciovými spoločnosťami (dokopy 45).

V prípade počtu zamestnancov v Košickom kraji prevláda počet podnikov (okrem tých s neuvedeným počtom zamestnancov – 29%) bez zamestnancov alebo s jediným zamestnancom. Mikropodniky tvoria dokopy 67% všetkých podnikov, malé podniky (10 – 49 zamestnancov) tvoria 3%. Stredné a veľké podniky sa v Košiciach v rámci tohto odvetvia nenachádzajú.

Graf č. 13: Zastúpenia podnikov v odvetví podľa ich veľkostí



Zdroj: www.finstat.sk

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

V Košickom kraji sú len 3 spoločnosti, ktoré si uvádzajú ako hlavnú činnosť vydávanie novín a 34 spoločností, ktoré uvádzajú hlavnú činnosť vydávanie časopisov a periodík. V Košickom kraji je len 12 spoločností, ktoré si uvádzajú ako hlavnú činnosť vydávanie kníh. Z Košického kraja je ako jediný člen Združenia Vydavateľov a kníhkupcov SR spoločnosť MERIDIANO-press, s.r.o.

2.2 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

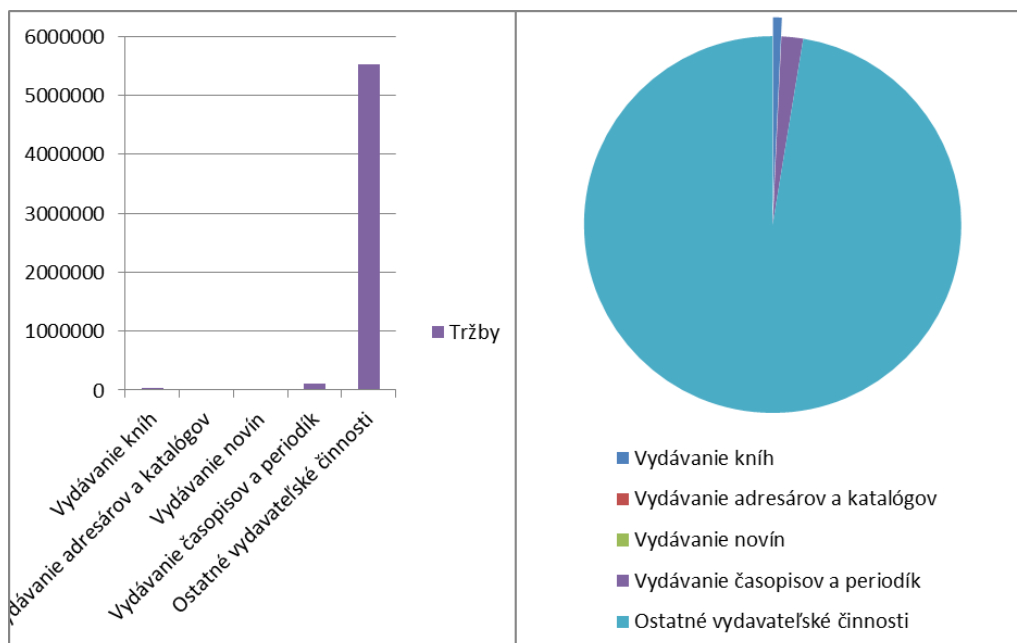
V tomto odvetví je celkovo registrovaných 111 podnikov, kde v najväčšom zastúpení sú podniky zaradené do odvetvia 58.19.0 – Ostatné vydavateľské činnosti (91%). V sektore s výrobou adresárov a katalógov neboli evidované žiadne podniky v Košickom kraji.

Tabuľka č. 7: SK-NACE vydavateľského priemyslu

Kód SK-NACE	Názov	Zastúpenie
58.11.0	Vydávanie kníh	2.7%
58.12.0	Vydávanie adresárov a katalógov	0%
58.13.0	Vydávanie novín	1.8%
58.14.0	Vydávanie časopisov a periodík	4.5%
58.19.0	Ostatné vydavateľské činnosti	91.0%

V najväčšom zastúpení sú ostatné vydavateľské činnosti, s tržbami vo výške 5 520 060 Eur, čo približne činí 97,4% odvetvia v Košickom kraji.

Graf č. 14: Podiel subsektorov podľa tržieb



V SK NACE 58.11.0 – Vydávanie kníh sú registrované 3 podniky, kde najvyššie tržby dosahuje vydavateľstvo KORUNA s počtom zamestnancov 2 a sídlom v Košiciach a fungujúceho od roku 2013. V istej sekcii ich webu <http://www.vydavatelstvokoruna.sk> je možnosť sa dozvedieť aj krátke informácie o autoroch najmä domácej tvorby.

Tabuľka č. 8: SK-NACE 58.11.0 Vydávanie kníh. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
Vydavateľstvo KORUNA s.r.o.	Košice	2	23 886.00	-4 119.00
Vydavateľstvo G-ATELIÉR, s.r.o.	Gelnica	0	12 144.00	312.00
Publishing House Dunamis, s.r.o.	Košice-Nad jazerom	nezistený	5 971.00	-288.00

Ďalej v sektore 58.13.0 – Vydávanie novín o počte 1 je registrovaný iba podnik SEGAMEDIA so sídlom v Trebišove, avšak bez vedených tržieb, s jediným zamestnancom.

Avšak existujú periodiká, ako napríklad Zemplínske noviny, ktoré zahŕňajú všetky udalosti nie len zemplínskeho regiónu, alebo periodikum Slovenský východ s rovnakým regionálnym záberom.

V sektore zameranom na vydávanie časopisov a periodík (58.14.0) sa realizuje 5 podnikov, kde najväčší z nich, menom GENIUS PRESS SK sídlaci v Spišskej Novej Vsi dosahuje s veľkým náskokom najvyššie tržby, vyše 80 000 eur, ktorá nanešťastie web nemá, iba e-mailový kontakt.

Tabuľka č. 9: SK-NACE 58.14.0 Vydávanie časopisov a periodík. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
GENIUS PRESS SK, s.r.o.	Spišské Vlachy	0	80 087.00	10 288.00
CAMEDIA, s.r.o.	Košice	0	10 814.00	1 557.00

EPOCA, s.r.o.	Košice	0	9 474.00	-336.00
MILL PRESS s.r.o.	Košice	0	3 187.00	-2 571.00
Môj Východ s.r.o.	Košice-Juh	0	1 795.00	115.00

Posledný sektor, a síce 58.19.0 – Ostatné vydavateľské činnosti obsahuje relatívne obrovský počet podnikov, avšak je to aj z toho dôvodu, že mnohé z nich vykonávajú činnosť v rôznych iných sektoroch, preto svoje zameranie zovšeobecni na úroveň ostatných vydavateľských činností.

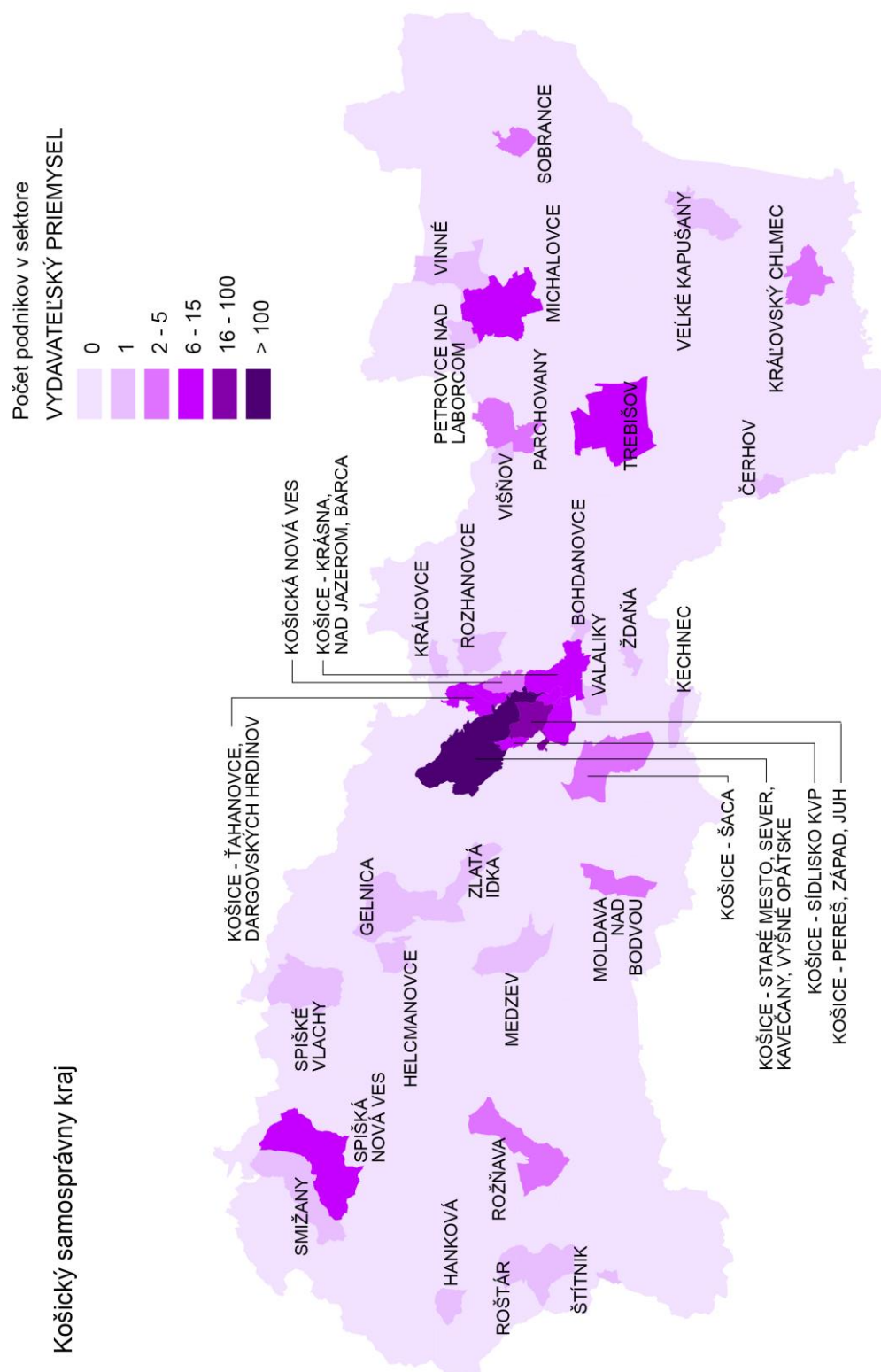
Jednoznačným lídrom v sektore je firma EF PARTNER ktorá ako jediná spomedzi ostatných dosiahla obrat nad 1 milión eur, avšak je v dnešku už zrušená. V počte zamestnancov v kategórii 25-49 zas dominuje firma NOMlland, ktorá sa zaoberá poskytovaním didaktických hier, hier pre deti, drevených hračiek, školským nábytkom, potrebami, detskými ihriskami.

Tabuľka č. 10: SK-NACE Ostatné vydavateľské činnosti, tržby nad 100 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
NOMlland s.r.o.	Košice	25-49	732 025.00	-277 582.00
Seller Production, s. r. o.	Košice	nezistený	609 466.00	11 755.00
TAKTIK vydavateľstvo, s.r.o.	Košice	5-9	575 735.00	147 579.00
Sound & Bitch Production, s.r.o.	Košice-Staré Mesto	nezistený	141 181.00	2 001.00
TITAN PRESS, s.r.o.	Košice	3-4	136 525.00	2 549.00
OLYMP PRESS s.r.o.	Košice	2	134 016.00	29 310.00

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie

Najviac koncentrované podniky sú v hlavnom meste, ďalej v Trebišove a Spišskej novej Vsi.



3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA

Z hľadiska vzdelávania pripravujú na servisnú prácu v tomto odvetví najmä školy zamerané na žurnalistiku, marketing či masmediálnu komunikáciu. Odvetvie zároveň zamestnáva veľmi široké spektrum profesionálov z rôznych oblastí, v závislosti od predmetu publikovania. Zamestnávateľia pociťujú ako chýbajúce stredoškolské vzdelávanie kníhkupcov.

Z hľadiska všeobecného vzdelávania je vnímaný ako vysoko nedostatočný dôraz na podporu čítania – jednak na školách, ale aj zo strany ďalších verejných inštitúcií. Ako nezastupiteľná sa v tomto smere javí úloha verejných knižníc, ktoré však disponujú veľmi obmedzenými zdrojmi.

Internetizácia a presun od klasických tlačených informačných zdrojov vrátane kníh a periodík k elektronickej forme získavania údajov a informácií sa podpisujú na zmenšovaní trhu pre klasické vydavateľstvá. Na druhej strane vytvára nový trh požiadavky, ktoré musia vydavateľia periodických aj neperiodických publikácií pochopiť, rešpektovať a prispôbiť sa im, aby zostali relevantnými hráčmi na trhu.

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika

Katedra slovakistiky, slovanských filológií a komunikácie, Filozofická fakulta UPJŠ

Filozofická fakulta Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Katedra slovakistiky, slovanských filológií a komunikácie ponúka študijný odbor **Masmediálne štúdiá**, ktorý sa dá študovať na 1. stupni ako bakalárske 2. stupni ako magisterské štúdium.

Absolvent 1. stupňa (bakalárskeho) má základné teoretické vedomosti a praktické schopnosti a zručnosti potrebné na vykonávanie práce v rozličných typoch masmediálnych inštitúcií, ako aj inštitúcií marketingovej a marketingovomediálnej sféry. Získa vedomosti a praktické zručnosti v predmetoch zameraných na marketingovú a mediálnu sféru, podložené dôsledným funkčným zvládnutím slovenského hovoreného a písaného slova vo všetkých jazykových rovinách a pestrej palete žánrov uplatňovaných v marketingovej a mediálnej komunikácii. Osobitný cieľ tohto štúdia mieri aj na zvýšenie úrovne mediálnej a marketingovej komunikácie v regióne. Vedomosti z marketingu mu umožnia uplatniť sa na strednom a nižšom stupni riadenia danej sféry.

Absolvent by mal zvládnuť:

- perfektné ovládanie normy súčasného spisovného slovenského jazyka;
- základy marketingu a marketingovej komunikácie;
- základy mediálnej komunikácie tak v printových, ako aj v elektronických médiách;
- filozofické, psychologické a sociologické základy masmediálnej a marketingovej komunikácie;
- základný kulturologický prehľad ako širší základ mediálnej komunikácie;
- prehľad dejín žurnalistiky a mediálnej komunikácie vo svete a na Slovensku;
- základnú problematiku etiky a právnych otázok súvisiacich s mediálnou a marketingovou komunikáciou;
- základy teórie informácie a informačných systémov;
- základy riadenia masmediálnych inštitúcií.

Mal by si zároveň osvojiť základné zručnosti, ako spomínané teoretické poznatky samostatne a tvorivo aplikovať v mediálnej a marketingovej praxi tak, aby sa po skončení štúdia mohol bezproblémovo zaradiť do pracovného života v mediálnej a marketingovej sfére.

Absolvent 2. stupňa (magisterského) získa dostatočné teoretické vedomosti zo systému a fungovania verejnoprávnych a komerčných elektronických médií, z rozhlasovej a televíznej tvorby, z počítačových technológií, z teórie globalizácie a masovej a populárnej kultúry, ako aj zo širšieho estetického a pedagogicko-etického základu mediálnej komunikácie a špeciálne z akusticko-auditívnej komunikácie tak, že bude schopný interpretovať ich a aplikovať v praxi, čo mu umožní uplatniť sa:

- ako novinár, redaktor, hlásateľ, moderátor, dramaturg, scenárista a pod. v printových a elektronických médiách;
- ako tlačový tajomník a hovorca firiem, spoločenských a cirkevných inštitúcií;
- ako vydavateľský pracovník;
- v analytickej, koncepcnej a expertíznej práci v oblasti médií a marketingovej komunikácie;
- vo vládnych a mimovládnych mediálnych a marketingovo-mediálnych inštitúciách;
- ako vysokoškolský pedagóg mediálne zameraných predmetov.

Absolvent by mal zvládnuť:

- teóriu a prax interaktívnej štylistiky súčasnej slovenčiny s dôrazom na uplatnenie variability výrazových prostriedkov slovenčiny v mediálnej komunikácii;
- teoretické a praktické základy manažmentu a public relations;
- teoretické estetické pozadie mediálnej komunikácie;
- základy teórie masovej kultúry v jej filozofických, psychologických a sociologických súvislostiach;
- semiotiku masmediálneho textu;
- základy rozhlasovej, televíznej a filmovej tvorby;
- praktické zručnosti z rozličných odvetví masmediálnej činnosti;
- teoretické základy rétoriky a jej praktickej aplikácie;
- problematiku počítačovej techniky a digitalizácie médií;
- teóriu redigovania;
- pedagogický a didaktický rozmer mediálnej komunikácie.

Odbor Grafik digitálnych médií sa v Košickom kraji študuje na štyroch stredných odborných školách z toho dve sú súkromné (**Stredná odborná škola, Ostrovského 1, Košice, Stredná odborná škola, Hviezdoslavova 5, Rožňava, Súkromná stredná odborná škola, Nad jazerom – Košice a Súkromná stredná odborná škola Postupimská 37, Košice**).

Absolvent študijného odboru grafik digitálnych médií vie vykonávať všetky bežné prevádzkové práce na základe použitia technickej a grafickej dokumentácie, určiť technologický postup, vie spracovávať grafické návrhy, ovláda postupy grafického spracovania digitálnych médií, grafiku digitálnych médií, vie hospodárne využívať materiál a energiu. Absolvent sa uplatní v organizáciách zaoberajúcich sa zhotovovaním digitálnych médií, v reprodukčných a grafických štúdiách, v reklamných agentúrach, vo vydavateľstvách, redakciách periodík, organizáciách poskytujúcich sieťové komunikačné služby a pod. Tento odbor má interdisciplinárny charakter a jeho absolventi nachádzajú uplatnenie aj v iných odvetviach kreatívneho priemyslu.

Najviac študentov v odbore vychováva Stredná odborná škola, Ostrovského 1, Košice, ktorá každoročne otvára dve triedy pre 60 študentov. Súkromná stredná odborná škola Nad jazerom – Košice a SOŠ technická, Rožňava otvárajú v odbore iba jednu triedu.

Tabuľka č 11: Počet prijatých študentov v sledovanom období⁸

Názov školy	Študijný odbor	prijatí 2011/2012	prijatí 2012/2013	prijatí v 2013/2014	prijatí 2014/2015	celkový počet v 2014/ 2015
SOŠ Ostrovského 1, KE	Grafik digitálnych médií	15	50	66	64	191
Súkromná SOŠ, Nad jazerom – Košice	Grafik digitálnych médií	-	20	21	12	53
SOŠ technická, Rožňava	Grafik digitálnych médií	-	11	11	12	34
Súkromná SOŠ Postupimská 37, KE	Grafik digitálnych médií	0	0	14	-	-

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Hodnotiacich správ výchovno-vzdelávacej činnosti škôl

Stredná odborná škola, Ostrovského 1, Košice

Stredná odborná škola Ostrovského 1 v Košiciach otvára každoročne odbor Grafik digitálnych médií pre 60 študentov. Celkovo v roka 2014 / 2015 študovalo na škole v danom odbore 191 študentov. Jej absolventi nachádzajú svoje uplatnenie v odbore, v ktorom ukončili štúdium v Košickom kraji, na Slovensku ale i mimo Slovenska – to vyplynulo z online dotazníkového prieskumu, ktorý je súčasťou zberu informácií a do ktorého sa škola zapojila.

Škola spolupracuje so strednými odbornými školami so zameraním na polygrafiú na Slovensku, ale i v Českej republike (Brno, Olomouc), Okrem nich škola spolupracuje aj s vysokými školami – Technická univerzita v Košiciach a UPJŠ Košice, s ktorými organizuje semináre a webináre ako pre študentov, tak i pre vlastných pedagógov. V rámci prípravy študentov pre prax spolupracuje so subjektmi priamo pôsobiacich v odvetví ako napríklad spoločnosť MULTIPRINT s.r.o.(tlačiareň, grafické štúdio). Zástupcovia spoločnosti sú v komisii v odbornej zložke maturitnej skúšky. Spoločnosť T-Systems, Cisco Networking Academy, KROS a pod. Škola je členom združení **IT Valley a ASIT** (Asociácia spoločností IT priemyslu)

Stredná odborná škola zriadila „**Centrum odborného vzdelávania a prípravy pre informačné a sieťové technológie**“. Ťažiskom práce je vzdelávanie vlastných študentov, rozvíjať ich praktické zručnosti v špičkovy vybavených pracoviskách. Študenti majú možnosť získať medzinárodný certifikát

⁸ Poznámka : Počty prijatých študentov za jednotlivé roky sú vyrátané z dostupných zdrojov o počte študentov v jednotlivých ročníkoch. V tomto počte nie sú zahrnutí študenti, ktorí sa zapísali do školy, ale nenastúpili, poprípade prestúpili na inú školu.

IES, certifikát SOPK a KROS. Centrum spolupracuje s firmami ako GALOP s.r.o Košice, Drevox s.r.o. Košice, Minitec s.r.o. Košice, aH.M. studio Košice, Solidstav Košice, Pathox, Hi reklama, ASHA, T-Systems,

Škola vytvára priestor pre študentov na rozvoj ich kreativity a sebareprezentácii prostredníctvom rôznych súťaží. V školskom roku 2013 /2014 Centrum odborného vzdelávania v spolupráci s Odborom školstva KSK zorganizovala grafickú súťaž pre žiakov stredných škôl a putovný pohár COV. Okrem tejto súťaže sa študenti zapájali aj do iných súťaží, ako napr. Hra súťaž v programovaní hier, Kreativita mladých grafikov a pod.

4. Financovanie & best practices

4.1 Financovanie

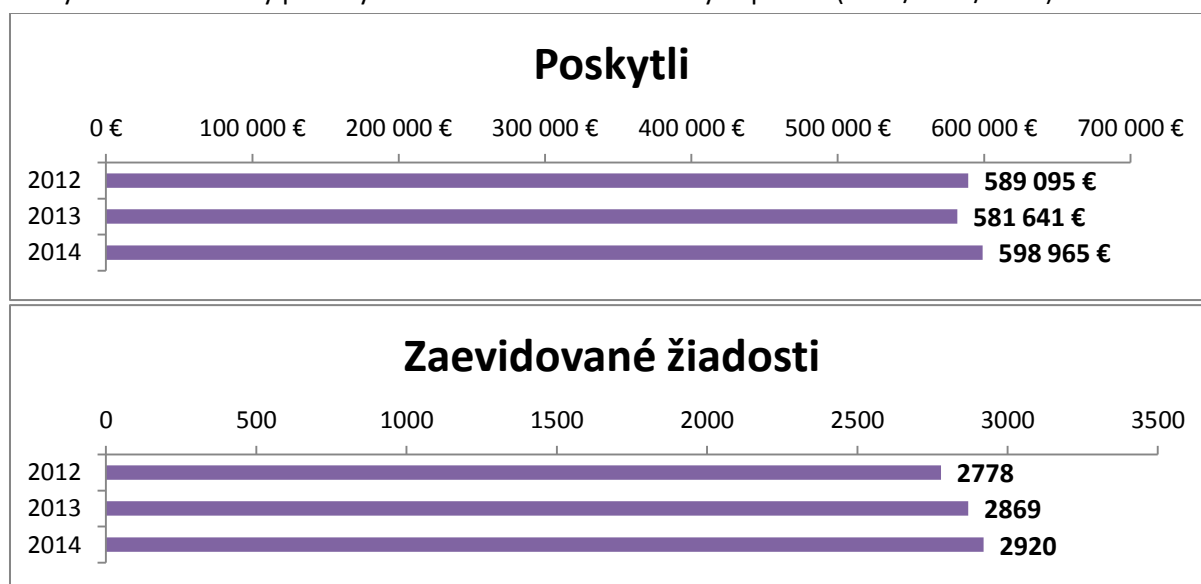
Na vydávanie kníh a neperiodických publikácií môžu získať vydavatelia dotácie z viacerých verejných alebo verejno-súkromných zdrojov (dotácie MK SR, Literárny fond). Tieto zdroje sú veľmi dôležité najmä pri vydávaní pôvodnej literatúry, nakoľko vyvažujú nevýhody malého jazykového trhu v rámci globálneho trhu, podporujú tvorbu a vznik kultúrnych hodnôt. Ich objem je výrazne podhodnotený a je obrovský priestor na rôzne opatrenia, ktoré by podporovali masívnejší vznik pôvodnej literatúry a tým aj kultiváciu trhu a možný export. Z hľadiska celkového objemu trhu sú tieto vstupy z verejných zdrojov výrazne minoritné (podľa odhadov vydavateľov nie viac ako 5 %).

Literárny fond

Táto organizácia so sídlom v Bratislave na Grosslingovej ulici, ktorého hlavným poslaním je podpora tvorivej činnosti v oblasti v oblastiach slovesnosti, divadla, filmu, rozhlasu, televízie, videotvorby. Jej primárnym zameraním je avšak: pôvodná krásna literatúra, vedecká a odborná literatúra, novinárstvo a novinárska fotografia, prekladateľstvo.

V rokoch 2012 a 2013 bola grantová činnosť Literárneho fondu nasledovná:

Grafy č. 15 a 16: Počty podaných žiadostí a sumár uvoľnených peňazí (2012/2013/2014)



Zdroj: Výročné správy Literárneho fondu o činnosti (2012, 2013, 2014)⁹

Pro Libris 2015 (Slovnaft)

⁹ http://litfond.sk/index.php/o_fonde/vyroczne_spravy/

Jednalo sa o novú formu podpory literatúry na Slovensku. Takisto išlo o zvýšenie dostupnosti prekladov súčasných európskych prekladov do slovenského jazyka. Aktivita bola výsledkom snahy spoločnosti SLOVNAFT, a.s., Stredoeurópskej nadácie a Ministerstvom kultúry SR. Slovnaf a Stredoeurópsky nadácie sa dohodli že poskytnú dokopy 50 000 eur, ktorá bola rozdelená cez grantový program Pro Libris. Jednalo sa o vydávanie diel mladých slovenských autorov do 35 rokov a vydávanie prekladovej umeleckej literatúry súčasnej európskej tvorby. Poskytovala príležitosti pre mladých autorov bez priestoru pre publikovanie. Uzávierka podávania žiadostí bola 15. Decembra 2013. 20. Januára 2015 bol vyhlásený druhý ročník tohto programu, uzávierka bola 2. Marca 2015.

V rámci žiadostí o granty zo strany Ministerstva kultúry SK bolo celkovo v roku 2015 podaných 547 žiadostí v hodnote dokopy 3 483 382 eur, pričom odsúhlasených bolo v hodnote dokopy 1 302 861 eur.

Ako je vyššie spomenuté, vďaka programu Kreativná Európa a podprogramu Kultúra - Dvojročné projekty si Slovenská republika vyžiadala grant na dva projekty v celkovej (žiadanej) sume 127 367,50 eur a odsúhlasená bola necelá polovica (49,75%), čo činilo 63 363,75 eur.

4.2 Best practices

Krakow UNESCO City of Literature (Krakov mesto literatúry UNESCO)

Krátky popis

V roku 2013 bolo mesto Krakov uznané ako mesto literatúry. Program UNESCO Mesto literatúry podnecuje verejné a súkromné partnerstvo, hlavne podporou podnikateľského a tvorivého potenciálu malých podnikov. Od začiatku v roku 2004 dostalo takéto ocenenie 11 miest, vrátane Edinburghu, Heidelbergu, Granady a Prahy. Krakov využil túto iniciatívu veľmi šikovným spôsobom, keď prepojil všetky prvky súvisiace s literatúrou, vydavateľstvá, podujatia, kultúrne inštitúcie a cestovný ruch. Iniciatíva poskytla obrovskú podporu kreatívnemu priemyslu v oblasti vydavateľstiev a literatúry pomocou záštity, pod ktorou sa konali všetky nové prepojenia a premostenia. Najdôležitejším cieľom a motiváciou pre účasť miestnej samosprávy bolo zviditeľnenie mesta.

Pozadie

Krakov je kolískou poľského jazyka a literatúry. S týmto mestom boli spojení niektorí z najvýznamnejších poľských a zahraničných spisovateľov. A čo viac, mesto sa môže pochváliť unikátnymi knižničnými zbierkami v celosvetovom meradle, je plné zvláštnych antikvariátov a má dobre zásobené kníhkupectvá. Súčasťou scény je aj veľký sektor vydavateľstiev – v Krakove ročne vychádza viac ako 3000 knižných titulov a počet registrovaných vydavateľstiev v Krakove je tak veľký,

že je vlastne ťažké ho jednoznačne určiť: existuje tu takmer sto firiem, ktoré pravidelne publikujú knihy, ale je tu tiež prinajmenšom niekoľko stoviek inštitúcií, ktoré príležitostne vydávajú rôzne druhy publikácií. Patria sem špecializované vydavateľstvá zamerané na vedu, poéziu, modernú prózu, kreslené publikácie a publikácie pre deti.

Cenné prvky úspechu

Samozrejme, že nie je ľahké získať UNESCO ocenenie ako Mesto literatúry. Mestá musia spĺňať viaceré kritériá vrátane kvality, množstva a rozmanitosti publikovaných diel v meste, literárnych podujatí a festivalov. Avšak pomôže tu infraštruktúra Európskeho hlavného mesta kultúry (Krakov mal tento titul v roku 2000). Popri oficiálnom titule je skvelým príkladom prístup k prepojeniu tohto širokého spektra aktivít okolo tejto témy. Nevýhodou je, že to vyžaduje verejné investície.

Ďalšie informácie

<http://krakowcityofliterature.com/>

<http://www.theguardian.com/books/2013/nov/14/krakow-UNESCO-city-of-literature>

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• Regionálne noviny	<ul style="list-style-type: none">• Fragmentácia trhu, jednotlivci, slabo organizovaní (knihy)• Niektoré regionálne periodiká tlačené mimoregionálnymi vydavateľstvami• Malý trh, obmedzenie Slovenského jazyku• Nízka zamestnanosť
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none">• Print od demand -- tlač na požiadanie, e-books (znižuje náklady pre autora)• E-books, ľahká distribúcia• On-line noviny, budovanie vzťahu klientom cez interaktívnych www• Noviny na mobil, tablet• On-line noviny rozširujú ponuku na streaming• Rastúce príjmy z on-line reklamy• Nižšie náklady tlače kvôli digitalizácii• Možnosť využitia zdrojov z programu Kreatívna Európa, podprogram Literatúra• Špeciálny podprogram Kreatívnej Európy pre prekladateľské činnosti (knihy)• Začínajúci autori majú možnosť vydávania svojich kníh on-line a ich následného predávania	<ul style="list-style-type: none">• Konkurencia z Bratislavy• Periodická tlač v silnej konkurencii z Bratislavy a iných regiónov• Medzinárodný klesajúci trend čítania• Tlač fyzických kníh nerentabilná pri nízkych počtoch• Problém prekladania publikácií do cudzích jazykov• Nemotivujúci podiel pre autora z vydanie publikácie

3. Část: Trh s umením

Obsah

1. STAV ODVETVIA	91
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	91
1.1.1 Bližší pohľad na európsky trh s umením	91
1.1.2 Typický podnikateľský model.....	92
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	93
1.2.1 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	99
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI.....	109
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	109
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	113
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie.....	120
4. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIE.....	121
5. Financovanie a najlepšie osvedčené postupy	123
5.1 Financovanie.....	123
5.2 Najlepšie osvedčené postupy.....	125
6. SWOT	127

1. STAV ODVETVIA

1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

Globálna perspektíva

Hodnota odvetvia vizuálneho umenia je výsledkom originality a exkluzivity umeleckého diela. Z globálneho pohľadu ide v medzinárodnom obchode o mnohomiliardový rastúci trh (UNCTAD, Creative Economy Report 2010). Podľa správy o trhu s umením TEFAF Art Market Report 2015 rok 2014 generoval najväčšiu globálnu trhovú hodnotu pre trh s umením s vyše 51 miliardami eur (nárast oproti roku 2013 o 7 %). Z hľadiska medzinárodného obchodu dominujú na trhoch s vizuálnym umením rozvinuté ekonomiky, pretože väčšina z aukcií prebieha práve na týchto trhoch. Najväčšími trhmi s umením v roku 2014 z hľadiska rozdelenia predaja podľa hodnoty boli Spojené štáty (39 %), Spojené kráľovstvo (22 %), ale dobiehajú ich aj rozvojové ekonomiky ako najmä Čína (22%), pričom rast zaznamenáva aj Latinská Amerika.

Charakteristikou trhu s umením je, že veľká časť hodnoty je vytváraná obmedzeným počtom umelcov, kupujúcich a predávajúcich. Hoci v poslednom desaťročí je zjavný revolučný trend, rast v on-line predaja (6 % z celkových tržieb z umenia podľa hodnoty v roku 2014). Takéto on-line predaje majú všeobecne nižšiu hodnotu transakcií (prevažne v rozmedzí do 50 000 USD) a vyšší počet transakcií. Najdôležitejšie on-line sídlami v roku 2014 boli Art.com, Artspace.com a Gagosian.com.

Medzinárodná federácia knižničnických asociácií a inštitúcií (IFLA) (www.ifla.org) je popredná medzinárodná organizácia, ktorá zastupuje záujmy knižničnických a informačných služieb a ich používateľov. Predstavuje globálny hlas knižničnej a informačnej profesie. Vo svojom nedávno zverejnenom trend reporte "Jazdiť na vlnách alebo byť zmietnutý vlnou?" IFLA identifikuje päť významných trendov utvárajúcich globálne informačné prostredie, ktoré budú podľa očakávaní výrazne ovplyvňovať knižničné a informačné služby. Nové technológie transformujú globálnu informačnú ekonomiku a knižnice budú musieť nanovo definovať svoje obchodné modely, aby dokázali obslúžiť trh. Nová generácia digitálnych kníh, aplikácie, databázy, mobilné a ľahko prenosných technológií nanovo definuje hranice súkromia a ochranu údajov, ale aj zodpovednosť za riadenie knižníc.

1.1.1 Bližší pohľad na európsky trh s umením

Európska perspektíva

Odvetvie vizuálneho umenia je najväčším sektorom kreatívnej ekonomiky v EÚ z hľadiska obratu, ktorý predstavuje 127,5 miliardy EUR. Z hľadiska zamestnanosti pracuje v sektore vizuálneho umenia viac ako 1,2 milióna ľudí. Ekonomické krízy mali na odvetvie vizuálneho umenia len slabý vplyv, odvetvie od roku 2011 opäť rastie. Aj keď je zaznamenaný nárast rozvíjajúcich sa trhoch v Ázii, Európa je stále vedúcim trhom s vizuálnym umením.

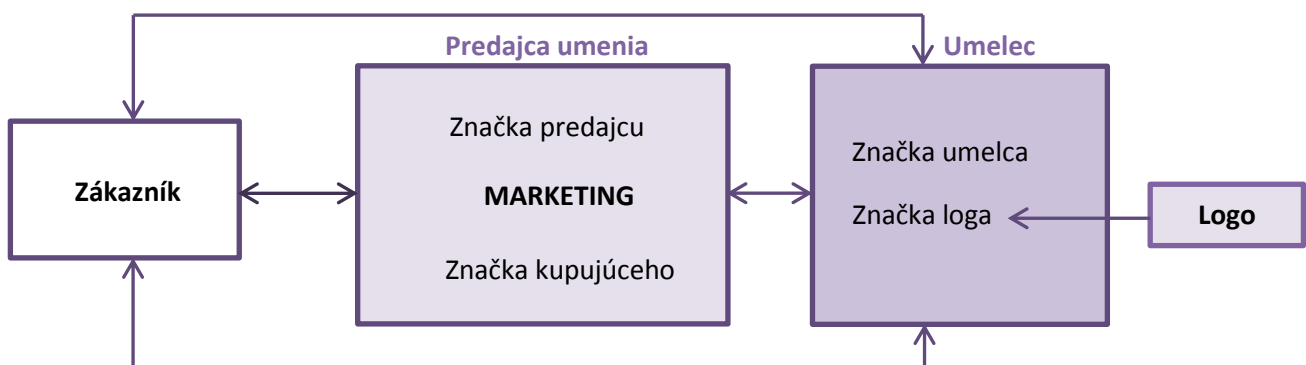
Hoci múzea v Európe zohrávajú v odvetví výtvarného umenia len skromnú úlohu z hľadiska obratu (6,1%) a zamestnanosti (8,8 %), hrajú dôležitú úlohu pri sprístupňovaní umenia pre všetkých.

Hlavnou črtou vývoja v ostatných rokoch v rámci múzejného sektora je aspekt používania nových technológií, sociálnych médií a digitalizácie. Múzeá využívajú nové technológie v čoraz vyššej miere, aby zlepšili prístup k ich zbierkam a poskytoval návštevníkom kvalitnejšie zážitky. Využívaním nových technológií a sociálnych médií môže byť silne podporovaná aj ich vzdelávacia úloha. Za hnacie sily za úspechom múzea budúcnosti sú považované inovatívnosť a využívanie nových technológií (TrendWatch 2015 - centrum pre budúcnosť múzeí; www.museumnext.com). Ďalší vývoj v sektore múzeí za ostatné roky priniesol nové typy spolupráce s tiež subjekty z prostredia mimo odvetvia kultúry, ktorých cieľom je propagovať značku a prilákať do múzea viac návštevníkov. Digitalizácia je ďalší fenomén, ktorý si získava väčšiu pozornosť a popularitu. Predmetom diskusie je ohrozená ochrana duševného vlastníctva , najmä v súčasnom umení.

Aj keď je Európsky trh môže byť považovaný za tradičnejší v porovnaní so zámorskými trhmi, úloha informačných technológií bude mať stále väčší vplyv na európske knižničné odvetvie. Túto skutočnosť priznáva aj európske združenia v svojej stratégii LIBER 2013-2017, Znovuobjavenie knižnice pre budúcnosť (www.libereurope.eu), ktorá sa zameriava na témy ako digitalizácia, úloha digitálnych zbierok kultúrneho dedičstva v digitálnom veku, digitálna správa údajov, nový dizajn knižničných priestorov a vodcovstvo. Európska kancelária knižničných, informačných a dokumentačných združení (www.eblida.org) ako nezávislé združenie zastrešujúce knižničné, informačné, dokumentačné a archívne združenia a inštitúcie v Európe očakáva tiež veľké výzvy z vonkajšieho sveta.

1.1.2 Typický podnikateľský model

Model podnikania pre odvetvie vizuálnych umení môže byť prezentovaný nasledovným spôsobom s rozdelením aktérov do troch častí:



Predajca umenia je mostom medzi umelcom a kupcom, pokiaľ možno v prezentácii a marketingu ako umelec alebo predajca značky. Vytvorením značky môže umelec posilniť umiestnenie svojich diel a výtvorov na trh. V mnohých prípadoch umelec pracuje spoločne s predajcom umenia na profilovaní

svojej pozície na trhu, aby sa mu podarilo osloviť kupcov umenia. Obvykle je predajcom umenia galéria, kde je dielo prezentované a uvedené na trh. Typickými črtami značky sú odkazy na galériu, počet rokov v branži, odporúčania, komunikačné kanály, atď.

Kupec umenia je prepojený na predajcu umenia cez viaceré kanály ako značka umelca, značka predajcu umenia (napríklad povest' galérie), aktuálna ponuka na trhu.

V dôsledku technologického vývoja ako internet a nové médiá sa tradičný trh vizuálneho umenia zmenil a umelci ale aj predajcovia umenia môžu oveľa jednoduchšie nadviazať priamy kontakt s trhom.

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

Rovnako ako vo väčšine ostatných nových členských štátov EÚ, odvetvie vizuálneho umenia zohráva aj na Slovensku menšiu úlohu v porovnaní so starými členskými štátmi EÚ. Trhový systém pre vizuálne umenie sa časom v podstate nerozvinul. Trh je relatívne malý a pôsobí na ňom len niekoľko málo aktívnych hráčov. Odvetvie sa vyznačuje nedostatočnou transparentnosťou ekonomickej hodnoty. Najmä na tzv. primárnom trhu sa pracuje výhradne s "novými dielami" priamo od umelcov, pričom predaj sa realizuje "z ruky do ruky" a platby sú hradené v hotovosti (Neology, 2013).

Na Slovensku vzniklo v poslednom desaťročí viacero súkromných galérií a aukčných spoločností (tzv. sekundárny trh s umením, kde umelecké diela už prešli primárnym trhom). Hlavným hráčom na Slovensku je aukčná spoločnosť SOGA (www.soga.sk), prvýkrát zaregistrovaná v roku 1997 v Bratislave. SOGA okrem pravidelných aukcií organizuje aj on-line aukcie.

Podľa odhadov expertov tvorí ročný obrat z aukcií na Slovensku (viac ako 10 miliónov eur) len cca 20 – 30 % reálneho trhu s umením na Slovensku (bez priamych akvizícií galérií) (Neology, 2013). Zvyšok tvorí ťažko zmapovateľná „šedá zóna“ priamych predajov z ateliérov a ostatných obchodných transakcií. SNG ako aj regionálne galérie dostávajú z verejných zdrojov (priame dotácie, granty) prostriedky na nákup diel. Tieto nákupy tvoria cca 5 % zmapovateľného trhu s umením, zvyšok sú súkromné akvizície.

Galérie

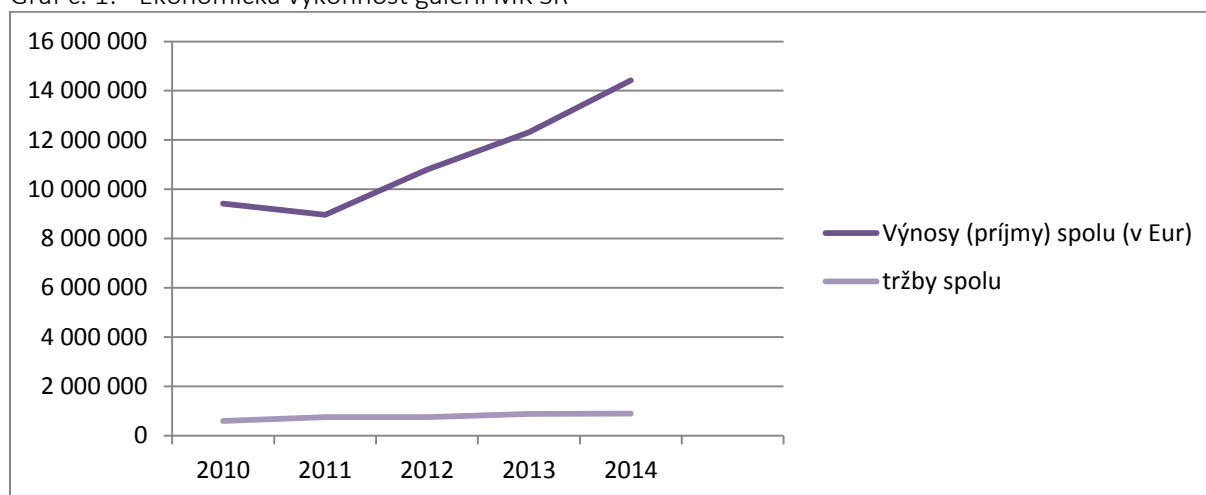
Verejné galérie

Slovenská národná galéria (www.sng.sk) je najvýznamnejšou galériou na Slovensku. Z hľadiska trhu s umením je dôležitá jednak jej akvizičná činnosť – ani nie tak z hľadiska celkového obratu a objemu nakúpených diel, ako skôr z hľadiska prestíže a vytvárania trhovej hodnoty diel samotnou akvizíciou. Zároveň svojou odbornou, umenovednou a výstavnou činnosťou vytvára hodnotový kontext, ktorý opäť určuje ceny na trhu s umením (Neology, 2013).

Okrem Slovenskej národnej galérie je na Slovensku 24 ďalších galérií, pochádzajúcich väčšinou z doby socializmu, ktoré boli presunuté spod štátu do pôsobnosti regionálnych samospráv (16 galérií) a miestnych samospráv (8 galérií).

Galérie sú vo veľkej miere závislé na verejných príspevkoch a dotáciách. Napríklad v roku 2014 boli príspevky z verejných inštitúcií (štátna správa, regionálna miestna samospráva) tvorili 49 %, z grantov 38 %. Výnosy z činností, ako je predaj vstupeniek, predaj a prenájom tvoria 5% z celkového rozpočtu galérií.

Graf č. 1: - Ekonomická výkonnosť galérií MK SR



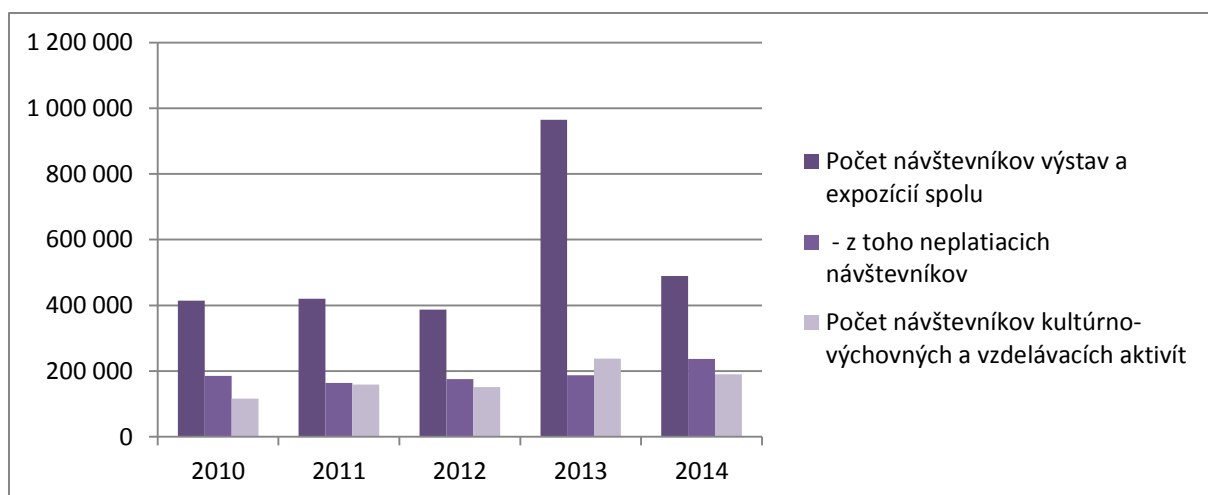
Zdroj: MKSR, <http://www.culture.gov.sk/vdoc/424/vysledky-kult-2013-267.html>

V roku 2014 predstavovali kapitálové výdavky na akvizíciu výtvarných diel Národnej galérie a ďalších 24 galérií spolu ekonomickú hodnotu 244 077 eur. V roku 2013 bola suma mierne vyššia, a to 258 975 eur. Väčšina nákupov bola financovaná prostredníctvom grantového systému Ministerstva kultúry. Dôležitou úlohou galérií je ochrana, konzervovanie a reštaurovanie umeleckých diel.

Positívnym trendom je nárast počtu návštevníkov galérií. Vysoký počet v roku 2013 je dôsledkom skutočnosti, že Slovenská národná galéria zahrnula do štatistík aj návštevníkov jej výstav v zahraničí, ktoré v roku 2014 neboli usporiadané.

Je potrebné spomenúť, že veľká časť návštevníkov týchto galérií sú osoby s bezplatným vstupom. V roku 2014 tvorili neplatiaci návštevníci takmer polovicu z celkového počtu návštevníkov (236 822 neplatiacich z celkového počtu 489 575 návštevníkov).

Graf č. 2: Návštevnosť galérií MK SR



Zdroj: MKSR, <http://www.culture.gov.sk/vdoc/424/vysledky-kult-2013-267.html>

Ďalším trendom je, že návštevník galérie sa v posledných rokoch zmenil, čo priamo súvisí so zmenou prostredia a životného štýlu. Súčasný návštevník, ktorému už nestačí pasívna návšteva výstavy, ale vyžaduje interakciu, vyhľadáva rôzne formy sprievodných programov, ktoré mu k výstave poskytnú pridanú hodnotu. Aj preto je v porovnaní s obdobím pred rokom 2010 zaznamenávaný nárast kultúrnych a vzdelávacích aktivít galérií. Môžeme teda vidieť, že takmer 40 % z celkového počtu návštev galérií bolo realizovaných v rámci konkrétnej činnosti.

Súkromné galérie

Okrem vyššie uvedených galérií existuje množstvo súkromných galérií, ktoré boli založené najmä počas predchádzajúcich 2 desaťročí. Tieto galérie vystavujú umelecké diela umelcov hlavne s cieľom zarobiť na umení jeho predajom na trh alebo vstupom na medzinárodný trh s umením.

Múzeá

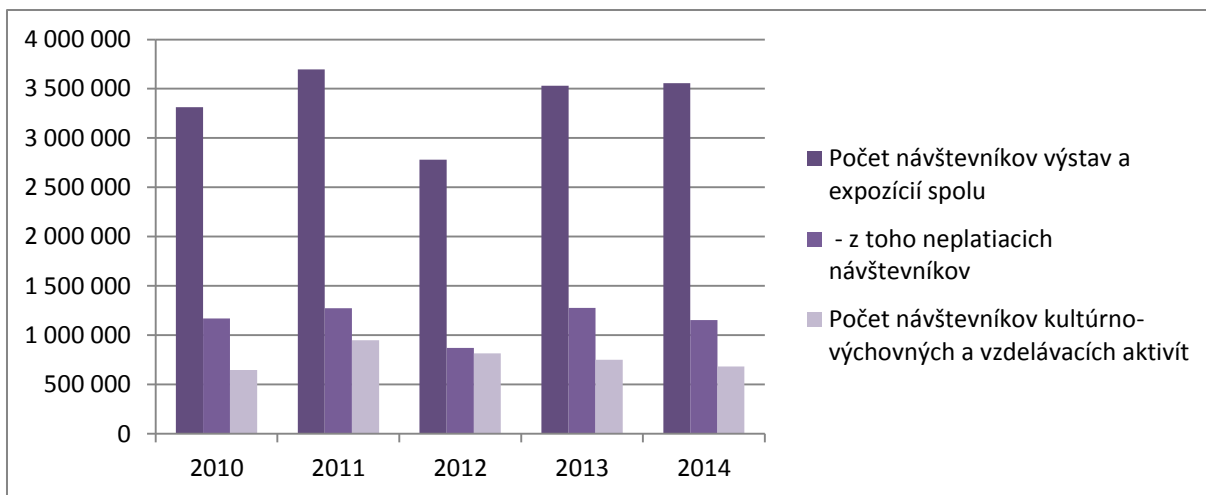
Ministerstvo kultúry eviduje na Slovensku 111 múzeí v roku 2014 s celkovým počtom 188 pobočiek a 10 skanzenov. Múzeá v roku 2014 zamestnávali spolu 2 006 zamestnancov.

Múzeá možno rozdeliť podľa ich zriaďovateľov:

- Múzeá v zriaďovateľskej pôsobnosti ústredných orgánov štátnej správy
- Múzeá v zriaďovateľskej pôsobnosti vyšších územných celkov
- Múzeá v zriaďovateľskej pôsobnosti miest a obcí
- Múzeá v zriaďovateľskej, zakladateľskej pôsobnosti iných právnických osôb; ako napríklad

V roku 2014 ponúkli múzeá návštevníkom spolu 541 expozícií, čo predstavuje nárast o 26 v porovnaní s rokom 2013. Počet výstav v roku 2014 predstavoval 1 272. Múzeá v roku 2014 zaznamenali viac ako 3,5 milióna návštevníkov, z ktorých takmer tretina mala vstup zdarma.

Graf č. 3: Návštevnosť múzeí MK SR

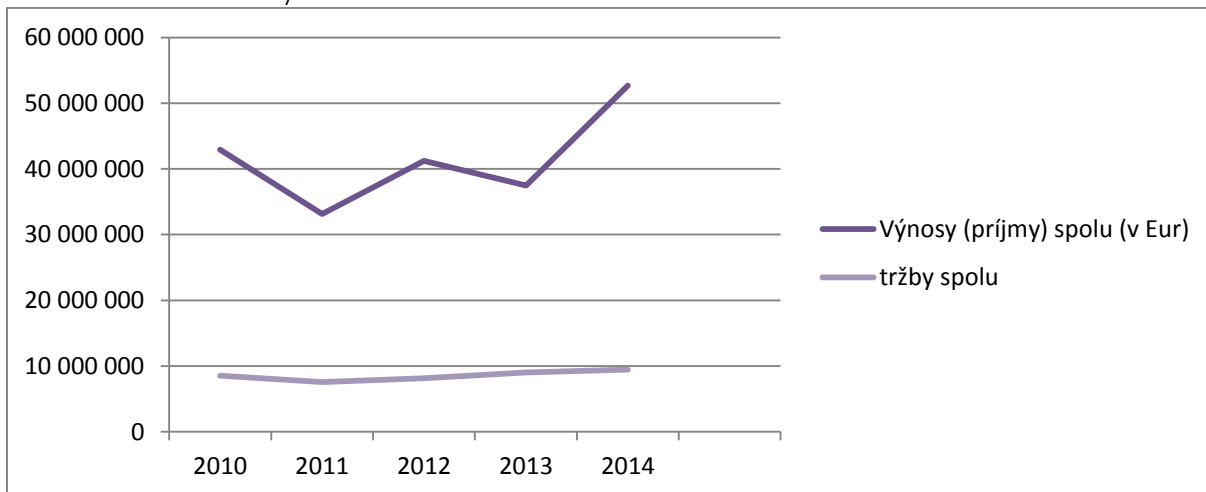


Zdroj: MKSR, <http://www.culture.gov.sk/vdoc/424/vysledky-kult-2013-267.html>

Múzeá sú vo veľkej miere závislé na príspevkoch z verejného sektora a grantoch. Hlavnú časť príjmov múzeí predstavujú príspevky (štátny rozpočet, rozpočet samosprávnych krajov, obecný rozpočet) a granty. V roku 2014 predstavovali príjmy z predaja vstupeniek a nájomného 14 % z celkového rozpočtu múzeí, čo je menej ako 17 a 18 % v rokoch 2010-2011.

Kapitálové výdavky na nákup artefaktov predstavujú za všetky múzeá len malé množstvo. Za rok 2014 bola na nákup artefaktov vynaložená suma 327,588 EUR.

Graf č. 4: Ekonomická výkonnosť múzeí MKSR



Zdroj: MKSR, <http://www.culture.gov.sk/vdoc/424/vysledky-kult-2013-267.html>

Činnosti knižníc a archívov

Štatistické dáta boli zbierané pomocou on-line systému, avšak iba pre knižnice, pričom sú publikované ročne Ministerstvom kultúry (KULT 10 – 01 Ročný výkaz o knižnici). Knižnice sú rozdelené na verejné a vedecké knižnice a v o dosť menšom počte špeciálne knižnice (medicínske, múzejné, galérijné a inštitúcie SAV). Nasledujúca analýza je teda prezentovaná ako verejné knižnice celkovo.

V roku 2014 z celkového počtu verejných knižníc (2 060) knižnično-informačné služby verejnosti poskytovalo 1 726 knižníc so 156 pobočkami, 23 verejných knižníc bolo zrušených alebo zlúčených s inými knižnicami, 311 bolo stagnujúcich. Oproti roku 2013 bol zaznamenaný úbytok verejných knižníc až o 63 a nárast stagnujúcich knižníc do 5 rokov o 15; takýto trend pretrváva už niekoľko posledných rokov. Celkový počet pracovníkov prepočítaný na plný úväzok v knižniciach sústavne klesá rok za rok.

Knižničný fond, služby knižnice

Pretrvávajúci nepriaznivý stav v budovaní knižničných fondov verejných knižníc sprevádza sústavný pokles počtu výpožičiek. Pomalú obnovu knižničných fondov a nízky prírastok knižničných jednotiek získaných aktívnou akvizíciou sprevádza pretrvávajúca tendencia úbytku počtu registrovaných aktívnych používateľov. V dôsledku zastaranosti a pomalej obnovy fondov nevyhnutne dochádza k zmene aj charakteru poskytovaných a využívaných služieb verejných knižníc. Klesá objem čitateľov textových dokumentov a rastie počet používateľov, ktorí využívajú elektronické služby a informácie sprístupňované prostredníctvom webových sídiel knižníc.

Súčasne stúpa aj záujem o vzdelávacie a kultúrno-spoločenské podujatia knižníc, ktoré navštevuje verejnosť aj bez registrácie v knižnici.

V roku 2014 bol pokračoval pokles fyzických návštevníkov verejných knižníc, a to o 185 425 návštevníkov oproti roku 2013 (celkový počet návštevníkov 5 231 977). Výrazne klesol počet návštevníkov, ktorí využili prístup na internet v knižnici, a to o 158 363 oproti roku 2013 (ich celkový počet 372 676). V roku 2014 však iba 492 (nárast po 11 oproti roku 2013) verejných knižníc umožňovalo prístup verejnosti na internet (28,5 % fungujúcich verejných knižníc). Opačný trend oproti výraznému poklesu fyzických návštevníkov verejných knižníc bol zaznamenaný v prípade návštevníkov podujatí knižníc. V roku 2014 bol ich počet 832 023 (oproti roku 2013 nárast o 42 803 návštevníkov podujatí). Knižnice reagujú na záujem verejnosti o podujatia zvyšovaním počtu realizovaných vzdelávacích a kultúrno-spoločenských podujatí, pričom návštevníci podujatí sú aj bez registrácie v knižnici.

Online služby

Vlastné webové sídlo uviedlo 105 knižníc v roku 2014 (nárast o 12 oproti 2013). Pomalý nárast bol zaznamenaný v prípade vybavenosti knižníc elektronickými katalógmi sprístupnenými na internete - 111 knižníc (nárast o 9), čo bolo len 6,4 % fungujúcich verejných knižníc. Využívanie elektronických katalógov verejných knižníc však sústavne narastá a v roku 2014 bolo zaznamenaných 2 764 129 vstupov do elektronických katalógov (oproti roku 2013 nárast o 1 107 659 vstupov).

Stratégia kultúry SR 2014 - 2020

Nová Stratégia rozvoja kultúry na roky 2014 - 2020 poukazuje na nasledujúce otázky v oblasti kultúry:

- Pozitívne hodnotí bohaté a rozmanité kultúrne dedičstvo, široká sieť kultúrnych inštitúcií a existujúca sieť základných umeleckých škôl,
- Negatívne je hodnotená najmä chýbajúcu systémovú podporu novej tvorby a dezolátny stav niektorých kultúrnych inštitúcií i mnohých kultúrnych pamiatok

- nízka efektívnosť fungovania kultúrnych inštitúcií, nedostatočný rozvoj ľudských zdrojov, finančné nedocenenie personálu
- Problematické postavenie kultúry v spoločnosti, podfinancovanosť, diskontinuitný vývoj či absencia jednotnacej stratégie
- Najzávažnejším problémom je nízky dopyt po kultúre vyplývajúci z nedostatočnej výchovy ku kultúre v rámci výchovno-vzdelávacieho procesu.

Stratégiu možno považovať za revolučný prístup k modernizácii a transformácii kultúrneho odvetvia na podporu sociálno-ekonomického rozvoja Slovenska. V odvetví kultúry je nutné využiť kreativitu, inovácie, nové a digitálne technológie, čím by sa malo prispieť k miestnemu a regionálnemu hospodárskemu rozvoju a zlepšeniu konkurencieschopnosti Slovenskej republiky. Výsledkom by mal byť atraktívnejší kultúrny produkt, ktorý by generoval nárast návštevnosti a rast v oblasti cestovného ruchu. Stratégia načrtáva strategické témy a opatrenia na dosiahnutie cieľov, vrátane vývoja funkčného modelu na využitie kreativity a kultúry na hospodársky rozvoj, moderného spôsobu prezentácie kultúry a kultúrneho dedičstva priťahujúceho návštevníkov zo zahraničia, ale aj nový systém mechanizmu financovania pre kultúrny sektor.

1.2.1 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Mapovanie tohto odvetvia nie je jednoduché, pretože tu dochádza k prelínaniu so subjektmi reklamy a filmu, videa. Pri určovaní celkového počtu subjektov vychádzame z poskytnutých údajov z Štatistického úradu SR, ale do celkového počtu treba prirátat aj tých umelcov, ktorí nie sú nikde registrovaní.

Predmetom analýzy sú nasledujúce sektory pre trh s umením (tabuľka X)

Tabuľka č. 1: SK-NACE trhu s umením

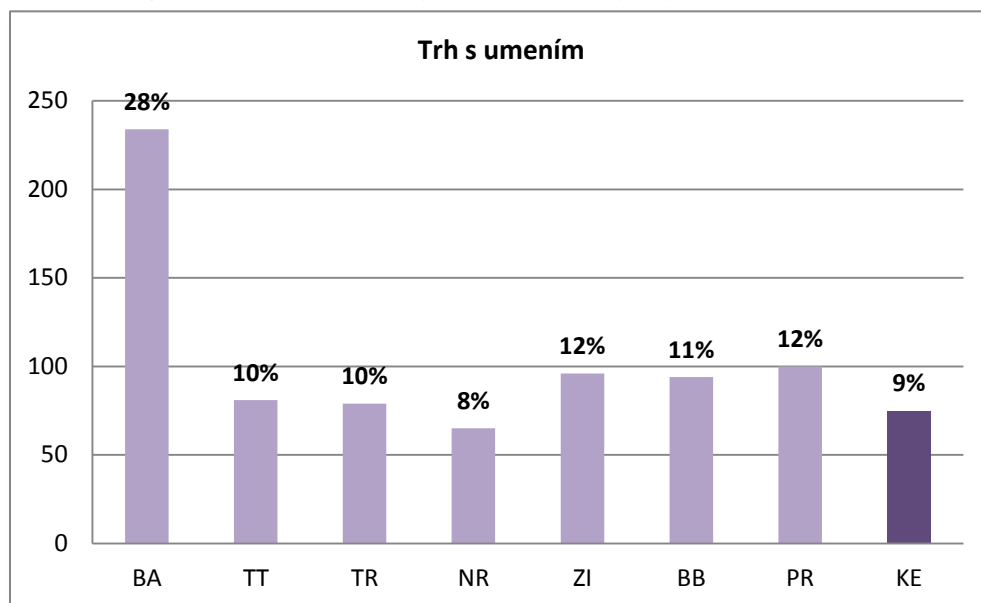
Kód SK-NACE	Názov
90.03.0	Umelecká tvorba
91.02.0	Činnosti múzeí
85.52.0	Umelecké vzdelávanie
91.03.0	Prevádzkovanie historických pamiatok a budov a podobných turistických zaujímavostí

Zdroj: Štatistický úrad SR

Celkovo je na trhu s umením registrovaných 824 subjektov, z toho prevažná väčšina je registrovaná ako podnikateľ – fyzická osoba s počtom zamestnancov do 1. Dôležitú úlohu v tomto odvetví majú rôzne príspevkové organizácie, neziskové a rozpočtové organizácie. Spoločnosti s ručením obmedzením majú síce v tomto odvetví svoje zastúpenie, ale ich počet je oproti iným odvetviám kreatívneho priemyslu minimálny. V Košickom kraji zaberajú mikropodniky väčšinu, až 55%-nú časť na trhu s umením, podiel 38% predstavujú malé podniky. Stredné podniky sa podieľajú 7%-ami. Z pohľadu právnej formy je z počtu 75 subjektov 25 rozpočtových organizácií, 19 neziskových organizácií a 7 príspevkových organizácií.

Dominantné postavenie na trhu s umením podľa počtu podnikov má Bratislavský kraj s 28% zastúpením v z celkového počtu registrovaných subjektov. Ostatné kraje sa pohybujú v rozmedzí okolo 8% - 12%. V Košickom kraji sa nachádza 75 subjektov, čo tvorí 9 %. Najnižší podiel v rámci počtu podnikov na trhu s umením - 8% má Nitriansky kraj.

Graf č. 5: Regionálne rozloženie subjektov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Spomedzi 190 podnikov venujúcich sa umeleckej tvorbe je v Košickom kraji týchto podnikov 9, čo je presne 10-krát menej ako v Bratislavskom kraji, ktorý je čo do počtu na prvom mieste. Nitriansky a Trenčiansky kraj majú v tomto odvetví najmenšie zastúpenie. Pre porovnanie, činnosť múzeí je v Košickom kraji zastúpená viac a to až 15 podnikmi. Rovnaké je to aj v Prešovskom kraji. Najmenej podnikov pôsobí v Trnavskom a Trenčianskom kraji s počtom 7 a 9 podnikov z celkového množstva 98 podnikov venujúcich sa činnosti múzeí. Pomerne podobné počty s výnimkou Bratislavského kraja - 128 podnikov majú podniky v oblasti umeleckého vzdelávania s hodnotami 43-59 podnikov, Košický kraj má rovnako ako Trnavský kraj 49 podnikov z celkového množstva 501 podnikov z oblasti umeleckého vzdelávania. Prevádzkovaníu historických pamiatok a budov a podobných turistických zaujímavostí sa celkovo venuje 35 subjektov. Podrobné informácie sú znázornené v tabuľke č. X

Tabuľka č. 2: Prehľad počtu subjektov podľa hlavnej činnosti k 31.12.2014

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
90.03.0	90	21	8	6	23	19	14	9	190
91.02.0	13	7	9	11	14	14	15	15	98
85.52.0	128	49	58	43	56	59	59	49	501
91.03.0	3	4	4	5	3	2	12	2	35

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Z hľadiska právnej formy v odvetví prevládajú podnikatelia – fyzické osoby s 33,6 % podielom, nasledujú rozpočtové organizácie s 24,4 % zastúpením, neziskové organizácie so 17,3 % zastúpením a príspevkové organizácie s 8,5 % podielom z celkového počtu subjektov. Spoločnosti s ručením obmedzením majú síce minimálne zastúpenie - 9,8% a akciové spoločnosti figurujú jedine v Bratislavskom kraji a počtom 2 subjekty z celkových 824 registrovaných subjektov.

V sektore umelecké vzdelávanie sú z hľadiska právnej formy zastúpené rozpočtové organizácie s 34,3 % zastúpením a podnikatelia – fyzické osoby s 33,7 % zastúpením. V umeleckej tvorbe prevládajú najmä podnikatelia – fyzické osoby. Múzeá spravujú príspevkové organizácie (56%) a rozpočtové organizácie (25,5%). Viac ako polovica subjektov (54,3 %) zo sektora prevádzkovaním historických pamiatok a budov sú neziskové organizácie. Treba podotknúť, že pod SK NACE 85.52.0 – Umelecké vzdelávanie patria v najväčšom zastúpení hlavne Združené umelecké školy.

Situáciu v Košickom kraji znázorňuje tabuľka č. X. Z celkového počtu 75 subjektov je 25 rozpočtových organizácií, 19 neziskových organizácií a 7 príspevkových organizácií.

Tabuľka č. 3: Prehľad počtu subjektov podľa právnej formy za Košický kraj k 31.12.2014

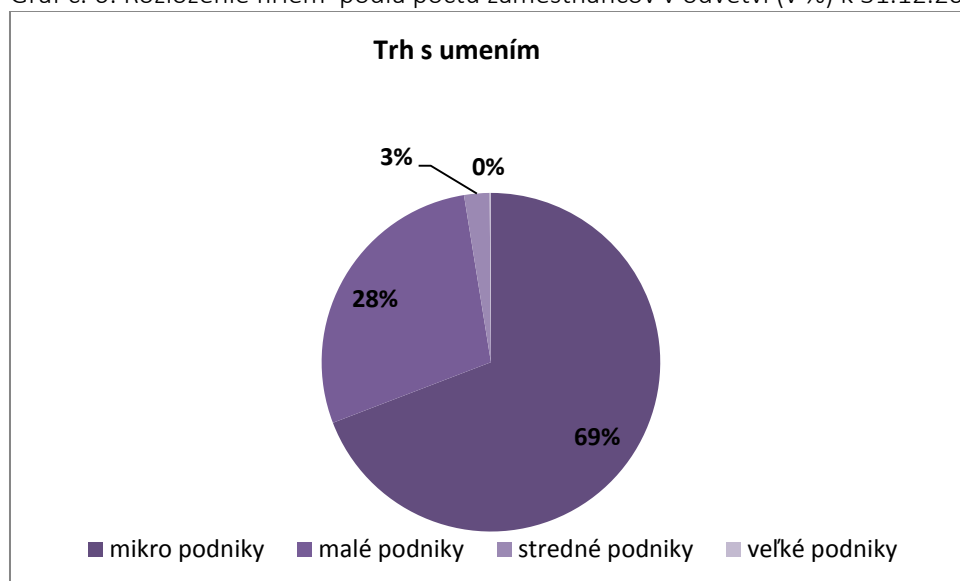
SK -NACE	fyzické osoby	neziskové organizácie	rozpočtové organizácie	príspevkové organizácie
90.03.0	5	-	-	-
91.02.0	1	2	3	7
85.52.0	12	15	22	-
91.03.0	-	2	-	-

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Ďalším ukazovateľom je rozdelenie subjektov podľa počtu zamestnancov. Podľa počtu zamestnancov sa delia podniky na mikropodniky (0 až 9 zamestnancov, vrátane podnikov s nezisteným počtom zamestnancov), malé podniky (10 až 49 zamestnancov) stredné podniky (50 až 249 zamestnancov) a veľké podniky (250 a viac zamestnancov). Toto delenie vychádza zo ŠÚ SR.

Uvedený graf č. X nám približuje situáciu na trhu s umením, kde percentuálne zobrazuje podiel hore uvedených typov podnikov. Najvyšší podiel majú mikropodniky a to 69%, nasledované malými podnikmi, ktoré dosiahli 28%. Stredné podniky predstavujú 3% -né zastúpenie.

Graf č. 6: Rozloženie firiem podľa počtu zamestnancov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Z tabuľky č. X možno vidieť, že Bratislavský kraj má najvyšší počet mikropodnikov zaoberajúcich sa trhom s umením na Slovensku s počtom 201 mikropodnikov. Najmenej týchto podnikov je v Nitrianskom kraji a to 40. Košický kraj má 41 podnikov. Pri porovnaní malých podnikov evidujeme menšie rozdiely v zastúpení a to 24 - 37 podnikov, najvyšší počet 37 je v Prešovskom kraji a najnižší - 24 zaznamenávame v Trnavskom a Trenčianskom kraji. Košický kraj je na 5. mieste s počtom 29 malých podnikov na trhu s umením z celkových 233 v rámci Slovenska. Stredných podnikov na slovenskom trhu s umením je 20, z toho 5 sa nachádza v Košickom kraji a najviac zo všetkých krajov - 6 v Bratislavskom kraji. Jediný veľký podnik na slovenskom trhu s umením je takisto v Bratislavskom kraji.

Tabuľka č. 4: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v jednotlivých krajoch

	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
mikropodniky	201	57	53	40	57	58	63	41	570
malé podniky	26	24	24	25	35	33	37	29	233
stredné podniky	6	-	2	-	4	3	-	5	20
veľké podniky	1	-	-	-	-	-	-	-	1
spolu	234	81	79	65	96	94	100	75	824

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

V rámci trhu s umením v Košickom kraji majú najväčšie zastúpenie mikropodniky bez zamestnancov, ktorých sa tu nachádza spolu 21. Polovicu z nich tvoria mikropodniky zaoberajúce sa umeleckým vzdelávaním. Ďalšou početnou skupinou sú malé podniky s počtom zamestnancov 10-19, ktoré sú zastúpené celkom 14-imi subjektmi prevažne venujúcich sa umeleckému. Okrem toho sa v Košickom kraji nachádza 8 podnikov s 20-24 zamestnancami, 7 podnikov s 25-49 zamestnancami a 5 stredných podnikov do 99 zamestnancov. Na základe tabuľky č. X možno vidieť, že najmenej podnikov v Košickom kraji sa venuje umeleckej tvorbe.

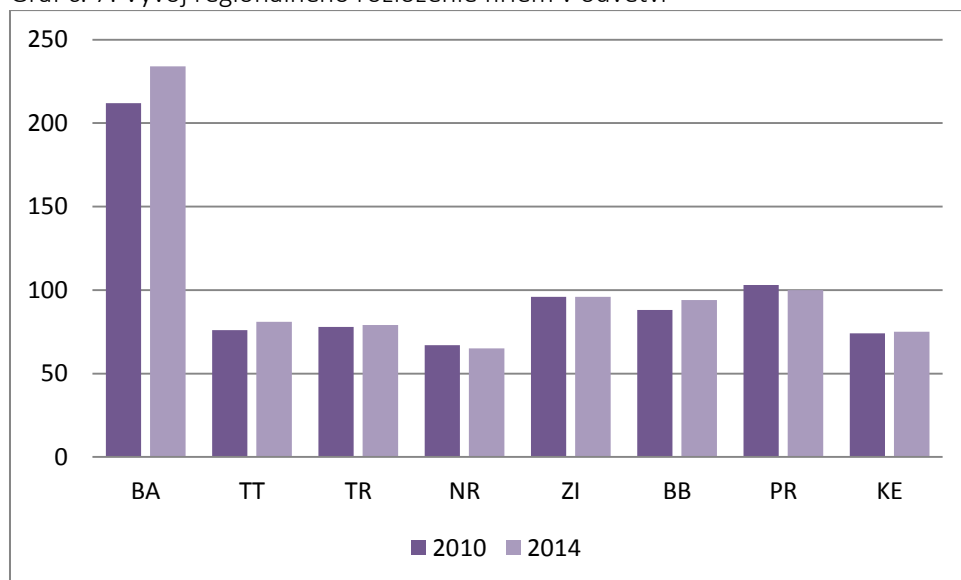
Tabuľka č. 5: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v Košickom samosprávnom kraji

SK NACE	mikropodniky						malé podniky			stredné podniky		veľké podniky
	ne	0	1	2	3-4	5-9	10-19	20-24	25-49	50-99	100-249	250-499
počet z.												
90.03.0	1	7	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
91.02.0	1	3	-	2	-	1	3	1	2	2	-	-
85.52.0	3	10	1	3	2	5	10	7	5	3	-	-
91.03.0	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Vývoj počas rokov 2010-2014 v odvetví je mierne stúpajúci. Jedine v Bratislavskom kraji je zaregistrovaný nárast počtu subjektov o 22. V ostatných krajoch je tento počet buď identický alebo zvýšený o nepatrné množstvo subjektov. Vývoj je znázornený na grafe č. 7 a počty subjektov v absolútnom vyjadrení v tabuľke č. 6.

Graf č. 7: Vývoj regionálneho rozloženia firiem v odvetví



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav údajov k 31.12.2010 a 31.12.2014

Tabuľka č. 6: Porovnanie počtu subjektov v odvetví

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
2010	212	76	78	67	96	88	103	74	794
2014	234	81	79	65	96	94	100	75	824

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav údajov k 31.12.2010 a 31.12.2014

Návštevnosť galérií KSK

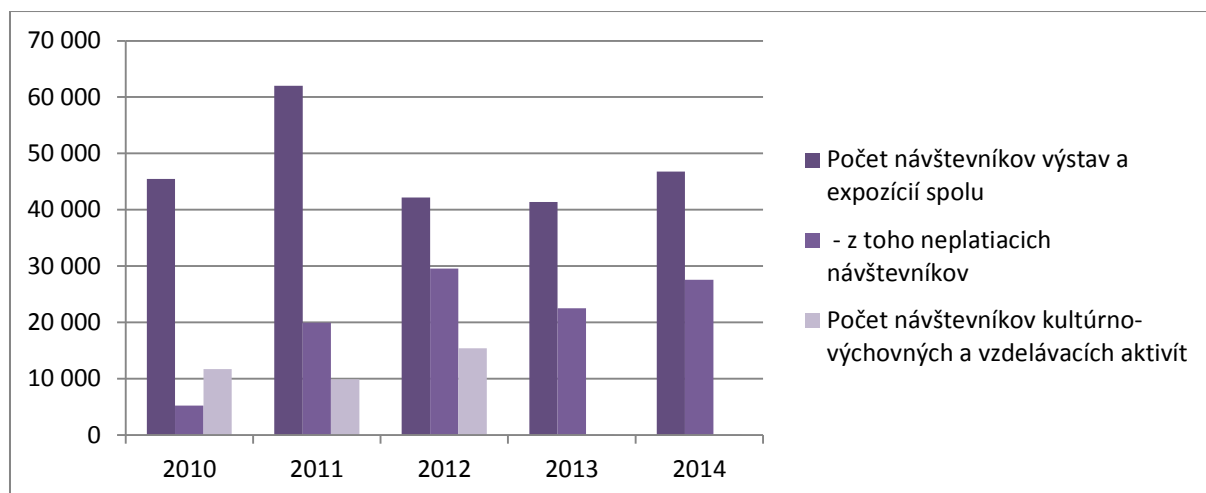
Ministerstvo kultúry SR eviduje v Košickom kraji nasledujúce 3 verejné galérie:

- Galéria umelcov Spiša, Spišská Nová Ves (Zriaďovateľ: Košický samosprávny kraj)
- Múzeum Vojtecha Löfflera, Košice (Zriaďovateľ: Mestská časť Košice-Staré Mesto)
- Východoslovenská galéria, Košice (Zriaďovateľ: Košický samosprávny kraj)

Aj keď sa Múzeum Vojtecha Löfflera profiluje ako múzeum, ministerstvom kultúry bolo zaradené do kategórie galérií.

Počet návštevníkov narástol na takmer 47 000 v roku 2014, z čoho bolo takmer 60 % neplatiacich návštevníkov. Počet aktivít organizovaných galériami za predchádzajúci rok vzrástol (y) v súlade s celoštátnym trendom.

Graf č. 8:

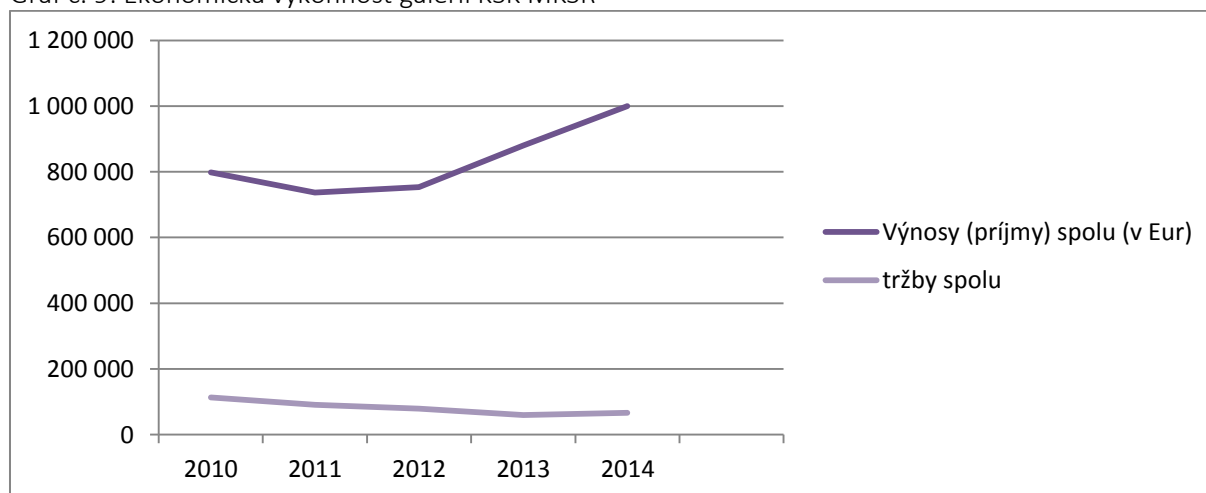


Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Tieto 3 verejné galérie sú značne závislé na prevažne verejných príspevkoch, najmä od ich zriaďovateľov (regionálne samosprávy a mesto Košice). Príjmy z grantov sú v porovnaní s celoštátnymi štatistikami galérií oveľa nižšie: 0,6% v roku 2014 a 5,5% v roku 2013.

Výnosy z predaja vstupeniek a nájomného tvorili z celkového rozpočtu galérií v priebehu ostatných 2 rokov okolo 7 % , čo je o niečo málo viac, než je celoštátny priemer.

Graf č. 9: Ekonomická výkonnosť galérií KSK MKSR



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Uvedené 3 galérie v Košickom kraji minuli na nákup výtvarných diel 7 100 EUR v roku 2014 a 5 500 EUR v roku 2013. Tieto čísla sú v priemere oveľa nižšie než celoštátny priemer ako súčasť celkového

rozpočtu galérií (0,6 - 0,7 % za košické galérie v porovnaní s 1,7 - 2,1 % za všetky slovenské galérie spoločne).

Návštevnosť múzeí KSK

Tabuľka č. 7: MK SR eviduje v Košickom samosprávnom kraji (KSK) týchto 10 múzeí:

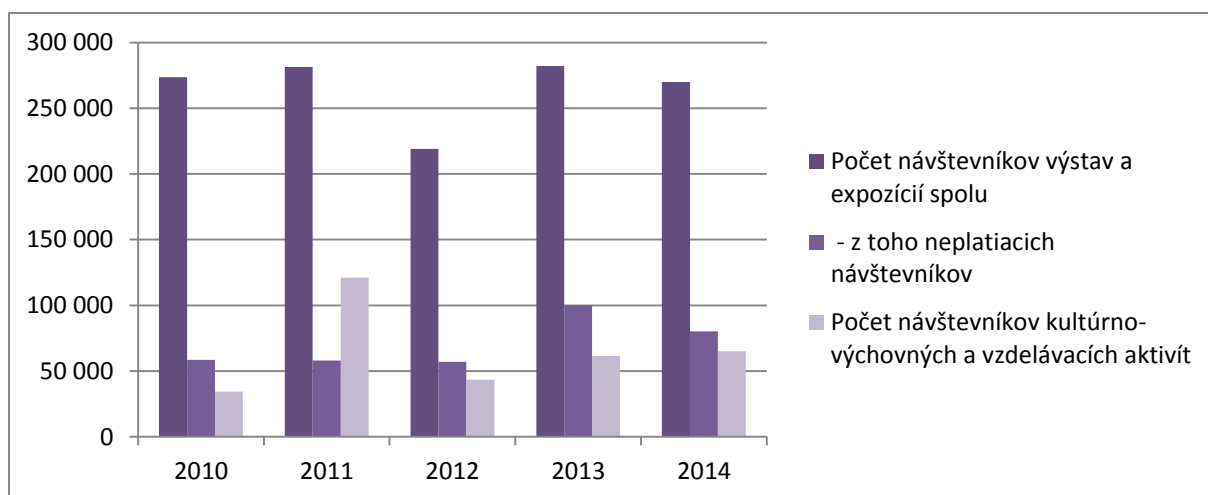
Názov	Obec	Zriaďovateľ
SNM-Múzeum Betliar v Betliari	Betliar	MK SR/Slovenské národné múzeum
Slovenské technické múzeum	Košice	MK SR
Východoslovenské múzeum	Košice	Košický samosprávny kraj
Zemplínske múzeum	Michalovce	Košický samosprávny kraj
Banícke múzeum	Rožňava	Košický samosprávny kraj
Múzeum a Kultúrne centrum južného Zemplína v Trebišove	Trebišov	Košický samosprávny kraj
Múzeum Spiša v Spišskej Novej Vsi	Spišská Nová Ves	Košický samosprávny kraj
Obecné Myšľanské múzeum	Nižná Myšľa	obec Nižná Myšľa
Banícke múzeum Gelnica	Gelnica	Mesto Gelnica
Súkromné etnografické múzeum	Košice	Juraj Barla AMBROZIA

Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Kým slovenské múzeá v roku 2014 prilákali oproti roku 2013 viac návštevníkov, Košický kraj zaznamenal v roku 2014 pokles asi o 4 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom, v ktorom Košice organizovali EHMK 2013. Hoci sa v roku 2014 v porovnaní s rokom 2013 znížil podiel neplatiacich návštevníkov (z 35,5 % v roku 2013 na 30 % z celkového počtu návštevníkov v roku 2014).

V porovnaní s celoslovenskými štatistikami dokázal Košický kraj vykázať zvýšený počet zorganizovaných aktivít a väčší počet návštevníkov prichádzajúcich za týmito aktivitami, pričom súhrnné údaje za Slovensko vykazujú negatívny trend.

Graf č. 10: Návštevnosť múzeí KSK



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

V porovnaní s celoštátnymi údajmi sú múzeá v Košickom kraji ešte viac závislé na verejných príspevkoch a grantoch, nakoľko príjmy zo vstupného a prenájmu sa za ostatné 2 roky pohybujú okolo 10 % z celkových príjmov. V roku 2014 múzeá vynaložili na nákup artefaktov v 50 868 EUR, čo predstavuje nárast o takmer 14 000 eur v porovnaní s rokom 2013.

Graf č. 11: ekonomická výkonnosť múzeí KSK



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Múzeá v pôsobnosti Košického samosprávneho kraja

Celkový počet múzeí, ktoré sú v pôsobnosti Košického samosprávneho kraja v roku 2014 je 5 s 170 296 návštevníkov.

Východoslovenské múzeum v Košiciach – počet návštevníkov za obdobie od 2003 – 2014 sa skoro zdvojnásobil. V začiatku sledovaného obdobia dosahovala návštevnosť múzea okolo 37 000 – 40 000 návštevníkov ročne, od roku 2013 sa zvýšila skoro o 20 000 návštevníkov ročne.

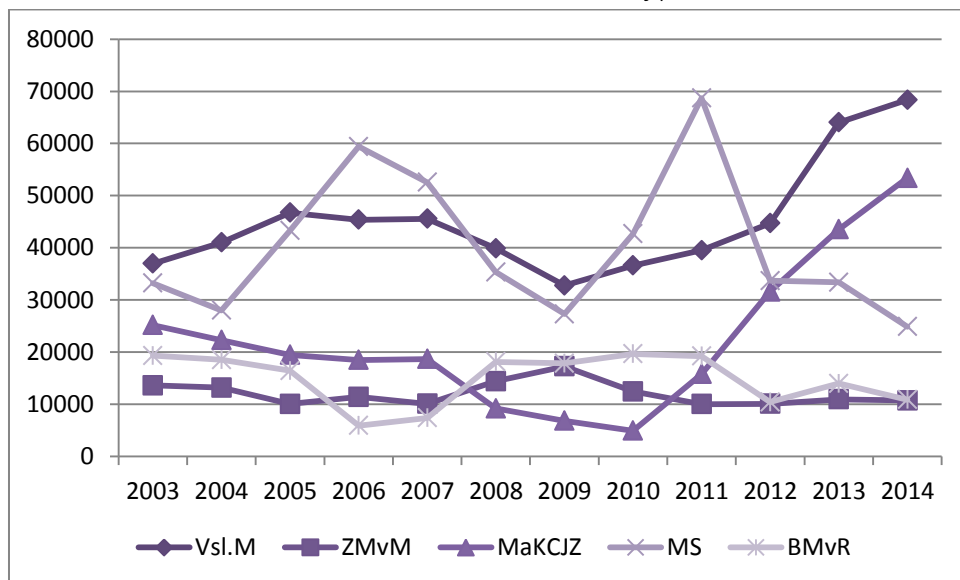
Banické múzeum v Rožňave – počet návštevníkov v múzeu za sledované obdobie sa pohyboval po sinusovej krivke. Najnižšie hodnoty dosahoval v roku 2006 a to 5 918 a najvyššie v roku 2010 – 19 974 návštevníkov. V roku 2014 navštívilo múzeum 10 899 návštevníkov.

Múzeum a Kultúrne centrum južného Zemplína v Trebišove- má v poslednej dekáde sledovaného obdobia výrazne rastúci počet návštevníkov od zlomového roku 2010, kedy dosiahla návštevnosť svoju minimálnu hranicu – 4 935 návštevníkov. V roku 2014 navštívilo múzeum a kultúrne centrum 53 400 návštevníkov.

Múzeum Spiša v Spišskej Novej Vsi počas sledovaného obdobia zaznamenalo v počte návštevníkov výrazné úspechy, prvý v roku 2006 s počtom 59 389 návštevníkov a druhý v roku 2011 s počtom 68 700 návštevníkov. V súčasnej dobe klesol tento počet skoro o 2 / 3 na 24 874 návštevníkov v roku 2014.

Zemplínske múzeum v Michalovciach vzniklo v roku 1957 ako Zemplínske vlastivedné múzeum, pričom od roku 1965 pôsobí pod dnešným názvom. Návštevnosť múzea osciluje za sledované obdobie okolo 11 000 – 12 000 návštevníkov za rok. Maximum návštevníkov bol dosiahnutý v roku 2009 (17 271) a minimum v roku 2011 (10 049). V roku 2014 navštívilo múzeum 10 743 návštevníkov.

Graf č. 12: Počet návštevníkov múzea v zriaďovateľskej pôsobnosti KSK



Zdroj: Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Poznámka: Vsl.M – Východoslovenské múzeum v Košiciach, ZMvM – Zemplínske múzeum v Michalovciach, BMvR – Banické múzeum v Rožňave, MaKCJZ – Múzeum a Kultúrne centrum južného Zemplína v Trebišove

Knižníc

V celonárodnom meradle je trend ohľadom počtu knižníc klesajúci. V roku 2014 bolo zrátaných 221 funkčných knižníc, pričom v roku 2006 ich bolo 290. To isté platí aj pre informáciu o aktívnych užívateľoch knižníc – 40 736 v roku 2013, pričom v roku 2006 ich bolo zrátaných 59 894.

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

V rámci tejto kategórie je registrovaných spolu 92 podnikov a inštitúcií, vrátane všetkých činností súvisiacich s týmto odvetvím. Najrozšírenejšie činnosti súvisia s poskytovaním umeleckého vzdelávania (85.52.0), kde je evidovaných 42 podnikov, predstavujúcich 45,7 % celého odvetvia. Hneď po vzdelávaní nasleduje Umelecká tvorba (90.03.0) s počtom podnikov 32 (34,8%), Činnosť múzeí (91.02.0) s počtom firiem 13 (14,1%) a nakoniec Prevádzkovanie historických budov a turistických zaujímavostí (91.03.0), počet podnikov 5 (5,4%). Treba však pripomenúť, že najväčší počet „firiem“ tvoria práve umelecké školy, koncentrované hlavne v Košiciach a okolí, Michalovciach, Trebišove a Spišskej Novej Vsi.

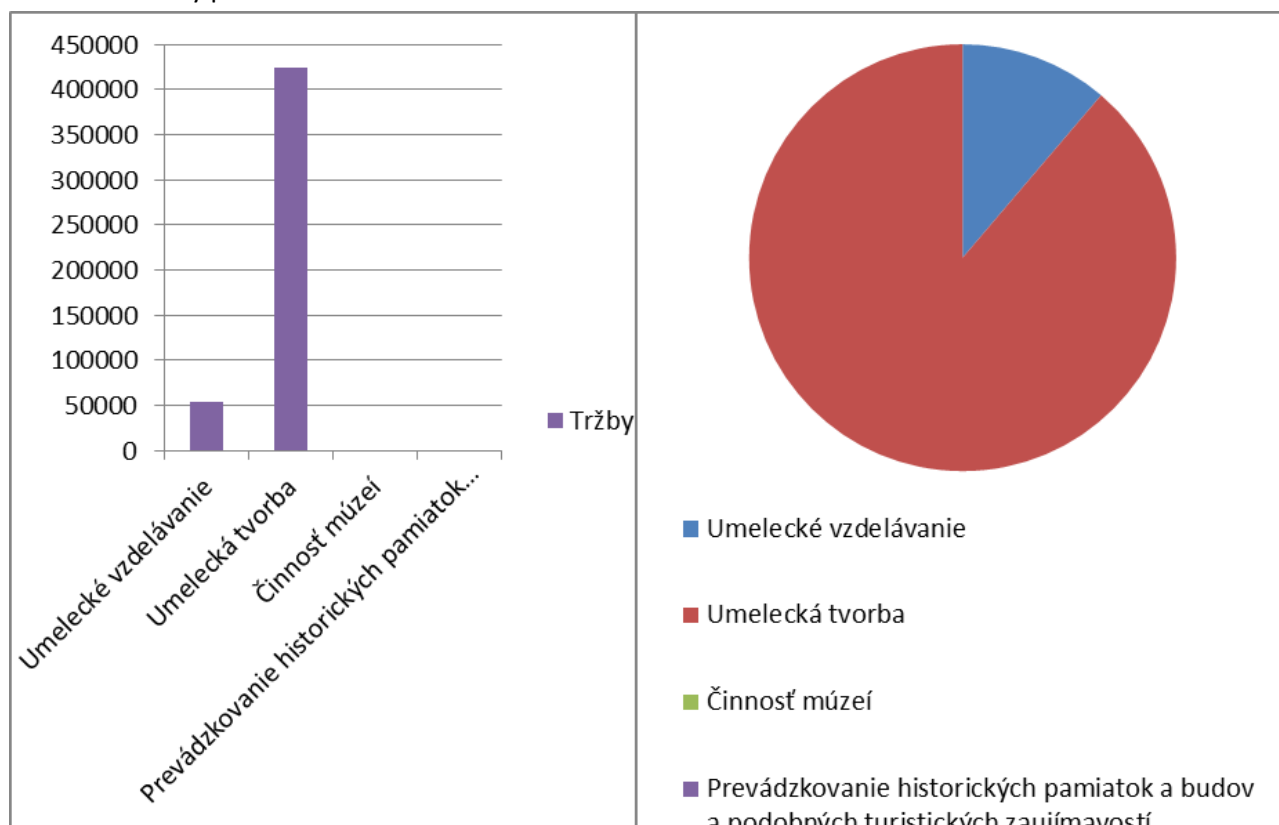
Tabuľka č. 8: SK-NACE trhu s umením

Kód SK-NACE	Názov
90.03.0	Umelecká tvorba
91.02.0	Činnosti múzeí
85.52.0	Umelecké vzdelávanie
91.03.0	Prevádzkovanie historických pamiatok a budov a podobných turistických zaujímavostí

Zdroj: www.finstat.sk

Jednoznačne najväčšie zastúpenie v Košickom kraji v tomto odvetví má Umelecká tvorba, 423 655 Eur, t. j. 89%.

Graf č. 13: Tržby podnikov:



Zdroj: www.finstat.sk

V SK NACE 85.52.0 sú tri najväčšie vzdelávacie inštitúcie spadajúce do kategórie počtu zamestnancov 50-99 sú 3 Základné umelecké školy priamo v Košiciach.

Po komerčnej stránke sú tu registrované len dva významné podniky, a síce tanečná škola a sieť tanečných štúdií SHOW DS a firma Cerberus Art.

Tabuľka č. 9: SK-NACE 85.52.0 – Umelecké vzdelávanie – Komerčné organizácie. (2014)

Názov	Hudobná terminológia	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
SHOW DS s.r.o.	Košice	nezistený	28 544,00	1 894,00
Cerberus Art s.r.o.	Michalovce	3-4	25 058,00	5 448,00

Zdroj: www.finstat.sk

V ďalšom sektore, a síce 90.03.0 – Umelecká tvorba sa vyskytuje už oveľa viac komerčných firiem s obrátmi do výšky cca 110 000 eur. V tomto smere najväčšia z nich je firma CZECHPOINT so sídlom v Spišskej Novej Vsi a ostatné firmy s obrátom od cca 10 000 eur do 50 000 eur sú hlavne koncentrované v Košiciach.

Tabuľka č. 10 : SK-NACE 90.03.0 – Umelecká tvorba, tržby nad 25 000 eur. (2014)

Názov	Hudobná terminológia	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
CZECHPOINT s.r.o.	Rudňany	nezistený	112 072.00	3 661.00
RHB - Solum, s.r.o.	Kechnec	0	48 655.00	5 118.00
PHR s.r.o.	Kechnec	0	42 122.00	5 712.00
ZEMPLIN MEDIA s.r.o.	Michalovce	1	39 133.00	799,00
Kwietko s.r.o.	Košice	nezistený	35 180.00	7 064.00
RESTAURATOR s.r.o.	Košice-Juh	2	33 527.00	2 119.00
KRISTINA MUSIC, s.r.o.	Vajkovce	nezistený	25 149.00	1 605.00

Zdroj: www.finstat.sk

V SK NACE 91.02.0 – Činnosť múzeí nie sú evidované údaje o obratoch avšak hlavní aktéri sa dajú spoznať prostredníctvom počtu ich zamestnancov, pričom 2 z nich sídlia v Košiciach sú v kategórii 50-99 zamestnancov, a ďalšie 3 v kategórii 20-24 a 25-49 zamestnancov. A síce, najvýznamnejšie múzeá sú Východoslovenské múzeum v Košiciach a Slovenské technické múzeum, pričom obe sídli v Košiciach I.

Tabuľka č. 11 : SK-NACE 91.02.0 – Činnosť múzeí, najviac zamestnancov. (2014)

Názov	Hudobná terminológia	Počet zamestnancov kat.
Východoslovenské múzeum v Košiciach	Košice - mestská časť Staré Mesto	50-99
Slovenské technické múzeum	Košice - mestská časť Staré Mesto	50-99
Múzeum Spiša v Spišskej Novej Vsi	Spišská Nová Ves	25-49
Východoslovenská galéria	Košice - mestská časť Staré Mesto	25-49
Múzeum a Kultúrne centrum južného Zemplína v Trebišove	Trebišov	20-24
Banické múzeum v Rožňave	Rožňava	10-19
Zemplínske múzeum	Michalovce	10-19

Zdroj: www.finstat.sk

V odvetví 91.03.0 -- Prevádzkovanie historických pamiatok a budov a podobných turistických zaujímavostí, sa evidujú dokopy 3 organizácie bez výkazov tržieb, keďže ide aj o neziskové organizácie. Len pre parciálnu informáciu bola uvedená aj nezisková organizácia TREMOLO Dance.

Tabuľka č. 12 : SK-NACE 91.03.0 – Prevádzkovanie historických pamiatok a budov a podobných turistických zaujímavostí. (2014)

Názov	Hudobná terminológia	Počet zamestnancov kat.
TREMOLO Dance n.o. v likvidácii	Košice I	nezistený
Svätý Florián n.o.	Košice-okolie	0
Obecné kultúrne stredisko Brzotín	Rožňava	1

Zdroj: www.finstat.sk

Z geografického hľadiska môžeme pozorovať význam mesta Košice, ale taktiež si všimnúť koncentráciu v regiónoch Michalovce a Spiš.

2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

Aukčné spoločnosti

Hlavným hráčom na aukčnom trhu v Košickom kraji je východoslovenská **aukčná spoločnosť DARTE** (www.dartesro.sk). DARTE je oprávnená usporadúvať dražby starožitností, umeleckých diel, numizmatiky a historických vozidiel a to formou neverejných i verejných dražieb. Galerijné priestory a sídlo firmy je v Nižnom Hrušove. Tu má firma depozitné sklady, reštaurátorskú dielňu i ateliér na odborné posudzovanie prijatých diel do predaja, i výstavnú DARTE GALLERY. DARTE organizuje každý štvrtrok aukcie v prenajatých priestoroch hotelov Yasmin a DoubleTree by Hilton v Košiciach. Raz ročne uskutočňuje aukciu aj v Bratislave a Prahe. Obrat spoločnosti vykazuje v ostatných rokoch klesajúcu tendenciu, z úrovne 147 696 EUR v roku 2012 na 102 122 EUR v roku 2014 (www.finstat.sk).

Galérie

Východoslovenská galéria Košice (Zriaďovateľ KSK)

Galéria dokumentujúca a prezentujúca diela všetkých disciplín výtvarného umenia domáceho a zahraničného pôvodu jednotlivých historických období a súčasnosti s osobitným zameraním na východoslovenský región a diela 19. a prvej polovice 20. storočia. V súčasnosti vlastní galéria viac ako 7 000 umeleckých diel z 19., 20. a 21. storočia. Ročne usporadúva okolo 40 výstav či už vo vlastných priestoroch, alebo v iných slovenských a zahraničných galériách.

Múzeum Vojtecha Löfflera Košice (Zriaďovateľ - Mestská časť Košice-Staré Mesto)

Múzeum zamerané na dokumentáciu a prezentáciu darovaného diela sochára Vojtecha Löfflera, ktorého život a tvorba sú úzko spojené s mestom Košice. Múzeum okrem diel Vojtecha Löfflera a jeho zbierok významných východoslovenských autorov prezentuje tiež tvorbu mladej umeleckej generácie a je súčasťou kultúrnej základne mesta Košice. Popri výstavnej činnosti múzeum organizuje tvorivé dielne s tematikou výtvarného umenia, besedy a priateľské stretnutia s umelcami, prezentácie kníh a večery hovoreného slova.

Galéria umelcov Spiša Spišská Nová Ves (Zriaďovateľ KSK)

Regionálna galéria dokumentujúca výtvarné umenie na Slovensku s osobitným zreteľom na historický región Spiša. Zbierkový fond tvorí 1672 kusov výtvarných artefaktov z oblasti maľby, grafiky, ilustrácie, fotografie a sochárskej tvorby. Popri zberateľskej, vedeckovýskumnej a kultúrno-vzdelávacej činnosti galérie sú dôležitou oblasťou jej pôsobenia prezentačné aktivity. Vo výstavných priestoroch galérie sa vystrieda každoročne okolo dvadsaťpäť výstav domácich, ale i zahraničných autorov.

Kunsthalle/Hala umenia Košice

Najnovším významným hráčom je Kunsthalle (www.huk.sk) v Košiciach (v správe mesta Košice), sprístupnená v rámci EHMK Košice 2013. Zo schátratej budovy starej krytej plavárne na Rumanovej ulici vyrástol jedinečný polyfunkčný priestor určený súčasnému umeniu. Slúži predovšetkým na prezentáciu súčasného vizuálneho umenia domácich a zahraničných umelcov.

Kulturpark Košice – K13 (v správe mesta Kosice)

Z armádneho priestoru vznikla kreatívna mestská štvrť plná života v rámci EHMK2013. Nový kultúrny stánok v Košiciach ponúka príležitosti na stretávanie sa, kreatívnu tvorbu a prezentáciu rôznych žánrov moderného umenia. V priestoroch Kulturparku ale aj SPOT-ov (centier komunitného umenia) sú organizované rôzne dočasné výstavy.

V danom regióne boli niektoré galérie začlenené do iných kultúrnych organizácií. Mohli by sme spomenúť napríklad **Galériu Zemplínskeho osvetového strediska** v Michalovciach (Zriaďovateľ KSK), alebo **Galériu baníckeho múzea** v Rožňave (Zriaďovateľ KSK) s expozíciou zameranou na prezentáciu vlastných a prevzatých výstav výtvarného umenia.

V Košickom regióne okrem vyššie uvedených verejných galérií existuje mnoho iných súkromných galérií. Kompletný prehľad nie je k dispozícii. Tieto súkromné galérie sa venujú predovšetkým prezentácii diel za účelom ich predaja. Svoju ponuku okrem kamenných galérií prezentujú aj prostredníctvom e-shopov. Niektoré z významných galérií, ktoré možno uviesť za Košický kraj:

Mihal Gallery Košice

Súkromná galéria diel Andyho Warhola bola otvorený v roku 2010 v tematickom pop-artovom hoteli Muza v Košiciach. Medzi 25 diel patrí aj unikátna Marilyn Monroe. Ide o nepublikované dielo, ktoré vyrobil Warhol ešte ručne. Priestor galérie je možné prenajať na akcie a komerčné aktivity.

DIG gallery – Košice

Projekt DIG gallery (www.diggallery.sk) bol založený v roku 2012 ako špecifický model galérie s otvoreným zdrojom. Ide o alternatívnu prezentačnú platformu pre súčasné formy digitálneho a mediálneho umenia. Aktivity DIG gallery sú zamerané na mapovanie a popularizáciu tejto oblasti, rozvoj lokálnej a medzinárodnej konektivity, podporu umeleckej praxe a všeobecnej kreativity. DIG gallery spolupracuje s viacerými inštitúciami a nezávislými iniciatívami v rámci interdisciplinárneho výskumu, alternatívnej edukácie a partnerských sietí.

DIELO plus - Valéria Sabolová (Košice)

Súkromná predajná galéria DIELO plus vznikla v máji 2005(www.dieloplus.sk). Hlavnou náplňou je predaj umeleckých diel strednej a mladšej generácie výtvarných umelcov. Galériu DIELO plus prevádzkuje firma ArtDesign s.r.o.

Galéria Dielo - Michalovce

Galéria Dielo (www.galeriadielo.sk) je aktívna na trhu s umením od roku 1990. Galéria Dielo Michalovce vyberá umelecké artefakty priamo v ateliéroch umelcov a ponúka ich on-line. Priemerný obrat spoločnosti za posledné 4 roky (2011-2014) bol 27 296 EUR ročne (www.finstat.sk).

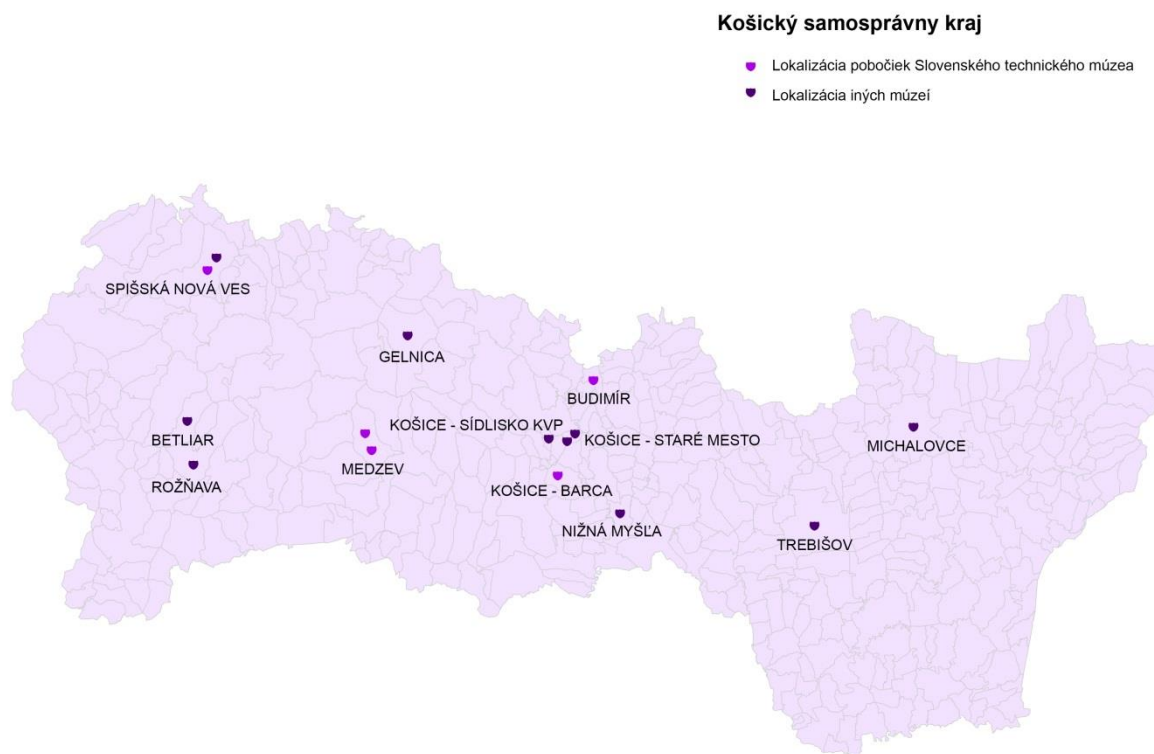
Kultúrne dedičstvo - Múzeá

Za kultúrne dedičstvo sú považované inštitúcie, budovy, skupiny budov a lokality, ktoré majú výnimočnú hodnotu z hľadiska umenia, kultúry, dejín alebo vedy. Na úrovni Košického kraja môžeme hovoriť predovšetkým o činnostiach **múzeí a prevádzke kultúrnych pamiatok** alebo historických stavieb, ktoré spravujú mestá, obce a kraj. Okrem jednotlivých subjektov múzeí treba spomenúť množstvo historických pamiatok ako aj moderných architektonických objektov.

V Košickom kraji sa v r. 2014 nachádzalo 2 007 objektov nehnuteľných kultúrnych pamiatok, z ktorých takmer 40 % sa nachádza v meste Košice. Medzi najvýznamnejšie pamiatky patria napr. dóm sv. Alžbety v Košiciach, Hrad Krásna Hôrka, Kaštieľ v Betliari, Kláštor v Jasove, Turniansky hrad a ďalšie, hrady, kostoly, meštianske domy námestia a prvky drobnej architektúry.

Múzeá

Najdôležitejšie múzeá v Košickom kraji sú:



Zdroj: vlastné spracovania

Východoslovenské múzeum Košice (Zriaďovateľ KSK) - regionálne múzeum s krajskou pôsobnosťou so zameraním na históriu, dejiny umenia, umelecké remeslá, numizmatiku, etnografiu, prírodné vedy a reštaurovanie. Múzeum zaznamenalo 64 034 návštevníkov v roku 2013.

Slovenské technické múzeum (Zriaďovateľ: Ministerstvo kultúry SR)

Slovenské technické múzeum so sídlom v Košiciach je jediné múzeum technického zamerania na území Slovenska. Poskytuje pohľad do histórie a tradícií vedy a techniky. Slovenské technické múzeum predstavuje súbor technických orientovaných múzeí na celom Slovensku, medzi ktoré patrí aj Múzeum Dopravy v Bratislava.

V rámci EHMK Košice 2013 (financovaného z Regionálneho operačného programu) bolo zriadené VTC (vedecko-technické centrum pre deti a mládež), bolo otvorené 1.9.2013. Vedecko - technické centrum pre deti a mládež je určené predovšetkým školskej mládeži na doplnenie klasických vzdelávacích osnov základných a stredných škôl. Moderné interaktívne exponáty sú vhodné najmä pre žiakov 1. a 2. stupňa, ale rovnako aj študentom stredných škôl. 120 interaktívnych exponátov zábavno-náučnou formou prezentuje základy vedy a techniky.

V roku 2014 Slovenské technické múzeum prilákalo 13.543 návštevníkov, VTC ďalší 10.701 návštevníkov.

Slovenské technické múzeum má v košickom kraji nasledujúce pobočky:

Múzeum letectva, Kosice

Nachádza sa od roku 2002 v areáli Letiska Košice. Je to technické múzeum poskytujúce prehľad o technickom vývoji lietadiel, leteckých motorov, prístrojov a informácií súvisiacich s letectvom. Zdokumentovaný je vývoj letectva od prvých pokusov človeka dostať sa do vzduchu pomocou rôznych technických prostriedkov až po rozvoj kozmickej a raketovej techniky. Počet návštevníkov 6.222 (2014).

Kaštieľ v Budimíre

Historická budova s expozíciou historických hodín s vybranou kolekciám exponátov zo zbierkového fondu Slovenského technického múzea Východoslovenského múzea v Košiciach bola otvorená v roku 1990 po kompletnej rekonštrukcii. Počet návštevníkov 2,024 (2014).

Múzeum kinematografie rodiny Schusterovej, Medzev

Múzeum kinematografie rodiny Schusterovej. Po inventarizácii a dokumentácii zbierkových predmetov, ktoré do zbierkového fondu prijalo Slovenské technické múzeum, bolo Múzeum sprístupnené verejnosti od 1. novembra 2007 s celoročnou prevádzkou.

Počet návštevníkov 931 (2014).

História baníctva na Spiši

Expozícia zo zbierok Slovenského technického múzea v Multifunkčnom banícko-energetickom centre v Spišskej Novej Vsi, ktorého výstavba bola financovaná cez Program cezhraničnej

spolupráce Maďarská republika – Slovenská republika 2007 – 2013. Počet návštevníkov 2.982 (2014).

Hámor v Medzeve

Hámor STM, pôvodne tzv. Tischlerov hámor, predstavuje typ jednokladivového dvojohňového hámra. V roku 1967 bol odkúpený a rekonštruovaný Technickým múzeom Košice. Uchovaný bol svojím spôsobom ako živá technická pamiatka, múzejný doklad konštrukcie, stavby a technológie kovania železa. V roku 2010 bol objekt rekonštruovaný.

Múzeum a Kultúrne centrum južného Zemplína in Trebišov (Zriaďovateľ KSK) – regionálne múzeum dokumentujúce vývoj prírody a spoločnosti na území okresu Trebišov, so špecializáciou na dejiny poľnohospodárstva najmä tokajského vinohradníctva, výtvarné umenie a veterinárne lekárstvo na východnom Slovensku a na filumenistiku na Slovensku.

Banické múzeum v Rožňave (Zriaďovateľ KSK) - regionálne múzeum so zameraním na baníctvo a hutníctvo a na dokumentáciu výtvarného umenia na území Gemera.

Zemplínske múzeum Michalovce (Zriaďovateľ KSK) - regionálne múzeum dokumentujúce vývoj prírody, spoločnosti a umenia na území zemplínskeho regiónu so špecializáciou na ornitológiu, cirkevné dejiny a výtvarné umenie 19. storočia.

Múzeum Spiša v Spišskej Novej Vsi (Zriaďovateľ KSK) - regionálne múzeum so zameraním na spoločenské a prírodné vedy.

SNM - Múzeum Betliar v Betliari

Múzeum Betliar sídli v administratívnej budove pri kaštieli Andrásyovcov v rozľahlom historickom parku v Betliari. Špecializované umeleckohistorické múzeum patrí v súčasnosti k najvýznamnejším a zároveň najnavštevovanejším pamiatkam na území Slovenska. Je tvorené troma atraktívnymi expozíciami umiestnenými v pôvodných historických objektoch v kaštieli Betliar, na hrade Krásna Hôrka a v mauzóleu Dionýza a Františky Andrásyovcov v Krásnohorskom Podhradí.

Steelpark - zábavné technické centrum, Kosice (Zriaďovateľ mesto Kosice - K13) (www.steelpark.sk)

Hoci Steelpark nie je evidovaný medzi múzeami na Ministerstve kultúry Slovenskej republiky, Steelpark by malo byť považovaný za interaktívne múzeum. Steelpark sa nachádza v Kulturparku v Košiciach založenom v rámci projektu EHMK2013, a je výsledkom spolupráce spoločnosti U. S. Steel Košice, s.r.o. a troch vzdelávacích a vedeckých inštitúcií - Technickej univerzity v Košiciach, Univerzity P. J. Šafárika a Slovenskej akadémie vied. Expozícia ponúka návštevníkom aktívne hranie sa s vyše 50 exponátmi demonštrujúcich príbeh ocele, a to z oblasti hutníctva, geológie, fyziky, chémie, bezpečnosti, strojárstva a ďalších.

Výsledky kvalitatívneho prieskumu

Z kvalitatívnych rozhovorov a návštev niekoľkých múzeí a galérií po celom Košickom kraji vyplývajú nasledujúce postrehy:

Slabá spolupráca

Organizácie a inštitúcie (múzeá, galérie, knižnice a iné) fungujú vo veľkej miere ako samostatní poskytovatelia služieb. Komunikácia a spolupráca sa zdá byť na nízkej úrovni. Týka sa to najmä spolupráce medzi verejnými inštitúciami pod rôznymi zriaďovateľmi (štát, VÚC, obec) a medzi aktérmi z verejných inštitúcií a súkromnými organizáciami. Múzeá v pôsobnosti rôznych zriaďovateľov komunikujú a/alebo vzájomne spolupracujú sporadicky, a to aj keď sa nachádzajú v rovnakej obci. Spolupráca medzi kultúrnymi inštitúciami v rámci Košického samosprávneho kraja sa môže do menšej miery tiež považovať za slabú. Vzájomná spolupráca a interakcia sú realizované najmä na ad-hoc báze: v prípade, že je potrebné riešiť nejaký problém.

Spolupráca je najviditeľnejšia na platforme spolupráce v oblasti cestovného ruchu, sprostredkovanej združeniami pre cestovný ruch (OOCR). Mnohé kultúrne inštitúcie a organizácie však nie sú členmi týchto verejno-súkromných partnerstiev.

Veľmi podobne je na tom aj spolupráca medzi múzeami, univerzitami a školami, ktorá v praxi nefunguje tak, ako by mohla. Aj napriek deklarovanej spolupráci sa spolupráca týka predovšetkým odborného výskumu. Niektoré súkromné galérie aktívne spolupracujú s vysokými školami a študentmi pri tvorbe a prezentácii umenia.

Široká škála kvality prezentácie a jazykové bariéry

U jednotlivých aktérov existuje rozmanitá kvalita. Vo všeobecnosti sa zdá, že kultúrne inštitúcie v zriaďovateľskej pôsobnosti mesta Košice a súkromných subjektov uplatňujú modernejší spôsob prezentácie, zatiaľ čo kultúrne inštitúcie zriadené štátom a KSK sa zdajú byť v ich spôsobe prezentácie menej dynamické a staromódnejšie. Všeobecný spôsob prezentácie je možné opísať ako skôr pasívny: pozorovať artefakty a "nedotýkať sa".

Všeobecne povedané, mnoho expozícií a ešte viac výstav je prezentovaných len v slovenskom jazyku, dokonca ani nie v maďarskom jazyku, aj keď ide o susednú krajinu. Kontaktný personál nehovorí cudzími jazykmi. Jednotlivé významné subjekty nemajú dokonca ani cudzojazyčnú verziu svojich internetových stránok.

Interaktivita - nové technológie

Interaktívne prezentácie v múzeách s uplatnením nových médií a technológií sú skôr ojedinelé. Výnimkou z tohto pravidla je Steelpark v Košiciach. Galérie vyvinuli vo svojich prezentáciách väčšiu interaktivitu než múzeá, no medzi týmito inštitúciami je veľký rozdiel. Extrémnym príkladom aplikácie nových technológií je galéria DIG v Košiciach. Používanie nových technológií a digitalizácie v knižniciach neprebieha, pretože knižniciam chýba digitálna infraštruktúra a znalosti.

Investície do budov

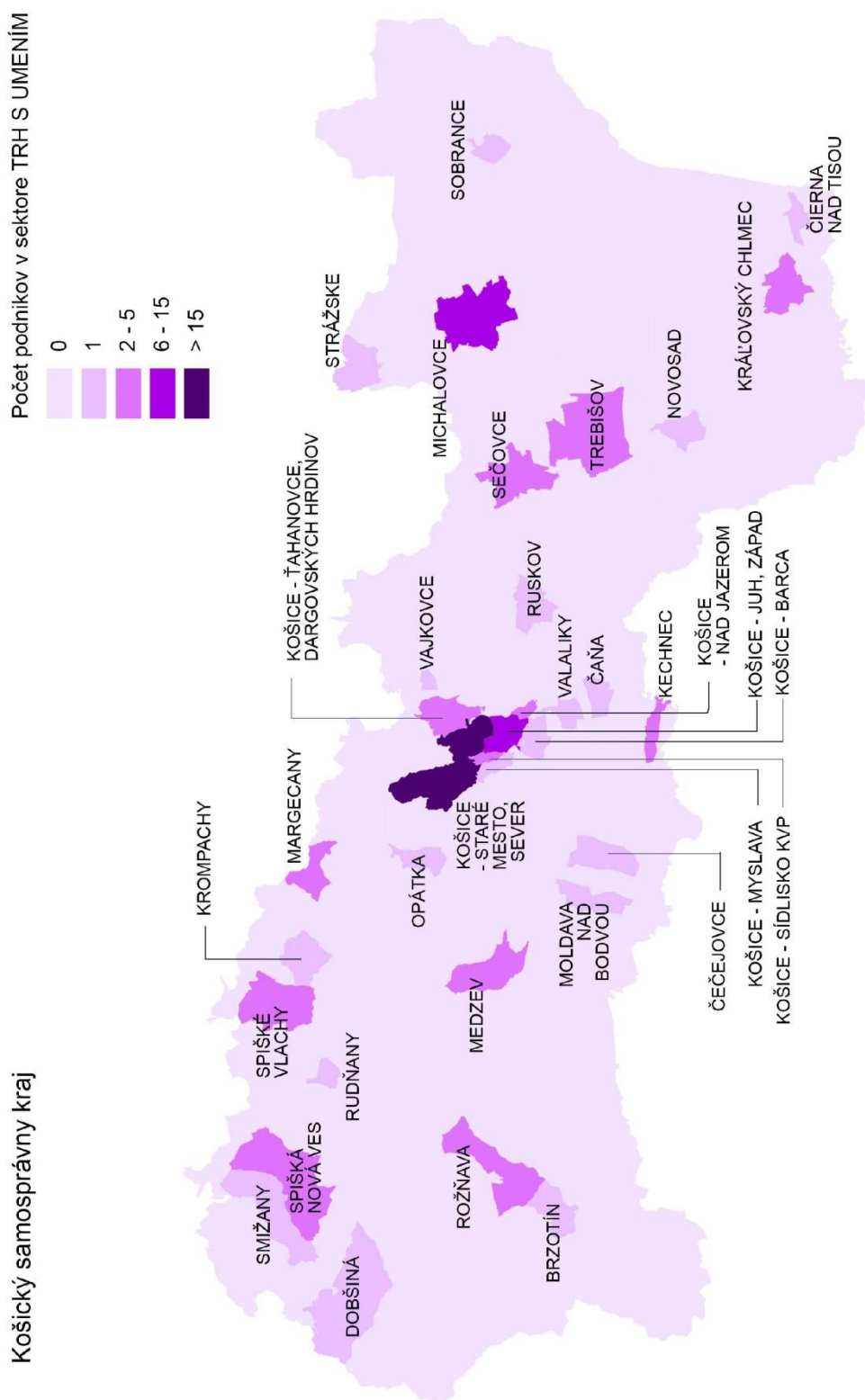
Mnohé z budov verejných kultúrnych inštitúcií prešli v ostatných rokoch renováciou a rekonštrukciou, pričom v súčasnej dobe je rekonštruovaných niekoľko ďalších budov. Projekt EHMK Košice 2013 mal pozitívny vplyv na množstvo tvrdých investícií nielen v meste Košice, ale profituje z neho aj región, do ktorého boli presunuté niektoré časti rozpočtu.

Slabý marketing a propagácia

Vzhľadom na slabú úroveň spolupráce medzi jednotlivými aktérmi sú výsledný marketing a prezentácia pomerne slabé. Každý zúčastnený subjekt realizuje marketing viac či menej samostatne. Je vidieť, že mesto Košice profitovalo z projektu EHMK 2013, keďže jeho aktéri boli združení pod jednu organizáciu (K13), ktorá realizuje marketing a propagáciu.

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie

Najvýraznejšia koncentrácia je v Košiciach (m. č. Staré mesto a Juh, Západ), ďalej v Michalovciach.



4. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIE

Umelecké diela a obchodovanie s nimi je podstatou trhu s umením. Vzdelávanie v tomto sektore pokrývajú umelecké stredné a vysoké školy zamerané na umenie a históriu ako také. Neexistujú však žiadne špecifické vzdelávacie programy, ktoré by sa zameriavali len na profesionálov pôsobiacich priamo na trhu s umením (manažéri, agenti, administrátori, licitátori). Podstatnú úlohu tu tak plnia absolventi odboru história a teórie umenia, ktorí neskôr pôsobia ako kurátori, historici alebo ako kvalifikovaní zamestnanci múzeí a galérií.

Študijný program História zastrešuje **Katedra histórie Filozofickej fakulty Univerzity Pavla Jozefa Šafárika** v Košiciach. Ide o magisterské štúdium, pričom absolventi sú pripravení pracovať ako kvalifikovaní odborníci, historici, v múzeách, knižniciach, galériách, vedeckých ústavoch SAV, resp. iných inštitúcií, v kultúrno-spoločenských zariadeniach, zameraných na organizačnú, propagačnú a osvetovú činnosť (agentúry, vydavateľstvá, fondy, spolky, domy kultúry). V akademickom roku 2015 / 2016 prijali celkovo 20 študentov na bakalársky aj magisterský stupeň štúdia.

Študijný program **Voľné výtvarné umenie sa študuje na Fakulte umenia Technickej univerzity** v Košiciach. Ide o 2.stupňové štúdium, ktoré zastrešujú katedry:

- Katedra teórie a dejín umenia
- Katedra výtvarných umení a intermédií

Súčasťou Katedry výtvarných umení a intermédií sú **ateliéry**, z ktorých si študent vyberá jeden ateliér na svoju študijnú profiláciu.

- Ateliér grafiky a experimentálnej tvorby
- Ateliér súčasného obrazu
- Ateliér slobodnej kreativity 3D
- Ateliér nových médií

V akademickom roku 2015 / 2016 na študijný program prijali na 1. stupeň štúdia (4 - ročné štúdium) - 16 študentov a na 2. stupeň štúdia (2 – ročné štúdium) - 12 študentov

Absolventi študijného programu sú schopní na profesionálnej úrovni definovať a riešiť výtvarné problémy, spolupracovať s ďalšími odborníkmi pri realizácii v architektúre, na trhu s umením a tak prispievať k formovaniu kultúrneho povedomia a k zvyšovaniu úrovne duchovnej a hmotnej výtvarnej kultúry predovšetkým v regióne východného Slovenska.

Okrem vysokoškolského a stredoškolského vzdelávania poskytujú vzdelávania v odvetví aj samotné múzeá a galérie. Východoslovenská galéria Košice organizuje pre pedagógov a ich študentov vzdelávacie aktivity spojené s prehliadkou konkrétnej výstavy spolu s výkladom lektorky a kreatívnym workshopom. Na workshope si študenti a pedagógovia vyskúšajú sami rôzne výtvarné techniky, s ktorými pracujú samotní umelci. Cieľom aktivít je podporiť rozvoj estetického cítenia a kreativity

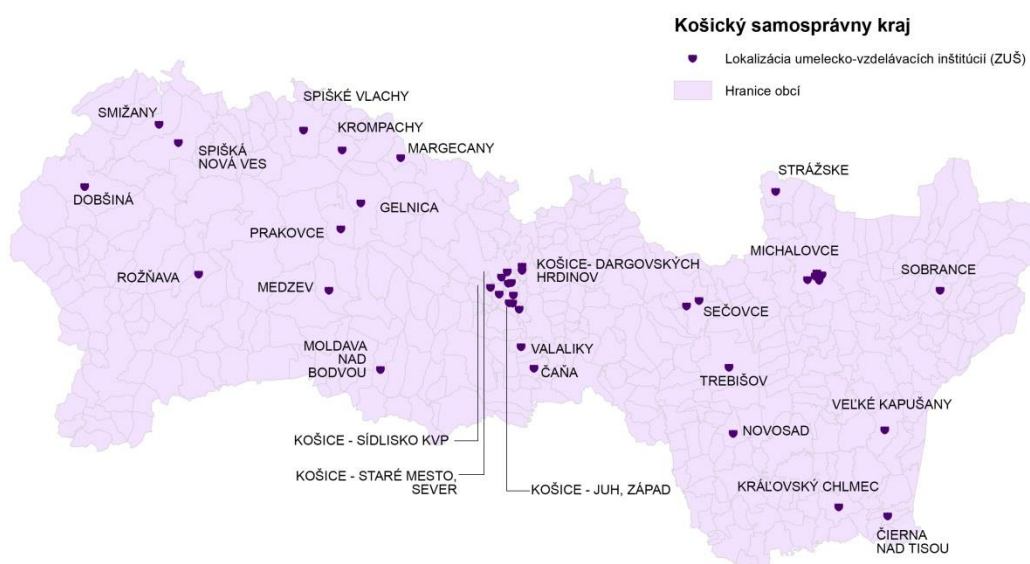
študentov a zároveň informovať inovatívnou formou zážitkového učenia o nových technikách moderného umenia. Okrem tejto aktivity organizuje rôzne workshopy, diskusie a tvorivé dielne.

Stredné školy

Zoznam stredných škôl podľa ich príloh je uvedený v prílohe č. 10 v hlavnom dokumente, avšak tu za zmienku určite stojí Škola úžitkového výtvarníctva v Košiciach, s jej zameraním s názvom Konzervátorstvo a reštaurátorstvo – maliarske techniky.

Základné umelecké školy

Takmer všetky ZUŠ v Košickom kraji ponúkajú v rámci svojej činnosti aj umeleckú tvorbu.



5. Financovanie a najlepšie osvedčené postupy

5.1 Financovanie

Priame príspevky z verejného rozpočtu

Sektor vizuálneho umenia je silne závislý na verejných zdrojoch. Mnoho inštitúcií a organizácií je financovaných priamo prostredníctvom štátneho rozpočtu, z rozpočtu samosprávneho kraja alebo obecných zdrojov.

Financovanie projektov z národných a medzinárodných zdrojov

Prehľad o najdôležitejších možnostiach financovania projektov vo všetkých oblastiach umenia a kultúry z národných a medzinárodných zdrojov:

Štrukturálne fondy EÚ 2014 - 2020

Najmä Integrovaný regionálny operačný program 2014-2020 (IROP) poskytuje možnosti pre budovanie tvorivých odvetví na Slovensku. Použitie týchto prostriedkov bude špecifikované v RIUS Košického regiónu a príslušnej programovej dokumentácii (Programový manuál, výzvy na podávanie žiadostí).

Dotačný systém Ministerstva kultúry Slovenskej republiky 2015

Dotačný program z Ministerstva Kultúry je mechanizmus určený pre niektoré kategórie (www.culture.gov.sk/podpora-projektov-dotacie/dotacie/dotacie-2015-2c5.html). Pre roku 2015 je definovaných nasledovných 8 dotačných programov, okrem iného: Obnovme si svoj dom (účel: ochrana, obnova a rozvoj kultúrneho dedičstva); Kultúrne aktivity v oblasti pamäťových inštitúcií (účel: ochrana, obnova a rozvoj kultúrneho dedičstva); Európske hlavné mesto kultúry 2013 – Košice (účel: čiastkové projekty súvisiace s projektom Európske hlavné mesto kultúry 2013); Umenie (účel: tvorba a šírenie umeleckých diel a ich reflexií; vzdelávací program v kultúre); Pro Slovakia (účel: podpora medzinárodnej spolupráce v oblasti kultúry; podpora projektu, na ktorého realizáciu získal žiadateľ grant z Európskej únie, prostredníctvom programu vytvoreného Európskou úniou pre kultúrne odvetvia a kultúrne subjekty, ak takýto projekt prispieva k praktickej realizácii cieľov Európskej únie vo vzťahu k Slovenskej republike); Kultúra znevýhodnených skupín (účel: kultúrna aktivita zdravotne postihnutých alebo inak znevýhodnených skupín obyvateľstva); Nehmotné kultúrne dedičstvo a kultúrno-osvetová činnosť (účel: kultúrna tvorivosť a voľno časová kultúrna aktivita; vzdelávací program v kultúre); Kultúrne poukazy (účel: sprístupňovanie kultúrnych hodnôt žiakom základných škôl, žiakom stredných škôl a pedagogickým zamestnancom základných škôl a stredných škôl).

Fond na podporu umenia

Fond nahradí podstatnú časť súčasného dotačného systému ministerstva kultúry. Pod správou ministerstva kultúry by po zriadení fondu malo ostať poskytovanie dotácií na ochranu, obnovu a rozvoj kultúrneho dedičstva, keďže spôsob politiky a podpory ochrany kultúrneho dedičstva a profesionálne zázemie potrebné na ich rozvoj je odlišné od oblasti tzv. živého umenia. Pod správou ministerstva kultúry naďalej ostane aj podpora kultúry znevýhodnených skupín obyvateľstva a kultúrne poukazy. Na fond by sa mala presunúť podpora tvorby a šírenia umeleckých diel a ich reflexií. Fond bude podporovať aj projekty z oblasti kreatívneho priemyslu.

S cieľom vytvorenia Fondu na podporu umenia pripravilo Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky návrh zákona o Fonde na podporu umenia, a ktorý dňa 14. mája 2014 schválila vláda Slovenskej republiky. Hlavným zdrojom financovania fondu budú v zmysle návrhu zákona príspevky zo štátneho rozpočtu, ktoré budú fondu poskytované z rozpočtovej kapitoly ministerstva kultúry.

Program Kreatívna Európa 2014 - 2020

Program Kreatívna Európa (www.cedslovakia.eu) sa začal realizovať v roku 2014 a vznikol zlúčením dvoch samostatných programov Kultúra a MEDIA (spolu s MEDIA Mundus) a nadväzuje tak na program MEDIA, ktorý vznikol v roku 1991 pod názvom MEDIA I, v rokoch 1996 - 2000 bol realizovaný ako program MEDIA II, v rokoch 2001 - 2006 ako program MEDIA Plus a MEDIA Training a v rokoch 2007 - 2013 ako program MEDIA 2007. Ide o najväčší svetový podporný program a jeho rozpočet na roky 2014 až 2020 je 1,46 miliardy EUR.

Medzinárodný vyšehradský fond (International Visegrad Fund)

Medzinárodný vyšehradský fond (www.visegradfund.org) je medzinárodná organizácia so sídlom v Bratislave. Jeho hlavným cieľom je podpora užšej spolupráce medzi krajinami V4 cez spoločné kultúrne, vedecké a vzdelávacie projekty, výmenné pobyty mládeže, cezhraničnú spoluprácu a podporu turizmu. Na podporu umenia a kultúry slúžia grantové programy a rezidenčný program pre umelcov.

Európa pre občanov 2014 - 2020

Program EÚ (komunitárny program) "Európa pre občanov 2014 - 2020" (www.europapreobcanov.sk) financuje iniciatívy na podporu spoločnej európskej pamäte a aktívneho občianstva na úrovni EÚ. Miestne a regionálne orgány, mimovládne organizácie, vzdelávacie, výskumné, kultúrne a mládežnícke inštitúcie môžu získať podporu na diskusné podujatia, konferencie, workshopy, umelecké dielne, športové podujatia, štúdie a iné občianske aktivity rôznorodého charakteru.

Nórsky finančný mechanizmus a finančný mechanizmus EHP

Finančný mechanizmus Európskeho hospodárskeho priestoru a Nórsky finančný mechanizmus (www.eeagrants.sk) predstavujú príspevky prispievateľských krajín, t.j. Nórska, Islandu a Lichtenštajnska viacerým členským štátom Európskej únie. Program sa rozdeľuje medzi deväť programov okrem iného pre ochranu a revitalizáciu kultúrneho a prírodného dedičstva a podpora diverzity v kultúre a umení v rámci európskeho kultúrneho dedičstva, ako aj cezhraničná spolupráca, štipendijný program, a fond pre mimovládne organizácie.

Existujú tiež rôzne ďalšie medzinárodné a národné programy a nadácie, ktoré poskytujú finančné zdroje pre vizuálne umenie ako napríklad:

- Európska kultúrna nadácia (European Cultural Foundation - ECF) (www.culturalfoundation.eu);
- Nadácia Anna Lindh (www.annalindhfoundation.org);
- Nadácia Orange (www.nadaciaorange.sk);
- Nadácia VÚB (www.nadaciavub.sk);

Košice - Program Escalator

Program Escalator bol nový špecifický program pre podporu kreatívnej ekonomiky a rozvoj talentov v meste Košice. Jedinečný intenzívny rozvojový a vzdelávací program zameraný na budovanie kapacít v kultúrnom a kreatívnom sektore ponúka na mieru pripravený rozvojový program pre vybrané subjekty a individuálnych umelcov, ktorí pracujú v kreatívnom priemysle. Týmto subjektom ponúklo rady pre rozširovanie pôsobenia, nové skúsenosti, prax, zručnosti, kariéru a pomoc pri medzinárodnej spolupráci.

Privátne zdroje – sponzoring / dary

Istú možnosť získavania finančnej podpory je aj súkromný sektor, a to napríklad formou sponzoringu alebo spolupráce škôl s komerčnými subjektmi.

Knižnice

Financovanie knižníc je hlavne z verejných zdrojov: štát, kraj, mesto v závislosti od zriaďovateľa. Knižničný fond je tiež dôležitý zdroj financií pre knižnice.

5.2 Najlepšie osvedčené postupy

Príklad

NICHE Art and Architecture Tours Berlin - prehliadky umenia a architektúry v Berlíne

Stručný opis

NICHE Berlín ponúka súkromné personalizované prehliadky za umením a architektúrou, vďaka ktorým ľudia objavia najnovšie umelecké tendencie Berlína, najnovšie centrá kultúrno-umeleckého života, ako aj umelcov v zákulisí. Spoločnosť je iniciatívou troch žien s praxou konzervovania pamiatok a v oblasti dejín umenia. NICHE Berlín dokáže prostredníctvom odborného tímu v teréne prepojiť milovníkov umenia a architektúry s inovatívnymi architektonickými skvostmi mesta, ktoré sa nedajú tak ľahko nájsť, ako aj experimentálne vznikajúce umelecké priestory.

NICHE Berlín ponúka skupinové (pre školy aj firmy) a súkromné prehliadky, ale aj svoje odborné znalosti spoločnostiam a zberateľom, ktorí chcú preniknúť do berlínskej scény súčasného umenia. Okrem príjmov z prehliadok a poradenstva (podieľali sa na virtuálnej prehliadke architektúry NDR

spoločnosti Nokia) získavajú finančnú podporu od partnerov, vrátane umeleckých inštitúcií a kreatívnych priestorov.

Východisková situácia

Kreatívny priemysel v Berlíne je taký veľký, aký len môže byť. Berlín je príťažlivý a inovatívny, pričom láka obrovské tvorivé davy zo všetkých odvetví. Práve preto sa individuálni, experimentálni a vychádzajúci ľahko prehliadnu, napriek dobre zavedenej politike mesta v oblasti kreatívnych priemyslov. Táto iniciatíva otvára túto neobjavenú scenériu pre verejnosť.

Prenosné prvky úspechu

NICHE Berlín je nezávislá súkromná iniciatíva s inteligentným a zaujímavým receptom pre iné mestá. Iniciatíva otvára nevšedné pohľady na mesto prostredníctvom organizovania špecializovaných prehliadok. Zviditeľňuje mesto a jeho tvorivý potenciál a zároveň ponúka turistom osobnú skúsenosť.

Viac informácií

<http://nicheberlin.de/#/niche>

6. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • EHMK 2013 • Fondy a programy na podporu umelcov (Escalator) • Rozmanitosť výtvarného umenia • Kultúrne dedičstvo • V posledných rokoch početné investície do stavieb a techniky • Zvyšovanie povedomia o umení a kultúre • Nové umelecké iniciatívy nadšenými a dynamickými ľuďmi • Medzinárodné skúsenosti a projekty • Široká sieť ZUŠ • Multifunkčne kulturne a kreatívna centra ako Kulturpark a Tabacka 	<ul style="list-style-type: none"> • Slabá sociálno-hospodárska situácia • Slabá spolupráca medzi organizáciami a inštitúciami • Deklarovaná politická podpora nie je transformovaná do praxe • Umelci nie sú organizovaní • Manažérske zručnosti • Nízke mzdy • Marketing umenia • Prezentácia umenia • Absencia prepojenia vzdelávania a umenia • Vysoká miera závislosti na verejných financiách
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> • Nová kultúrna stratégia • Nové programy financovania (EÚ, iné) • Efekt "preliatia" do ďalších hospodárskych odvetví (ako cestovný ruch) • Nové technológie 	<ul style="list-style-type: none"> • Trvalá udržateľnosť organizácie • Škrty v rozpočtoch verejného financovania • Únik mozgov z Košického kraja • Chýba dôvera • Chýba zmysel pre zmeny

4. Časť: Scénické umenia

Obsah

1. STAV ODVETVIA.....	130
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	130
1.1.1 Bližší pohľad na európske scénické umenia	130
1.1.2 Typický podnikateľský model	131
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	132
1.2.1 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	140
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI.....	155
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	155
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	157
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie.....	163
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIE.....	164
4. Financovanie a najlepšie osvedčené postupy	167
4.1 Financovanie.....	167
4.2 Najlepšie osvedčené postupy v oblasti scénického umenia.....	169
5. SWOT	171

1. STAV ODVETVIA

1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

Globálna perspektíva

Scénické umenie zahŕňa všetky druhy javiskových umeleckých prejavov pre publikum, ako je tanec (klasický a moderný), divadlo, vrátane opery, živá hudba a ďalšie druhy kultúrno-zábavných predstavení ako je cirkusové umenie, bábkarstvo. Scénické umenie je dôležitým odvetvím kreatívneho priemyslu najmä pre jeho interakciu s inými tvorivými činnosťami ako je hudba, vysielanie, nové médiá, atď. Scénické umenie je veľmi dôležitou hnacou silou odvodených iniciatív v odvetví cestovného ruchu a voľnočasových aktivít, pričom obohacuje dovolenkové a voľnočasové aktivity a láka do konkrétnej destinácie mnohých návštevníkov. Hudba ako súčasť scénického umenia v zmysle živých predstavení a koncertov má nielen veľkú kultúrnu a zábavnú hodnotu, ale taktiež zohráva významnú úlohu v globálnom obchode a podnikaní. Miestna hudba dokáže vďaka novým digitálnym technológiám a médiám dosiahnuť globálne publikum.

Scénické umenie je vo všeobecnosti charakterizované ako neziskové odvetvie, závislé od dotovania činností a prevádzky. Vzhľadom na globálnu finančnú krízu odvetvie scénického umenia čelí škrtom verejného financovania. Odvetvie scénického umenia bolo nútené stať sa inovatívnejším pri získavaní dodatočných finančných prostriedkov a príjmov. V celosvetovom meradle vykazuje scénické umenie nadpriemernú rýchlosť rastu v porovnaní s ostatnými tvorivými odvetviami, najmä pokiaľ ide o vývoz (UNCTAD, 2013). Na globálnej úrovni sa živé koncerty a hudobné festivaly podieľajú viac než jednou tretinou príjmov scénických umení, pričom v nasledujúcich rokoch sa očakáva ďalší rast.

1.1.1 Bližší pohľad na európske scénické umenia

Európska perspektíva

V EÚ je odvetvie scénických umení najväčším zamestnávateľom v rámci tvorivých odvetví s odhadovaným počtom viac ako 1,2 milióna pracovných miest. Odvetvie je charakterizované pracovnou náročnosťou, keďže vyše tri štvrtiny týchto pracovných miest sú tvoriaci a výkonní umelci, kým zvyšnú časť tvoria najviac technici, po nich nasleduje príprava lokality a organizácia.

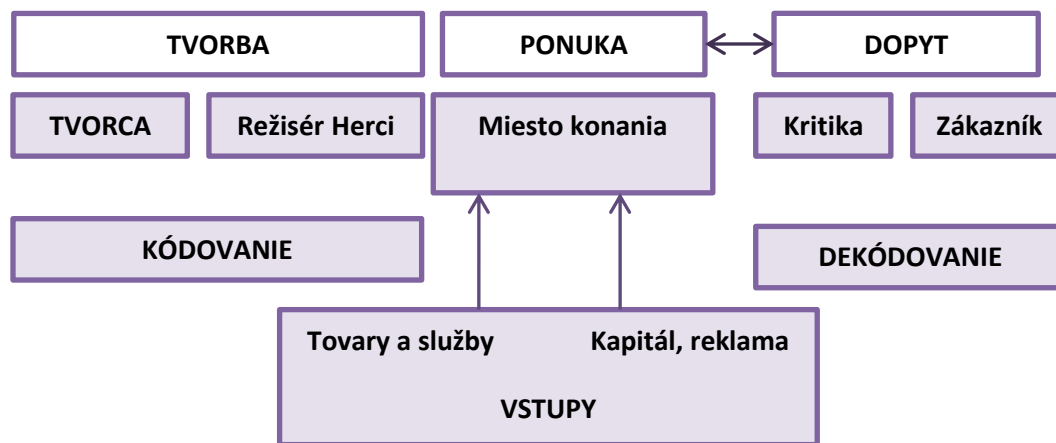
Veľké hudobné festivaly sa za mnohé roky tešia rastúcej popularite a početným návštevníkom. Príkladmi najvýznamnejších festivalov v Európe sú Donauinselfest vo Viedni s novým rekordom 3,3 milióna návštevníkov v roku 2015 počas 3 dní festivalu, festival Sziget v Maďarsku s vyše 410 000 účastníkmi v roku 2014, Przystanek Woodstock Festival v Poľsku s približne 750 000 účastníkmi v roku 2014. Festivalový trhu čelí čoraz väčšej konkurencii a zvyšuje sa jeho kvalita, ale aj špecializácia festivalov (pod holým nebom). Pri príprave týchto podujatí zohrávajú významnú úlohu sociálne médiá a digitalizácia. V Spojenom kráľovstve je na vzostupe hudobný cestovný ruch, pričom na živé koncerty a festivaly v roku 2014 pricestovalo 9,5 milióna turistov (Leisure Media Report, July 9, 2015), ktorí

vygenerovali príjmy 3,1 miliardy libier (nárast o 39 % medzi rokmi 2011 až 2014, očakáva sa ďalší rast) a zvýšili zamestnanosť (od roku 2012 nárast o 57 %).

Podľa Eurobarometra medzi rokmi 2007 a 2013 klesol počet návštevníkov divadiel a koncertných sál, čo pravdepodobne súviselo s tlak na rozpočty domácností po prepuknutí finančnej krízy. Popredné európske divadlá a národne a medzinárodne uznávané opery vykazujú ďalší nárast.

1.1.2 Typický podnikateľský model

Model podnikania scénických umení ako model hodnotového reťazca by mohol byť prezentovaný zjednodušeným spôsobom nasledovne:



Zdroj inšpirácie: Brecknock (2004)

Tvorca scénického umenia (napríklad skladateľ) stojí na začiatku procesu. Tvorba tvorcov je interpretovaná, formovaná a doladovaná podľa umeleckého riaditeľa s umelcami. Kontakt so spotrebiteľmi nastáva v momente, keď umelci na javisku alebo na akomkoľvek mieste konania odovzdajú výtvor publiku a kritike. Úspech umenia možno nájsť v dokonalosti tvorcu alebo neskôr pri odovzdaní jeho diela účinkujúcimi alebo spôsobe alebo mieste, kde sa koná predstavenie.

Hoci tento zjednodušený proces bol narušený novým vývojom v odvetví scénických umení, a to najmä v modernom umení, spotrebiteľia a kritici už môžu zasiahnuť oveľa skôr v procese ovplyvňovania a spolupracovať s tvorcami a účinkujúcimi a prostredníctvom dialógov môže byť vytvorená pridaná hodnota.

Divadlá

Divadelné predstavenia sa konajú v divadlách, ale aj mimo nich, na divadelných festivalov.

Čo sa týka organizácie a financovania, štruktúra divadelného segmentu na Slovensku sa dá rozdeliť zhruba do 2 častí, (i) divadlá zriadené štátnom, regionálnou samosprávou a miestnou samosprávou, a (ii) divadlá s iným právnym postavením (súkromné divadlá).

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

Divadlá

Štátne divadlá

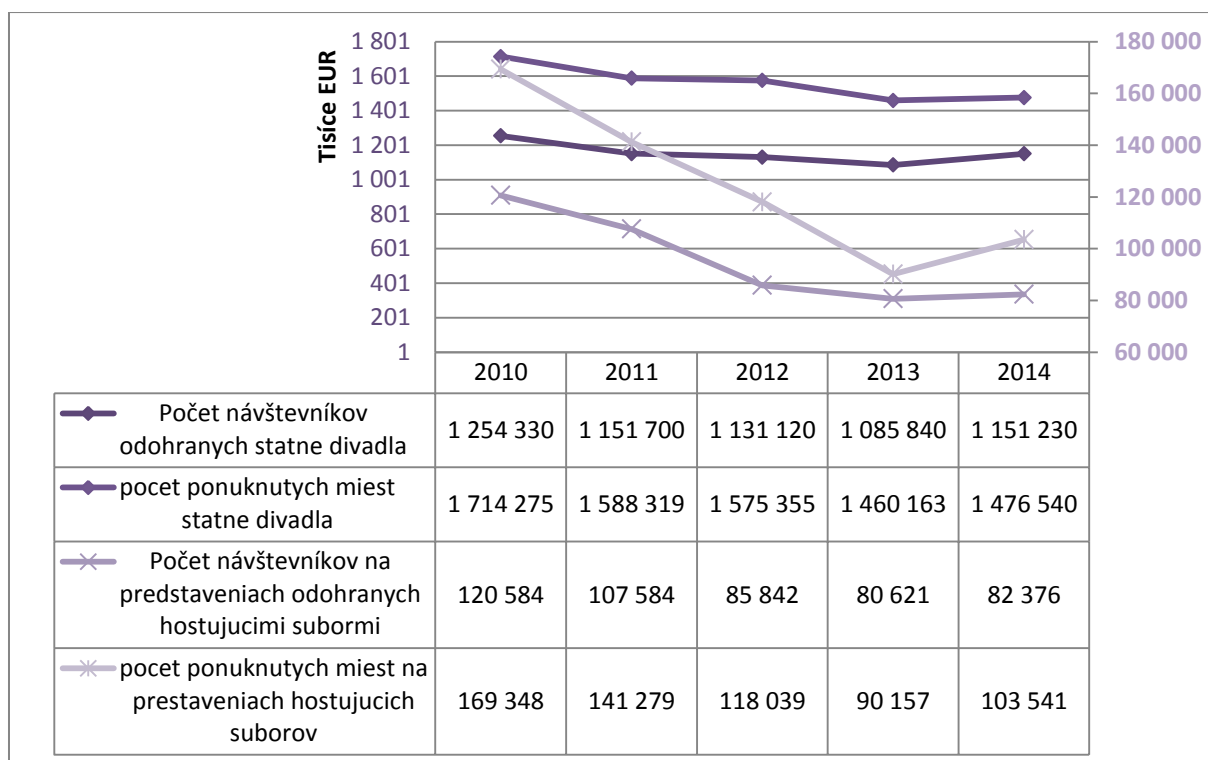
V roku 2014 bolo registrovaných 28 divadiel v zriaďovateľskej pôsobnosti štátu alebo samosprávy. Sú financované priamo ich zriaďovateľom. Z trhového hľadiska sú vstupenky vo veľkej miere financované z verejných peňazí, keďže rôzne druhy scénického umenia ako napríklad opera (činohra) kladú vysoké nároky na výrobu. Najprestížnejšie divadlá generujúce najvyššiu kvalitu a kultúrne hodnoty sú priamo financované štátom (Ministerstvom kultúry). V rámci procesu decentralizácie štátnej správy prešla väčšina divadiel pod samosprávy, hlavne do pôsobnosti regionálnej samosprávy a niekoľko z nich pod miestnu samosprávu.

28 profesionálnych štátnych divadiel má spolu 34 súborov, z ktorých je 20 činoherných, 5 bábkových, 3 operné, 2 baletné, 2 tanečné a 2 iné. V rokoch 2014 divadlá zamestnávali 2535 ľudí, ďalších 1905 ľudí pracovalo na základe dohody.

37 % z celkového počtu 625 inscenácií štátnych divadiel bolo z vlastnej produkcie (2014), čo predstavuje mierny nárast v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi (32% v roku 2013 a 29% v 2012).

Divadelné predstavenia slovenských štátnych divadiel navštívilo spolu 1 151 230 osôb, ktorí využili 78 % ponúkanej kapacity miest, ide o pomerne stabilný trend v posledných piatich rokoch, zatiaľ čo počet návštevníkov predstavení hosťujúcich súborov počas tohto obdobia klesal.

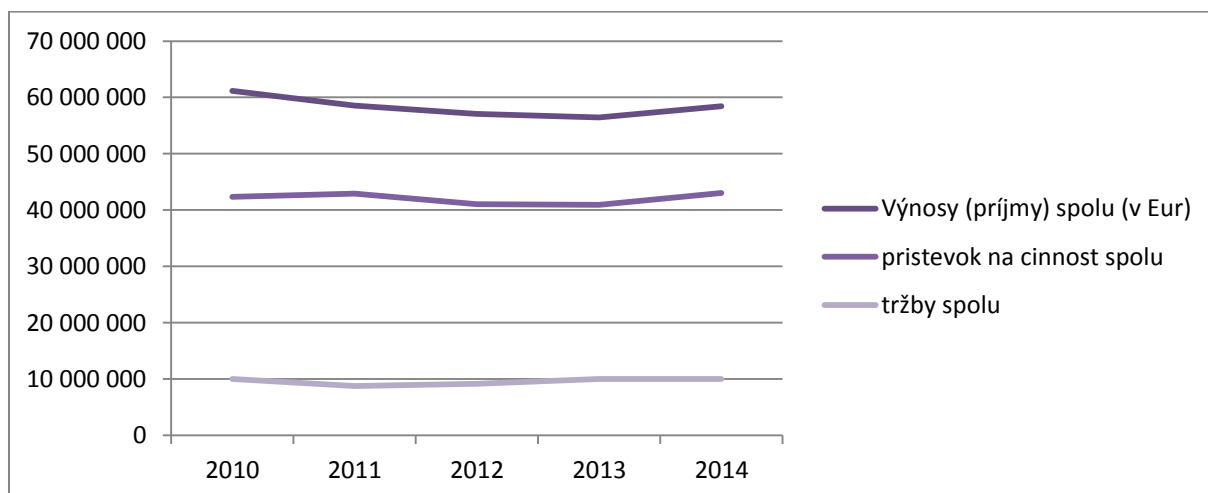
Graf č. 1:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Celkové príjmy štátnych divadiel v roku 2014 bol spolu vyše 58 miliónov eur (v porovnaní s vyše 61 miliónmi eur v 2011), z čoho takmer tri štvrtiny tvoria príspevky z rozpočtov štátu a samosprávy, pričom asi 17 % tvorili príjmy zo vstupného, nájomného a odohraných predstavení.

Graf č. 2:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Súkromné divadlá

Súkromné divadlá fungujú najmä ako neziskové organizácie, no niektoré majú aj právnu formu súkromnej spoločnosti (s.r.o.). Túto skupinu je možné rozdeliť na divadlá s vlastnou scénou alebo budovou a na divadlá, ktoré nemajú vlastnú základňu a hrajú predstavenia na rôznych miestach na základe rezervácie. Táto skupina divadiel získava príjmy z verejných finančných zdrojov (hlavne z dotačného systému Ministerstva kultúry), z predaja vstupeniek a ostatných činností (ponuka jedla a nápojov, suvenírov atď.).

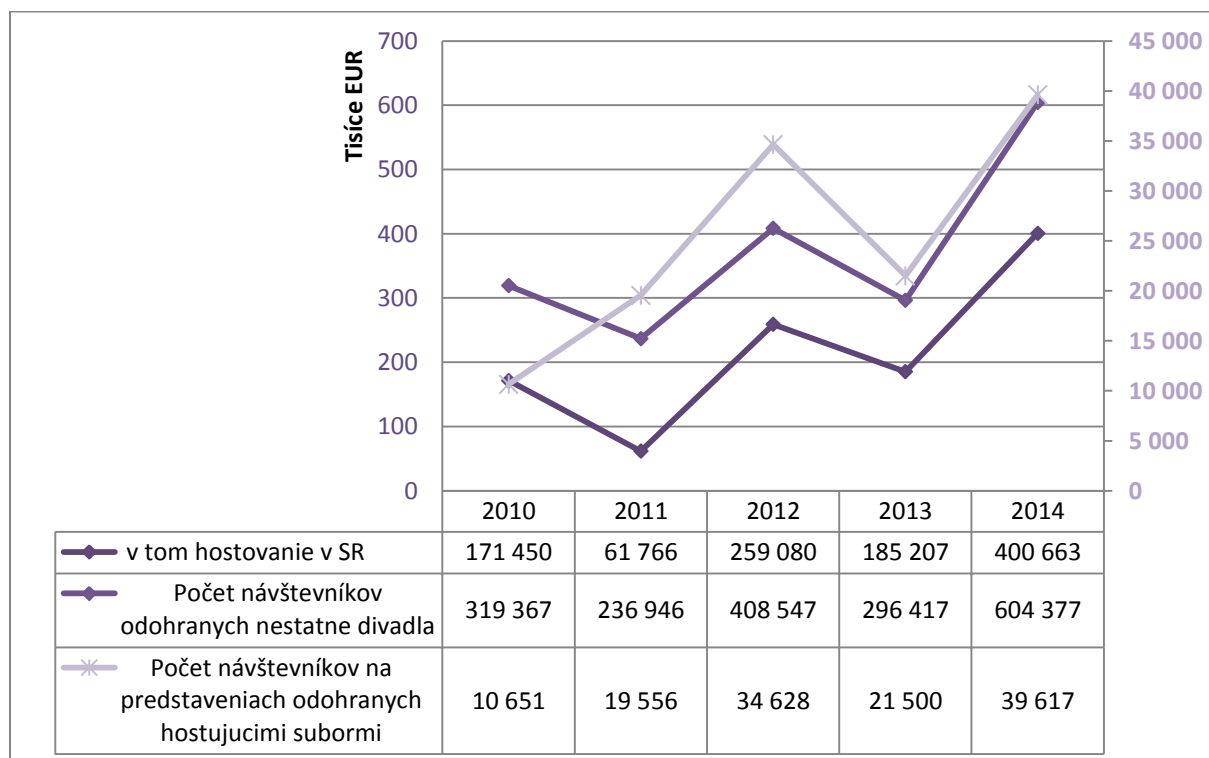
Táto skupina divadiel je dynamickejšia, nakoľko sú zriaďované nové divadlá, pričom iné zas odchádzajú z trhu. Táto dynamika sa týka najmä hospodárskej komplexnosti dosahovania trvalej udržateľnosti činnosti.

V roku 2014 Ministerstvo kultúry evidovalo na Slovensku 49 neštátnych divadiel so 62 súbormi (36 činoherných, 11 bábkových, 4 tanečné, 4 multikultúrne, 1 muzikálový, 6 iných). Využívali 55 divadelných priestorov, ktoré si väčšinou na svoje predstavenia prenajímali. V roku 2014 bolo vo vlastníctve 8 divadelných scén.

V porovnaní so štátnymi divadlami pracuje väčšina ľudí v neštátnych divadlách na základe externej spolupráce; v roku 2014 bolo evidovaných 512 osôb pracujúcich na základe externej zmluvy a 78 interných zamestnancov.

65% z celkového počtu 479 inscenácií súkromných divadiel bolo z vlastnej produkcie. V roku 2013 bol tento podiel dokonca 84%, ale počet inscenácií nebol ani polovičný v porovnaní s rokom 2014 (204 inscenácií). V priemere pôvodná tvorba vykazuje rovnaké zastúpenie v rokoch 2010 až 2012 ako v roku 2014.

Graf č. 3:

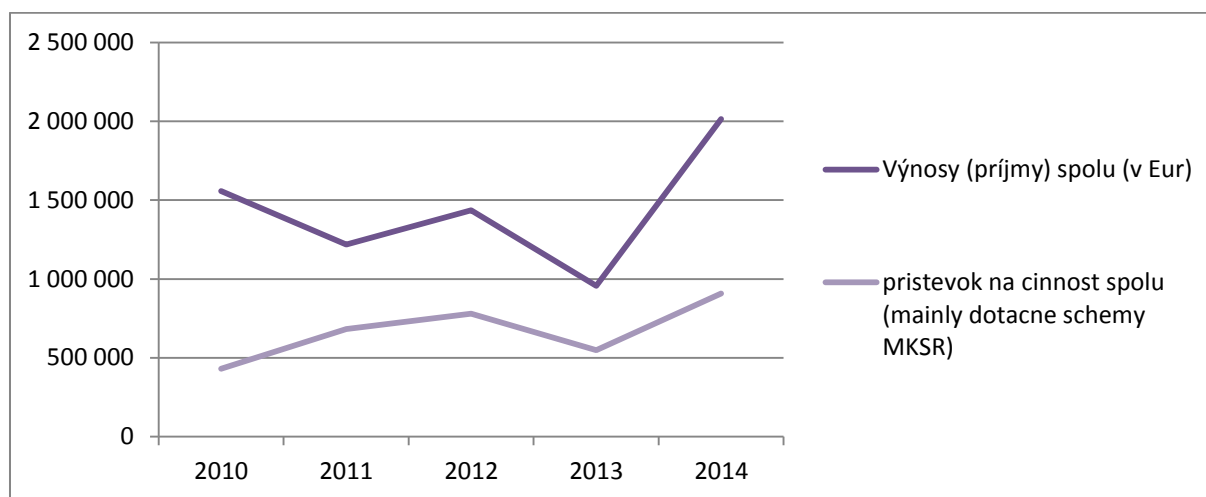


Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Ďalším pozoruhodným rozdielom v porovnaní so štátnymi divadlami je, že neštátne divadlá odohrajú väčšinu predstavení mimo svojej domovskej základne (takmer 2/3 z celkového počtu predstavení v roku 2014, 62% v 2013, a 63% v 2012), zatiaľ čo štátne divadlá odohrali približne 2/3 svojich predstavení doma.

Príjmy neštátnych divadiel vykazujú kombináciu zdrojov príjmov. Najväčší podiel príjmov (45 % v roku 2014) však predstavovalo štátne financovanie, prevažne na základe získania financií z dotačných schém Ministerstva kultúry SR. Takmer 20 % príjmov pochádzalo z grantov zo zahraničia, po čom nasledovalo takmer 14 % z darov a sponzorských príspevkov. Zvyšné príjmy pochádzajú z predaja lístkov, ale aj z iných druhov príjmov, ako sú ostatné služby, napríklad predaj nápojov. V porovnaní s predchádzajúcimi rokmi sa príspevok ako časť celkových príjmov znížil (na rozdiel od roku 2010).

Graf č. 4:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Divadelné festivaly

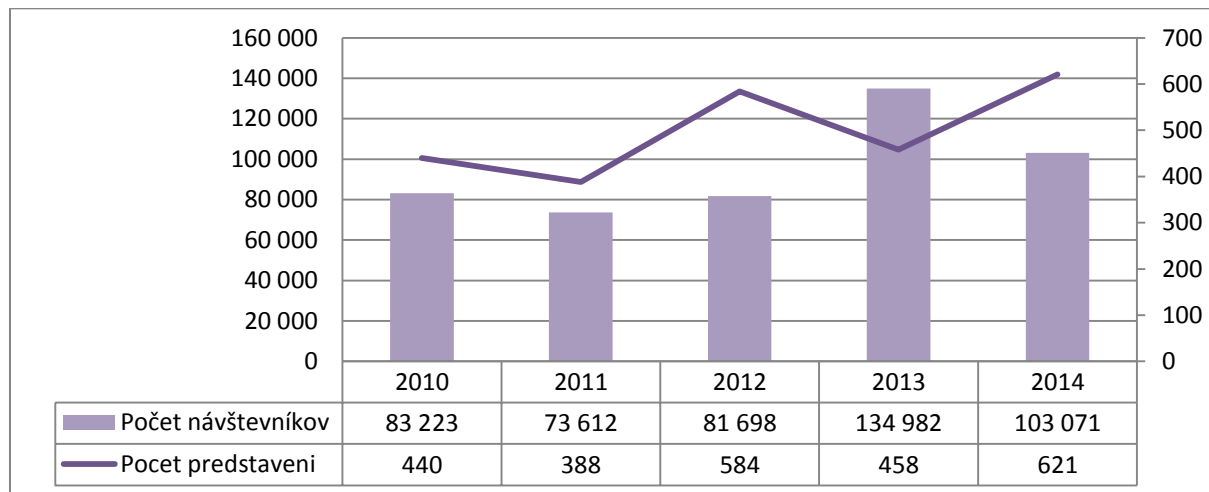
Súčasťou kultúrnych festivalov sú divadelné festivaly, ktoré sa organizujú po celom Slovensku. Divadelné festivaly v mnohých prípadoch ponúkajú divákovi nielen divadelné predstavenia, ale aj ďalšie kultúrne a hudobné predstavenia. Niektoré z nich si časom vybudovali svoju tradíciu. Festivaly získavajú na popularite najmä preto, že takéto festivaly generujú ďalšie príjmy regiónu priťahujú návštevníkov, ktorí v regióne míňajú ďalšie peniaze (účinnosť preliatia). Mohli by sme spomenúť napríklad MEDZINÁRODNÝ DIVADELNÝ FESTIVAL DIVADELNÁ NITRA www.nitrafest.sk, NOVÁ DRÁMA / NEW DRAMA, Bratislava, www.novadrama.sk DOTYKY A SPOJENIA, Martin, www.divadlomartin.sk.

Ministerstvo kultúry štatisticky eviduje divadelné festivaly na Slovensku. V roku 2014 zo 41 organizácií v zozname na Slovensku 34 organizovalo divadelný festival.

Počet návštevníkov dosiahol vrchol v roku 2013, aj keď príjmy boli podstatne nižšie v porovnaní s ostatnými rokmi. Za posledných 5 rokov počet predstavení vykazuje rastúci trend.

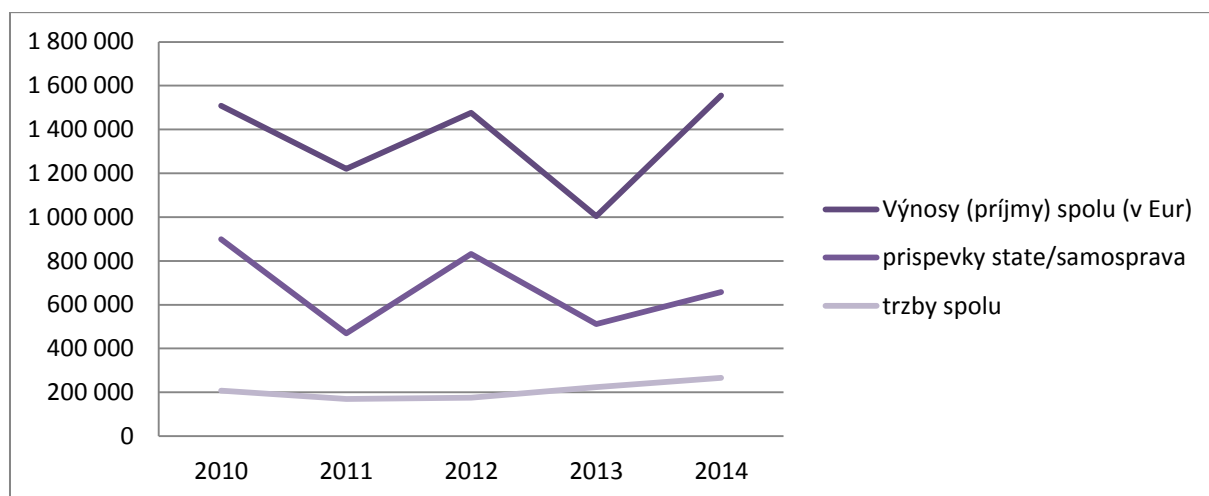
Financovanie týchto divadelných festivalov je hlavne z rozpočtu štátu alebo samosprávy, nakoľko mnohé z týchto festivalov sú usporiadané na verejných priestranstvách.

Graf č. 5:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Graf č. 6:



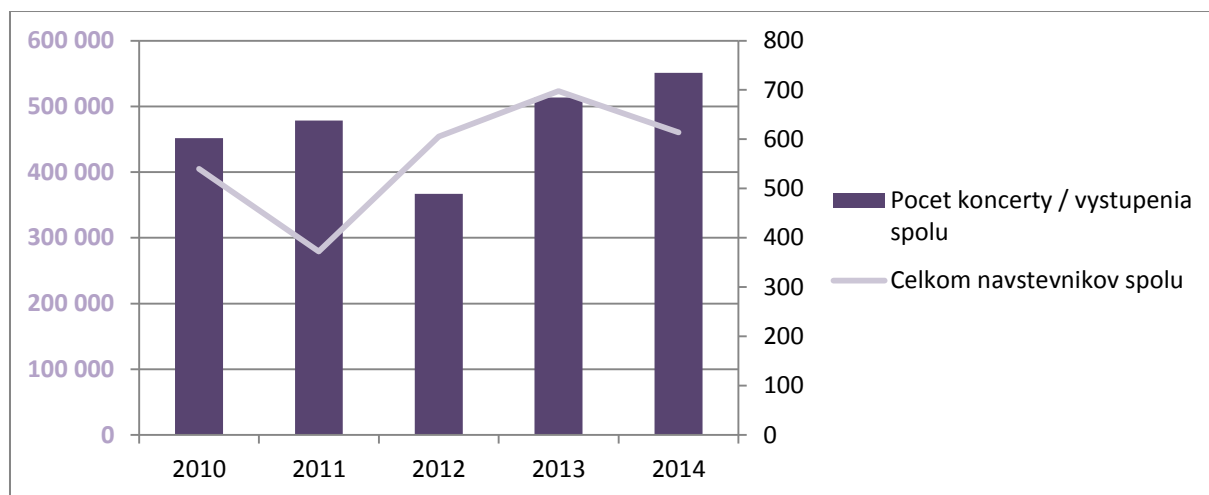
Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Hudobné telesá

Hudobné telesá predstavujú ďalšie scénické umenie s vysokou úrovňou tvorivosti a je súčasťou kultúrneho produktu mesta alebo regiónu, pričom priťahuje publikum nielen z daného regiónu, ale aj do tohto regiónu z väčších vzdialeností v závislosti od ich kvality. Hudobné telesá možno tiež považovať za vývozný produkt, nakoľko môžu vystupovať aj mimo ich domovskej základne v iných

mestách alebo krajinách. Počas posledných 5 rokov môžeme pozorovať rastúci trend v počte koncertov, ako aj počte ich návštevníkov, aj keď v roku 2014 došlo k miernemu poklesu návštevnosti.

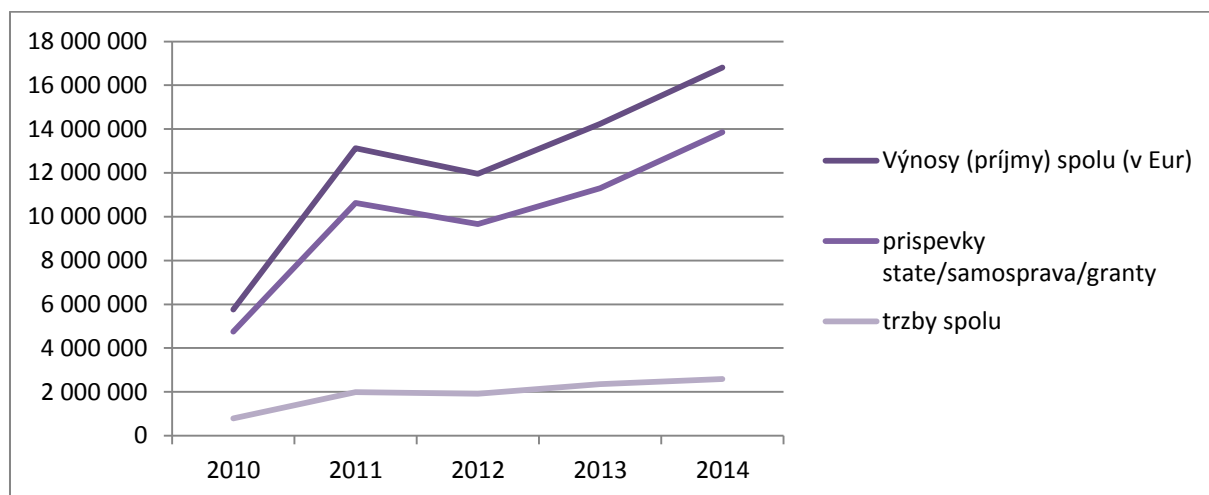
Graf č. 7:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Podobne ako štátne divadlá je aj táto skupina závislá od verejných (štátnych) financií. Závislosť na verejných financiách sa v posledných rokoch dokonca zvyšuje.

Graf č. 8:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

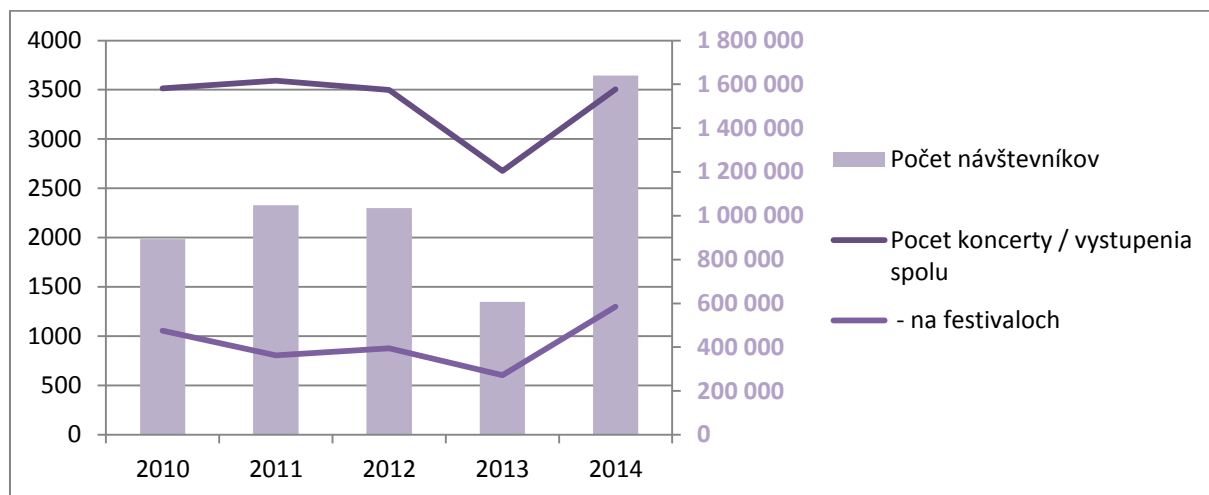
Verejné kultúrne hudobné podujatia

Rovnako ako divadelné festivaly sa po celom Slovensku organizujú aj mnohé verejné hudobné koncerty. Mnohé z týchto podujatí sú organizované kultúrnymi inštitúciami, iné (súkromnými) zas agentúrami, ale aj kúpeľmi. Niektoré podujatia sú hromadnými akciami, zatiaľ čo iné majú komornejší charakter. Väčšina týchto udalostí sa uskutoční hlavne počas jarného a letného obdobia.

Najväčším slovenským hudobným festivalom je Pohoda (www.pohodafestival.sk), ktorý vznikol v roku 1997 ako jednodňové podujatie a postupne sa vypracoval na najnavštevovanejšie multikultúrne podujatie pod holým nebom na Slovensku.

V roku 2014 došlo k podstatnému nárastu návštevnosti v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi, zatiaľ čo sa počet koncertov nezvýšil.

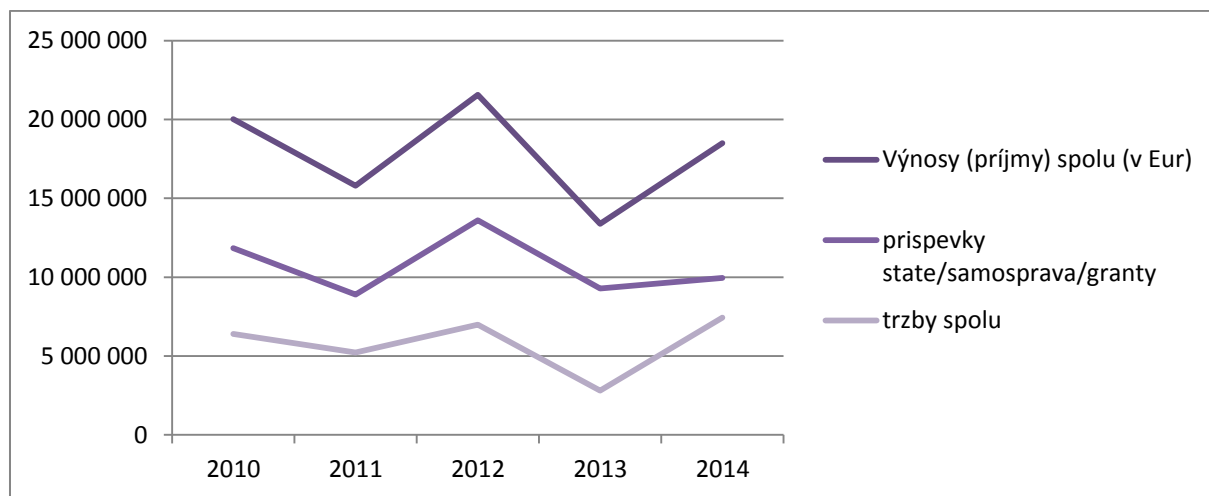
Graf č. 9:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Z ekonomického hľadiska sa tieto udalosti považujú za dôležitým príspevkom k regionálnej ekonomike, aj keď príslušné štatistiky a výskum boli realizované vo veľmi obmedzenej miere. Ministerstvo kultúry spravuje a uverejňuje údaje v zozname 126 subjektov (2014) organizujúcich verejné hudobné podujatia.

Graf č. 10:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

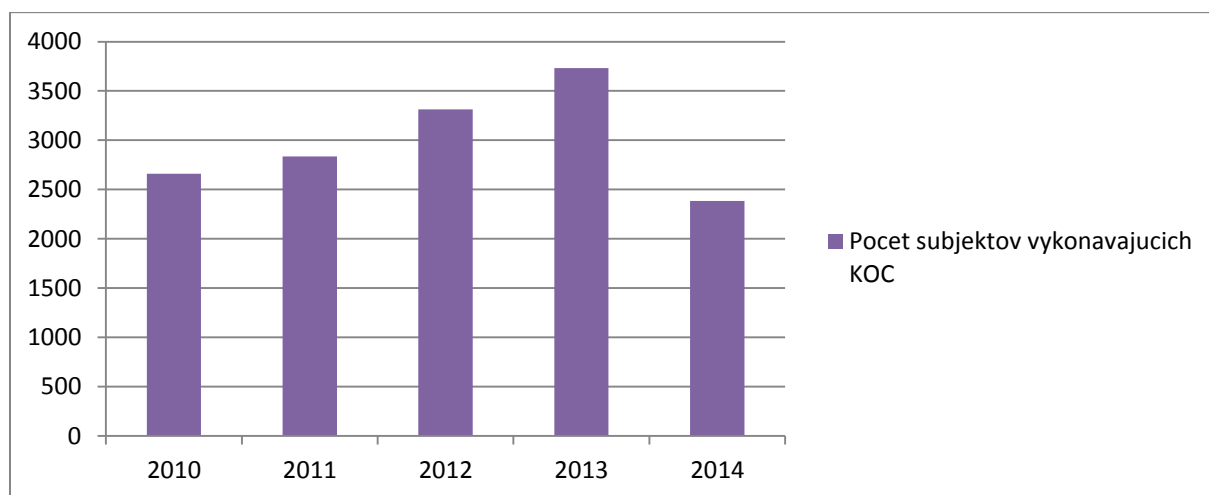
Scénické umenie kultúrno-osvetových inštitúcií

Miestne a regionálne kultúrne strediská ako sú mestské kultúrne strediská, kultúrne domy alebo oddelenia kultúry miestnych regionálnych samospráv, zohrávajú dôležitú úlohu pri vzdelávaní a podpore kultúrno-osvetovej činnosti v ich regióne, vrátane aktivít scénického umenia ako je divadlo, tanec a hudba. Na Slovensku existuje mnoho takýchto kultúrno-osvetových zariadení. Sú financované prevažne z verejných zdrojov a možno ich rozdeliť zhruba do troch častí:

- Obce (odbor kultúry / kultúrny dom);
- Regionálne kultúrno-osvetové zariadenia;
- Ostatné subjekty, medzi ktoré patria mimovládne organizácie, cirkvi, súkromné spoločnosti a fyzické osoby.

Pokiaľ ide o výkony, regionálne kultúrno-osvetové zariadenia (prevažne financované z rozpočtu VÚC) sú dôležitými aktérmi z hľadiska organizácie množstva osvetových a výchovno-vzdelávacích podujatí, kurzov a aktivít. Obce vykazujú vysoký počet organizovaných kultúrno-spoločenských podujatí. Rastúci trend v počte subjektov organizujúcich KOC v priebehu rokov 2010 až 2013 nepokračoval v roku 2014. Miestne zastupiteľstvá aj ostatné subjekty organizovali podstatne menej KOC.

Graf č. 11:

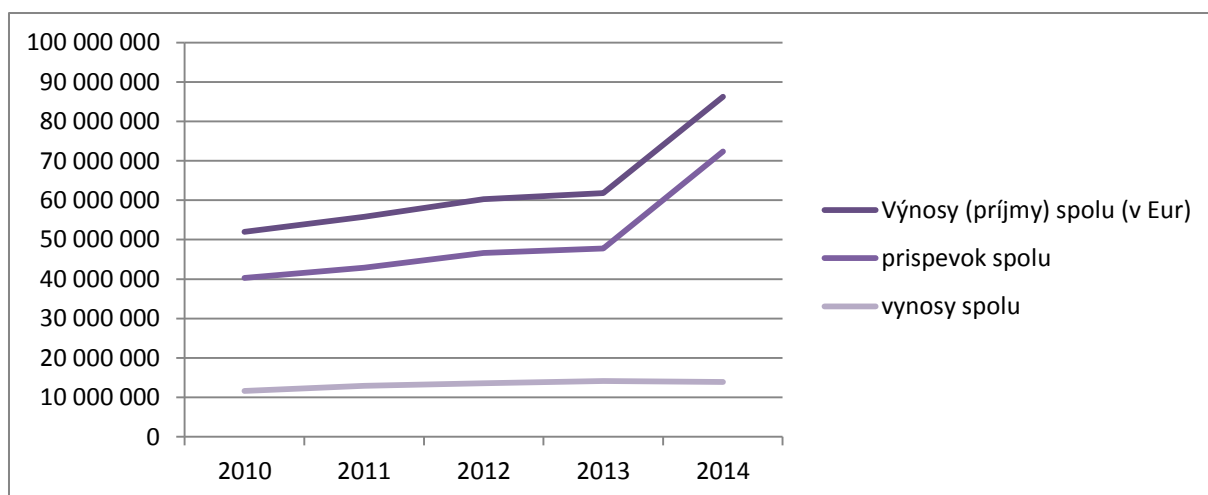


Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Aj napriek klesajúcemu počtu usporiadateľských subjektov KOC, výnosy v roku 2014 vzrástli.

Z ekonomického hľadiska je kultúrno-osvetová činnosť závislá na príspevkoch z miestnych samospráv a regionálnych samospráv vo výške takmer 80 % rozpočtu.

Graf č. 12:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Eventové a umelecké agentúry a produkčné spoločnosti

Ďalším segmentom v rámci odvetvia scénického umenia sú eventové a umelecké agentúry alebo produkčné firmy, ktoré buď organizujú podujatia, alebo programujú špecifické priestory. Ich škála sa pohybuje od väčších agentúr, ktoré organizujú veľké divadelné a koncertné podujatia s medzinárodnými účinkujúcimi a veľké festivaly, až po malé lokálne agentúry a jednotlivých umelcov, ktorí predávajú predstavenia do kultúrnych domov, škôl, škôlok a pod.

1.2.1 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Scénický priemysel zahŕňa divadlá, divadelné spolky, tanečné súbory a iné tanečné telesá. Ide najmä o subjekty, ktoré majú uvedené svoje činnosti podľa kódov z tabuľky č. X Okrem údajov o počte subjektov z databáz Štatistického úradu SR treba pri tomto odvetví rátať aj s neformálnymi ľudovými telesami alebo amatérskymi spolkami, ktoré nemusia byť uvedené v databázach. Kvantitatívna analýza vychádza z údajov ŠÚSR.

Tabuľka č. 1: SK-NACE scénického priemyslu

Kód SK-NACE	Názov
90.01	Scénické umenie
90.02	Podporné činnosti súvisiace so scénickým umením
90.04	Prevádzka kultúrnych zariadení

Zdroj: Štatistický úrad SR

ZHRNUTIE

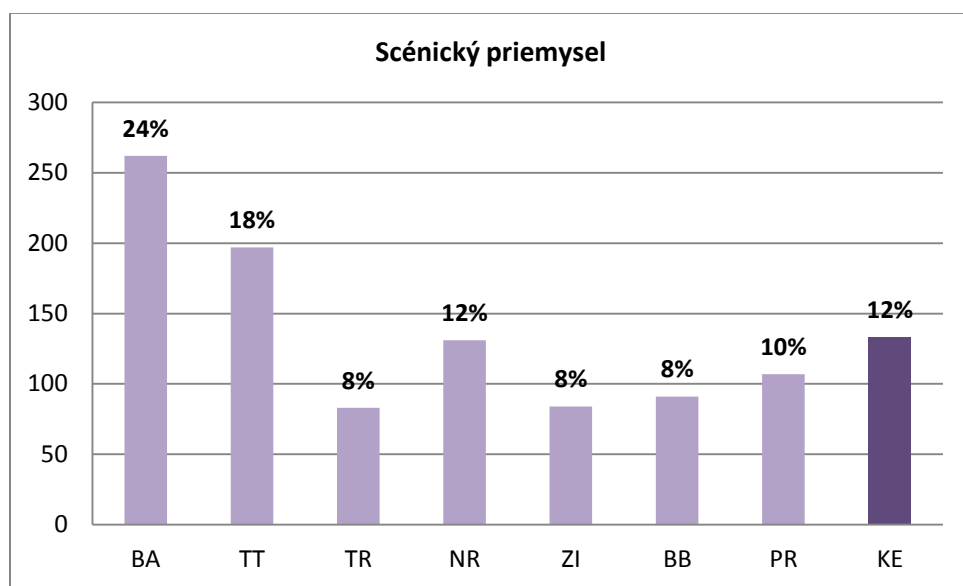
Na Slovensku v scénickom priemysle pôsobí 1088 subjektov, ktoré majú svoju činnosť evidovanú pod SK-NACE kódmi uvedených v tabuľke č. X. Dominantné postavenie majú mikropodniky s 91,1 % zastúpením, zatiaľ čo malé podniky predstavujú 7,3 %, stredné podniky 1,2 % a počet veľkých

podnikov je zanedbateľný. Podobná situácia podľa počtu zamestnancov prevláda aj v Košickom kraji. Z pohľadu právnej formy prevládajú v odvetví podnikatelia - fyzické osoby s a podielom 39,7 % a spoločnosti s ručením obmedzením s počtom 26,6 %. Ostatné subjekty patria pod kategóriu príspevkové organizácie, združenia (zväz, spolok, spoločnosť, klub ai.) a zahraničné kultúrne, informačné stredisko, rozhlasová, tlačová a televízna agentúra

Kvantitatívna analýza

Najviac podnikov scénického priemyslu v rámci jednotlivých krajov je v Bratislavskom, kde podiel dosiahol až 24 %, čo predstavuje 262 subjektov. Košický kraj má tretie najvyššie zastúpenie. Nachádza sa tu 133 subjektov venujúcich sa scénickému priemyslu, ktoré tvoria 12% z celkového počtu. O niečo viac podnikov evidujeme v Trnavskom kraji, v percentuálnom vyjadrení 18 %. V Nitrianskom kraji podniká v scénickom priemysle 131 subjektov (12 %), v Banskobystrickom, Žilinskom a Trenčianskom približne rovnaký počet (8 %) a Prešovský kraj eviduje 107 podnikov scénického priemyslu (10 %). Údaje sú znázornené na grafe č. X

Graf č. 13: Regionálne rozloženie subjektov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Tabuľka č. X zobrazuje počet podnikov podľa ich hlavnej činnosti v roku 2014. Na Slovensku sa scénickému umeniu venuje 188 podnikov, podporné činnosti súvisiace so scénickým umením sú hlavnou náplňou v prípade 386 podnikov a najviac subjektov – 514 prevádzkuje kultúrne zariadenia.

Tabuľka č. 2: Prehľad počtu subjektov podľa hlavnej činnosti k 31.12.2014

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
90,01	21	111	15	9	3	6	7	16	188
90,02	128	41	25	43	37	30	45	37	386

90.04	113	45	43	79	44	55	55	80	514
--------------	-----	----	----	----	----	----	----	----	-----

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

V Košickom kraji rovnako prevládajú subjekty prevádzkujúce kultúrne zariadenia, ktorých sa tu nachádza 80. Podporné činnosti súvisiace so scénickým umením má v predmete podnikania 37 podnikov a 16 podnikov sa zaoberá výhradne scénickým umením. Pre porovnanie v Bratislavskom kraji sa nachádza najviac subjektov venujúcich sa podporným činnostiam súvisiacim so scénickým umením, ktorých je 128 a Trnavský kraj vyniká počtom podnikov s predmetom činnosti – Scénické umenie. Pri ostatných krajoch nevidujeme výrazné zastúpenie v rámci jednotlivých činností.

V scénickom priemysle v rámci Slovenskej republiky majú dominantné postavenie mikropodniky s 91,1 % zastúpením, zatiaľ čo malé podniky predstavujú 7,3 %, stredné 1,2 % a počet veľkých podnikov je zanedbateľný.

Tabuľka č. 3: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v jednotlivých krajoch

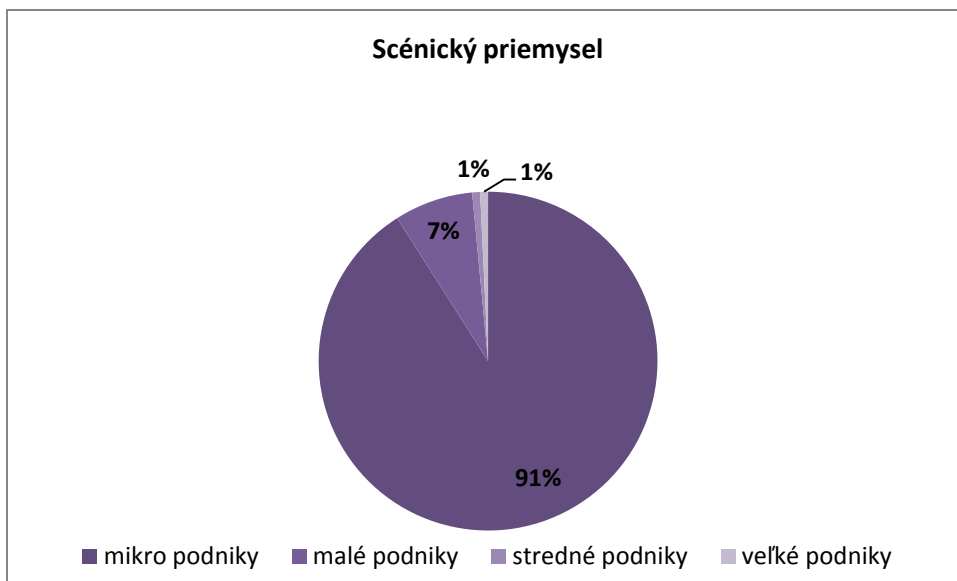
	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
mikropodniky	238	190	73	120	75	80	95	121	992
malé podniky	17	6	10	9	8	9	11	10	80
stredné podniky	5	1	-	2	1	2	1	1	13
veľké podniky	2	-	-	-	-	-	-	1	3
spolu	262	197	83	131	84	91	107	133	1088

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Z analýzy počtu podnikov podľa zamestnancov v rámci jednotlivých krajov Slovenskej republiky vyplýva, že z celkového počtu 1088 podnikov sa najviac subjektov nachádza v Bratislavskom kraji – 262, z čoho je až 238 mikropodnikov. Významný počet mikropodnikov evidujeme v Trnavskom kraji – 190 a v Nitrianskom kraji, kde ich je 120. Malé podniky majú v rámci Slovenska menšie zastúpenie, najviac sa ich nachádza v Bratislavskom (17), Prešovskom (11), Nitrianskom a Košickom kraji (10). Stredné a veľké podniky nedominujú na Slovensku v rámci scénického priemyslu.

V rámci Košického kraja je z grafu č. X možné vidieť, že 90,9 % subjektov zastupujú mikropodniky, malé podniky predstavujú 7,5 %-ný podiel a veľké a stredné podniky majú zanedbateľný podiel z celkového počtu subjektov. Z nich predstavujú mikropodniky najväčší podiel a to. V Košickom kraji sa nachádza 121 mikropodnikov, 10 malých podnikov, 1 stredný podnik a 1 veľký podnik.

Graf č. 14: Rozloženie firiem podľa počtu zamestnancov v KE (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

S ohľadom na typ podniku podľa počtu zamestnancov evidujeme v Košickom kraji najviac mikropodnikov bez jediného zamestnanca, ktorých sa tu nachádza 57. Z nich sa 29 venuje prevádzke kultúrnych zariadení, 18 z nich má v predmete činnosti podporné činnosti súvisiace so scénickým umením a 10 z nich čisto scénické umenie. Mikropodnikov s jedným zamestnancom nájdeme v Košickom kraji 13, z ktorých kultúrne zariadenia prevádzkuje 10 podnikov a zvyšné 3 sa venujú podporným činnostiam súvisiacim so scénickým umením. 39 subjektov neuvádza počet zamestnancov. Malých podnikov s 5-9 zamestnancami zaoberajúcich sa prevádzkou kultúrnych zariadení sa v Košickom kraji nachádza 7, s 10 -19 zamestnancami evidujeme 5 podnikov, s 20 – 24 zamestnancami 1 malý podnik. V Košickom kraji sa okrem uvedeného nachádza 1 stredný podnik s počtom zamestnancov 50 – 99, ktorý má v predmete činnosti scénické umenie a 1 veľký podnik s počtom zamestnancov 250 – 499, ktorý prevádzkuje kultúrne zariadenie.

Tabuľka č. 4: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v Košickom samosprávnom kraji

SK NACE	mikropodniky						malé podniky			stredné podniky		veľké podniky
	ne	0	1	2	3-4	5-9	10-19	20-24	25-49	50-99	100-249	250-499
90,01	3	10	-	-	-	-	1	-	1	1	-	-
90,02	14	18	3	2	-	-	-	-	-	-	-	-
90,04	22	29	10	3	-	7	4	1	3	-	-	1

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

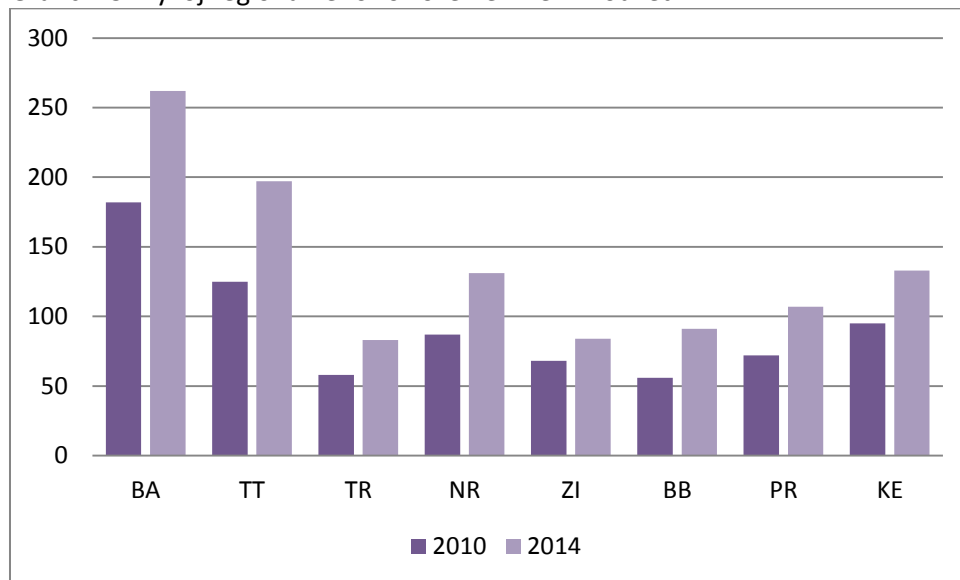
Počet subjektov za sledované obdobie sa na Slovensku zvýšil o 345 subjektov. Nárast subjektov je evidentný v každom kraji, preto sa dá hovoriť o raste scénického priemyslu na Slovensku.

Tabuľka č. 5: Porovnanie počtu subjektov v odvetví

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
2010	182	125	58	87	68	56	72	95	743
2014	262	197	83	131	84	91	107	133	1088

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav údajov k 31.12.2010 a 31.12.2014

Graf č. 15: Vývoj regionálneho rozloženie firiem v odvetví



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav údajov k 31.12.2010 a 31.12.2014

Návštevnosť a ekonomická výkonnosť divadiel v KSK

Štátne divadlá

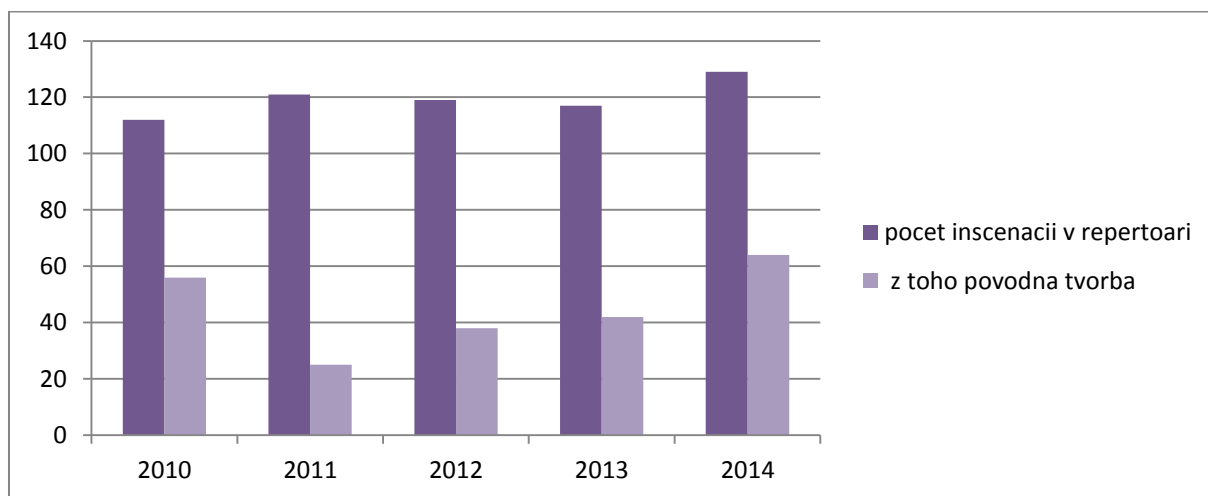
V Košickom samosprávnom kraji sa nachádza nasledujúcich 6 štátnych divadiel:

Názov	Obec	Zriaďovateľ
Štátne divadlo Košice	Košice	MK SR
Bábkové divadlo Košice	Košice	Košický samosprávny kraj
Spišské divadlo	Spišská Nová Ves	Košický samosprávny kraj
Divadlo Thália	Košice	Košický samosprávny kraj
Divadlo Romathan	Košice	Košický samosprávny kraj
Mestské divadlo ACTORES	Rožňava	Mestský úrad Rožňava

V roku 2014 bolo v Košickom kraji spolu 6 profesionálnych štátnych divadiel spolu s 11 súbormi, z ktorých 6 súborov bolo činoherného typu, 1 bábkový, 1 operný, 1 baletný, 1 tanečný a 1 iný. V rokoch 2014 divadlá zamestnávali 2,535 ľudí, ďalších 1,905 ľudí pracovalo na základe dohody.

Divadlá v Košickom kraji vykázali za rok 2014 v porovnaní s celoštátnymi údajmi podstatne vyšší percentuálny podiel vlastnej tvorby (50 % v Košickom kraji v porovnaní s 37 % s celým Slovenskom) z celkového počtu inscenácií v repertoári.

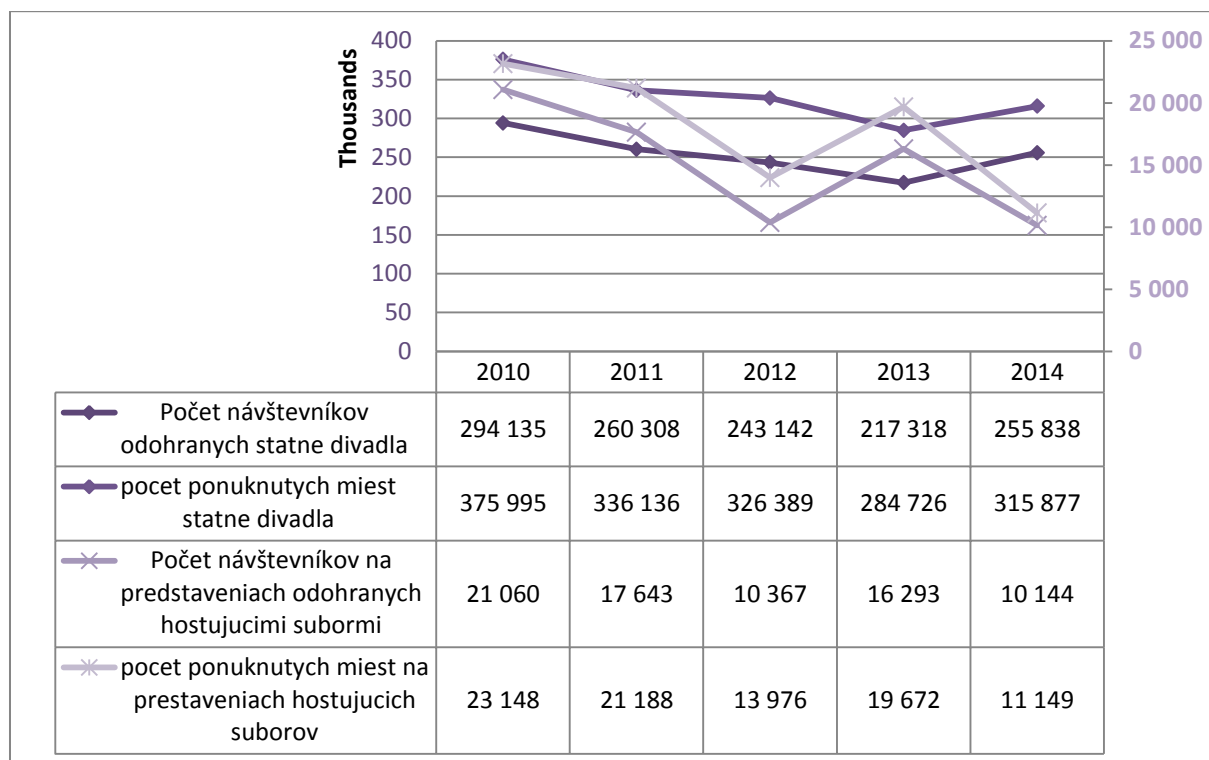
Graf č. 16:



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav údajov k 31.12.2010 a 31.12.2014

Ďalším pozitívnym trendom je nárast počtu návštevníkov divadelných predstavení v roku 2014 v porovnaní s rokom EHMK 2013 o takmer 18 % (z 217 318 v roku 2013 na 255 838 návštevníkov v roku 2014), avšak nedosiahla návštevnosť z rokov 2010 a 2011. Obsadenosť kapacity 81 % v Košickom kraji vykazovala mierne lepšiu priemer ako celonárodný údaj v roku 2014 (78 %).

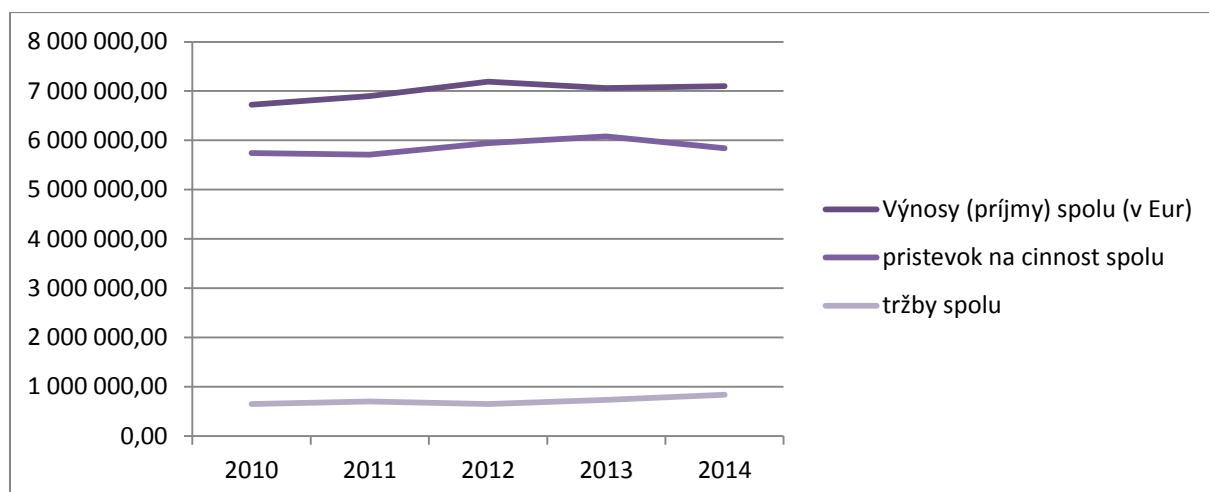
Graf č. 17:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Príjmy zo štátnych divadiel v roku 2014 boli mierne vyššie ako v roku 2013 (tesne nad 7 miliónov eur). V porovnaní s rokom 2013 sa štátnym divadlám podarilo zvýšiť podiel vlastných tržieb na celkovom rozpočte (z takmer 10 % v roku 2013 na takmer 12 % v roku 2014). V porovnaní s celoštátnym priemerom sú však štátne divadlá Košického kraja závislejšie na verejných príspevkoch (takmer 82 % v Košickom kraji oproti priemeru za celé Slovensko takmer 74 %).

Graf č. 18:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Súkromné divadlá

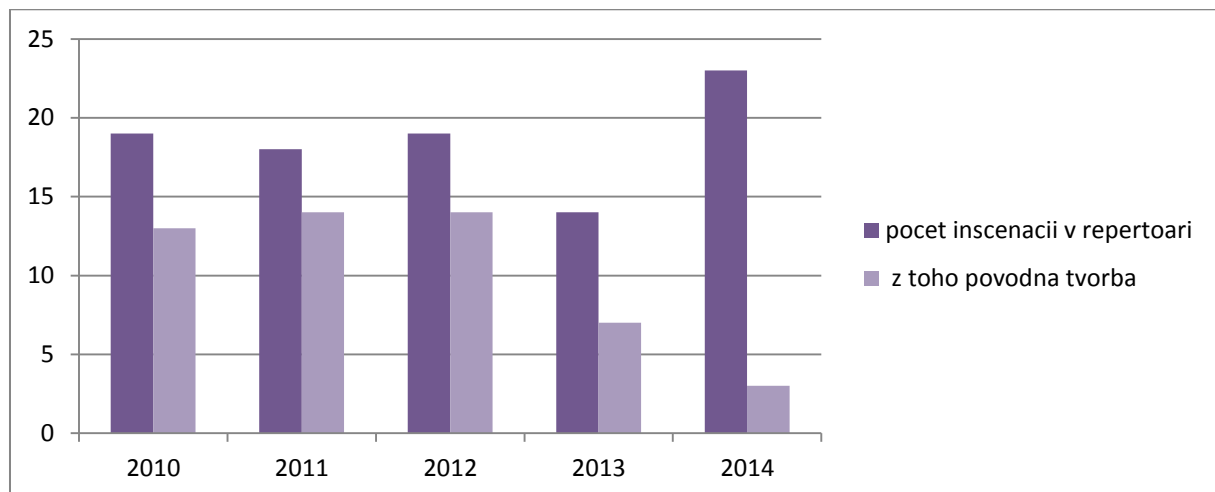
Ministerstvo kultúry vedie v evidencii nasledujúce 4 neštátne divadlá v Košickom kraji (Divadlo MAŠKRTA v Košiciach nie je zaradené do zoznamu za rok 2014, aj keď ide o stále aktívne divadlo):

Názov	Obec
Divadlo v kufri	Košice
Združenie Staromestské divadlo	Košice
Divadlo KONTRA	Spišská Nová Ves
Divadlo NA PERÓNE	Košice

Tieto neštátne divadlá ponúkajú nasledujúce typy divadiel: 1 činoherné, 1 bábkové a 2 multikultúrne súbory.

Všetky 4 divadlá majú svoje vlastné scény so 440 miestami. Podiel vlastnej produkcie na repertoári je v roku 2014 oveľa nižší ako celoslovenský priemer (13 % v Košickom kraji oproti celoslovenskému priemeru 65 % v roku 2014). Pôvodná tvorba má podstatne nižšie zastúpenie v rámci celkového počtu inscenácií v repertoári; klesla zo 78% v roku 2011 na 13% v roku 2014.

Graf č. 19:



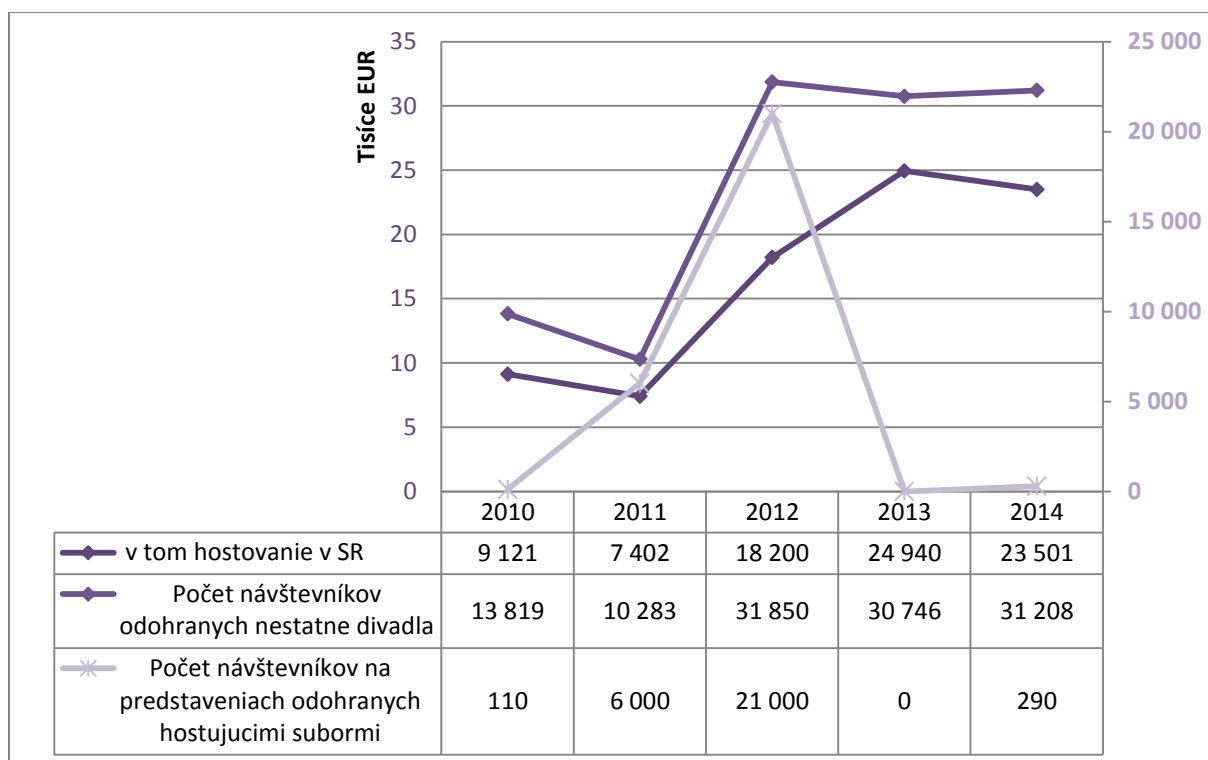
Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

V roku 2014 uvedené neštátne divadlá realizovali umeleckú činnosť pre 31 208 návštevníkov.

To predstavuje pozitívny trend v porovnaní s rokmi 2010 a 2011.

Neštátne divadlá v Košickom kraji vykázali ešte vyšší podiel predstavení mimo svojej základne v porovnaní s údajmi za celé Slovensko za rok 2014 (¾ ich predstavení sa uskutočnili na základe hostovania, v porovnaní s celoštátnym priemerom 2/3).

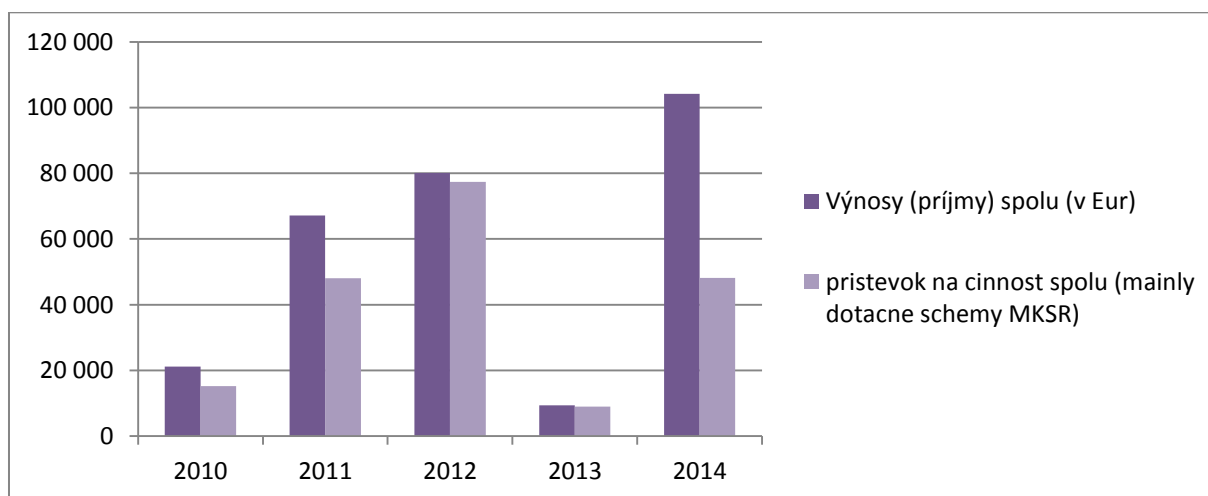
Graf č. 20:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Príjmy neštátnych divadiel v Košickom regióne sú pomerne nízke, v roku 2014 tvorili len o niečo viac než 100 000 EUR, čo predstavuje 10 krát menej ako v roku EHMK 2013. V porovnaní s predchádzajúcimi rokmi, sa súkromným divadlám podarilo navýšiť svoje rozpočty o takmer polovicu, a to zo sponzorských darov a príjmov z vlastnej činnosti, zatiaľ čo v minulosti ich rozpočty boli takmer kompletne závislé na príspevkoch zo štátneho rozpočtu.

Graf č. 21:

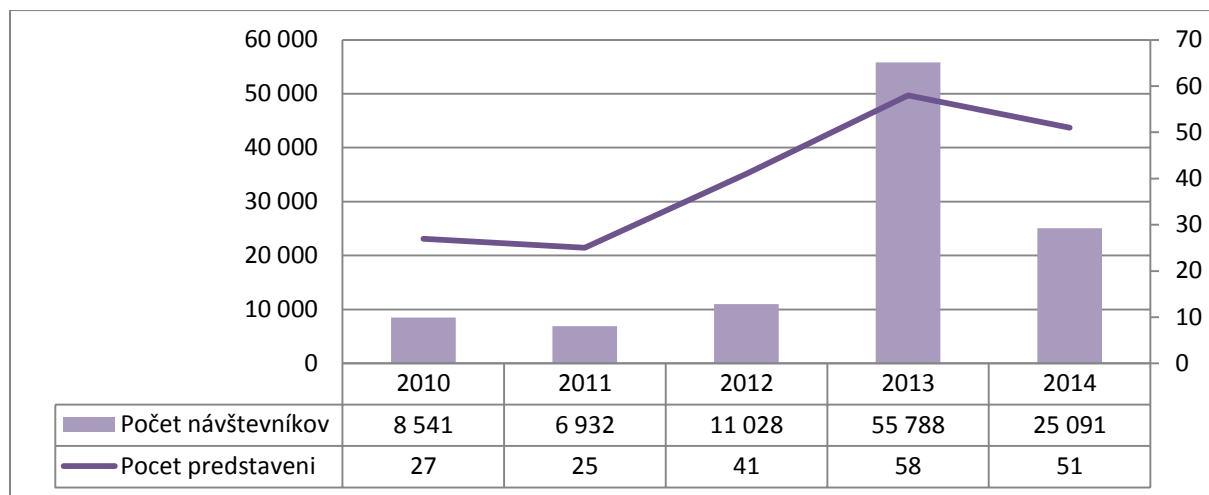


Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Divadelné festivaly

V roku 2014 bolo v Košickom kraji zorganizovaných 51 predstavení na divadelných festivaloch s celkovým počtom 25 091 návštevníkov. V porovnaní s rokom 2013 sa odohralo o čosi menej predstavení, pričom počet návštevníkov zaznamenal vážny pokles z 55 788 návštevníkov.

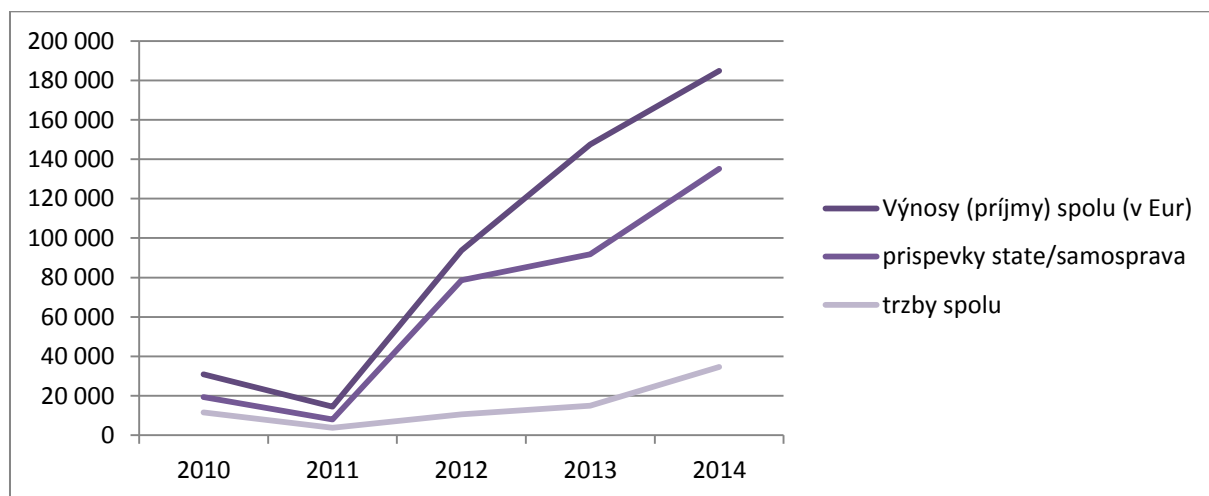
Graf č. 22:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Príjmy však naopak v roku 2014 vzrástli, v porovnaní s rokom 2013 o viac než 25 %, na sumu 184 762 eur. Približne tri štvrtiny rozpočtu boli financované štátom/samosprávou.

Graf č. 23:

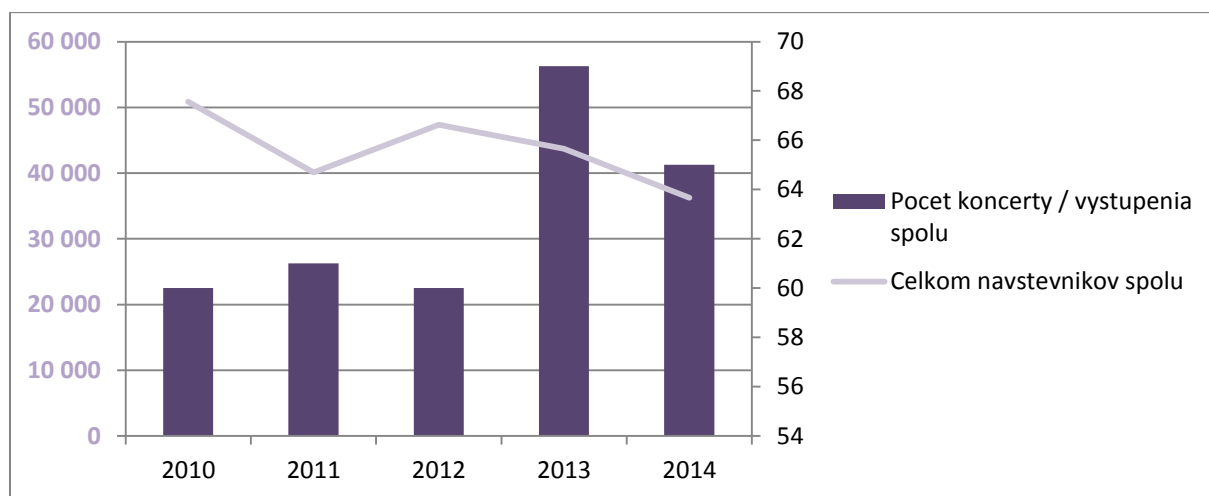


Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Hudobné telesá

Štátna filharmónia Košice bola založená v roku 1968 ako druhý profesionálny symfonický orchester koncertného typu na Slovensku. Filharmónia odohrala v roku 2014 65 koncertov, 50 na domácej pôde, 8 na iných javiskách na Slovensku a 7 v zahraničí. Košická filharmónia hosťovala 18 koncertov, z toho 9 zo zahraničia. Celkový počet návštevníkov v roku 2014 bol 36.234, približne o 17 % menej než v roku 2013, ale v porovnaní s rokmi 2010-2012 počet návštevníkov vykazuje značný nárast.

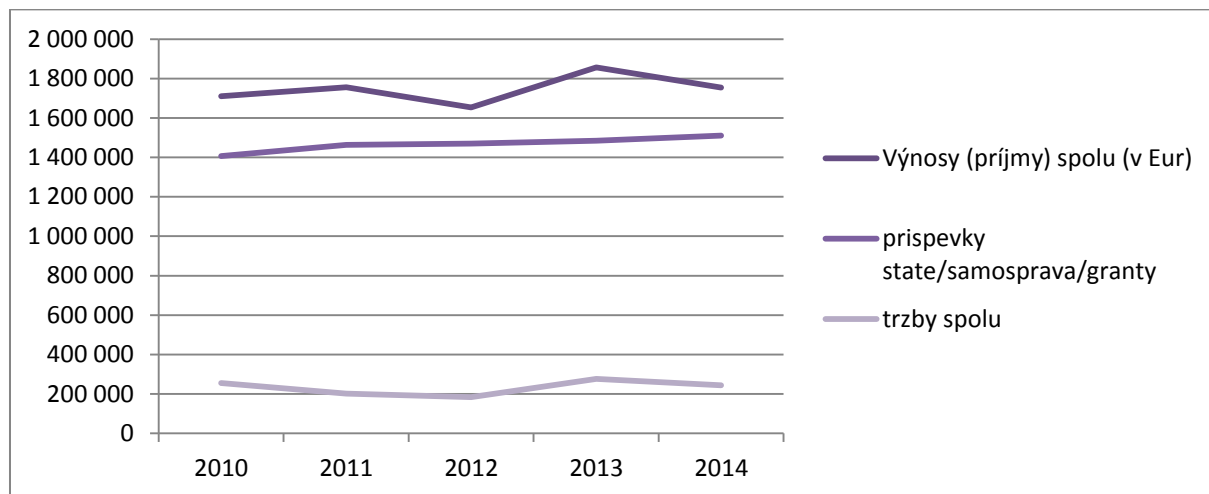
Graf č. 24:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Z ekonomického hľadiska boli celkové príjmy v roku 2014, 1 754 028 eur, z čoho 86 % pochádzalo z príspevkov z verejných zdrojov.

Graf č. 25



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

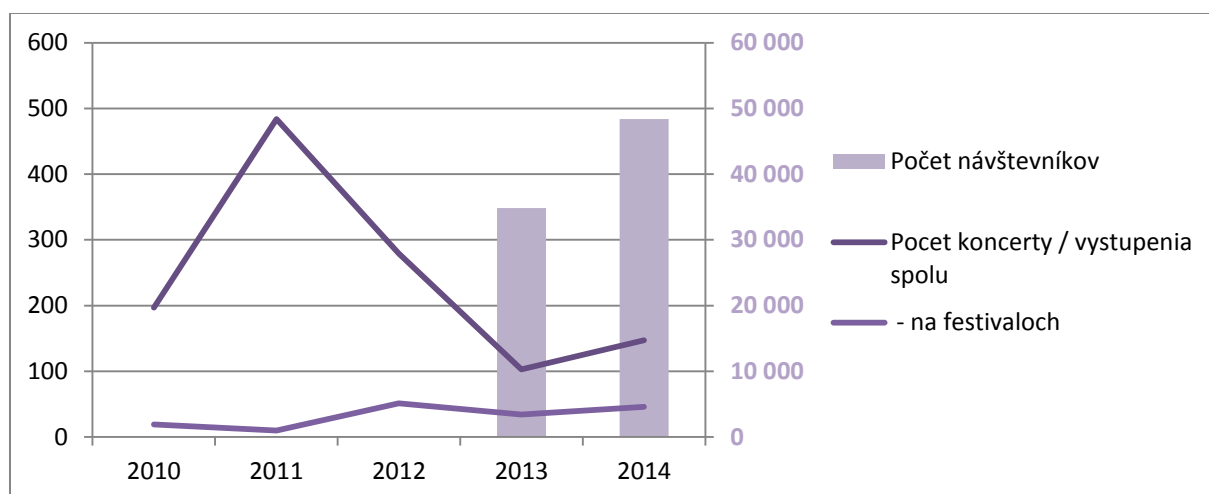
Verejné kultúrne hudobné podujatia

Trh s festivalmi a hudobnými akciami si získal v Košickom kraji čoraz väčšiu obľubu, kopírujúc celosvetový trend. Organizujú sa mnohé typy festivalov a podujatí zameraných na špecifické segmenty trhu (www.festivaly.sk).

Kompletný prehľad organizovaných festivalov a koncertov nie je k dispozícii, keďže trh je veľmi dynamický. Ministerstvo kultúry SR zhromažďuje informácie, aj keď je zrejmé, že mnohí organizátori podujatí neboli do zisťovania zaradení.

Nasledujúci prehľad je orientačným opisom trhu festivalov a hudobných podujatí v Košickom kraji. V roku 2014 bolo v Košickom kraji zorganizovaných 147 koncertov, z nich 46 na festivaloch. Na týchto koncertoch sa zúčastnilo spolu 48 365 návštevníkov, v porovnaní s 34 828 návštevníkmi v roku 2013. Počet koncertov však ukazuje prudký pokles od roku 2012, v roku 2014 dochádza opäť k miernemu rastu.

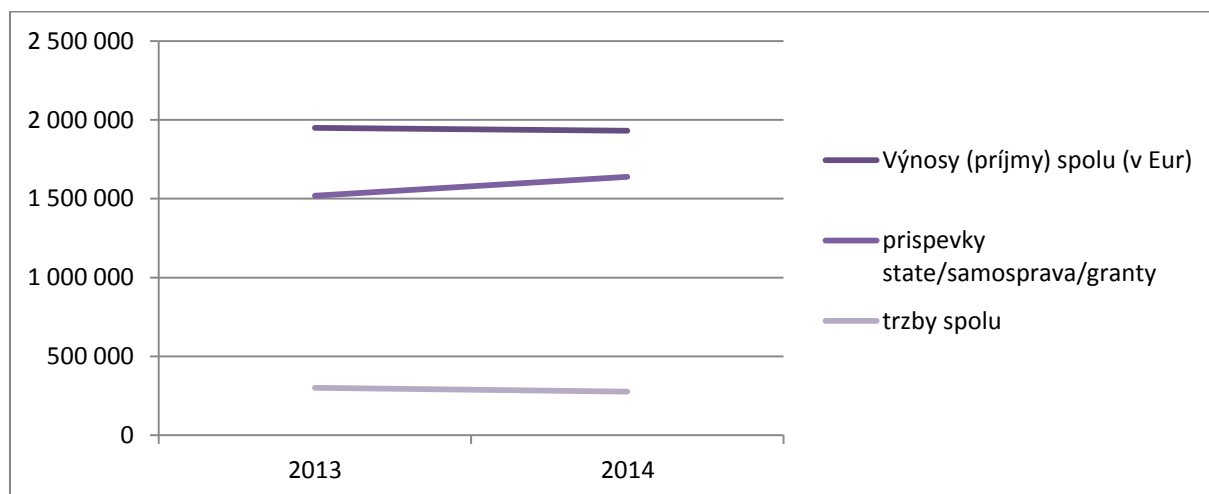
Graf č. 26:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Príjmy za rok 2014 boli v porovnaní s rokom 2013 na rozdiel od uvedených údajov pomerne stabilné, čo znamená menší obrat na jedno podujatie. Závislosť na verejnom financovaní v roku 2014 dokonca vzrástla na 85 % v porovnaní so 78 % v roku 2013.

Graf č. 27:

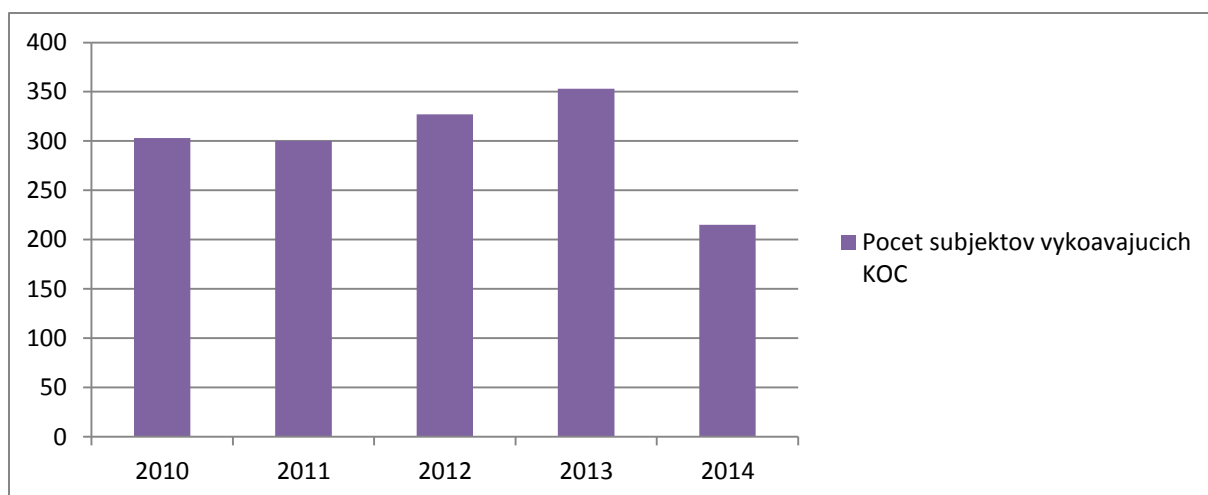


Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Scénické umenie kultúrno-osvetových inštitúcií

V Košickom kraji vykázalo aktivitu v oblasti kultúrno-osvetovej činnosti 215 subjektov, ktoré sú rozdelené do 104 obcí, 102 iných subjektov (mimovládne organizácie, cirkvi,..) a 8 regionálnych kultúrno-osvetových zariadení. Pokiaľ ide o výkony, regionálne kultúrno-osvetové zariadenia (prevažne financované z rozpočtu VÚC) sú dôležitými aktérmi z hľadiska organizácie množstva osvetových a výchovno-vzdelávacích podujatí, kurzov a aktivít. Obce vykazujú vysoký počet organizovaných kultúrno-spoločenských podujatí, ale rovnaký trend aký je viditeľný v KSK je aj na celoštátnej úrovni, počet obcí vykonávajúcich KOC sa v roku 2014 znížil.

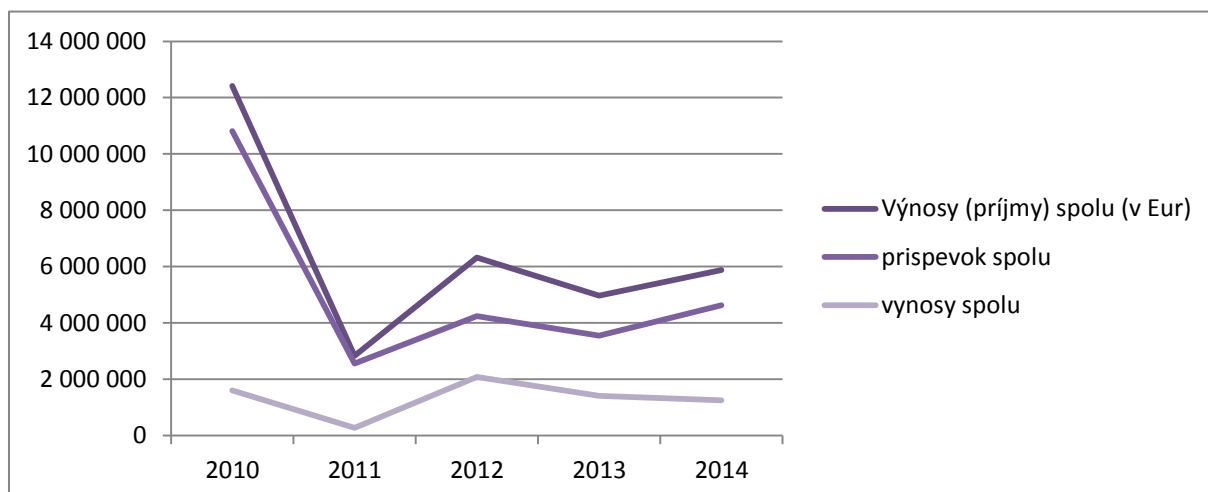
Graf č. 28:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Z ekonomického hľadiska je kultúrno-osvetová činnosť závislá na príspevkoch z miestnych samospráv a regionálnych samospráv vo výške takmer 80 % rozpočtu.

Graf č. 29:



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Návštevnosť divadiel v pôsobnosti Košického samosprávneho kraja

Bábkové divadlo Košice - za posledných 11 rokov svojej činnosti zaznamenáva divadlo mierny ale kontinuálny nárast v počte návštevníkov s výnimkou v roku 2005, kedy bola zaznamenaná najnižšia návštevnosť – 12 569 návštevníkov. V roku 2014 počet návštevníkov dosiahol svoj vrchol počtom 26 482.

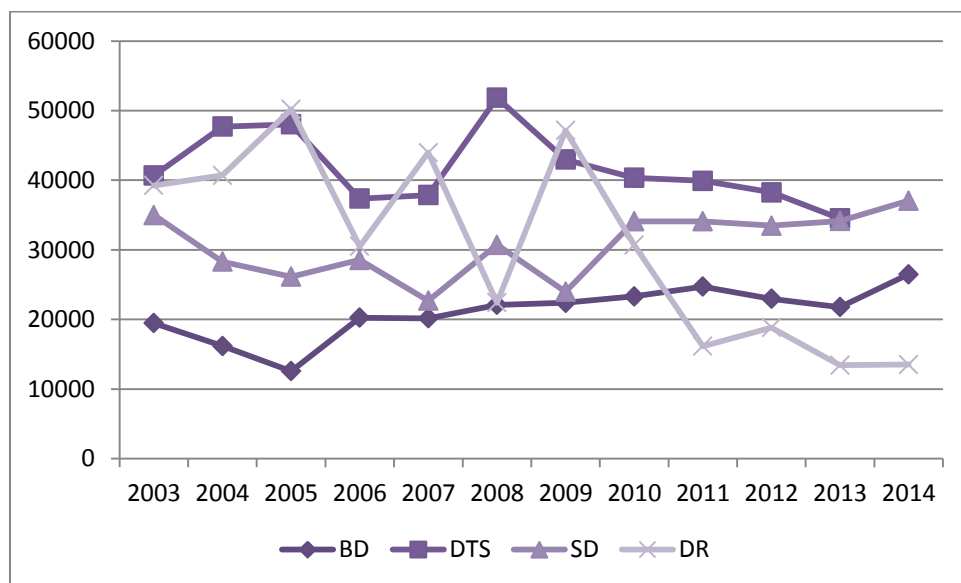
Divadlo Thália Szinház - návštevnosť divadla za sledované obdobie prechádzala viacerými nárastmi ale i poklesmi. Svoj vrchol dosiahla v roku 2008 – 51 843 návštevníkov. Od toho momentu

návštevnosť z roka na rok klesá, v roku 2013 dosiahla počet 24 520. Údaje za rok 2014 nie sú zatiaľ k dispozícii.

Spišské divadlo - divadlo vykazuje stabilný počet návštevníkov, v posledných rokoch s mierne rastúcim trendom. V súčasnosti má okolo 37 000 návštevníkov ročne.

Divadlo Romathan v Košiciach – najvyššiu návštevnosť dosiahlo divadlo v roku 2005 – 50 198 a vysoké čísla dosiahlo ešte v roku 2009 (47 149), ale od toho roku návštevnosť klesá až na úroveň 13 528 návštevníkov v roku 2014.

Graf č. 30: Počet návštevníkov divadiel v zriaďovateľskej pôsobnosti KSK



Zdroj: <http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury-1a8.html>

Poznámka: BD – Bábkové divadlo v Košiciach, DTS – Divadlo Thália Szinház, SD – Spišské divadlo, DR – Divadlo Romathan v Košiciach.

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

Hlavní aktéri na základe počtu zamestnancov a ekonomickej výkonnosti (zdroj Finstat)

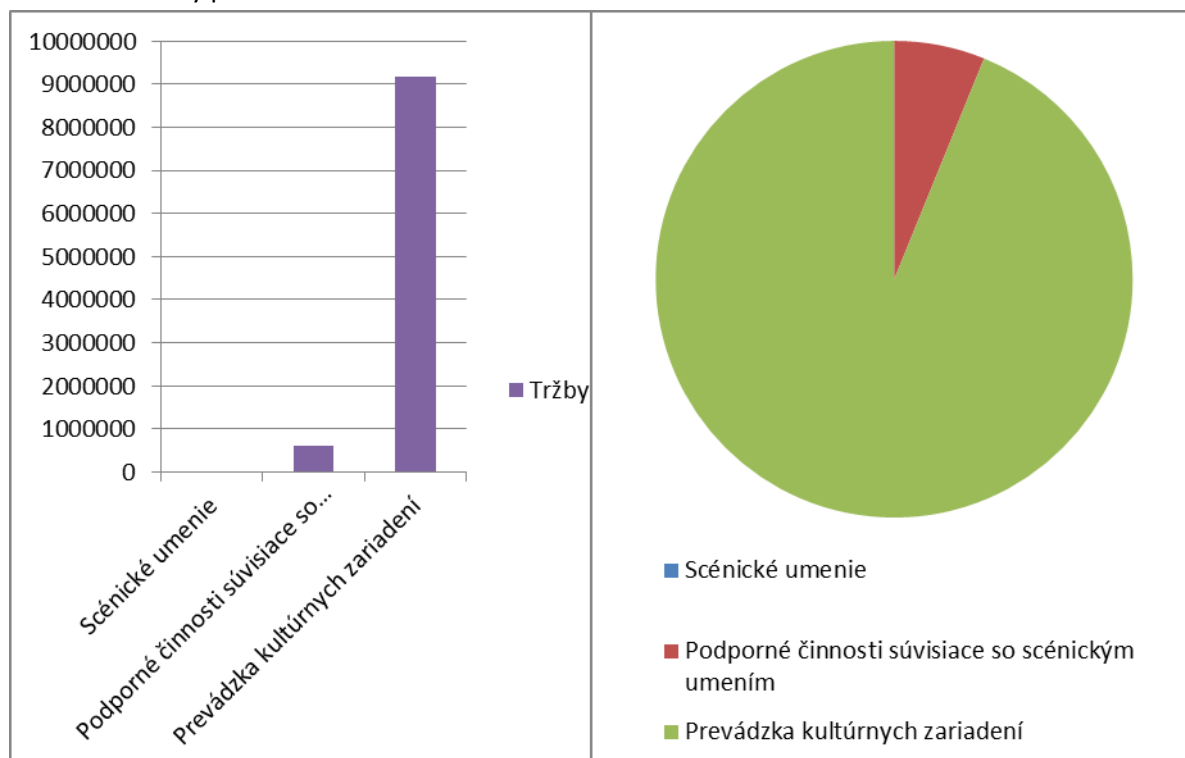
V tomto odvetví sa vyskytuje spolu 97 aktívnych podnikov, pričom ich činnosti napríklad v prípade prevádzky kultúrnych zariadení sa vyskytujú aj v iných odvetviach, ako napríklad v hudobnom priemysle, odevnom a textilnom priemysle a pod.

Tabuľka č. X: SK-NACE scénického priemyslu

Kód SK-NACE	Názov
90,01	Scénické umenie
90,02	Podporné činnosti súvisiace so scénickým umením
90,04	Prevádzka kultúrnych zariadení

Najväčší podiel v Košickom kraji, čo sa obrátov týka ma jednoznačne Prevádzka kultúrnych zariadení, s tržbami vo výške 9 162 364, čo je približne 94%.

Graf č. 31: Tržby podnikov



Zdroj: www.finstat.sk, autori

V SK-NACE 90.01.0 – Scénické umenie registruje spolu 20 organizácií, pochopiteľne najmä umelecké súbory a divadlá. Uvedené organizácie nevykazujú obrat, ale na základe údajov o kategóriách podľa počtu zamestnancov je lídrom Štátna filharmónia Košice s počtom zamestnancov spadajúcich do kategórie 100 – 149 zamestnancov.

Tabuľka č. 6: SK-NACE 90.01.0 – Scénické umenie. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Štátna filharmónia Košice	Košice – m. č. Staré Mesto	100-149		
Spišské divadlo	Spišská Nová Ves	25-49		
Folklórny súbor Gemer	Dobšiná	10-19		

Zdroj: www.finstat.sk

V SK-NACE 90.02.0 – Podporné činnosti súvisiace so scénickým umením sa nachádza síce menej podnikov ako v predošlom a síce spolu ich je 12 s iba piatimi vykazujúcimi obrat, pričom najväčší obrat z nich dosahuje firma KOPSTAV, s.r.o.. Agentúra Amadeus sa zameriava na činnosti spojené s organizáciou spoločenských podujatí, koncertov, festivalov, športových podujatí, a pod.

Tabuľka č. 7: SK-NACE 90.02.0 – Podporné činnosti súvisiace so scénickým umením, tržby nad 100 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
KOPSTAV, s.r.o.	Spišská Nová Ves	0	391 686,00	
agentúra AMADEUS, s.r.o.	Košice	0	149 521,00	5 281,00

Zdroj: www.finstat.sk

S týmito odvetvami samozrejme súvisí aj činnosť zaoberajúca sa prevádzkou kultúrnych zariadení (SK NACE 90.04.0. Najvýznamnejšiu rolu zohráva firma NMP, s.r.o. s obratom vo výške takmer 8 240 000 eur.

Tabuľka č. 8: SK-NACE 90.04.0 -- Prevádzka kultúrnych zariadení, tržby nad 30 000 eur. (2014)

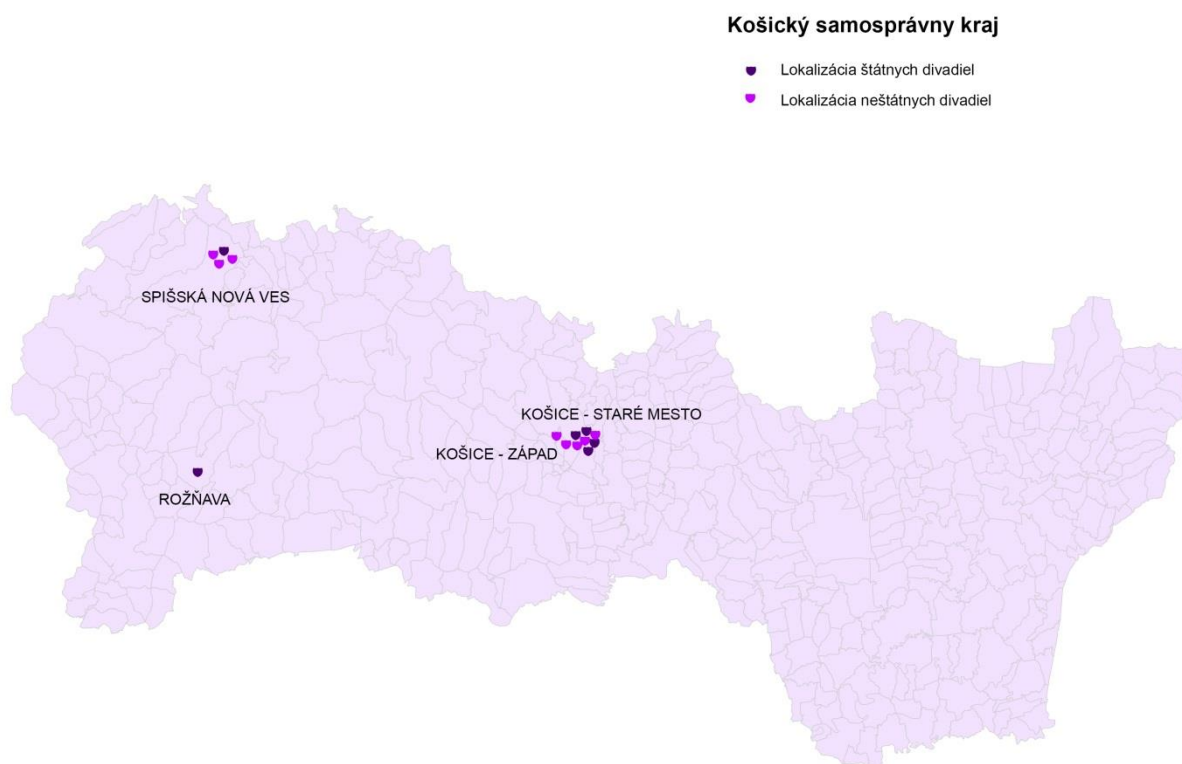
Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
NMP s.r.o.	Košice	nezistený	8 238 550,00	N/A
NN music s.r.o.	Košice	3-4	384 002,00	120 749,00
GESS Production, s.r. o.	Košice	0	165 116,00	1 018,00
CASSIA DANCE s.r.o.	Košice - Juh	0	81 597,00	-62 246,00
Maroš Čierny, s.r.o.	Medzev	2	64 328,00	11 558,00
CATALAN s.r.o.	Košice	0	42 321,00	1 678,00
REMIX - RV s.r.o.	Rožňava	3-4	35 513,00	703,00

Zdroj: www.finstat.sk

Z geografického hľadiska môžeme pozorovať význam mesta Košice, ale taktiež si všimnúť koncentráciu v regiónoch Michalovce a Spiš.

2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

Divadlá



Košice:

Mesto Košice je prirodzeným centrom divadelného života nielen v rámci Košického kraja, ale aj celého regiónu Východného Slovenska s mnohými divadlami.

Najprestížnejším divadlom v Košickom kraji je **Štátne divadlo Košice** (www.sdke.sk). Štátne divadlo má tri umelecké súbory - činohru, operu a balet.

Bábkové divadlo Košice (www.bdke.sk) (Zriadovateľ KSK) vzniklo ako štvrté na Slovensku, rozhodnutím zo dňa 17. júna 1959. V súčasnosti má BDK k dispozícii dva hracie priestory, s ročnou návštevnosťou okolo 26 tisíc návštevníkov. Divadelné predstavenia pre malých i veľkých.

Divadlo Thália Szinház (www.thaliaszinhaz.sk) (Zriadovateľ KSK) pôsobí ako zájazdové divadlo hrajúce v maďarskom jazyku. Zo svojich ročne 160 - 170 predstavení asi 60 odohrá v Košiciach, ostatné na rôznych miestach Slovenska. Často hostuje aj v Maďarsku. Po spoločenských zmenách v r. 1989 sa divadlo konečne osamostatnilo. Od 1. júla 1990 vystupuje pod názvom Košické Divadlo Thália Szinház a je v zriaďovateľskej pôsobnosti Košického samosprávneho kraja.

Divadlo Romathan v Košiciach (www.romathan.sk) (Zriadovateľ KSK) – rómske profesionálne divadlo a orchester zriadilo Ministerstvo kultúry SR v máji 1992 v Košiciach.

Združenie Staromestské divadlo, Košice (www.staromestske-divadlo.sk) - Staromestské divadlo Petra Raševa je voľným združením umelcov, divadelníkov, priaznivcov a milovníkov divadla. Združenie Staromestské divadlo spolupracuje pri všetkých svojich divadelných projektoch s profesionálnymi umelcami východoslovenského regiónu a študentmi košického Konzervatória.

Divadlo v kufri - Tomáš Plaszy, Košice (www.dvk.sk) - Bábkové predstavenia pre deti a dospelých v rôznych jazykoch. Flašinet. Pouličné produkcie. Kúzelník - klaun.

Divadlo Na peróne, Košice (www.naperone.sk) - Nezávislá divadelná scéna so sídlom v centre súčasných umení IC Culture train.

Divadlo Maškrtá, Košice (www.divadlomaskrta.sk) - Profesionálne neštátne bábkové divadlo.

Divadlo Neon, Košice (www.divadloneon.sk) - Nezávislé divadlo NeoN - alternatívne divadlo.

Spišská Nová Ves

Región Spiš bol historicky dôležitým kultúrnym centrom na Slovensku. V dnešnej dobe je stále viditeľná široká ponuka scénických umení.

Spišské divadlo, Spišská Nová Ves (www.spisskedivadlo.sk) (Zriadovateľ KSK) - je divadlom s vyše 40-ročnou históriou, ktoré pod týmto názvom pôsobí od roku 1992 v budove Reduty v Spišskej Novej Vsi. Ako jediné na Slovensku pôsobí ako zájazdové divadlo s prioritnou orientáciou na deti a mládež. Jeho súbor odohral za rok 2014 240 predstavení na celom území Slovenska, pričom sa dostal aj na zahraničné festivaly.

Divadlo KONTRA, Spišská Nová Ves je nezávislé divadlo v klubových priestoroch Domu Matice slovenskej v SNV.

Bábkové divadlo spod Spišského hradu, Harichovce (www.babkovedivadlosnv.eu) - vzniklo v roku 1994. Svoju domovskú scénu má v podkroví plnom bábkového sveta v Divadelnom štúdiu pri Dome Matice slovenskej v Spišskej Novej Vsi. Za svojimi divákmi putuje po celom Slovensku. Navštevuje materské i základné školy, domy kultúry i príležitostné podujatia na námestiach, hradoch a zámkoch.

Divadlo na opätkoch, Spišská Nová Ves (www.divadlonaopatkoch.sk) - vzniklo na popud neformálnej skupiny žien. Predstavenia so zameraním na problematiku porušovania ženských práv. Kampane, vzdelávacia a osvetová činnosť.

Rožňava

Mestské divadlo ACTORES, Rožňava (www.actores.sk) (Zriadovateľ Mestský úrad Rožňava) - mestské divadlo, ktorého súbor tvoria absolventi dramatických škôl. Inscenácie pre dospelého aj detského diváka.

Divadelné festivaly

Festival divadiel strednej Európy v Košiciach (www.kosicefest.eu) priláka vyše 7 000 návštevníkov ročne a získal stabilné miesto v programe divadelného publika v Košiciach.

Festival **DIVADELNÝ SPIŠ** v Spišskej Novej Vsi (www.spisskedivadlo.sk) - organizovaný každoročne od roku 2008 si získal uznanie a dôležité miesto medzi divadelnými festivalmi na Slovensku.

Festival Višegrádske dni (www.visegradskedni.sk) (organizované Občianske združenie FORSA) je reprezentatívnou antológiou domu umenia v oblasti divadla, hudby, výtvarného domu umenia krajín Vyšehradského zoskupenia – Čiech, Poľska, Maďarska, Slovenska.

Ďalšie festivaly a koncerty

Výber festivalov a hudobných podujatí rôzneho druhu, ktoré sú pravidelne organizované v Košickom kraji:

Free Summer Festival v Košiciach (www.freesummer.sk) - najväčší festival tanečnej hudby na východnom Slovensku s trinásťročnou tradíciou je zameraný prevažne na elektronickú a populárnu tanečnú hudbu v rôznych žánroch, pričom návštevnosť festivalu je 5 až 10 tisíc návštevníkov. Filozofiou organizátorov je predstaviť nových umelcov, DJ-ov, hudobné skupiny a tiež nové trendy v tanečnej hudbe na multižánrovom festivale pod holým nebom so vstupom zdarma.

Cassovia folkfest, Košice (www.folkfest.sk) – organizovaný umeleckou a reklamnou agentúrou KULTOBIN. Nadväzuje na dlhoročnú tradíciu konania folklórnych podujatí v metropole východného Slovenska v meste Košice. Je zameraný na prezentáciu tradičnej kultúry regiónov Košického samosprávneho kraja, Slovenska a európskych krajín.

Košické folklórne dni, Košice (www.kosickefolklornedni.sk) - organizované občianskym združením Košické folklórne štúdio / Dom ľudového tanca . V roku 2015 sa uskutoční 20. ročník Košických folklórnych dní, ktoré vytvárajú priestor členom folklórnych kolektívov, tanečníkom, spevákom, ľudovým hudobníkom a mladým choreografom, ktorí môžu predviesť svoje majstrovstvo v súťažiach tanečných a speváckych schopností.

Jazz FOR SALE festival, Košice (www.jazzforsale.sk) - Občianske združenie FORSA. Prvý ročník sa uskutočnil v roku 1990 a odvtedy sa bez prerušenia organizuje až doteraz. Zámerom festivalu je prinášať čo najvyššiu kvalitu v rámci prezentácie jednotlivých účastníkov, a tak každý z koncertov Jazz FOR SALE festivalu je zároveň výnimočnou príležitosťou pre adeptov jazzovej hudby, ktorých vývoj ovplyvňuje možnosť priameho kontaktu s kvalitnými interpretmi a je podnetom a impulzom pre rozvoj jazzovej scény v regióne.

Spišský mládežnícky folklórny festival, Spišská Nová Ves - Spišské folklórne slávnosti patria medzi významné folklórne festivaly organizované na Slovensku a sú vrcholným festivalom v oblasti ľudovej kultúry (spevu, tanca, zvykov, tradícií, ľudového rozprávania, detských hier, odievania) a iných duchovných a hmotných výtvorov ľudového umenia na Strednom a Dolnom Spiši.

Štátna filharmónia Košice je hlavným organizátorom 3 hudobných festivalov rôznych hudobných štýlov:

- **Košická hudobná jar** - medzinárodný hudobný festival vznikol v roku 1956 a patrí medzi najstaršie hudobné festivaly na Slovensku. Košická hudobná jar je v súčasnosti fórom s možnosťou konfrontácie interpretačných výkonov domácich a zahraničných sólistov i komorných súborov.
- **Medzinárodný organový festival Ivana Sokola** - je najstarším organovým festivalom na Slovensku (45. ročník v roku 2015). Zakladateľom a dlhoročným dramaturgom podujatia bol sólista Štátnej filharmónie Košice Ivan Sokol (1937-2005).
- Festival súčasného umenia **ARS NOVA Cassoviae** – začal v roku 2001 a je výsledkom prípravy a spolupráce hudobnej skupiny Hemerkovcov a Konzervatória Košice. V roku 2011 sa festival ARS NOVA Cassoviae spojil s festivalom ISCM New Music Days, ktorý organizuje Slovenská sekcia Medzinárodnej spoločnosti pre súčasnú hudbu a ktorý je jednou z aktivít smerujúcich k svetovému festivalu ISCM World New Music Days.

Steel aréna, Košice (www.steelarena.sk) - STEEL ARÉNA je najmodernejšou multifunkčnou halou na Slovensku, kde sa uskutočňujú rôzne kultúrno- spoločenské podujatia, najmä hudobné koncerty, vrátane slávných medzinárodných hudobných skupín.

Scénické umenia tvoria významnú časť aktivít organizovaných v súčasnosti modernými multifunkčnými kultúrno - tvorivými centrami, ide o koncerty a festivaly organizované v **Kulturpark** (www.k13.sk), a **Tabačka Kulturfabrik** (www.tabacka.sk).

Regionálne kultúrno-osvetové strediská

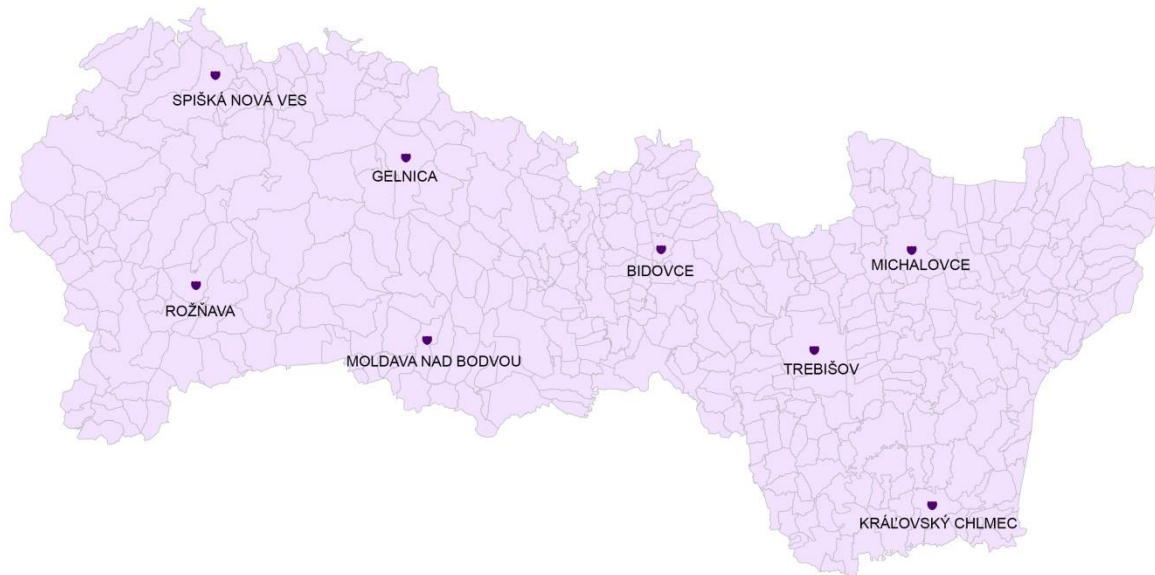
Osvetové strediská zohrávajú dôležitú úlohu v oblasti scénického umenia nielen prostredníctvom vzdelávania, ale aj organizovaním podujatí.

Kultúrneho centrum Košického samosprávneho kraja sa zlúčilo s **KOCR** (Krajská organizácia cestovného pohybu Košického kraja - www.kosiceregion.com) k 1.1.2015. Kultúrne centrum nadobudlo značný význam, pretože organizácia fungovala ako implementačný orgán programu Terra Incognita v mene KSK v rámci projektu Košice – EHMK2013. Zámerom programu Terra Incognita je ukázať prepojenie kultúrnych tradícií regiónu s kultúrnymi tradíciami Európy prostredníctvom troch tematických ciest – Vínnej cesty, Gotickej cesty a Železnej cesty.

V Košickom kraji pôsobí 7 kultúrno-osvetových stredísk:

Košický samosprávny kraj

■ Lokalizácia regionálnych kultúrno-osvetových stredísk



Výsledky kvalitatívneho prieskumu

Široká ponuka a zvyšujúca sa kvalita scénického umenia

Košický kraj ponúka v regióne širokú škálu a pestrú ponuku scénického umenia, organizovaného najmä mestom Košice. Spišská Nová Ves je dôležitým centrom scénického umenia v regióne. V ostatných rokoch je možné pozorovať narastajúci počet návštevníkov a zvyšujúca sa kvalita podujatí a festivalov. EHMK 2013 zohralo dôležitú úlohu pri získavaní skúseností v profesionalizácii organizácie a popularizácii podujatí. Steelarena v Košiciach dokázala do Košíc pritiahnúť svetoznámych umelcov a z národného a medzinárodného hľadiska umiestnila Košice na mapu.

Marketing a propagácia

Marketing a propagácia scénického umenia sú veľmi fragmentované. Mnohé divadlá si organizujú predaj vstupeniek samostatne, zatiaľ čo ostatné majú zavedený on-line rezervačný systém. Prehľad / kalendár aktivít scénického umenia štátnych, neštátnych a súkromných organizácií neexistuje, a to ani v rámci platforiem asociácií pre cestovný ruch. Podobne aj Steelarena koná samostatne prostredníctvom svojich vlastných kanálov.

Vzdelávanie

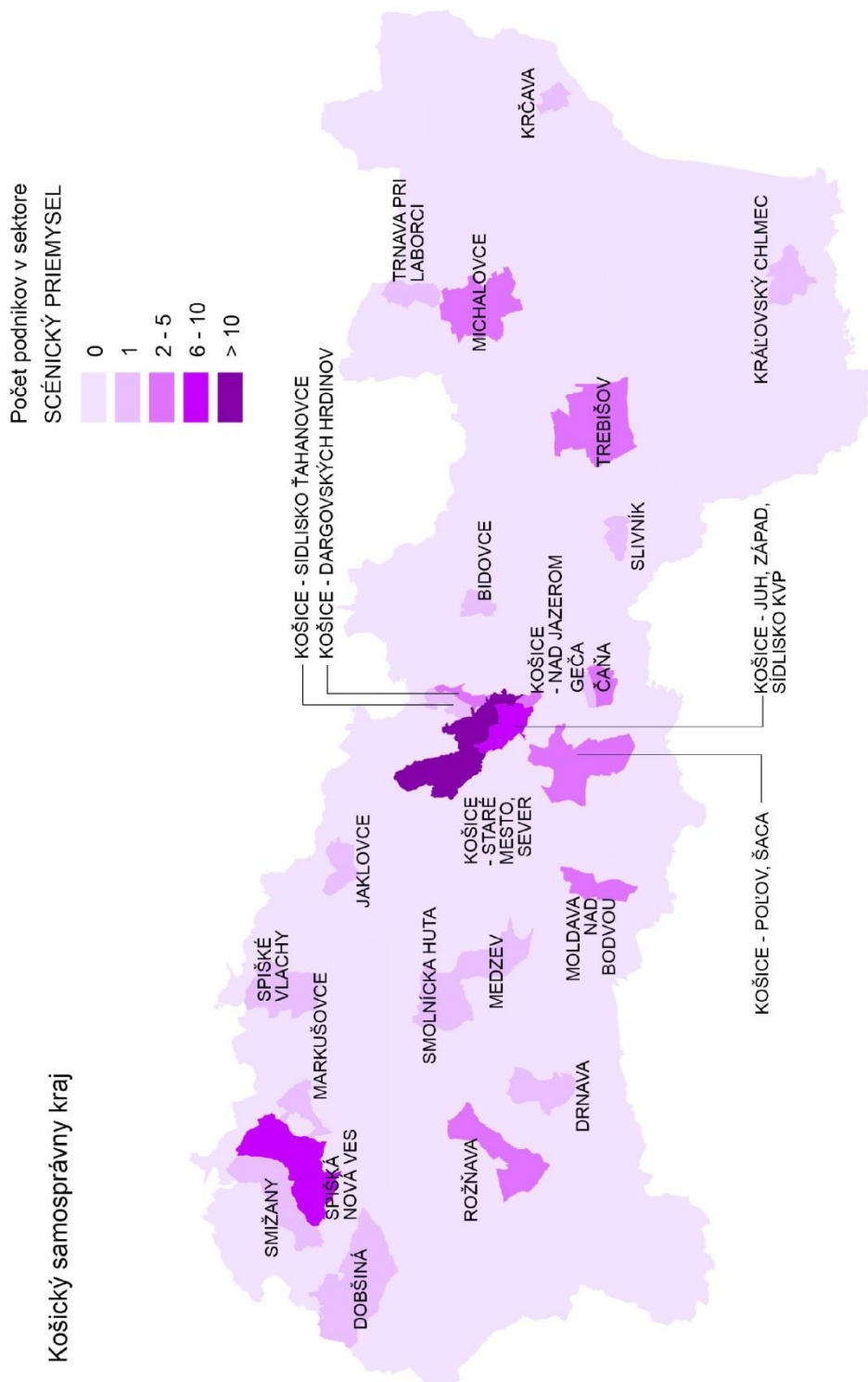
Trh scénického umenia spolupracuje tradične so školami a konzervatóriami aj v Košickom regióne, čím poskytuje dobrý základ pre rast talentov a tvorbu pracovných miest. Hustá sieť ZUŠiek taktiež poskytuje stabilnú základňu pre vzdelávanie v v oblasti scénického umenia.

Nedostatok štatistík o vplyve scénického umenia

Informácie o pôvode návštevníkov podujatí scénického umenia, ale aj o počte návštevníkov zúčastňujúcich sa na akciách a festivaloch sú nedostatočné. Z uvedeného dôvodu je veľmi ťažké odhadnúť efekty presahu scénického umenia na regionálne hospodárstvo (vrátane cestovného ruchu).

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie

Prirodzene, najväčšia koncentrácia podnikov je v hlavnom meste, v mestskej časti Košice Staré mesto, v časti Juh, Západ, a mimo hlavného mesta v Spišskej novej Vsi.



3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIE

Na Slovensku existuje špecializované umelecké vzdelávanie v stredoškolskom aj vysokoškolskom segmente. Tieto školy pripravujú predovšetkým absolventov v umeleckých profesiách. V Košickom samosprávnom kraji nepôsobí žiadna vysoká škola umeleckého zamerania. V stredoškolskom segmente pôsobia 4 konzervatóriá, z toho dve sú v zriaďovateľskej pôsobnosti Košického samosprávneho kraja.

Absolvent konzervatória je osobnosťou pripravenou pre výkon profesionálne náročných umeleckých činností, pre umelecko-pedagogickú prácu na základnom stupni umeleckých škôl, alebo k vysokoškolskému štúdiu. Úplné stredoškolské vzdelanie získané maturitou a vyššie odborné vzdelanie, vrátane pedagogickej spôsobilosti nadobudnuté absolútoriom školy, prehĺbené povinnou koncertnou a scénickou praxou, formuje výkonného umelca.

Tabuľka č. 9: Prehľad študijných odborov vyučovaných na konzervatóriách

Názov školy	ŠO: Tanec	ŠO: Spev	ŠO: Hudobno-dramatické umenie	ŠO: Hudba
Konzervatórium Timova 2, KE	áno	áno	áno	áno
Súkromné konzervatórium Kmeťova 23, KE	áno	nie	áno	nie
Konzervatórium Exnárova 8, KE	áno	áno	áno	áno
Súkromné hudobné a dramatické konzervatórium	áno	áno	áno	áno

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Hodnotiacich správ výchovno-vzdelávacej činnosti škôl

Scénickému umeniu sa po odbornej stránke venujú na **Konzervatóriu s odborními hudobno-dramatické umenie, tanec, hudba a spev, Exnárova 8, Košice** (www.konzervatoriumexnarova.sk). Konzervatórium pôsobí v okrese Košice III. Konzervatórium disponuje dvoma baletnými sálami, divadelnou sálou, odbornými učebňami s hudobnými nástrojmi a špeciálnymi učebňami vybavenými modernou didaktickou audio-video technikou. V škole pôsobí Ľudový orchester, Komorný orchester, Jazzový a muzikálový orchester, Dievčenský zbor Tempo.

Konzervatórium sa zapojilo do **online prieskumu**, z ktorého vyplývajú nasledovné informácie:

- V rámci prípravy študentov pre prax *absolventi účinkujú vo viacerých divadlách, orchestroch a profesionálnych súboroch*;
- Škola poskytuje mimoškolské aktivity ako *workshopy, stáže na Slovensku ale i v zahraničí, študenti majú možnosť účinkovať vo vystúpeniach a predstaveniach*;
- Škola spolupracuje so zahraničnými *konzervatóriami, divadlami a inými kultúrnymi inštitúciami v Čechách, Poľsku aj v Maďarsku*;

- Pri materiálno-technickom vybavení odboru je dopyt po zveľadovaní nástrojového parku, no hudobné nástroje ako marimba, koncertný klavír a iné sú veľmi drahé a doteraz sa na ne nenašli finančné zdroje.

Konzervatórium Timonova 2, Košice

Konzervatórium na Timonovej ulici v Košiciach (www.konke.sk) je konzervatórium v zriaďovateľskej pôsobnosti KSK, v ktorom sú počty študujúcich žiakov už niekoľko rokov vyrovnané a stabilizované. Konzervatórium každoročne prijíma na všetky študijné odbory okolo 40 študentov. Celkový počet študentov v školskom roku 2013/ 2014 bol 240.

Úspešnosť absolventov školy je 100%, po získaní absolútoria absolventi buď pokračujú v štúdiu na vysokej škole rovnakého zamerania alebo majú dostatok pracovných príležitostí v umeleckej sfére, pedagogickej činnosti na ZUŠ, ale tiež v komerčných TV a rádiách. Pracovné príležitosti získavajú na popredných scénach nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí. Konzervatórium spolupracuje tak základnými umeleckými školami v regióne, tak Štátnou filharmóniou Štátnym divadlom Košice, ako aj inými kultúrnymi inštitúciami mesta Košice.

Súkromné hudobné a dramatické konzervatórium

Súkromné hudobné a dramatické konzervatórium, Požiarnická 1, 040 01 Košice (www.shdkke.edupage.org) bolo zaradené do siete škôl a školských zariadení Slovenskej republiky rozhodnutím Ministerstva školstva Slovenskej republiky zo dňa 19.03.2009. Zriaďovateľom školy je Kultúrne združenie občanov rómskej národnosti Košického kraja. Súčasťou konzervatória sú aj elokované pracoviská v Bardejove a v Hnúšti. Celkovo na konzervatóriu v školskom roku 2014/2014 študuje 260 študentov, ročný plán prijatia na všetky odbory je 65.

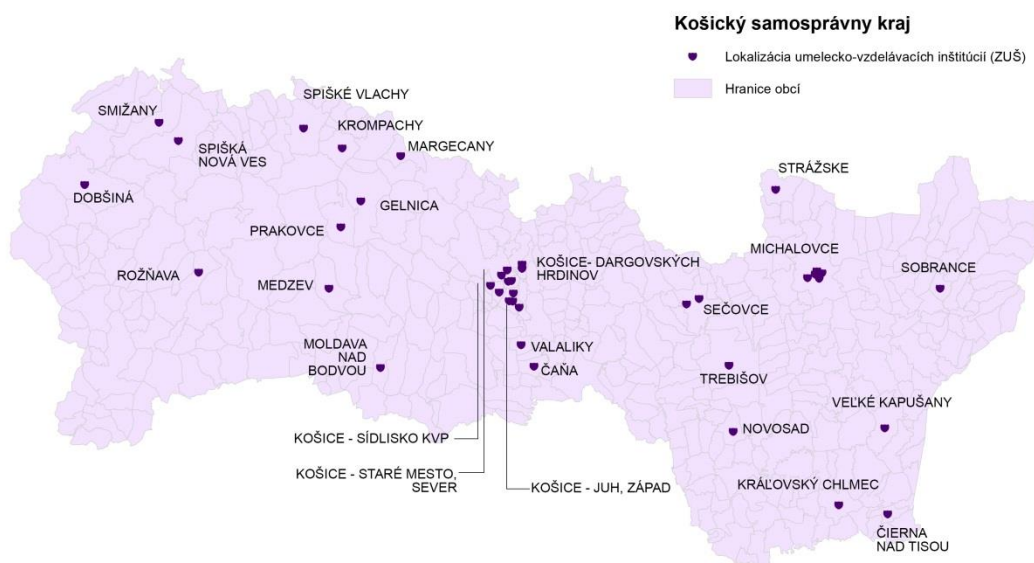
Súkromné konzervatórium Kmeťova v Košiciach (www.skke.sk) poskytuje komplexné praktické a teoretické vzdelanie pre profesiu profesionálneho umelca v odbore tanec a hudobno-dramatické umenie. Poskytuje úplné stredné odborné vzdelanie (4- ročné) a vyššie odborné vzdelanie (6-ročné). V školskom roku 2012/1013 študovalo v odboroch tanec, hudobno-dramatické umenie spolu 43 študentov. Z celkového počtu 11 absolventov v danom školskom roku našlo svoje uplatnenie v odbore 9 – 3 zamestnanci základnej umeleckej školy, 2 prijatí na vysokoškolské štúdium, 2 prijatí na absolútórium.

Škola úžitkového výtvarníctva

Na tejto škole sa v rámci odvetvia scénických umení vyučuje odbor Scénická dekoračná tvorba a reprodukčná maľba.

Základné umelecké školy

Takmer všetky ZUŠ v Košickom kraji ponúkajú v rámci svojej činnosti aj scenicke umeleckú tvorbu.



Iné:

Tanečné školy

Tanečné školy zvyčajne organizujú aj predstavenia pre divákom. V regióne Košice existuje niekoľko tanečných škôl zaoberajúcich sa rôznymi tanečnými štýlmi, od tradičných až po moderné štýly.

Dôležitým lídrom v oblasti folklórnych tancov v Košiciach je Ing. Vladimír Urban. Bol iniciátorom mnohých folklórnych festivalov a tanečných škôl:

Dom ľudového tanca, Košice (www.dlt.sk) - poslaním Domu ľudového tanca je vytvárať priestor pre široké spektrum folkloristických aktivít. Dominantou je výchova mládeže prostredníctvom hudby, spevu a tanca, zber, archivácia, šírenie a propagácia rôznych foriem tradičnej kultúry a organizovanie kultúrnych podujatí. Dom ľudového tanca zastrešuje Súkromnú základnú umeleckú školu Ing. Vlada Urbana, ľudovo-umeleckého vedúceho v danom regióne, ktorá sa venuje rôznym aktivitám, okrem iného je aj umelecký vedúci a choreograf folklórneho súboru Železiar (www.zeleziar.sk), riaditeľ umeleckej a reklamnej agentúry Kultobin, s. r. o. Košice, zriaďovateľ SZUŠ v Košiciach, programový riaditeľ CASSOVIA FOLKFESTu v Košiciach.

4. Financovanie a najlepšie osvedčené postupy

4.1 Financovanie

Priame príspevky z verejného rozpočtu

Sektor scénického umenia je silne závislý na verejných zdrojoch. Mnoho inštitúcií a organizácií je financovaných priamo prostredníctvom štátneho rozpočtu, z rozpočtu samosprávneho kraja alebo obecných zdrojov.

Financovanie projektov z národných a medzinárodných zdrojov

Prehľad o najdôležitejších možnostiach financovania projektov vo všetkých oblastiach umenia a kultúry z národných a medzinárodných zdrojov:

Štrukturálne fondy EÚ 2014 - 2020

Najmä Integrovaný regionálny operačný program 2014-2020 (IROP) poskytuje možnosti pre budovanie tvorivých odvetví na Slovensku, tento môže byť aplikovaný tiež na scenické umenie. Použitie týchto prostriedkov bude špecifikované v RIUS Košického regiónu a príslušnej programovej dokumentácii (Programový manuál, výzvy na podávanie žiadostí).

Dotačný systém Ministerstva kultúry Slovenskej republiky 2015

Dotačný program z Ministerstva Kultúry je mechanizmus určený pre niektoré kategórie (www.culture.gov.sk/podpora-projektov-dotacie/dotacie/dotacie-2015-2c5.html). Pre roku 2015 je definovaných nasledovných 8 dotačných programov, okrem iného: Obnovme si svoj dom (účel: ochrana, obnova a rozvoj kultúrneho dedičstva); Kultúrne aktivity v oblasti pamäťových inštitúcií (účel: ochrana, obnova a rozvoj kultúrneho dedičstva); Európske hlavné mesto kultúry 2013 – Košice (účel: čiastkové projekty súvisiace s projektom Európske hlavné mesto kultúry 2013); Umenie (účel: tvorba a šírenie umeleckých diel a ich reflexií; vzdelávací program v kultúre); Pro Slovakia (účel: podpora medzinárodnej spolupráce v oblasti kultúry; podpora projektu, na ktorého realizáciu získal žiadateľ grant z Európskej únie, prostredníctvom programu vytvoreného Európskou úniou pre kultúrne odvetvia a kultúrne subjekty, ak takýto projekt prispieva k praktickej realizácii cieľov Európskej únie vo vzťahu k Slovenskej republike); Kultúra znevýhodnených skupín (účel: kultúrna aktivita zdravotne postihnutých alebo inak znevýhodnených skupín obyvateľstva); Nehmotné kultúrne dedičstvo a kultúrno-osvetová činnosť (účel: kultúrna tvorivosť a voľno časová kultúrna aktivita; vzdelávací program v kultúre); Kultúrne poukazy (účel: sprístupňovanie kultúrnych hodnôt žiakom základných škôl, žiakom stredných škôl a pedagogickým zamestnancom základných škôl a stredných škôl).

Fond na podporu umenia

Fond nahradí podstatnú časť súčasného dotačného systému ministerstva kultúry. Pod správou ministerstva kultúry by po zriadení fondu malo ostať poskytovanie dotácií na ochranu, obnovu a rozvoj kultúrneho dedičstva, keďže spôsob politiky a podpory ochrany kultúrneho dedičstva a profesionálne zázemie potrebné na ich rozvoj je odlišné od oblasti tzv. živého umenia. Pod správou ministerstva kultúry naďalej ostane aj podpora kultúry znevýhodnených skupín obyvateľstva a kultúrne poukazy. Na fond by sa mala presunúť podpora tvorby a šírenia umeleckých diel a ich reflexií. Fond bude podporovať aj projekty z oblasti kreatívneho priemyslu.

S cieľom vytvorenia Fondu na podporu umenia pripravilo Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky návrh zákona o Fonde na podporu umenia, a ktorý dňa 14. mája 2014 schválila vláda Slovenskej republiky. Hlavným zdrojom financovania fondu budú v zmysle návrhu zákona príspevky zo štátneho rozpočtu, ktoré budú fondu poskytované z rozpočtovej kapitoly ministerstva kultúry.

Program Kreatívna Európa 2014 - 2020

Program Kreatívna Európa (www.cedslovakia.eu) sa začal realizovať v roku 2014 a vznikol zlúčením dvoch samostatných programov Kultúra a MEDIA (spolu s MEDIA Mundus) a nadväzuje tak na program MEDIA, ktorý vznikol v roku 1991 pod názvom MEDIA I, v rokoch 1996 - 2000 bol realizovaný ako program MEDIA II, v rokoch 2001 - 2006 ako program MEDIA Plus a MEDIA Training a v rokoch 2007 - 2013 ako program MEDIA 2007. Ide o najväčší svetový podporný program a jeho rozpočet na roky 2014 až 2020 je 1,46 miliardy EUR.

Medzinárodný vyšehradský fond (International Visegrad Fund)

Medzinárodný vyšehradský fond (www.visegradfund.org) je medzinárodná organizácia so sídlom v Bratislave. Jeho hlavným cieľom je podpora užšej spolupráce medzi krajinami V4 cez spoločné kultúrne, vedecké a vzdelávacie projekty, výmenné pobyty mládeže, cezhraničnú spoluprácu a podporu turizmu. Na podporu umenia a kultúry slúžia grantové programy a rezidenčný program pre umelcov.

Európa pre občanov 2014 - 2020

Program EÚ (komunitárny program) "Európa pre občanov 2014 - 2020" (www.europapreobcanov.sk) financuje iniciatívy na podporu spoločnej európskej pamäte a aktívneho občianstva na úrovni EÚ. Miestne a regionálne orgány, mimovládne organizácie, vzdelávacie, výskumné, kultúrne a mládežnícke inštitúcie môžu získať podporu na diskusné podujatia, konferencie, workshopy, umelecké dielne, športové podujatia, štúdie a iné občianske aktivity rôznorodého charakteru.

Nórsky finančný mechanizmus a finančný mechanizmus EHP

Finančný mechanizmus Európskeho hospodárskeho priestoru a Nórsky finančný mechanizmus (www.eegrants.sk) predstavujú príspevky prispievateľských krajín, t.j. Nórska, Islandu a Lichtenštajnska viacerým členským štátom Európskej únie. Program sa rozdeľuje medzi deväť programov okrem iného pre ochrana a revitalizácia kultúrneho a prírodného dedičstva a podpora diverzity v kultúre a umení v rámci európskeho kultúrneho dedičstva, ako aj cezhraničná spolupráca, štipendijný program, a fond pre mimovládne organizácie.

Existujú tiež rôzne ďalšie medzinárodné a národné programy a nadácie, ktoré poskytujú finančné zdroje ako napríklad:

- **Európska kultúrna nadácia (European Cultural Foundation - ECF)** (www.culturalfoundation.eu);
- Nadácia Anna Lindh (www.annalindhfoundation.org);
- Nadácia Orange (www.nadaciaorange.sk);
- Nadácia VÚB (www.nadaciavub.sk);

Košice - Program Escalator

Program Escalator bol nový špecifický program pre podporu kreatívnej ekonomiky a rozvoj talentov v meste Košice. Jedinečný intenzívny rozvojový a vzdelávací program zameraný na budovanie kapacít v kultúrnom a kreatívnom sektore ponúka na mieru pripravený rozvojový program pre vybrané subjekty a individuálnych umelcov, ktorí pracujú v kreatívnom priemysle. Týmto subjektom ponúklo rady pre rozširovanie pôsobenia, nové skúsenosti, prax, zručnosti, kariéru a pomoc pri medzinárodnej spolupráci.

Privátne zdroje – sponzoring / dary

Istú možnosť získavania finančnej podpory je aj súkromný sektor, a to napríklad formou sponzoringu alebo spolupráce škôl s komerčnými subjektmi.

4.2 Najlepšie osvedčené postupy v oblasti scénického umenia

Príklad

mdw Club Vienna

Stručný opis

Klub *mdw club* je súčasťou mdw - Univerzity hudby a múzických umení vo Viedni. mdw patrí medzi svetovo najväčšie a najznámejšie univerzity špecializujúce sa na oblasť scénického umenia, hudby, divadla a filmu. *mdw club* je kultúrne orientovaná a medzinárodná sieť pre absolventov, študentov, inštruktorov, priateľov, partnerov a zamestnancov mdw. Spektrum ich ponuky zahŕňa služby týkajúce sa kariérneho vývinu a ďalšieho vzdelávania, zaujímavé podujatia týkajúce sa akademického výskumu, umenia a kultúry, ako aj zľavy a výhody u mnohých spolupracujúcich partnerov.

História

Viedeň bola vždy živým miestom pre hudbu a scénické umenie. Dejiny akadémie siahajú až do roku 1808. V roku 1998 sa akadémia stala vysokou školou múzických umení, ktorú navštevuje 3 000 študentov. Na rozdiel od niektorých skutočne výnosných odvetví ako sú digitálne médiá a reklama, scénické umenie je čím ďalej, tým viac spájané s dotovanou kultúrou než s podnikaním. V čase minimalizácie verejných financií musia scénickí umelci zarábať peniaze ich tvorivými schopnosťami s vyššou mierou invencie. Klub mdw nadväzuje na túto myšlienku a pripravuje svojich členov pomocou celej škály aktivít, kurzov a sieťových podujatí.

Prenosné prvky úspechu

Táto koncepcia je veľmi dobre prenosná. Klub *mdw club* je súčasťou univerzity, ktorá preberá zodpovednosť za svojich študentov, pričom stimuluje podnikanie v odvetví, ktoré má svoje korene v dotovanom prostredí.

Ďalšie informácie

<https://www.mdw.ac.at/mdwclub/>

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• Kombinácia divadiel a ponuky scénického umenia v Košiciach• EHMK 2013• Regionálna koncentrácia scénického umenia v regióne Spiš• Existencia siete kultúrno-osvetových stredísk v regióne• Multifunkčne kultúrne a kreatívne centra ako Kulturpark a Tabacka• Široká sieť ZUŠ v regióne a ponuka konzervatorium• Národné a medzinárodné hudobné vystúpenia populárnej hudby v Steel Aréne	<ul style="list-style-type: none">• Regionálny trh• Slabá sociálno-hospodárska situácia• Slabá spolupráca medzi organizáciami a inštitúciami• Deklarovaná politická podpora nie je transformovaná do praxe• Nekoordinovane marketing a promotion• Vysoká miera závislosti na verejných financiách• Manažérske zručnosti• Nízke mzdy• Marketing umenia• Prezentácia umenia
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none">• Nová kultúrna stratégia• Nové programy financovania (EÚ, iné)• Efekt "preliatia" do ďalších hospodárskych odvetví (cestovný ruch)• Nové technológie	<ul style="list-style-type: none">• Trvalá udržateľnosť organizácie• Škrty v rozpočtoch verejného financovania• Únik mozgov z Košického kraja• Chýba dôvera• Chýba zmysel pre zmeny

5. Časť: Hudobný priemysel

OBSAH

1. STAV ODVETVIA.....	174
1.1 Rozvoj hudobného priemyslu z medzinárodného hľadiska.....	174
1.1.1. Bližší pohľad Európsky hudobný priemysel	176
1.1.2. Nové trendy vývoja hudobného priemyslu a biznis modely	176
1.2 Stav hudobného priemyslu na Slovensku.....	180
1.2.1 Úvod	180
1.2.2 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	186
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI.....	190
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	190
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	192
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie.....	195
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIE, DOTÁCIE	196
4. FINANCOVANIE & BEST PRACTICES	199
4.1 Financovanie.....	199
4.2 Best practices	199
5. SWOT	201

1. STAV ODVETVIA

Hudobný priemysel predstavuje celý cyklus kompozície, tvorby a predaja hudby všetkých žánrov verejnosti. Hudobný sektor bol jedným z prvých odvetví, ktoré boli konfrontované s príchodom internetu ako nového nástroja distribučnej platformy ešte v 90. rokoch. Na prvý pohľad nevyspytateľná technológia mala dramatický vplyv na hudobný trhu z hľadiska tvorby pracovných miest, rastu a obchodu. Nezávislé vydavateľstvá videli v internete príležitosť a rozhodli sa investovať do vývoja nových technológií, ktoré sú v súčasnosti veľkým prínosom pre hudobných skladateľov.

V súčasnej dobe majú milovníci hudby neobmedzený a bezprostredný prístup k väčšine hudby, naprieč všetkými žánrami za prijateľnú cenu a často aj zadarmo. Činnosti vytvárajúce hudobný priemysel sú početné a rozmanité hodnotové reťazce. Hudobný priemysel a proces tvorby hudby vytvárajú kvalifikovaní skladatelia, pesničkári, textári, interpreti, hudobníci, producenti, vydavatelia, zvukári, nahrávacie štúdiá, technickí pracovníci, manažéri, pracovníci hudobných rádii a hudobných TV staníc, rovnako ako aj právnikov, účtovníkov, IT odborníkov a masmediálnych odborníkov. Existuje len veľmi málo špecializovaných škôl, ktoré ponúkajú školenia pre kariéru v hudobnom biznise. To je dôvod, prečo hudobný priemysel má tendenciu vychovávať nových pracovníkov.

Hudobný priemysel generuje výnosy viac ako €25mld. Skladanie a predvádzanie hudobných diel má na starosti takmer 1,2 mil. ľudí pracujúcich v hudobnom priemysle¹⁰. Veľmi dôležitým článkom ekonomického reťazca pri hudbe sú ochranné autorské zväzy a poplatky, ktoré tieto vyberajú za používanie autorských diel a následne prerozdeľujú ich autorom a výrobcem záznamov. Ich úloha v trhovom cykle kreatívneho priemyslu je veľmi dôležitá, a preto je dôležité aj ich efektívne fungovanie, dostatočné porozumenie meniacim sa podmienkam trhu a spôsoby nastavenia exekutívnej praxe pri vyúčtovaní poplatkov voči používateľom diel aj prijímateľom.

1.1 Rozvoj hudobného priemyslu z medzinárodného hľadiska

Hudobný priemysel je charakteristický dominanciou malého počtu veľmi veľkých globálnych firiem a veľkým množstvom malých a stredných podnikov. Štyri spoločnosti s najväčším podielom na trhu vo vydávaní hudby sú taktiež najväčšími nahrávacími spoločnosťami.

Hudobný sektor vedie kreatívny priemysel k testovaniu a objavovaniu nových obchodných modelov. V súčasnosti pokračuje hudobný priemysel vo svojej transformácii na globálny digitálny obchod. Nahrávacie spoločnosti úspešne prinášajú hudbu cez digitálne kanály, šíria licencovanú hudbu a inovatívne prinášajú umelcov globálnemu publiku. Prijímanie a vytváranie digitálnych obchodných modelov boli rozhodujúce pre úspech európskeho hudobného priemyslu. V súčasnosti užívatelia počúvajú hudbu „na cestách“, cez bezdrôtové elektronické zariadenia. Tento fakt viedol k rapidným zmenám hudobných služieb na meniacom sa trhu. Spotrebiteľia si vďaka tomu môžu vybrať zo širokej ponuky dostupných poskytovateľov služieb cez digitálne služby.

¹⁰ Creating growth, Measuring cultural and creative markets in the EU, EY, 2014

Tabuľka 1: Spoločnosti s najväčším podielom na trhu vydávania hudby v roku 2010

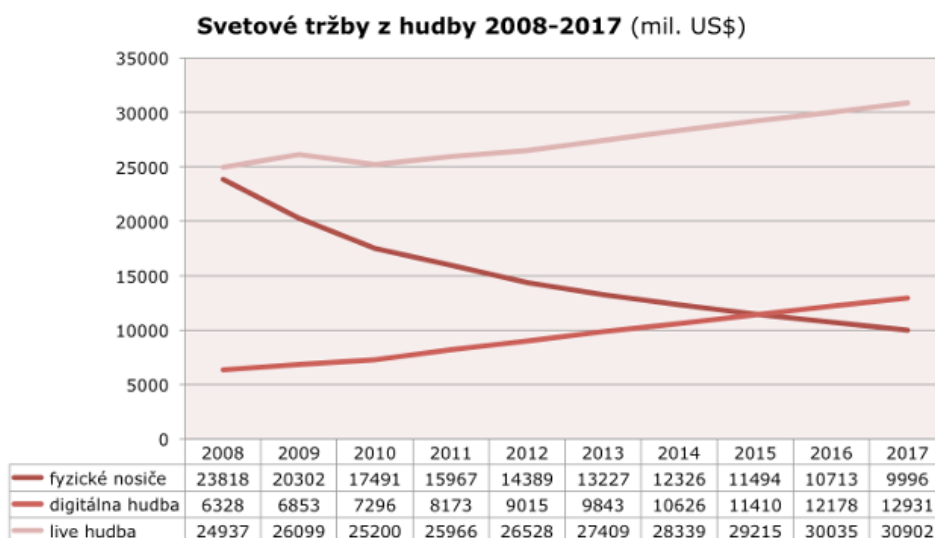
Názov spoločnosti	Sídlo	Vlastník	Príjmy
UniversalMusicGroup	USA	Vivendi, Francúzsko (od roku 2006)	4,449 mld. Eur
Sony MusicEntertainment	USA / Japonsko	Sony Corporation of America, USA (od roku 2008)	4,24 mld. Eur
WarnerMusicGroup	USA	Access Industries, USA (od roku 2011)	2,186 mld. Eur
EMI Group	Spojené kráľovstvo	Vivendi, Francúzsko (od roku 2011) predtým Citigroup USA)	1,792 mld. Eur

Zdroj: Leurdijk, A., Nieuwenhuis O., Ed. Simon, J.P., Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: Music Industry, 2012

Digitálna oblasť predstavuje skvelú príležitosť pre tvorivé odvetvia, a samozrejme tvorivé odvetvia predstavujú veľkú príležitosť pre digitálnu ekonomiku. Digitálna oblasť poskytuje nové a sofistikovanejšie spôsoby komunikácie, znižuje vzdialenosť medzi tvorcami a ich publikom, a umožňuje väčšiu rozmanitosť prác, ktoré sa zverejňujú a distribuujú. Hudobné služby sú kľúčovými inovátormi v monetizácii ¹¹ kreatívneho obsahu. Predaj digitálnej hudby rastie, kým predaj klasických fyzických nosičov klesá - v USA už dokonca digitál tržbami prekonal CD-čka. Spoločnosť PricewaterhouseCoopers (PwC) však odhaduje, že tržby z digitálnej hudby prekonajú fyzické nosiče vo svete **už v roku 2016**. Tomuto nárastu tržieb pomôže rast vysokorýchlostného internetu a smartfónov. Tržby z klasických hudobných nosičov v roku 2017 podľa PwC klesnú pod 10 miliárd dolárov. Hudobný priemysel čaká najbližších päť rokov rast, o čo sa postarajú najmä príjmy z "live" hudby, vďaka tržbám zo vstupného a sponzoringu.

Graf č. 1

¹¹ monetizácia - je proces na základe ktorého sa prevádza tovar alebo služba do zákonných platobných hodnôt. Často ale tiež používa v súvislosti s nadobudnutím práva na inkasovanie financií za akékoľvek hodnoty.



Zdroj: PwC

1.1.1. Bližší pohľad Európsky hudobný priemysel

Európsky hudobný trh je tvorený rôznorodými skupinami dynamických národných trhov ovládaných domácou tvorbou. Vážna a súčasná hudba prekračuje štátne hranice bez problémov. Na druhej strane populárna hudba, je všeobecne úspešná v krajinách, kde sa jazyk použitý v piesni zhoduje aj s domácim jazykom. Mnohé trhy vykazujú jasnú preferenciu domácej národnej hudby. Koexistencia originálnych a rôznorodých hudobných kultúr prispieva ku kultúrnemu bohatstvu Európy. Tisícny európskych hudobných spoločností, veľkých aj MSP, vo veľkom investujú do nových umelcov a produkujú tisíce nových vydání každý rok. MSP prispievajú zamestnanosťou a vytváraním pracovných miest z hudobného priemyslu kľúčového zamestnávateľa a je zdrojom veľkej rozmanitosti v novej hudbe. Európa je domovom štyroch z desiatich najväčších trhov s hudobným priemyslom celosvetovo (Nemecko, Spojené kráľovstvo, Francúzsko a Taliansko) a najvýznamnejších hudobných spoločností.

Európa ako líder v oblasti predaja a inovácie je zároveň domovom najväčšej svetovej nahrávacej spoločnosti - Universal Music Group - a dvoch popredných poskytovateľov hudobných streaming služieb – Spotify (Švédsko) a Deezer (Francúzsko), ktoré úspešne súperia s poprednými spoločnosťami z USA, ako je YouTube, Google Play a Rdio o spotrebiteľov. Európa je zároveň aj domovom pre tisíce nezávislých hudobných spoločností, ktoré sú kľúčovými zamestnávateľmi a investormi nových kreatívnych projektov, čo je potrebné pre hudobnú rozmanitosť. Po vstupe streamingových služieb na európske trhy prudko klesá nelegálne sťahovanie hudby a zároveň sa hudobnému priemyslu rok čo rok zvyšujú príjmy z predaja hudby on-line. Vyplýva to z analýzy, ktorú spracovala streamingová služba Spotify.

1.1.2. Nové trendy vývoja hudobného priemyslu a biznis modely

Posun k on-line predaju hudby prebieha v celej Európe, ale spotrebiteľské preferencie sa líšia. Hudobné streamingové služby, za ktoré spotrebiteľia buď zaplatia pevnú sumu za neobmedzený prístup k mimoriadne rozsiahlemu katalógu hudby (väčšina streamingových služieb ponúka viac ako 20 miliónov skladieb a niektoré majú k dispozícii aj vyše 40 miliónov skladieb), alebo ktoré môžu používať zadarmo pomocou sledovania reklamy, sú rastúcou časťou zdrojov príjmov. Príjmy z

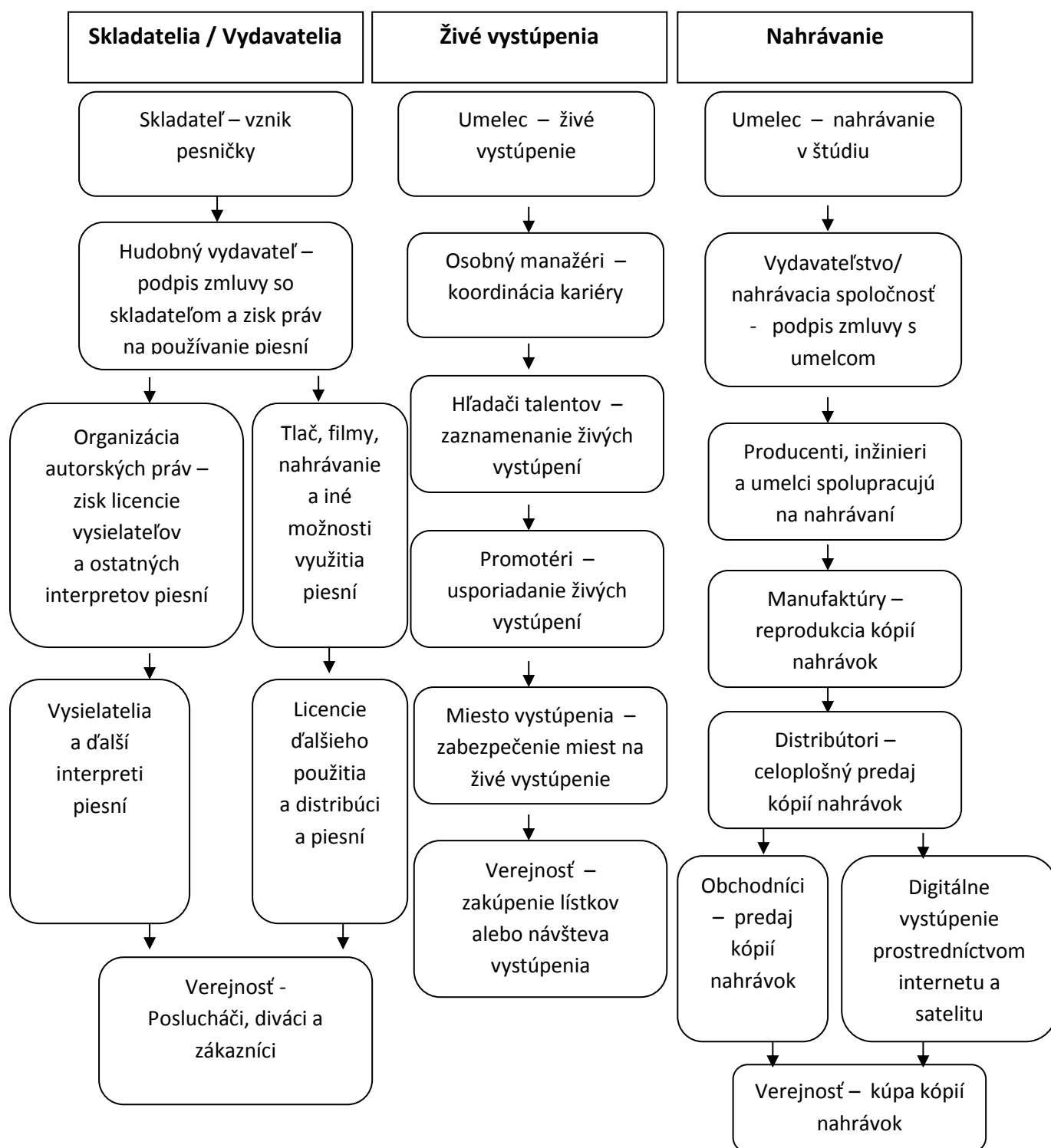
predplatiteľských hudobných streamingových služieb vzrástli o 51,3% v roku 2013. V rámci Európy, správanie spotrebiteľov sa mení. Spotrebiteľia v Švédsku, Francúzsku a Taliansku preferujú skôr predplatiteľské služby, zatiaľ čo Nemci dávajú prednosť sťahovaniu. Vo Švédsku, domov spoločnosti Spotify, si polovica všetkých užívateľov internetu zaplatila predplatné pre prístup k miliónom hudobných skladieb prostredníctvom streamingových služieb. Nemeckí milovníci hudby preferujú sťahovanie skladieb z platforiem ako je iTunes. V USA spotrebiteľia viac vyhľadávajú prístup k hudbe pomocou predplatného.

On-line hudobné služby sa v posledných niekoľkých rokoch nesmierne vyvinuli. Do roku 2013, bolo v Európe k dispozícii viac ako 230 hudobných služieb, ktoré ponúkajú viac ako 37 miliónov skladieb v každej krajine EÚ. V niektorých krajinách mal digitálny predaj hudby 56% podiel z celkového predaja a napríklad vo Švédsku dosahoval podiel 70%. Európsky trh nahrávanej hudby je poháňaný rastúcimi digitálnymi tržmi. Tržby digitálne reprodukovanej hudby vzrástli v Európe medzi rokmi 2009 a 2013 o 109%. Európania sú aj naďalej jednými z najväčších svetových spotrebiteľov reprodukovanej hudby, pričom 4 krajiny EÚ sa nachádzajú medzi 10 najväčšími svetovými tržmi v roku 2013. Podľa IFPI, digitálne predaje v roku 2013 predstavovali 39% svetových zaznamenaných obchodných výnosov hudby a z toho 32% tvorí európsky trh. Na základe uvedených skutočností možno konštatovať, že sťahovanie hudby cez internet predstavuje významný zdroj príjmov.

V Európe sa výrazne rozrástol streaming, ktorý tržieb v roku 2013 predstavoval 38% digitálnych tržieb. Na základe vývoja za posledné obdobie sa predpokladá, že streaming výrazne zvýši svoj podiel na európskom digitálnom trhu v najbližších rokoch. Trh tvorený reprodukovanou a živou hudbou za posledné roky výrazne narastá čoho najväčším dôkazom je zvyšujúci sa počet hudobných vystúpení. Mierne zvýšenie (0,6%), zaznamenaných obchodných tržieb hudby v roku 2013 ukazuje, že európske priame predaje majú potenciál rásť. Oba sektory, reprodukováaná a živá hudba sú významnými poskytovateľmi pracovných miest, ktoré nemôžu byť od seba oddelené. Živá hudba v Európe vďaka významnej verejnej podpore, vytvára veľkú ekonomickú hodnotu a zamestnanosť.

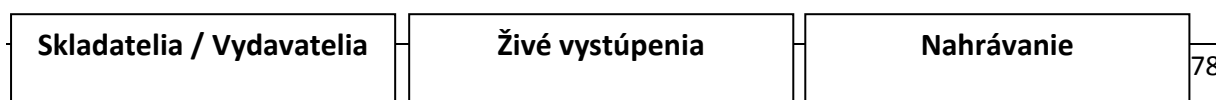
Tento posun smerom k cieľným odporúčaniam a osobnejšej hudobnej ponuke je založený na rýchlej inovácii streaming platforiem, ktoré diverzifikujú svoje ponuky predplatného, aby uspokojili dopyt spotrebiteľov. Ešte je však potrebné zabezpečiť znížovanie podielu pirátstva, ktoré poškodzuje priemysel a umelcov. Hudobné spoločnosti podporujú nové distribučné a marketingové kanály pre hudbu prostredníctvom individuálnych alebo kolektívnych dohôd s prevádzkovateľmi on-line obchodov. Hlavné a nezávislé vydavateľstvá ukázali inovatívny prístup pri hľadaní nových spôsobov pre rast a rozvoj obchodných modelov. Vznik širokej škály legálnych hudobných streamingov a služieb podporujúcich sťahovanie hudby napr. Deezer (Francúzsko) a Spotify (Švédsko), pomohli transformovať priemysel. Dostupnosť hudby v rôznych cenových variáciách a rôznorodosť ponuky prispievajú ku zvyšujúcej sa ochote spotrebiteľov platiť za hudbu on-line.

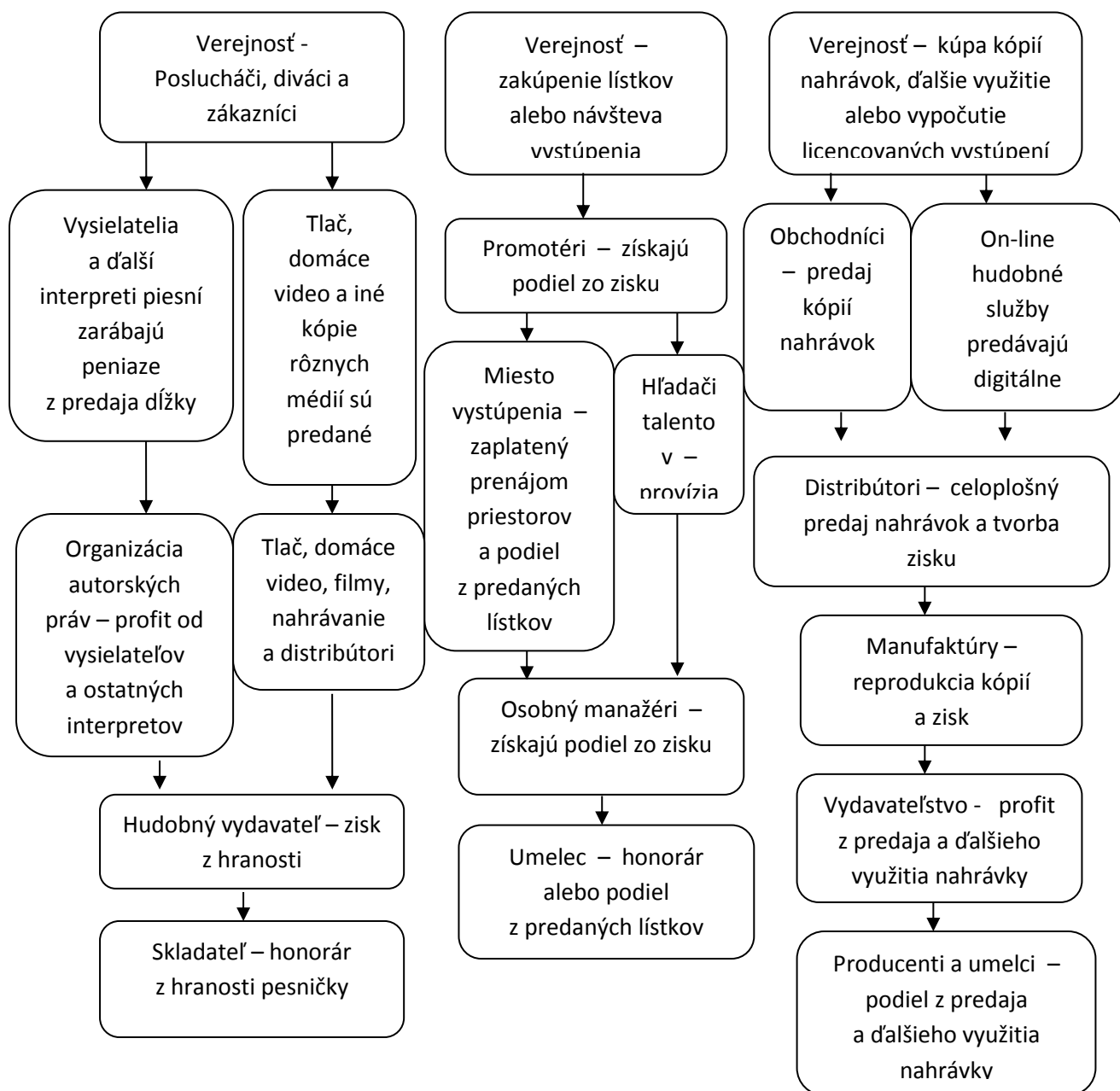
Schéma: Hlavní hráči a ich aktivity v hudobnom priemysle



Zdroj: Hull, Hutchinson&Strasser, 2011 v Leurdijk, A., Nieuwenhuis O., Ed. Simon, J.P., Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: Music Industry, 2012

Schéma: Tok príjmov od spotrebiteľa ku zdroju v hudobnom priemysle





Zdroj: Hull, Hutchinson&Strasser, 2011 v Leurdijk, A., Nieuwenhuis O., Ed. Simon, J.P., Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: Music Industry, 2012

Veľmi dobrými nástrojmi na porozumenie vzťahov a fungovania celého procesu v hudobnom priemysle sú schémy (Hlavní hráči a ich aktivity v hudobnom priemysle a Tok príjmov od spotrebiteľa ku zdroju v hudobnom priemysle), ktoré vykresľujú vzťahy a aktivity medzi hlavnými aktérmi.

Prvá schéma je rozčlenená na tri oblasti: skladatelia/vydavatelia, živé vystúpenia a nahrávanie. Každá oblasť následne vysvetľuje celý proces od začiatku tvorby a kompozície piesne až po konečný predaj hotového produktu fanúšikom hudby. Dôležitým z pohľadu fungovania a získania profitu je proces podpísania licenčných práv a autorských práv skladateľa. Prvá schéma teda predstavuje tzv. prístup zhora dole. Kľúčovými vstupmi pre potreby zabezpečenia funkčnosti biznis modelu sú: nahrávacie štúdio pre potreby umelca resp. skladateľa, fungujúca kooperácia medzi vydavateľom, producentom, distribútorom, hudobnými inžiniermi a samotným hudobným umelcom. Druhá schéma znázorňuje toky príjmov od spotrebiteľa až k skladateľovi, čiže ide o reverzný prístup t.j. zdola hore. Predstavuje teda schému fungujúceho biznis modelu, ktorý poskytuje všetkým zainteresovaným stranám finančné príjmy. Obe schémy zároveň predstavujú obchodný model fungovania hudobného priemyslu.

1.2 Stav hudobného priemyslu na Slovensku

1.2.1 Úvod

Hudobný priemysel na Slovensku tvoria: a) vydavateľstvá - konkrétne pobočky veľkých nadnárodných spoločností (Universal, Sony Music, Warner) alebo českých vydavateľstiev, ktoré pôsobia na slovenskom trhu (CS Muzika, Supraphon) a nezávislé slovenské vydavateľstvá (Forza, Slnko Records, DeadredRecords, Exitab, Pavian, Hevhetia a i.) b) promotéri - agentúry pôsobiace ako pobočky nadnárodných spoločností (napr. XL Group – LiveNation), nezávislé agentúry (Vivien, CoolFactory, Pohoda, Vresk, Grape Festival, Duna, Konvergencie a i.) a kluboví promotéri, c) produkčné a manažment agentúry, individuálni agenti, interpreti (hudobníci, hudobné skupiny, orchestre, DJ), d) nahrávacie štúdiá a subjekty vytvárajúce základnú infraštruktúru (eventové priestory, hudobné kluby, kultúrne centrá, kultúrne domy).

Napriek skutočnosti, že ekonomická kríza a vplyv rozvoja digitálneho prostredia spôsobili v posledných rokoch mierny pokles celkových príjmov, zároveň je zreteľný prudký nárast tzv. digitálnych príjmov (v roku 2012 nárast o 132 %). Už dnes tvoria tzv. digitálne príjmy 20 % z celkových predajov a je evidentná tendencia ďalšieho rastu. Súvisí to aj s nedávnym boomom legálnych hudobných on-line služieb, rozrastaním ponuky digitálnych obchodov a rozvojom nových obchodných modelov. Už dnes sa okrem služieb zameraných na on-line sťahovanie („download“) hudby rozvíjajú „streamingové“ služby, pri ktorých si užívateľ nesťahuje hudbu do digitálneho zariadenia, ale ju len počúva. Sprístupnenie nových služieb aj na území SR a zvyšovanie penetrácie smartfónov s dostupnosťou hudobných služieb prináša ďalší potenciál do tejto oblasti.

Celkové tržby z predaja fyzických a digitálnych nosičov v roku 2012 boli 2 857 000 eur (z toho 2 284 000 eur z fyzických nosičov). Tento trh tvorí však podľa odhadov expertov v odvetví len cca desatinu

celkového trhu s nadväzujúcimi funkciami (koncerty, produkcia, merchandising a pod.).¹²

Väčšinu odvetvia tvoria individuálni interpreti v slobodnom povolani alebo SZČO. Obchodné spoločnosti a firmy, ktoré v odvetví pôsobia, sú prevažne mikrofirmy a malé a stredné podniky.

Digitálne technológie ovplyvnili zásadným spôsobom hudobnú tvorbu, ale najmä distribučný reťazec pri jej šírení (viď vyššie). Z momentálneho vývoja na trhu je jasné, že digitálny predaj a nové obchodné modely pri šírení hudby sú hlavným potenciálom tohto odvetvia aj na Slovensku.

Pre dosahovanie reálnych ziskov autorov a výrobcov nosičov je dôležité efektívne fungovanie organizácií kolektívnej správy, ktoré musí byť predovšetkým transparentné, musí reagovať na neustály vývoj na trhu, súvisiaci predovšetkým s prudkým rozvojom digitálnej agendy, a musí zaručovať primerané vyplácanie získaných poplatkov prijímateľom podľa reálneho obrazu trhu.

Vstupovanie verejných zdrojov a dotácií je potrebné odlišovať na podporu tvorby a na podporu priemyslu s použitím primeraných nástrojov. Konkurenčnú nevýhodu slovenského hudobného trhu voči globálnemu prostrediu je možné vyvažovať aj efektívnou podporou exportu a internacionalizácie.

Distribúcia/Marketing

Výsledok hudobného trhu podľa medzinárodných štandardov IFPI ukazujú 20% medziročný nárast celkového hudobného trhu v roku 2014. Graf a tabuľka uvádzajú príjmy z predaja nahrávok zahŕňajú aj odhad za vydavateľstvá, ktoré nie sú členmi IFPI. Prevádzkové práva predstavujú príjmy hudobných vydavateľstiev vybrané kolektívnym správcom Slovgram a synchro reprezentuje licenčné príjmy z predaja nahrávok do reklamy.

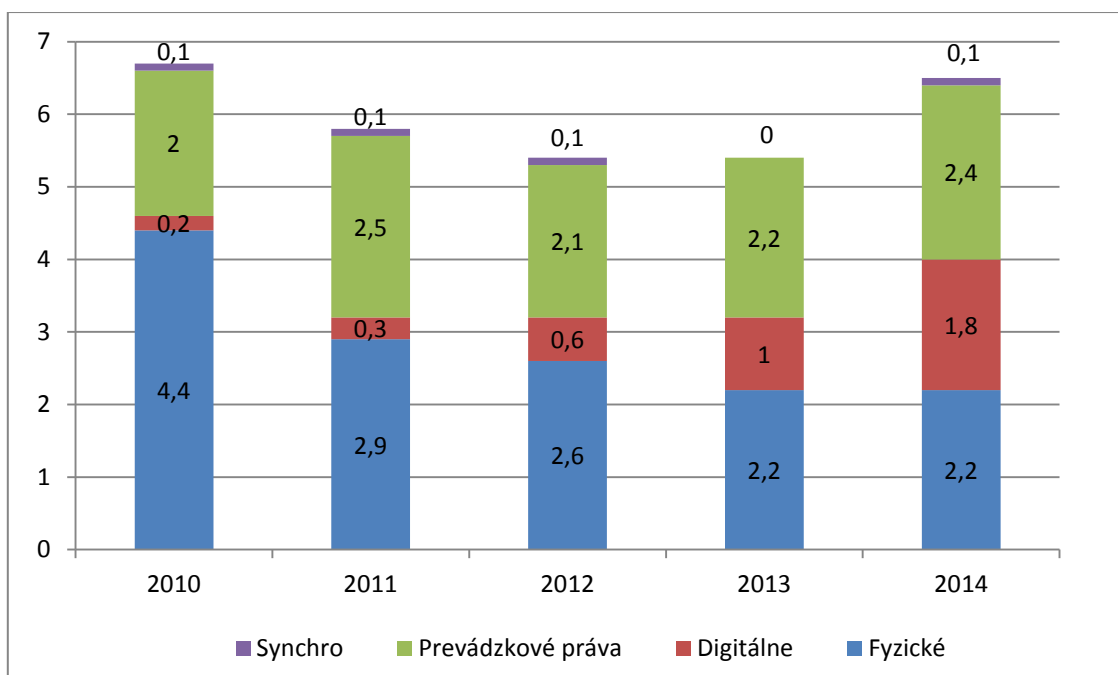
Oproti roku 2013 celkové príjmy hudobného trhu vzrástli o 25%. Digitálne predaje zaznamenali fenomenálny nárast o celých 80%. Na celkovom objeme trhu sa digitálne predaje podieľali 46% a fyzické predaje dosiahli na 54%. Bez pozornosti by nemalo ostať ani repertoárové zloženie celého trhu. Z tohto hľadiska trhu dominuje zahraničný repertoár s podielom vo výške 57%, domáci repertoár dosiahol na 39% a zvyšné 4% podielu sú tvorené klasickou hudbou.

Členské spoločnosti ČNS IFPI inkasovali za digitálne a fyzické predaje roku 2014 celkom 3.582 tisíc EUR. Príjmy z predajov fyzických nosičov síce v medziročnom porovnaní poklesli o nepatrné 1%, ale aj napriek tomu sa vyšplhali na 1.937 tisíc EUR.¹³

¹² Dáta podľa údajov IFPI

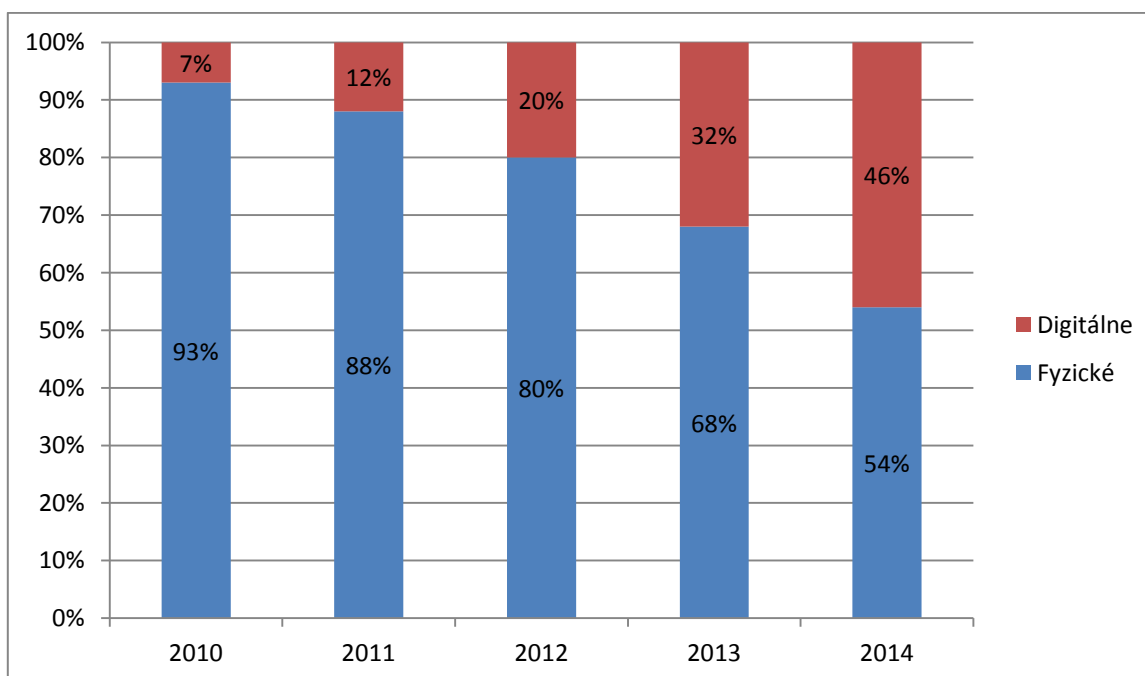
¹³ Tlačová správa – Výsledky trhu 2014 SK, IFPI,

Graf č. 2: Celkový prehľad príjmov hudobného trhu na Slovensku podľa jednotlivých segmentov v období 2010 – 2014 (podľa medzinárodných štandardov)



Zdroj: Podľa údajov Medzinárodnej federácie hudobného priemyslu, www.ifpi.cz.

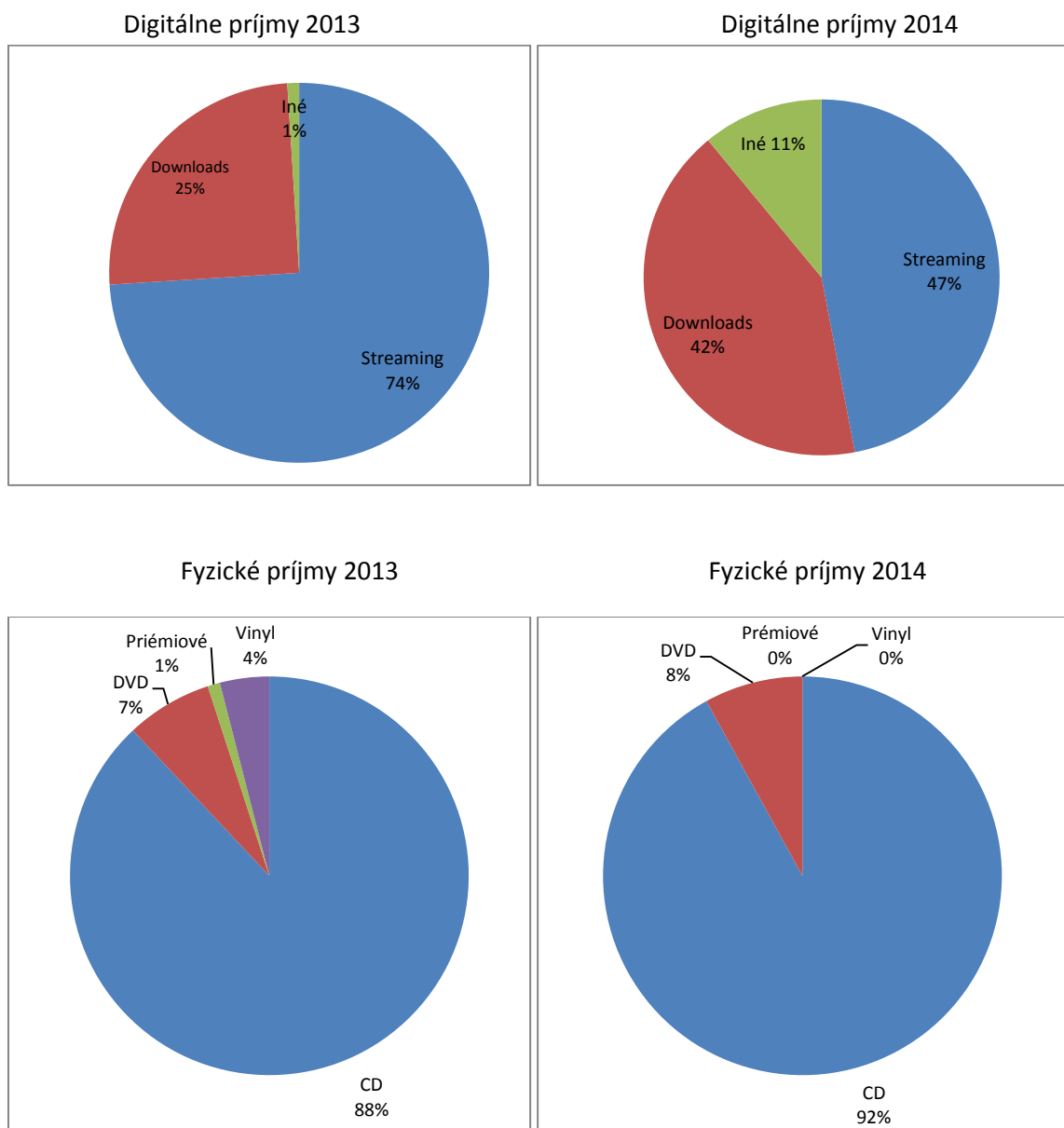
Graf č. 3: Vývoj pomerov príjmov hudobného trhu na Slovensku podľa jednotlivých segmentov 2010 – 2014



Zdroj: Podľa údajov Medzinárodnej federácie hudobného priemyslu, www.ifpi.cz.

V oblasti fyzických nosičov došlo k ďalšiemu výraznému poklesu predajov DVD. Naopak comeback vinylových platní tvorí už 4% predajov. Žiadna významnejšia, predovšetkým zahraničná kapela či interpret v súčasnosti nevydá nový album bez toho, aby časť nákladu nebola na vinylových platniach. Vedľa týchto „retro“ nosičov tvorí 88% predajov fyzických nosičov CD, a zvyšok pripadá na tzv. prémiové nosiče (1%).

Graf č. 4: Štruktúra príjmov – porovnanie fyzických a digitálnych príjmov 2013 a 2014 na Slovensku

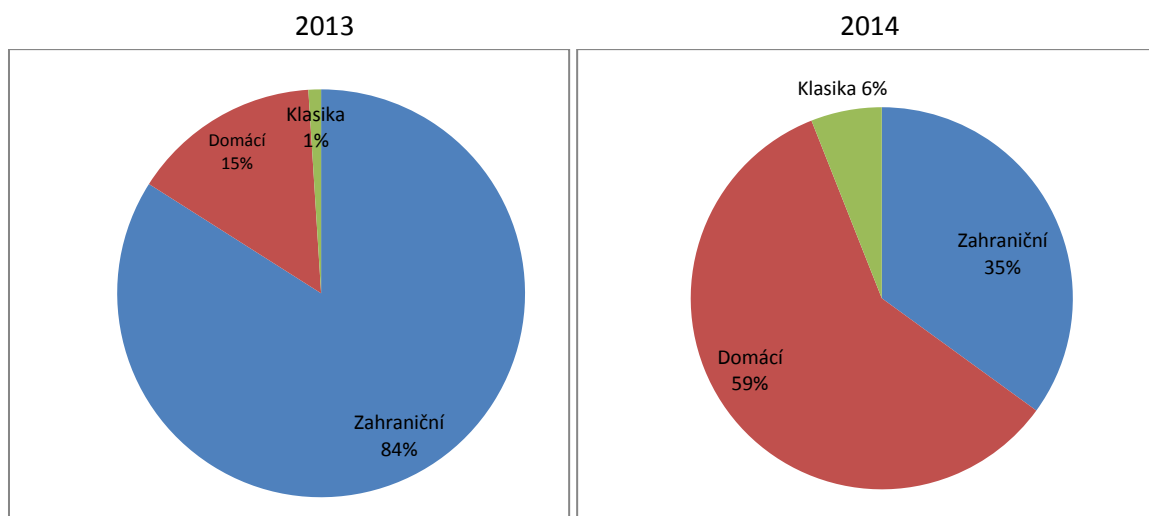


Zdroj: Podľa údajov Medzinárodnej federácie hudobného priemyslu, www.ifpi.cz

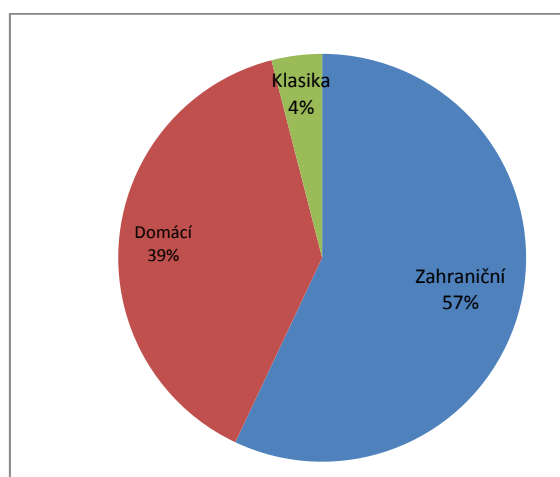
Skladba repertoáru v rámci príjmov odráža nárast digitálnej spotreby hudby, kde zastúpenie vekových kategórií je podstatne mladšie než u fyzických nosičov. Celkovo sa zahraničné nahrávky podieľali na predajoch 57%, domáce 39% a 4% z celkových predajov pripadá na nahrávky klasickej hudby. Digitálny podiel domácej a zahraničnej tvorby je úplne odlišný od predaja fyzických nosičov. Domáci repertoár sa na predaji digitálnej hudby podieľa 15%, zahraničný 84% a 1% pripadá na predaj

klasickej hudby. Nahrávky zahraničných umelcov tvorili naopak len zhruba 35% predajov týchto nosičov, zvyšok (6%) pripadá na nahrávky klasickej hudby.

Graf č. 5: Skladba repertoáru 2013 a 2014 a celkové príjmy na Slovensku



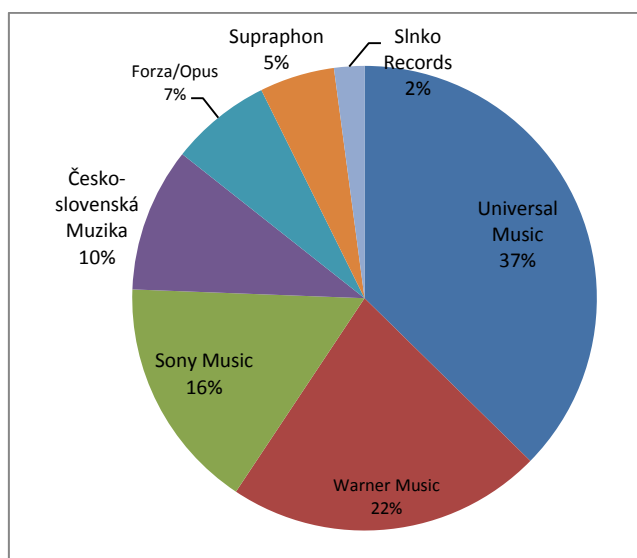
Celkové príjmy 2014



Zdroj: Podľa údajov Medzinárodnej federácie hudobného priemyslu, www.ifpi.cz

Najsilnejšiu pozíciu na trhu a aj naďalej vydavateľstvo Universal Music s 37,2%, ďalej nasleduje spoločnosť Warner Music s podielom 21,5%, tretí v poradí je Sony Music s podielom 16,2%. Ďalšími v poradí sú firmy Československá Muzika s podielom 10,0%, Forza/Opus so 7,7%, Supraphon s 5,2% a vydavateľstvo Slnko Records s 2,1%.

Graf č. 6: Podiel firiem na celkovom trhu v roku 2014 na Slovensku



Zdroj: Podľa údajov Medzinárodnej federácie hudobného priemyslu, www.ifpi.cz

Na dosahovanie reálnych ziskov autorov a výrobcov nosičov je dôležité aj efektívne fungovanie ochranných zväzov, ktoré musí byť predovšetkým transparentné, musí reagovať na neustály vývoj na trhu, súvisiaci predovšetkým s prudkým rozvojom digitálnej agendy, a musí zaručovať primerané vyplatenie získaných poplatkov prijímateľom podľa reálneho obrazu trhu.

Vzhľadom na to, že hudobný trh je z definície globálny, slovenskí autori, interpreti a teda aj ich vydavatelia budú vždy čeliť problémom spojeným s nedostatočnou schopnosťou propagácie a presadenia sa v prostredí, v ktorom fungujú globálne trhové produkty s oveľa väčšou marketingovou silou. Preto ako jednu z úloh verejnoprávných médií vidia aktéri práve systematickú propagačnú podporu domácej hudobnej tvorby a kultiváciu prostredia (špecializované relácie, ceny, súťaže a pod.).

V súvislosti s nedávnymi snahami o zavedenie povinného percenta hranosti slovenskej hudby v rádiách sa aktéri vyjadrili, že filozofiu tohto opatrenia vítajú, ale je nutné zmysluplné nastavenie podmienok (percento, definícia slovenskej hudby a pod.), ktoré by boli akceptovateľné aj pre vysielateľov.

Vyššie spomínanú konkurenčnú nevýhodu slovenského hudobného trhu voči globálnemu prostrediu je možné vyvažovať aj efektívnou podporou exportu a internacionalizácie. Zriadenie tzv. Export Office, ktorý by mohol fungovať na princípe verejno-súkromného partnerstva (kombinácia súkromných a verejných zdrojov), by mohlo pri relatívne malých nákladoch dosiahnuť radikálne väčší ohlas slovenskej hudby v zahraničí (v súčasnosti sa tejto činnosti venuje čiastočne Hudobné centrum, ale prevažne v segmente vážnej hudby).

1.2.2 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Pre potreby kvantitatívnej analýzy boli z hudobného priemyslu analyzované subjekty s činnosťou zaradeniu podľa SK-NACE 59.2 – Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok. Ostatné subjekty v uvedených SK-NACE sektoroch sa prelínajú s inými odvetvami.

Tabuľka č. 1: SK-NACE hudobného priemyslu

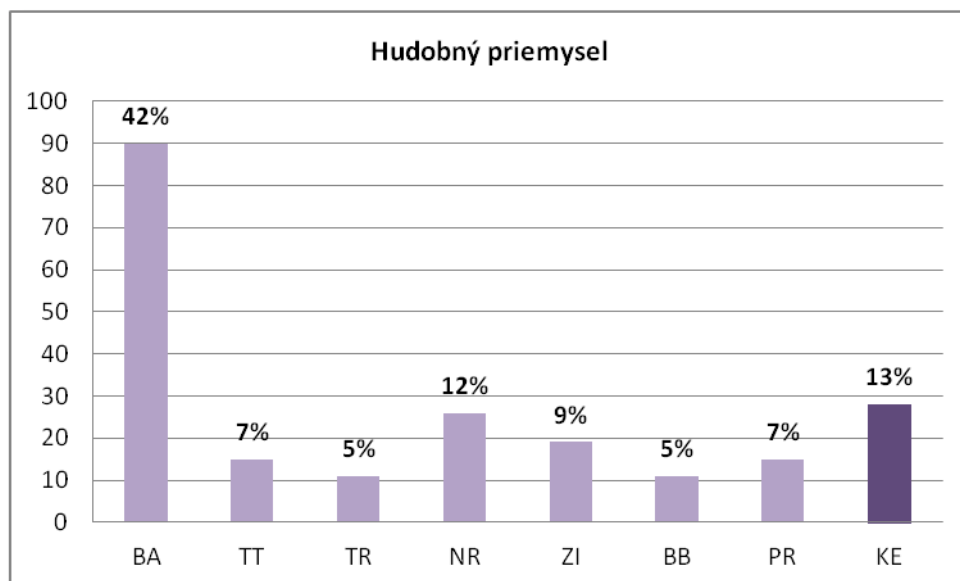
Kód SK-NACE	Názov
59.0	Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov, príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok
59.2	Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok
90.03	Umelecká tvorba
90.04	Prevádzka kultúrnych zariadení

Zdroj: Štatistický úrad SR

Percentuálne zloženie hudobného priemyslu pozostáva z 66,5 % fyzických osôb –podnikateľov a 30,7 % spoločností s ručením obmedzením. Ostatné právne formy sú akciové spoločnosti a verejné obchodné spoločnosti. V Košickom kraji zastupujú odvetvie s 92,8% fyzické osoby –podnikatelia. Ostatné subjekty sú spoločnosti s ručením obmedzením. Rozdelenie odvetvia podľa počtu zamestnancov je skoro 100% v prospech mikropodnikov. Hudobný priemysel v sledovanom období 2010 – 2014 zaznamenal pokles v počte subjektov, ktoré sa venujú príprave a zverejňovaniu zvukových nahrávok.

Takmer polovica subjektov pôsobiacich v hudobnom priemysle na Slovensku sa koncentruje v Bratislavskom kraji. V Košickom kraji sa koncentruje 13 % subjektov, Nitriansky kraj zastupuje percentuálny podiel 12%, Trnavský a Prešovský 7%, Trenčiansky a Banskobystrický 5% a v Žilinskom kraji sa nachádza 9 % všetkých subjektov podnikajúcich v hudobnom priemysle.

Graf č. 7: Regionálne rozloženie subjektov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Pri prehľade počtu subjektov podľa absolútneho vyjadrenia má Bratislavský kraj 90 podnikov, Košický a Nitriansky kraj majú takmer identické počty a to 26 a 28 podnikov. Trnavský kraj a Prešovský kraj má 15 podnikov, v Trenčianskom kraji evidujeme 11 podnikov a rovnako aj v Banskobystrickom. V Žilinskom kraji sa nachádza 19 podnikov hudobného priemyslu.

Tabuľka č. 2: Prehľad počtu subjektov podľa hlavnej činnosti k 31.12.2014

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
59.2	90	15	11	26	19	11	15	28	215

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Percentuálne zloženie hudobného priemyslu pozostáva z 66,5 % fyzických osôb –podnikateľov a 30,7 % spoločností s ručením obmedzením. Ostatné právne formy sú akciové spoločnosti a verejné obchodné spoločnosti. V Košickom kraji zastupujú odvetvie s 92,8% fyzické osoby –podnikatelia Ostatné subjekty sú spoločnosti s ručením obmedzením.

Rozdelenie subjektov podľa počtu zamestnancov je ďalším kvantitatívnym ukazovateľom. Podľa metodiky ŠÚSR sa podniky delia na mikropodniky (0 až 9 zamestnancov, vrátane podnikov s nezisteným počtom zamestnancov), malé podniky (10 až 49 zamestnancov), stredné podniky (50 až 249 zamestnancov) a veľké podniky (250 a viac zamestnancov).

V sektore hudobného priemyslu prevládajú na Slovensku mikropodniky s podielom až 98,6 %. Malé podniky majú zastúpenie 1,4 %.

V sektore hudobného priemyslu prevládajú na Slovensku mikropodniky. Spomedzi všetkých 215 podnikov evidujeme 212 mikropodnikov (t.j. 98,6 %) a 3 malé podniky (t.j. 1,4%). Najviac mikropodnikov v hudobnom priemysle s počtom 89 sa nachádza v Bratislavskom kraji. Košický kraj

ich má 28 a Nitriansky 25. Najmenej subjektov sa nachádza Trenčianskom kraji, kde nájdeme 10 mikropodnikov a jeden malý podnik hudobného priemyslu. Malé podniky sú na Slovensku spolu 3 a to v Bratislavskom, Nitrianskom a Trenčianskom kraji. Na Slovensku nie sú žiadne stredné ani veľké podniky hudobného priemyslu.

Tabuľka č. 3: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v jednotlivých krajoch

	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
mikropodniky	89	15	10	25	19	11	15	28	212
malé podniky	1	-	1	1	-	-	-	-	3
stredné podniky	-	-	-	-	-	-	-	-	-
veľké podniky	-	-	-	-	-	-	-	-	-
spolu	90	15	11	26	19	11	15	28	215

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

V rámci Košického kraja majú mikropodniky 100% -né zastúpenie hudobného priemyslu s maximálne 2 zamestnancami. Subjektov s nezisteným počtom zamestnancov v Košickom kraji venujúcich sa hudobnému priemyslu je 10.

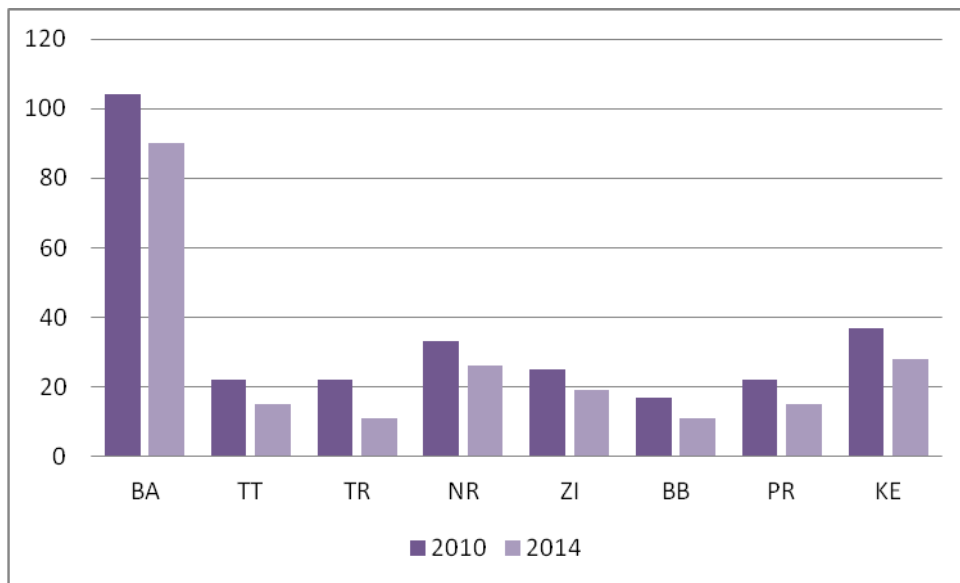
Tabuľka č. 4: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v Košickom kraji

SK NACE	mikropodniky						malé podniky			stredné podniky		veľké podniky
	ne	0	1	2	3-4	5-9	10-19	20-24	25-49	50-99	100-249	250-499
počet z.												
59.2	10	16	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
spolu	10	16	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Hudobný priemysel v sledovanom období 2010 – 2014 zaznamenal pokles v počte subjektov, ktoré sa venujú príprave a zverejňovaniu zvukových nahrávok. Z 282 registrovaných subjektov v roku 2010 ich počet klesol o 67 v roku 2014. Pokles v počte subjektov je evidentný v každom kraji, preto sa dá hovoriť o celoslovenskom trende.

Graf č. 8: Vývoj regionálneho rozloženie firiem v odvetví (v %)



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav dát k 31.12.2010 a 31.12.2014

Tabuľka č. 5: Porovnanie počtu subjektov v odvetví

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
2010	104	22	22	33	25	17	22	37	282
2014	90	15	11	26	19	11	15	28	215

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

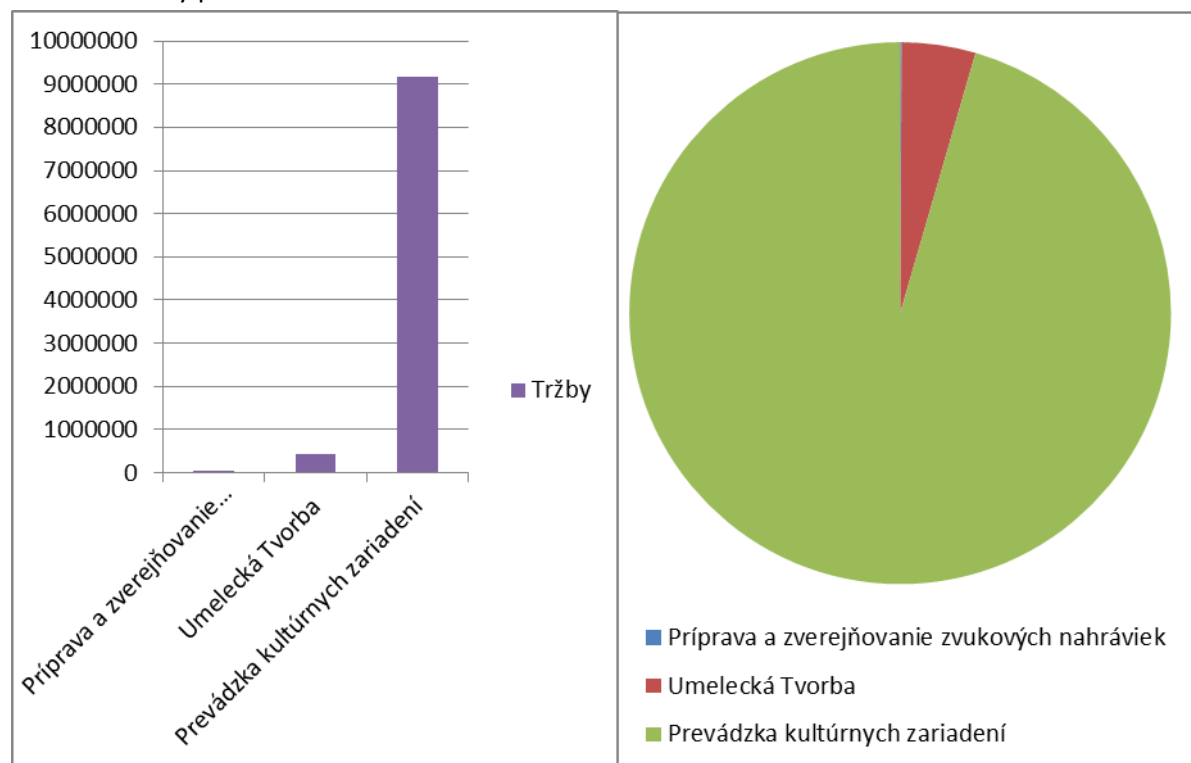
V Košickom samosprávnom kraji pôsobí v oblasti hudobného priemyslu dokopy 99 registrovaných organizácií. V prípade sektorov Umeleckej tvorby a Prevádzky kultúrnych zariadení sa tieto sektory, a teda aj firmy, nachádzajú aj v iných odvetviach, napríklad s odevným a textilným priemyslom alebo na trhu s umením.

Tabuľka č. 6: SK-NACE hudobného priemyslu

Kód SK-NACE	Názov
59.0	Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov, príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok
59.2	Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok
90.03	Umelecká tvorba
90.04	Prevádzka kultúrnych zariadení

V Košickom kraji prevláda taktiež sektor Prevádzky kultúrnych zariadení, s tržbami 9 162 364 Eur, čo činí cca 96% v regióne.

Graf č. 9: Tržby podnikov



Zdroj: www.finstat.sk, autori

V SK-NACE 59.20.0 – Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok sú registrované len dva podniky, a síce firma Davox, s.r.o. a firma INGREAL, s.r.o., pričom obrat vykazuje iba firma Davox, keďže druhá firma INGREAL je v procese likvidácie.

Tabuľka č. 7: SK-NACE 59.20.0 – Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Davox s.r.o.	Košice-Juh	nezistený	7 545,00	1 354,00
INGREAL, s.r.o. Košice v likvidácii	Košice – m. č. Staré Mesto	3-4		

Zdroj: www.finstat.sk

S aktivitami v tomto odvetví sú jednoznačne spojené aj ostatné dva sektory, prvý z nich, a síce Umelecká tvorba má registrovaných 32 firiem, v ktorej rolu lídra zastáva firma CZECHPOINT, s.r.o. s obratom približne 110 000 eur.

Tabuľka č. 8: SK-NACE 90.03.0 – Umelecká tvorba, tržby nad 25 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
CZECHPOINT s.r.o.	Rudňany	nezistený	112 072.00	3 661.00
RHB - Solum, s.r.o.	Kechnec	0	48 655.00	5 118.00
PHR s.r.o.	Kechnec	0	42 122.00	5 712.00
ZEMPLIN MEDIA s.r.o.	Michalovce	1	39 133.00	799.00
Kwietko s.r.o.	Košice	nezistený	35 180.00	7 064.00
RESTAURATOR s.r.o.	Košice-Juh	2	33 527.00	2 119.00
KRISTINA MUSIC, s.r.o.	Vajkovce	nezistený	25 149.00	1 605.00

Zdroj: www.finstat.sk

V sektore 90.04.0 – Prevádzka kultúrnych zariadení je registrovaných dokopy 65 firiem s jasným lídrom s obratom vyše 8 mil. eur – NMP, s.r.o. pričom firma neuvádza žiadne podrobnejšie záznamy o svojej aktivite. Spoločnosť NN Music je firma vedená spevákmi slovenskej kapely NO NAME, ktorá okrem iného realizuje aj rôzne podujatia, kurzy, školenia a semináre.. Ďalej firma GESS Production je zameraná na realizovanie kultúrnych alebo spoločenských podujatí, festivalov, plesov, rôznych typov konferencií alebo výstav.

Tabuľka č. 9: SK-NACE 90.04.0 -- Prevádzka kultúrnych zariadení, tržby nad 30 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
NMP s.r.o.	Košice	nezistený	8 238 550.00	N/A
NN music s.r.o.	Košice	3-4	384 002.00	120 749.00
GESS Production, s. r. o.	Košice	0	165 116.00	1 018.00
CASSIA DANCE s.r.o.	Košice - Juh	0	81 597.00	-62 246.00
Maroš Čierny, s.r.o.	Medzev	2	64 328.00	11 558.00
CATALAN s.r.o.	Košice	0	42 321.00	1 678.00
REMIX - RV s.r.o.	Rožňava	3-4	35 513.00	703.00

Zdroj: www.finstat.sk

Tabuľka č. 10: Zoznam hudobných vydavateľstiev, tržby a zisk v eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Rap - art s.r.o.	Košice	nezistený	9 405.00	-18 438.00
Fly Fish Agency, s.r.o.	Košice	2*	20 490.00*	30.00*
Hevhetia s.r.o.	Košice	2	1 641 465.00	822 069.00
HELP Production, s.r.o.	Košice - Západ	nezistený	11 500.00	- 150.00
GAJJA Production House s.r.o.	Košice	nezistený	823 148.00	5 674.00

*- údaje za rok 2013

Zdroj: www.finstat.sk

Tabuľka č. 11: Zoznam nahrávacích a masteringových štúdií, tržby a zisk v eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Seller Production, s. r. o.	Košice	nezistený*	609 466.00*	11 755.00*
HELP Production, s.r.o.	Košice - Západ	nezistený	11 500.00	- 150.00
FAME ART s.r.o.	Košice	nezistený	0.00	-872.00

*- údaje za rok 2012

Zdroj: www.finstat.sk

2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

Zaujímavou iniciatívou v oblasti rozvoja hudobného priemyslu v Košickom samosprávnom kraji predstavuje projekt vzdelávacích workshopov, ktoré realizuje občianske združenie Creative Urban Event v spolupráci s projektom SPOTs, K13 – Košickými kultúrnymi centrami. Nový vzdelávací formát z oblasti hudobného priemyslu a audio inžinierstva ponúka sériu mini workshopov, realizovaných raz mesačne. Cieľom iniciatívy je vytvoriť platformu pre mladých umelcov a ľudí aktívnych v oblasti kultúry a vzdelávania.

Ďalšou dôležitou iniciatívou v oblasti rozvoja hudobného priemyslu v Košickom samosprávnom kraji predstavuje príspevková organizácia K13 – Košické kultúrne centrá k 1. 10. 2013. Svoju činnosť začala 1. 1. 2014 s cieľom budovať na základoch, ktoré sa položili počas roka 2013, kedy boli Košice Európskym hlavným mestom kultúry. K13 zastrešuje všetky kultúrne centrá, ktoré sa vytvorili. Vybudovaná kultúrna infraštruktúra, ktorá sa vytvorila vďaka investičným projektom, sa bude využívať na kultúrne účely a pokračovať sa bude aj v projektoch, ktoré sa osvedčili. Cieľom zriadenia organizácie je plnenie úloh mesta Košice zabezpečením aktivít verejného záujmu, utváraním podmienok na vzdelávanie, kultúru, osvetovú činnosť, záujmovo-umeleckú činnosť, telesnú kultúru a šport prostredníctvom investičných projektov v rámci EHMK a správa zvereného majetku mesta.

Činnosť K13 – Košické kultúrne centrá bude zameraná aj na vydavateľskú činnosť, marketingové aktivity, podporu kreatívneho priemyslu, spoluprácu s národnými a medzinárodnými inštitúciami v oblasti kultúry, podporu a propagácia záujmovej činnosti, organizácia konferencií a kurzov, aktivity na podporu zamestnanosti a regionálneho rozvoja. Jednou z ďalších aktivít je monitoring a hodnotenie projektu Košice – EHMK 2013 a súvisiacich činností a projektov podľa projektu INTERFACE 2013, monitoring a hodnotenie udržateľnosti týchto projektov a činnosti projektov nadväzujúcich na projekt EHMK v nasledujúcich rokoch.

Víziou K13 – Košické kultúrne centrú je ponúknuť kultúrnu infraštruktúru, teda Kasárne/Kulturpark, Kunsthalle/Halu umenia, Amfiteáter a 8 výmenníkov SPOTs pre kultúrnych operátorov, tour operátorov, spoločnosti, jedincov, neziskové organizácie a biznis sektor tak, aby príspevková organizácia vytvárala komplexné technické a programové zázemie s výnimkou financovania. Zámerom je pokračovať v projekte INTERFACE 2013, ktorým sa Košice dopracovali k titulu Európske hlavné mesto kultúry 2013.

Projekt EHMK mal za cieľ vytvoriť z Košíc kreatívne centrum, čo sa podarilo naštartovať a vytvoriť pevný základ. Spoločne s neziskovou organizáciou Košice 2013 chce K13 posúvať túto stratégiu ešte ďalej. Veľký potenciál na rozvíjanie kreatívnej ekonomiky ponúkajú Kasárne/Kulturpark.

Amfiteáter

V roku 2013 sa ukončila rekonštrukcia amfiteátra v rámci investičných projektov EHMK. Od 1.1.2014 dostala Amfiteáter do správy novovzniknutá príspevková organizácia K13 – Košické kultúrne centrú.

Kasárne/Kulturpark

Kasárne/Kulturpark boli najväčším z ôsmich investičných projektov Košíc ako Európskeho hlavného mesta kultúry 2013. Architektonicky a historicky zaujímavé, ale donedávna chátrajúce budovy a priestranstvá, slúžia už dnes na kultúrne účely. Z armádneho priestoru vznikla kreatívna mestská štvrť plná života. Nový kultúrny stánok v Košiciach ponúka príležitosti na stretávanie sa, kreatívnu tvorbu a prezentáciu rôznych žánrov moderného umenia. Dnešné Kasárne//Kulturpark začali svoju činnosť v roku 2008 počas pilotnej fázy prípravy projektu KOŠICE INTERFACE 2013, ktorým mesto získalo titul EHMK.

Z pôvodných vojenských kasární zostali tri hlavné budovy vo vlastníctve mesta, ku ktorým pribudlo osem nových pavilónov. Sú tu ateliéry, dielne, štúdiá či učebne a veľké podzemné parkovisko. V hlavnej budove Alfa aj dve multifunkčné sály, určené na koncerty, divadelné predstavenia, prednášky, konferencie. Zároveň sú tu aj dve menšie multifunkčné tanečné sály, priestory so zvukovým a videoštúdiom. Samostatnú časť tvorí moderná galéria. Priestor tu našli všetky druhy umenia. Svoje aktivity tu rozvíja aj knižnica pre deti a mládež či kreatívna fabrika SteelPark. Transformáciou kasární vzniklo komplexné zázemie pre tvorbu, prezentáciu a podporu umenia a súčasnej kreatívnej, autentickej a experimentálnej kultúry. Cieľom kultúrneho centra je poskytovať priestor pre tvorbu a prezentáciu kvalitnej multižánrovej umeleckej produkcie. Kreatívny inkubátor podporuje subjekty a firmy, zaoberajúce sa kreatívnymi činnosťami.

Hala umenia

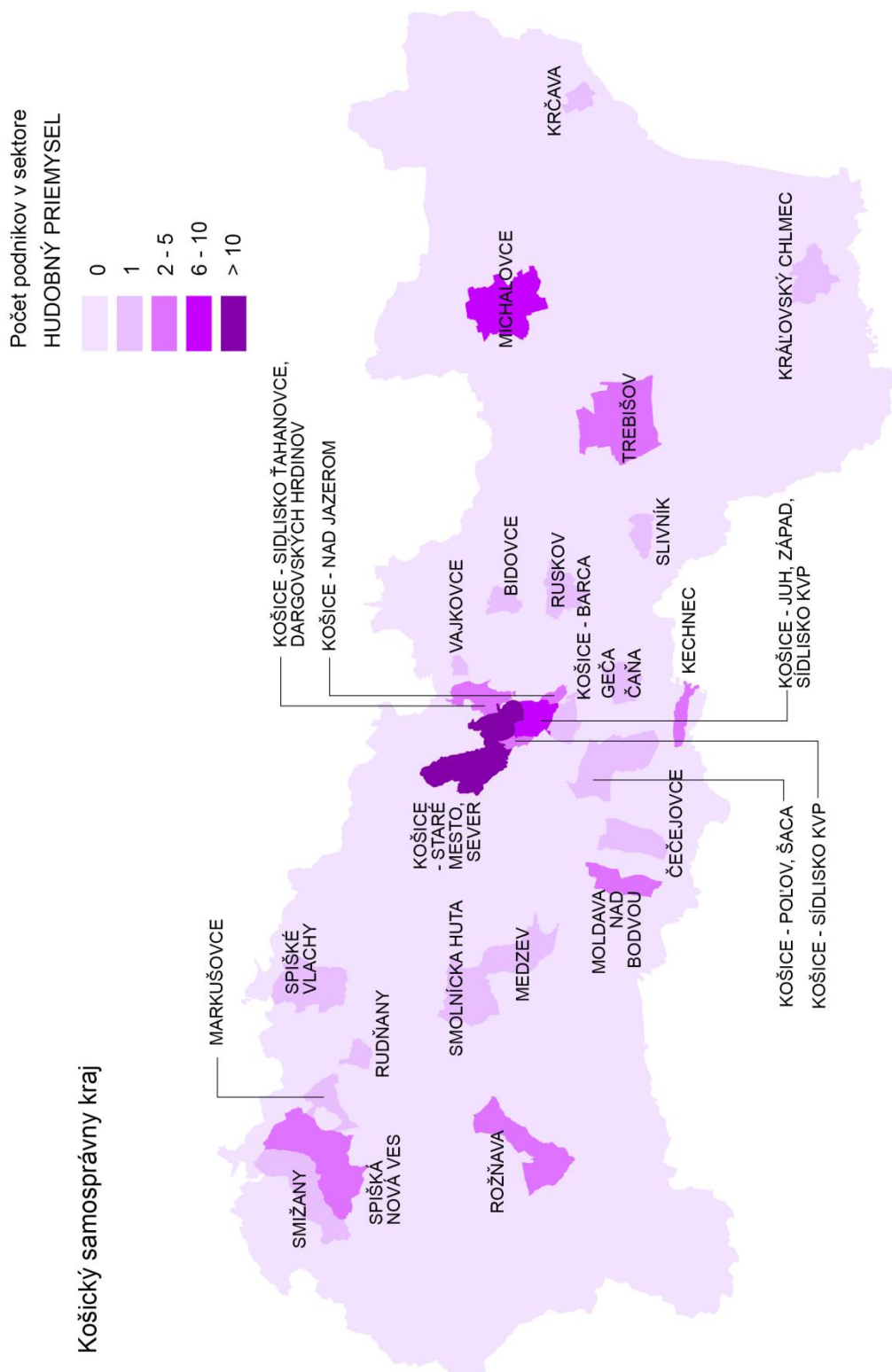
Stará krytá plaváreň bola považovaná za jednu z architektonicky najhodnotnejších budov, vybudovaných na prelome 50. a 60. rokov minulého storočia v Košiciach. Po zrušení Mlynského náhonu a prestavbe koryta na štvorprúdovú komunikáciu došlo k poklesu spodnej vody a následne k statickým poruchám na budove. Po jej prestavbe na Kunsthalle/Halu umenia začala novú etapu existencie.

Výmenníky/SPOTs

Spoty sú originálnym košickým projektom. Košice ako prvé mesto z doterajších európskych hlavných miest kultúry, prišlo s myšlienkou využiť už nefunkčné a chátrajúce sídliskové objekty a zmeniť ich na multifunkčný kultúrny priestor. To, že bol tento nápad dobrý, potvrdzujú obyvatelia sídlisk, ktorí ich využívajú. Ako veľké pozitívum ich vníma aj zahraničie. Hlavným zámerom projektu SPOTs je šírenie kultúry do okrajových častí mesta, revitalizácia sídlisk a zapojenie obyvateľov do umeleckých a kultúrnych podujatí nielen počas roka 2013, ale i po ňom. Zostávajú žiť ďalej. Každý z výmenníkov je zameraný na špecifickú oblasť.

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie

S jasnou prevahou je najväčšia koncentrácia v košickej mestskej časti Staré mesto – Sever, ďalej v časti Košice – Juh, Západ. Ďalej, mimo hlavného mesta je silná koncentrácia v Michalovciach.



3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIE, DOTÁCIE

Ľudský potenciál v hudobnom priemysle tvoria hlavne individuálni interpreti v slobodnom povolani alebo SZČO. Ďalšími subjektmi, ktoré pôsobia v hudobnom priemysle sú mikrofirmy, strední a malí podnikatelia. Zamestnávateľia v hudobnom odvetví pociťujú nedostatok kvalifikovaných manažérov, agentov a hudobných producentov. Momentálne existujú len všeobecné študijné odbory, bez špecifického vzdelávania pre hudobný priemysel. Veľkým problémom z hľadiska technických profesií je absentujúce zameranie na štúdium zvukovej a hudobnej réžie. Takisto chýbajú vzdelávacie kurzy na zvyšovanie kvalifikačných zručností a celoživotné vzdelávanie, ktoré je práve pre hudobné odvetvie veľmi podstatné najmä vo väzbe na prudko sa meniace podmienky digitálnej éry.

Z hľadiska vzdelávania sú veľmi dôležité umelecké školy, ktoré vychovávajú nových interpretov, zároveň však treba podotknúť, že tento typ vzdelávania nehrá v segmente populárnej hudby, ktorá tvorí veľkú časť trhu, až takú významnú rolu. Obzvlášť dôležité sú základné umelecké školy, ktoré poskytujú vzdelávanie nielen pre samotných potenciálnych interpretov, ale aj pre širokú verejnosť. Samotní hudobníci vnímajú hlavne veľmi nedostatočnú úroveň vzdelávacieho procesu na základných a stredných školách, spoločne s absenciou prítažlivého hudobného vzdelávania. Otázka vzdelávacieho procesu ako takého na území Slovenska si vyžaduje komplexnú reformu a zamerania sa na potreby trhu práce. Dôležitým nástrojom pre dosiahnutie posunu je získavanie inšpirácií zo zahraničia a následné transponovanie získaných poznatkov na domáce podmienky. Nové hudobné vzdelávacie programy musia nevyhnutne v rámci učebných osnov prepojiť hudobnú výchovu s reálnym obrazom súčasného hudobného trhu a hudobnej produkcie a tým vychovávať informovaného zákazníka, schopného oceniť kvalitu a vyberať si na trhu.

Veľkým obmedzením v snahe zabezpečiť dostatočnú kvalitu ľudského potenciálu v oblasti hudobného priemyslu je absencia možnosti ponúknuť vysokoškolské vzdelanie pre technických inžinierov, inžinierov hudobných inštrumentov a ďalších profesií potrebných pre fungovanie hudobného priemyslu. Pokiaľ majú jednotliví záujemcovia získať vyššie vzdelanie v technických oblastiach, musia toto vzdelanie získať v zahraničí.

Pripravenosť absolventov umeleckých škôl na Slovensku zabezpečujú špecializované umelecké vzdelávacie inštitúcie základnej, stredoškolskej a vysokoškolskej oblasti. V Košickom samosprávnom kraji nepôsobí žiadna vysoká škola umeleckého zamerania. V stredoškolskom segmente pôsobia na území kraja 4 konzervatóriá, z toho dve sú v zriaďovateľskej pôsobnosti Košického samosprávneho kraja.

Absolvent konzervatória je osobnosťou pripravenou pre výkon profesionálne náročných umeleckých činností, pre umelecko-pedagogickú prácu na základnom stupni umeleckých škôl, alebo k vysokoškolskému štúdiu. Úplné stredoškolské vzdelanie získané maturitou a vyššie odborné vzdelanie, vrátane pedagogickej spôsobilosti nadobudnuté absolútoriom školy, prehĺbené povinnou koncertnou a scénickou praxou, formuje výkonného umelca.

Tabuľka č 12: Prehľad študijných odborov vyučujúcich na konzervatóriách

Názov školy	ŠO: Tanec	ŠO: Spev	ŠO: Hudobno-dramatické umenie	ŠO: Hudba
Konzervatórium Tímova 2, KE	áno	áno	áno	áno
Súkromné konzervatórium Kmeťova 23, KE	áno	nie	áno	nie
Konzervatórium Exnárova 8, KE	áno	áno	áno	áno
Súkromné hudobné a dramatické konzervatórium	áno	áno	áno	áno

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Hodnotiacich správ výchovno-vzdelávacej činnosti škôl

Scénickému umeniu sa po odbornej stránke venujú na **Konzervatórium s odbornými hudobno-dramatické umenie, tanec, hudba a spev, Exnárova 8, Košice** (www.konzervatoriumexnarova.sk). Konzervatórium pôsobí v okrese Košice III. Konzervatórium disponuje dvoma baletnými sálami, divadelnou sálou, odbornými učebňami s hudobnými nástrojmi a špeciálnymi učebňami vybavenými modernou didaktickou audio-video technikou. V škole pôsobí Ľudový orchester, Komorný orchester, Jazzový a muzikálový orchester, Dievčenský zbor Tempo.

Konzervatórium sa zapojilo do **online prieskumu**, z ktorého vyplývajú nasledovné informácie:

- V rámci prípravy študentov pre prax *absolventi účinkujú vo viacerých divadlách, orchestroch a profesionálnych súboroch*;
- Škola poskytuje mimoškolské aktivity ako *workshopy, stáže na Slovensku ale i v zahraničí, študenti majú možnosť účinkovať vo vystúpeniach a predstaveniach*;
- Škola spolupracuje so zahraničnými *konzervatóriami, divadlami a inými kultúrnymi inštitúciami v Čechách, Poľsku aj v Maďarsku*;
- Pri materiálo-technickom vybavení odboru jedopyt po zveľaďovaný nástrojového parku, ale hudobné nástroje ako marimba, koncertný klavír a ďalšie sú veľmi drahé a doteraz sa nenašli na to finančné zdroje.

Konzervatórium Timonova 2, Košice

Konzervatórium na Timonovej ulici v Košiciach (www.konke.sk) je konzervatórium v zriaďovateľskej pôsobnosti KSK, na ktorej počty žiakov študujúcich na škole sú už niekoľko rokov vyrovnané a stabilizované. Každoročne prijímajú na všetky študijné odbory okolo 40 študentov. Celkový počet študentov v školskom roku 2013/ 2014 je 240.

Úspešnosťou absolventov školy je 100%, po získaní absolútoría absolventi buď pokračujú v štúdiu na vysokej škole rovnakého zamerania, alebo majú dostatok pracovných príležitostí v umeleckej sfére, pedagogickej činnosti na ZUŠ, ale tiež v komerčných TV a rádiách. Pracovnú príležitosť dostávajú na popredných scénach na Slovensku, ale aj v zahraničí. Konzervatórium spolupracuje so základnými umeleckými školami v regióne, so Štátnou filharmóniou a Štátnym divadlom Košice, ako aj inými kultúrnymi inštitúciami mesta Košice.

Súkromné hudobné a dramatické konzervatórium

Súkromné hudobné a dramatické konzervatórium, Požiarnická 1, 040 01 Košice (www.shdkke.edupage.org) bolo rozhodnutím Ministerstva školstva Slovenskej republiky zo dňa 19.03.2009 zaradené do siete škôl a školských zariadení Slovenskej republiky. Zriaďovateľom školy je Kultúrne združenie občanov rómskej národnosti Košického kraja. Súčasťou konzervatória sú aj elokované pracoviská v Bardejove a v Hnúšti. Celkovo na konzervatóriu v školskom roku 2014/2014 študuje 260 študentov, ročný plán prijatia na všetky odbory je 65.

Súkromné konzervatórium Kmeťova v Košiciach (www.skke.sk) poskytuje komplexné praktické a teoretické vzdelanie pre profesiu profesionálneho umelca v odbore tanec a hudobno-dramatické umenie. Poskytuje úplné stredné odborné vzdelanie (4 ročné) a vyššie odborné vzdelanie (6 ročné). V školskom roku 2012/1013 študovalo v odboroch tanec, hudobno-dramatické umenie spolu 43 študentov. Z celkového počtu 11 absolventov v danom školskom roku našlo svoje uplatnenie v odbore 9 – 3 zamestnanci základnej umeleckej školy, 2 – prijatí na vysokoškolské štúdium, 2 prijatí na absolútorium.

Absolventi hudobných odborov nachádzajú svoje uplatnenie aj na trhu hudobného priemyslu. V Košickom samosprávnom kraji sa nenachádzajú žiadne vysoké školy umeleckého charakteru, konzervatóriá boli uvedené v kapitole 4 Scénický priemysel. Dôležitú úlohu v hudobnom priemysle majú aj ZUŠ.

Dotácie

Na Slovensku môžu získať hudobníci finančnú podporu buď od Hudobného fondu, alebo cez dotačný systém Ministerstva kultúry. Hudobný fond cieľavedome a objektívne podporuje tvorivú činnosť v oblasti hudobného umenia doma i v zahraničí s osobitným zreteľom na tvorivú oblasť vážnej hudby, populárnu hudbu, výkonných umelcov, hudobnú vedu a kritiku. Možnosti a podmienky získania finančnej podpory sú neustále aktualizované na webovej stránke Hudobného fondu.

Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky každoročne vyhlasuje nový dotačný systém, ktorý na rok 2015 pozostáva z 8 dotačných programov. Pre potreby hudobného priemyslu sú určené programy Umenie, Pro Slovakia a Nehmotné kultúrne dedičstvo a kultúrno-osvetová činnosť.¹⁴

¹⁴ (<http://www.culture.gov.sk/podpora-projektov-dotacie/dotacie/dotacie-2015-2c5.html>)

4. FINANCOVANIE & BEST PRACTICES

4.1 Financovanie

Pre hudobný priemysel ako taký neexistujú špeciálne podporné programy.

Pravdepodobne bude možné realizovať investície do (verejnej) infraštruktúry zo štrukturálnych fondov EU, najmä Integrovaný regionálny operačný program 2014-2020 (IROP) poskytuje možnosti pre budovanie tvorivých odvetví na Slovensku. Použitie týchto prostriedkov bude špecifikované v RIUS Košického regiónu a príslušnej programovej dokumentácii (Programový manuál, výzvy na podávanie žiadostí).

4.2 Best practices

Berlin Music Commission / Clubcommission Berlin

Berlin Music Commission (BMC) je zastrešujúca sieť, ktorá zastupuje berlínsky hudobný priemysel. Združuje potenciál najvýznamnejších hudobných lokalít v Berlíne. Členovia pochádzajú zo všetkých oblastí hudobného priemyslu vrátane živej zábavy, hudobného softvéru, klubovej kultúry, reprodukovanej hudby a hudobných nosičov. Členovia platia ročný poplatok v rozpätí od 100 do 800 €. BMC poskytuje svojim členom okrem príležitosti vzájomného spojenia a komunikácie aj možnosť výmeny znalostí, koučing a poradenstvo, ako aj vývoj nových riešení pre svoje podnikanie (stratégia pre firmy, poradenstvo v oblasti spolupráce a financovania, riadenia financií, autorské práva, atď.) BMC je financovaná okrem členských príspevkov aj od rôznych verejných a súkromných partnerov.

Club commission Berlin (CC) je organizácia berlínskych klubov, organizátorov party a kultúrnych podujatí. Účelom združenia je komunikácia, spolupráca a vzájomné prepojenie. CC sa snaží zjednotiť záujmy klubov a organizátorov a je kontaktným miestom pre úradníkov, verejnú správu, úrady verejného poriadku a záujmové skupiny. Klub CC je organizovaný ako registrované združenie. Kluby sú už teraz pobočkami, ekonomickým faktorom, spoločenskou autoritou, kultúrnym vlastníctvom a miestnou výhodou. Kluby predstavujú hudobných producentov, kreatívne skupiny, širokú verejnosť a zákutia. Klubová kultúra je súčasťou modernej metropoly a okrem iného podporuje jej kvalitu.

Club commission Berlin si kladie za cieľ zachovať tento podzemný tvorivý svet a prispieva k zlepšeniu spolupráce s oficiálnymi inštitúciami a s politickou scénou vo všeobecnosti. Jedným z hlavných cieľov združenia je vyvinúť spôsob komunikácie s verejnosťou s cieľom podporiť berlínsku klubovú scénu tak, aby jej potreby boli viac uznávané zo strany mesta, vlády a ekonomiky. CC je prvou a zatiaľ jedinou organizáciou tohto druhu v Nemecku.

Všeobecne platí, že CC nedostáva financie z verejných zdrojov. Jej činnosť je financovaná z členských

príspevkov a usporadúvaním klubových nocí. Členské príspevky začínajú od 20 € za mesiac pre jednotlivca (napr. pre DJ-ov) až do 75 € za mesiac pre kluby s rozlohou viac ako 800 m². Pri príprave každoročnej klubovej noci spolupracujú rôzni členovia CC s cieľom ukázať hudobnú rozmanitosť Berlína. Návštevníci si zaplatia jednorazový vstupný poplatok a po zvyšok noci majú prístup do všetkých zúčastnených klubov.

Avšak niektoré projekty, ako je prieskum ekonomického potenciálu berlínskej klubovej scény, sú spolufinancované zo Senátneho odboru pre ekonomiku, technológie a záležitosti žien a z jeho štátnej iniciatívy Projekt Zukunft. Hlavnými partnermi CC sú: Berlin Music Commission, Label-Komission Berlin, Popkomm a Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V. (VUT - Združenie nezávislých hudobných firiem).

Známa hudobná a klubová scéna v Berlíne nepotrebuje veľmi predstavovať. Bez ohľadu na to, čo si človek myslí o tomto meste, Berlín je jedným z najatraktívnejších kreatívnych ohnísk v Európe. Typickým znakom tejto scény je obrovské množstvo malých nezávislých hráčov / účinkujúcich. BMC a CC pôsobia ako prepojenie medzi hudobnou a klubovou scénou a politikou, podnikateľmi a investormi. Spájajú odborné znalosti, vytvárajú hospodársky potenciál a sú schopné budovať dlhodobé projekty.

Tento prípad sa dá ľahko preniesť do ostatných miest. Obe spolupracujúce združenia ponúkajú veľký rozsah skúseností na podporu členov, vrátane pomoci pri zlepšovaní spolupráce s oficiálnymi inštitúciami a politikmi. Hudobný priemysel a klubová scéna hovoria prostredníctvom komisií jedným hlasom. Nedostatok financovania z verejných prostriedkov je problematický, pretože neumožňuje vytvorenie stabilnej organizačnej štruktúry. Všetky problémy nemôžu byť vyriešené. Existujú rôzne záujmy najmä v správach mestských častí (napr. obyvatelia proti klubom) a nie všetci si uvedomujú, že kluby predstavujú aj ekonomický faktor.

Ďalšie informácie

www.berlin-music-commission.de

www.clubcommission.de

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• Rozmach kultúrnych HUB-ov (K13, Tabačka, Kulturpark)• Hudobné štúdiá v košickom kraji• NoName skupina	<ul style="list-style-type: none">• Malo malých firiem a jednotlivcov• Skoro žiadna ekonomická činnosť národnej alebo medzinárodnej relevantnosti
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none">• Stúpajúci trend v predaji digitálnej hudby• Relatívne bezproblémová prezentácia prostredníctvom zahraničných internetových portálov (Spotify, Deezer) a iných sociálnych sietí (YouTube)• Nárast digitálnych príjmov, vďaka rozmachu on-line propagácie• Jednoduchá propagácia (on-line)• Elektronický hudobný trh, ľahšia distribúcia• Produkcie v spolupráci s DJs, živými skupinami, konzervatórium, SND Košice• Zákonná povinnosť pre radia hrať Slovensku hudbu	<ul style="list-style-type: none">• Mnohopočetná konkurencia z iných regiónov, hlavne z Bratislavy, a zo zahraničí• Ohrozenia vďaka nelegálnym sťahovaniu hudby z internetu, nelegálnym kópiám na CD nosičoch

6. Čast': Umelecké remeslá, tradičné a ľudové remeslá

Obsah

1. STAV ODVETVIA.....	206
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	206
1.1.1 Bližší pohľad na európske remeselné odvetvie	207
1.1.2 Typický podnikateľský model	208
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	209
1.2.1 Pozadie tradičných remesiel v Košickom kraji.....	212
1.2.2 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	213
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI.....	214
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	214
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	222
2.4 Mapa regionálnej koncentrácie.....	225
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA	226
4. Financovanie & best practices.....	231
4.1 Financovanie.....	231
4.2 Best practices	233
5. SWOT	235

1. STAV ODVETVIA

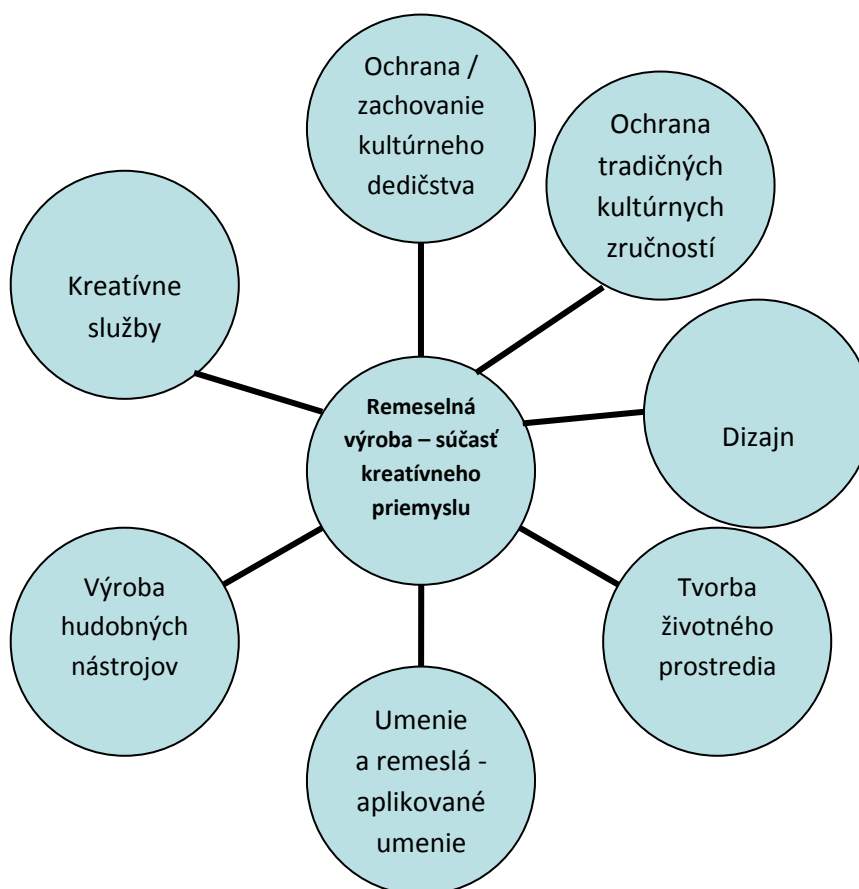
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

Definícia remeselnej výroby bola vždy zložitá najmä v medzinárodnom kontexte. V Európe existuje spektrum aktivít od tradičných ručných prác, ktoré majú korene v jednotlivých kultúrach krajín. Obchodné modely sa líšia od individuálneho výrobcu v dielni až po výrobcu zamestnávajúceho väčšie množstvo ľudí. Rast tzv. ekonomiky skúseností vytvorila nové príležitosti. Spotrebitelia čoraz častejšie hľadajú informácie o originalite, kvalite a mieste pôvodu. Ručne vyrábané produkty lokálnych remeselníkov sa preto stali pre spotrebiteľov vítanou alternatívou oproti masovo vyrábaným výrobkom.

V poslednej dobe narastajú názory, ktoré navrhujú vyčleniť remeselnej výroby, ako kategórie v kreatívnych odvetviach ako napríklad Ministerstvo kultúry, médií a športu vo Veľkej Británii. Táto iniciatíva spôsobila veľmi znepokojujúce reakcie tisícov tvorcov a organizácií v Európe. Dôvodom vyčlenenie remeselnej výroby spomedzi kreatívne oblasti je nepresnosť a nejasnosť miery kreativity v oblasti činnosti jednotlivých podnikov. Kreatívne prvky sú síce v remeselnej výrobe neodmysliteľné, avšak nastáva názor, že viac prevažuje výrobný proces remeselnej výroby nad kreatívnym.

Pozícia remeselnej výroby a jej cross-sektorový charakter

Graf č. 1



Funkčné atribúty, ako je vysoká náročnosť ručných prác, zvýšený dopyt pre tvorbu unikátnych na zákazku vytváraných produktov alebo realizácia individuálnych návrhov a nápadov, sú charakteristické a typické pre remeselný sektor. Práve tzv. cross-sektorová vlastnosť remeselnej výroby determinujú opodstatnenie integrovania medzi oblasti kreatívneho priemyslu. Graf č. 1 popisuje práve všestrannosť a kreativnosť remeselnej výroby, pomocou siedmich odborných činností. Tieto oblasti činnosti umožnili lepšie charakterizovať štruktúry a postavenie remeselnej výroby v kreatívnom priemysle. Uvedené oblasti pomáhajú poskytnúť podrobnejší popis a kategorizáciu zložitosti remeselných aktivít.

V súčasnosti sledujeme na jednej strane neustály dôraz na ručnú výrobu predmetov a zároveň sledujeme prienik nových technológií, myslenia, techniky a technológie, ako napr. digitálna technológia a 3D tlač, priekopnícke výrobné procesy a inovatívny dizajn. Na základe Svetového remeselného koncilu (www.wcc-europe.org) tieto nové trendy pomáhajú tvorcom využívať digitálne technológie vo svojej praxi alebo produkcii a zároveň vedú k novým formám tvorivého a kultúrneho prejavu.

Podniky v odvetví remeselnej výroby sa učia využívať inovácie v rámci remesiel na dosiahnutie zlepšenia existujúcich produktov a dosiahnutie ďalších obchodných príležitostí v celej rade priemyselných odvetví. Výrobcovia reagujú na ekonomické tlaky na vytvorenie komerčných produktov a zvyšujú využitie nových technológií.

1.1.1 Blížší pohľad na európske remeselné odvetvie

Remeselné podniky poskytujú širokú škálu dôležitých produktov a služieb na miestnej úrovni. Z hľadiska zastúpenia je oblasť remeselnej výroby tvorená malými a mikropodnikmi, ktoré často tvorí len majiteľ firmy. Mikropodniky, ktoré čelia osobitným výzvam kvôli ich veľkosti, sú však dôležitým segmentom európskej ekonomiky a úsilie pomáhať im má zásadný význam pre európsky rast.

Remeselné podniky (ako napr. tesári, pokrývači, kováči) poskytujú životne dôležité produkty a služby pre ich miestne komunity po celej Európe. Navyše svojou činnosťou zároveň vytvárajú pracovné miesta pre miestnych ľudí. Na rozdiel od väčších firiem, riaditelia týchto podnikov sa plne zapájajú do všetkých aspektov podnikania a zostávajú v priamom kontakte so zákazníkmi.

Zatiaľ čo viac ako 99% všetkých podnikov v Európe sú malé a stredné podniky, 90% z malých a stredných podnikov sú mikropodniky s menej ako 10 zamestnancami, pričom priemerná spoločnosť má len päť pracovníkov. Mikropodniky predstavujú 53% všetkých pracovných miest v Európe, a preto sú pre európske hospodárstvo kľúčové.

Zatiaľ čo existuje európska definícia malých a stredných podnikov, európska definícia pre remeselné podniky neexistuje a to v dôsledku veľmi rozdielnym právnym aspektom a opatreniam na národnej úrovni. Napriek nedefinovateľnej podstate, existujú charakteristiky remeselných podnikov, ktoré majú v celej Európe remeselné podniky spoločné a ktoré odrážajú drvivú väčšinu mikropodnikov:

- výrazné zapojenie vlastníka alebo manažéra vo všetkých krokoch tzv. workflow-u (finančná nezávislosť, silná osobná zodpovednosť)
- remeselné, technické a riadiace zručnosti
- aktívnu účasť na produkcii výrobkov a služieb (najmä produkty šité na mieru alebo v malých množstvách)
- blízkosť klienta a miestnych aktivít.

Európska komisia si kladie za cieľ podporovať úspešné podnikanie a zlepšenie podnikateľského prostredia pre malé a stredné podniky, umožniť tak plne realizovať ich potenciál v dnešnej globálnej ekonomike, prostredníctvom Small Business Act (SBA) pre Európu. Kým SBA sa usiluje o zlepšenie podnikateľského prostredia pre všetky subjekty malých a stredných podnikov, komisia pomocou konkrétnych iniciatív a trvalého úsilia pomáha naplňovať skutočný potenciál najmenších európskych firiem. Z tohto dôvodu je nevyhnutné napomáhať a povzbudiť členské štáty určiť a vykonávať opatrenia na podporu remesiel a mikropodnikov.

Ciele Európskej komisie :

- zvýšiť znalosti o sektore prostredníctvom štúdií, konferencií, workshopov a štatistík
- identifikovať prekážky, ktoré bránia trvalo udržateľnému rozvoju podnikov a pripraviť návrhy na riešenie
- posilniť remeselné odvetvie a kapacity malých podnikov, pre dosiahnutie rastu na vnútornom trhu, napr. prostredníctvom európskych noriem pre SME's a lepšie vedomosti o nich, a to prostredníctvom zlepšenia prístupu k verejným zákazkám alebo prostredníctvom podpory inovácií a výskumu v mikropodnikoch j
- vytvorenie priaznivejšieho podnikateľského prostredia pre remeselné a malé podniky prostredníctvom kvalitných podporných služieb, lepšieho právneho a daňového prostredia a sociálnej ochrany nových podnikateľov

1.1.2 Typický podnikateľský model



<ul style="list-style-type: none"> • Myšlienka o budúcom produkte • Navrhnutie vizuálnej stránky 	<ul style="list-style-type: none"> • Vyber materiálov • Vyber dodávateľov 	<ul style="list-style-type: none"> • Výroba • Vyskúšanie • Vylepšenie 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing (aj on-line) • Rozoslanie cez distribučné kanály (ÚĽUV, e-shop, atď...)
--	---	--	--

Pre zabezpečenie fungujúceho biznis plánu je dôležité naplniť postupný sled krokov. V prvom rade je veľmi dôležité mať jednoznačne zadefinovanú oblasť a produkty predaja, ktoré vychádzajú z tradície, kultúry a historie daného regiónu výrobcu. Následne je veľmi dôležité mať zadefinovanú prezentačnú a propagačnú oblasť svojej činnosti, vďaka ktorej sa budú remeselné produkty lepšie predávať.

V súčasnej dobe je okrem fyzického predaja a prezentácie nevyhnutný aj on-line predaj a prezentácia produktov, ktoré tak znásobia potenciálny odbyt. Pokiaľ samotné produkty remeselnej výroby nevytvárajú želaný odbyt, je vhodné ponúkať aj nástroje, ktoré sú potrebné pri samotnom procese výroby a finalizácie produktu remeselnej výroby.

Pokiaľ všetky spomínané kroky viedli k úspechu je následným krokom zriadenie kamennej predajne všetkých produktov hlavnej a vedľajšej výroby a zároveň poskytovať produkty remeselnej výroby aj do veľkoobchodného predaja vďaka čomu sa stane produkt rozšírenejší.

Pre dosiahnutie ďalšieho napredovanie je nevyhnutná globálna reklama a propagácie pomocou sociálnych médií, televíznych a rozhlasových médií ako aj pomocou tlačových a inzerčných médií. Propagačná marketingová činnosť by mala byť v prvom rade zameraná na unikátnosť a jedinečnosť samotného výrobku ale aj procesu výroby, pričom by sa do popredia dávala hlavne tradícia a kultúra daného výrobku.

Poslednou činnosťou súvisiacou z celým biznis procesom je proces poskytovania edukácie formou knižných publikácií, prednášok a workshopov, ktoré poskytnú spotrebiteľom vyskúšať konkrétnu remeselnú činnosť a zároveň spoznať celý proces výroby a finalizácie produktu.

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

Odvetvie umeleckej remeselnej výroby zahŕňa širokú oblasť kreatívnej tvorby a celý rad profesií. Do odvetvia patria najmä umelecké remeslá so zameraním na bytové zariadenie a turistický ruch (individuálni výrobcovia, živnostníci, rodinné firmy, menšie firmy), tradičné a ľudové remeslá (individuálni výrobcovia bez živnosti, živnostníci, rodinné firmy s počtom do deväť zamestnancov, neziskové organizácie) a výroba a predaj zabezpečovaný ÚĽUV-om. Klasické remeslo je ohrozené priemyselnou výrobou a poznamenáva ho aj úroveň vzdelávania a klesajúci záujem potenciálnych študentov.

Podľa údajov ÚĽUV-u (Výročná správa, 2014) je na Slovensku evidovaných cca 1 300 výrobcov (fyzických osôb) aktívne pôsobiacich v oblasti tradičných remesiel a ľudových umeleckých výrob. V odvetví pôsobí ďalších cca 30 právnických osôb. Existuje kvalifikovaný predpoklad, že v SR sa touto činnosťou aktívne zaoberá ešte ďalších 500 až 800 fyzických osôb, pre ktoré je ľudové remeslo čiastočnou alebo úplnou formou obživy.

Najväčší potenciál z hľadiska pridanej hodnoty a ekonomického rozvoja majú presahy tradičných remesiel do profesionálneho produktového dizajnu a spolupráce remeselníkov s absolventmi vysokých umeleckých škôl.

Pri väčšine produkcie úžitkových a dekoratívnych predmetov vychádzajúcich z ľudovej tradície a

regionálneho tvaroslovia je opakovanie rovnakých vzorov a výroba rozmnoženín viacerými autormi imanentnou súčasťou tohto typu tvorby, takže nie je chránená ako autorské dielo, lebo zodpovedá princípu ľudovej umeleckej tvorivosti, založenej na opakovaní a rozvíjaní už známych vzorov, dezénov a typov výrobkov. Predmetom priemyselnej ochrany môže byť potom spôsob adjustáže finálneho výrobku, obchodné názvy (reklamné pomenovania) výrobkov a pod. Týmto sa daný segment podstatne líši od iných odvetví kreatívneho priemyslu.

Ekonomický rast v oblasti tradičnej ľudovej výroby je momentálne veľmi pomalý, závislý od kúpnej sily na domácom trhu a zahraničných návštevníkov SR. Pomohol by mu nielen ďalší rozvoj turizmu v regiónoch a kultúrnych centrách, ale aj podnecovaná kultúrna spotreba obyvateľstva SR. Oba faktory mali v uplynulých dvoch desaťročiach v SR nízku dynamiku. Ručná remeselná výroba v SR sa lepšie uplatňuje pri výrobe predmetov spojených s bývaním (kováčstvo, kachliarstvo) než pri výrobe darčekových predmetov a suvenírov. Segment je v porovnaní so situáciou v zahraničí málo diferencovaný, splýva v ňom hodnotná aj lacná trhová produkcia.

Zásadným potenciálom tradičných remesiel je ich pridaná hodnota pre turizmus, identitu krajiny a lokálny a regionálny rozvoj. Prepájanie tradičných ľudových remesiel s moderným dizajnom sa môže stať zásadným identifikačným znakom krajiny a zároveň naštartovať ekonomické aktivity a zamestnanosť v mikroregiónoch. Práve preto je potrebná systematická podpora prepájania tradičných a moderných remeselných techník, technológií a dizajnov na úrovni škôl, ale aj začínajúceho podnikania či dlhodobá stratégia podpory exportu výrobkov.

Do odvetvia patria najmä:

- umelecké remeslá so zameraním na bytové zariadenie a turistický ruch – individuálni výrobcovia, živnostníci, rodinné firmy, menšie s.r.o.
- tradičné a ľudové remeslá – individuálni výrobcovia bez živnosti, živnostníci, rodinné firmy s počtom do deväť zamestnancov, neziskové organizácie
- výroba a predaj zabezpečený ÚĽUV-om (štátna príspevková organizácia).

Sortiment medzi hlavnými hráčmi sa často premiešava, najmä v kamenných suvenírových predajniach a stánkoch so suvenírmi. Typickými znakmi je zostavovanie sortimentu zo segmentov (umelecké remeslo, suveníry, ľudové remeslo) a časté prepojenie predajcu a výrobcu (výrobcovia svoje výrobky aj predávajú). Na jarmokoch a špecializovaných trhoch (keramické trhy, remeselnícke trhy) prevažujú ako predávajúci priamo výrobcovia. Internetový obchod pre koncového spotrebiteľa je typický pre oba segmenty, avšak v súčasnosti je tento distribučný kanál skôr poddimenzovaný.

Odvetvie delíme na jednotlivé remeslá a činnosti podľa materiálových a tovarových skupín:

- drevo (debnárstvo, kolárstvo, korytárstvo, rezbárstvo, stolárstvo, šindliarstvo, tesárstvo, tokárstvo, vareškárstvo, výroba štiepaním vareného dreva)
- hlina (džbánkarska výroba, hrnčiarstvo, kachliarstvo)
- hračky (bábkarstvo, hračkárstvo)
- hudobné nástroje (husliarstvo, píšťalkárstvo, výroba iných hudobných nástrojov)

- ostatné (farbiarstvo, medovníkarstvo, papierníctvo, pekárstvo, pergameníctvo, šperkárstvo, uhliarstvo, výroba kraslíc)
- kov (drotárstvo, kováčstvo, nožiarstvo, prackárstvo, zvonkárstvo, valaškárstvo)
- koža (brašnárstvo, čižmárstvo, obuvníctvo, remenárstvo, ševcovstvo)
- pletivá (košíkarstvo, slamienkarstvo, výroba zo šúpolia)
- rohovina (gombikárstvo, hrebenárstvo)
- sklo (sklárstvo, sklomaliarstvo)
- textil (čipkarstvo, háčkovanie, halenárstvo, klobučníctvo, krajčírstvo, modrotlačiarstvo, pletiarstvo, súkenníctvo, tkáčstvo, šnúrkarstvo, výroba kobercov, výšivkarstvo)
- vlna (gubárstvo, papučiarstvo)
- vosk (sviečkarstvo, voskarstvo).

Je náročné posudzovať slovenský trh s remeslami. Na základe zverejnených štatistík (Výročná správa 2014) hlavného stakeholdera, ktorý má vlastnú sieť predajní, a síce ÚLUV-u, výška celkových tržieb za produkty s odvetvia umeleckých remesiel bol iba 138 781,49 eur.

V posledných rokoch zaznamenávame na Slovensku aj výrazný rozvoj tzv. hand-made domácej výroby, ktorá sa čiastočne prelína s tradičnými remeslami a čiastočne s dizajnom a odevným dizajnom. Ekonomická situácia obyvateľstva, ale aj narastanie dopytu po osobitých, unikátnych výrobkoch spôsobili boom individuálnej výroby a predaja rôzneho typu výrobkov (bižutéria, ručné práce, odevy, drobné predmety do domácnosti a pod.). Problémom takýchto drobných aktivít, pokiaľ majú snahu prekročiť horizont predaja „po známosti“, resp. z dielne, je dosah na zákazníka – preto potrebuje osobitnú formu predaja a marketingu. Komerčný úspech predajného portálu Sashe (www.sashe.sk), ktorý je založený na veľmi dobre naprogramovanej on-line platforme a predaji drobných sérií pre veľké množstvo predajcov (long tail), svedčí o tom, že drobné remeslá, lokálny dizajn a ručné spracovanie má na Slovensku veľký potenciál aj z hľadiska komerčného využívania, za predpokladu centralizácie istých nákladov a inovatívnej formy predaja a marketingu.

Pre dosiahnutie rozvoja remeselnej výroby je potrebná podpora podnikateľských aktivít, ktoré prepájajú tradičné remeselné postupy a moderný dizajn, podpora komplexných turistických produktov, ktoré zahŕňajú aj ponuku tradičných remesiel (remeselné dvory, predvádzanie tradičných výrobných postupov a výučba remesiel). Zároveň je potrebná podpora lokálnych a regionálnych rozvojových stratégií, ktoré využívajú tradičné ľudové remeslá a zručnosti ako potenciál k ekonomickému rozvoju, podpora osobného rozvoja remeselníkov – medzinárodná mobilita mladých autorov, ktorí prirodzene prenesú zahraničné skúsenosti s podnikaním v tejto oblasti.

Celkovo pre podnikateľské prostredie a zároveň pre je potrebné zníženie administratívnej náročnosti a uľahčenie príležitostnej výroby a predaja tradičných výrobkov, podpora infraštruktúry, združovania a networkingu v odvetví – zvýhodnené nájmy, podpora činnosti remeselných dvorov a cechov. V neposlednom rade je dôležitá cielená stratégia brandingovej krajiny, postavená na prepájaní tradičných remesiel s moderným dizajnom a umením, podpora exportu.

1.2.1 Pozadie tradičných remesiel v Košickom kraji

Košický kraj je veľmi bohatý na artefakty ľudovej kultúry a tradičnú remeselnú výrobu, ktorá sa dodnes zachováva v historických oblastiach kraja. **Spiš** bol jedným z hlavných producentov plátna v súvislosti s výrobou sa rozvinulo aj jeho farbenie (modrotlač). V **Slovenskom Rudohorí**, bohatom na meď a železo, sa rozvíjalo baníctvo a vyspelá remeselná výroba. Dominovali tu kovospracujúce remeslá (medikováčstvo a zvonolejárstvo).

Na **Gemeri** dominovalo baníctvo, hutníctvo a sklárstvo. Kováčske dielne a hámre Vyrábali najmä poľnohospodárske náradie i rozličné predmety pre domácnosť. Gemer ako významná ovocinárska oblasť bol pôsobiskom sušiarňí a páleníč ovocia. Tiež sa tu tradovala produkcia dechtu (ktorý vzniká rozkladom organických látok bez prístupu vzduchu) V remeselníckych mestečkách sa sústreďovali kožušníci, garbiari, tkáči, plátenníci a súkenníci. V širokom okolí boli známe práce gemerských čipkárok .

Zemplín známy svojou poľnohospodárskou a vinárskou tradíciou reprezentuje výroba sudov a včelárstvo. Profesionálne tkáčstvo a remeslá boli zamerané na spracovanie poľnohospodárskych plodín a pre produkciu potrieb do domácností. Z výtvarného prejavu sú pozoruhodné brožované tkaniny, v ktorých prevládajú rastlinné ornamenty. Centrom hrnčiarskej výroby boli Pozdišovce. V okolí Michaloviec bolo rozšírené profesionálne tkáčstvo, známi sú tiež miestni rezbári a korytári. Vinohradnícka výroba v regióne sa viazala na južné upätie Vihorlatu, okolie Sobraniec, Tokajskú oblasť a oblasť Kráľovského Chlmca.

Na riekach Bodrog a Latorica bolo rozšírené rybárstvo a pletenie košíkov zo šúpolia, lubov a páľky. Pre oblasť Abova bola typická výroba mäsových produktov. V nadväznosti na pestovanie obilnín sa rozvíjalo mlynárske remeslo. Významná je i zeleninárska tradícia tohto regiónu. Baníctvo hutníctvo a Kovospracujúce remeslá boli rozšírené v Medzeve a Zlatej Idke Košické Hámre, Rudník , Košická Belá a Moldavu nad Bodvou. Výroba poľnohospodárskeho náradia z tejto oblasti mala dokonca medzinárodný rozmer Ďalšími dôležitými remeslami v okolí Košíc boli stolárstvo a kožušníctvo a tkáčstvo , rezbárstvo a debnárstvo.

V roku 2013 bola ukončená výstavba nového objektu múzea – Domu remesiel na Hrnčiarskej ulici v Košiciach, podľa projektu Otvorené zóny č. 7- Ulička remesiel, realizovaného v rámci projektov Košice Európske hlavné mesto kultúry 2013, ktorý svojimi výstavami a akciami prezentuje verejnosti historické remeslá a ich súčasné tradície. Objekt vybudovali na mieste niekdajšieho meštianskeho domu z 19. storočia, ktorý stál v pásme vnútorného opevnenia mesta. Pri archeologickom výskume, ktorý predchádzal stavebným prácam archeológovia odkryli základy meštianskeho domu, konštrukcií hradieb a priekopy opevnenia.

Dom remesiel mapuje bohaté tradície remesiel, ktoré kedysi prekvitali v stredovekých mestách a napomáhali k ich rozvoju. Najmä Košice boli významným strediskom remesiel a cechovníctva v krajine. Už v roku 1307 tu boli vydané stanovy pre cech kožušníkov, ktoré sú prvým dokladom o existencii cechovej organizácie remeselníkov, združujúcich sa do cechov a cechových bratstiev podľa druhu ich vykonávanej remeselníckej činnosti. Patrili k nim kupci, kováči, zámočníci, mečiari, ostrohári, pancierníci, nožiari, zlatníci, cínari, mlynári, tesári, kolesári, tokári, stolári, bednári, sedlári,

kožušníci, taškári, obuvníci, garbiari, remenáři, čižmári, tkáči, brachetári, súkeníci a klobúčnici, strihači látok, krajčíři povrazníci, mäsiari, sládkovia, olejníci a ďalej stavební remeselníci, hrnčíari a tiež holiči, kúpeľníci a chirurgovia.

1.2.2 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Do odvetvia umelecké remeslá, tradičné a ľudové remeslá patria sekcie uvedené v tabuľke č. X. Snahou kvalitatívneho výskumu bolo určiť remeslá umeleckého charakteru. Klasické remeslá sa opierajú o spracovanie predovšetkým prírodného materiálu, vyžadujú určité zručnosti a znalosti potrebné k vytvoreniu výrobku, ktorý ale nemusí disponovať originalitou. Pri umeleckých remeslách sa dôraz kladie hlavne na originalitu hotového výroku. V tomto duchu sa umelecké remeslá prelínajú s odvetvím dizajnu, pretože sám remeselník sa svoj výrobok navrhuje, teda určuje mu vlastný dizajn. Umelecké, tradičné alebo ľudové remeslá patria pod kreatívny priemysel, klasické remeslá nie, ale pretože podľa jednotlivých SK – NACE kódov je veľmi problematické rozlíšiť, ktoré sú umelecké a ktoré klasické remeslá, kvalitatívna analýza sa opiera o iné zdrojové údaje ako poskytuje Štatistický úrad SR.

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

V tomto odvetví je registrovaných relatívne veľké množstvo malých mikro-podnikov, avšak nájdú sa tu aj podniky s vyšším počtom zamestnancov a síce MICHATEK (150-199) alebo CASSPOS (150-199). Jednoznačne najviac podnikov je registrovaných v sektore Výroby ostatných kovových výrobkov (SK-NACE 25.99.0) s celkovým počtom 137 podnikov, čo tvorí približne 27,2 % z odvetvia. Je to aj z dôvodu prítomnosti veľkého podniku US Steel Košice.

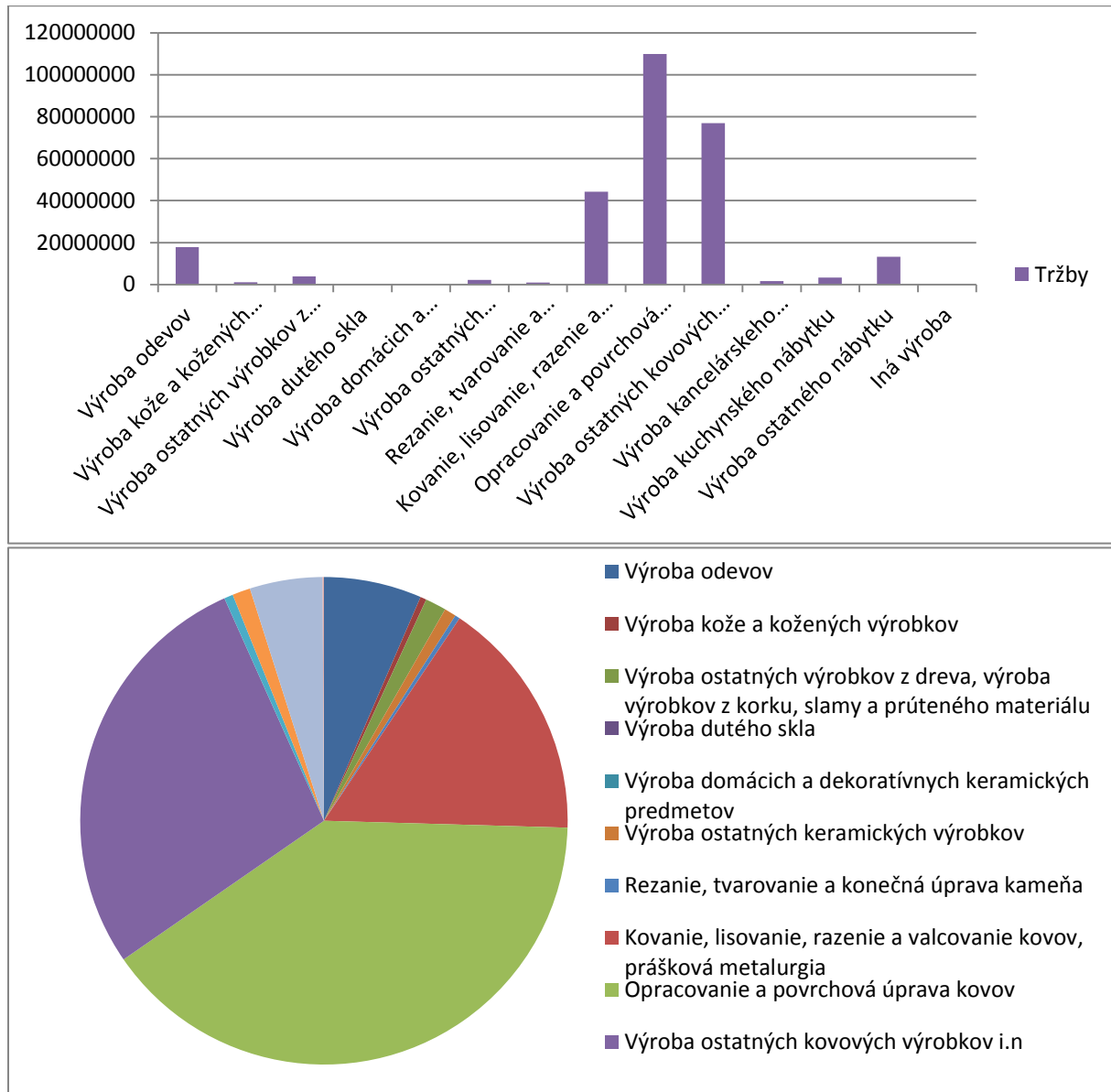
Keďže toto odvetvie je veľmi rozčlenené, niektoré sektory boli dané dokopy.

Tabuľka č. 1: SK-NACE Umeleckých remesiel, Tradičných a ľudových remesiel

Kód SK-NACE	Názov	Zastúpenie
14.11	Výroba kožených odevov	18.1%
14.13	Výroba ostatného vrchného ošatenia	
14.14	Výroba spodnej bielizne	
14.19	Výroba ostatných odevov a doplnkov	
14.20	Výroba kožušínových výrobkov	
14.30	Výroba pletených a háčkových odevov	
14.31	Výroba pletených a háčkových pančúch	
14.39	Výroba ostatných pletených a háčkových odevov	
15.11	Činenie a apretovanie kože; úprava a farbenie kožušín	2.8%
15.12	Výroba kufrov, kabeliek a podobných výrobkov, sediel a popruhov	
15.20	Výroba obuvi	
16.29	Výroba ostatných výrobkov z dreva; výroba výrobkov z korku, slamy a prúteného materiálu	9.7%
23.13	Výroba dutého skla	0.4%
23.41	Výroba domácich a dekoratívnych keramických predmetov	1.2%
23.49	Výroba ostatných keramických výrobkov	0.8%
23.70	Rezanie, tvarovanie a konečná úprava kameňa	4.0%
25.50	Kovanie, lisovanie, razenie a valcovanie kovov; prášková metalurgia	1.6%
25.61	Opracovanie a povrchová úprava kovov	16.5%
25.9	Výroba ostatných kovových výrobkov	27.2%
31.01	Výroba kancelárskeho nábytku a nábytku do obchodov	2.2%
31.02	Výroba kuchynského nábytku	1.6%
31.09	Výroba ostatného nábytku	9.9%
32.12	Výroba šperkov a podobných predmetov	4.2%
32.13	Výroba bižutérie a podobných predmetov	
32.20	Výroba hudobných nástrojov	
32.40	Výroba hier a hračiek	

V tomto odvetví prevláda Opracovanie a povrchová úprava kovov, s tržbami 109 945 556 Eur, čo je približne 40% v Košickom kraji.

Grafy č. 2 a 3: Zastúpenia podnikov na základe ich tržieb



Zdroj: www.finstat.sk

Pre SK NACE 14.00.0 – Výroba odevov s celkovým zastúpením 18,1% v odvetví je evidovaných celkovo 91 podnikov, kde prevažná časť je tvorená mikropodnikmi s tržbami do cca 4,2 mil. eur, primárne koncentrovanými v Košiciach. Najvýznamnejšie podniky sú GEMTEX, FIMTEX, ZEKON a.s. s počtami zamestnancov od 50 až do 500. Firma GEMTEX ako člen holdingu SCHIESSER A. G. sa zameriava na výrobu bielizne a voľnočasového oblečenia, zamestnáva 301 ľudí. Spoločnosť Fintex sa zameriava na výrobu bielizne rôznych druhov, avšak viac je zameraná na dámsku konfekciu. Tieto podniky sú tu uvádzané aj napriek tomu, že v spadajú pod produkciu odevov, avšak takáto činnosti sú navzájom prepojené aj s remeslami, aj napriek tomu že tieto spoločnosti (Gemtex, Fintex) sú veľkovýrobné.

V sektore výroby kože a kožených výrobkov (15.00.0) je registrovaných celkovo 14 podnikov s tržbami do 600 000 eur, primárne orientovaných na výrobu obuvi, a na výrobu kufrov, kabeliek, a pod.

Tabuľka č. 2: SK-NACE 15.00.0 – Výroba kože a kožených výrobkov, tržby nad 4 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
RAPRO s.r.o.	Michalovce	50-99	559 226.00	46 892.00
SPASA, s.r.o.	Spišská Nová Ves	25-49	456 652.00	53 661.00
PAPUTEX s.r.o.	Novosad	10-19	93 424.00	383.00
DEIMOS - SNV s.r.o.	Spišská Nová Ves	0	4 465.00	1 588.00
MiSC, s.r.o.	Košice	0	4 300.00	1 499.00

V sektore 16.29.0 -- Výroba ostatných výrobkov z dreva, výroba výrobkov z korku, slamy a prúteného materiálu sa dokopy registruje 49 podnikov (9,7%) s tržbami do 1,5 mil. eur. Ku firme LUNA CONSULTING sa nepodarilo vyšpecifikovať ich predmetnú činnosť, avšak firma PLAYSYSTEM sa okrem iného venuje tak stavbám rôznych typov ihrísk, detské, outdoorové fitness, alebo skateparky. Najzaujímavejšou vedľajšou činnosťou firmy je aj poskytovanie podkladov a odbornej pomoci pri projektoch alebo riadením kvality. Takisto aj pri týchto firmách sa nedá priamo hovoriť o remeslách, avšak sú s nimi prepojené, napríklad ich subdodávatelia, sú práve často krát umeleckí remeselníci, ktorí od podania návrhu produktu poskytnú aj samotný produkt.

Tabuľka č. 3: SK-NACE 16.29.0 -- Výroba ostatných výrobkov z dreva, výroba výrobkov z korku, slamy a prúteného materiálu, tržby nad 100 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
LUNA CONSULTING s.r.o.	Košice	1	1 445 553.00	-234 071.00
PLAYSYSTEM s.r.o.	Košice	10-19	868 917.00	139 516.00
WOOD HEAT s.r.o.	Hnilčík	5-9	210 103.00	6 434.00
DACHPROD s.r.o.	Hýľov	5-9	203 343.00	3 789.00
AGROCARGO s.r.o.	Paňovce	0	175 069.00	-34 717.00
L - ATV s.r.o.	Ladmovce	nezistený	147 872.00	-31 444.00
Lúčky Wood import - export s.r.o.	Lúčky	0	147 593.00	6 670.00
RTL - K s.r.o.	Ladmovce	nezistený	119 101.00	-19 152.00
L- VIASAT- H s.r.o.	Ladmovce	nezistený	107 107.00	-16 543.00

V sektore výroby dutého skla sú evidované iba 2 podniky, priamo v meste Košice. Samotná výroba dutého skla sa v mnohých prípadoch dá označiť ako remeslo (v prípade priemyselnej výroby, avšak hlavne v prípade ručnej práce ako umelecké remeslo.

Tabuľka č. 4: SK-NACE 23.13.0 – Výroba dutého skla (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Čeksun s.r.o.	Košice	nezistený	350.00	-1 557.00
GLASSIG spol. s r.o.	Košice - Sever	5-9		

Sektor s výrobou domácich a dekoratívnych keramických predmetov obsahuje celkovo 6 podnikov, avšak bez uvedených obrátov alebo ziskov, ale na základe počtu zamestnancov je výrazný jeden podnik – KERMEX, s.r.o. špecializovaný na výrobu keramického riadu a porcelánových predmetov pre domácnosť (23.41.1).

Tabuľka č. 5: SK-NACE 23.41.0 -- Výroba domácich a dekoratívnych keramických predmetov. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.
KERMEX, s.r.o. Michalovce	Michalovce	10-19
MEDIA spol. s r.o.	Sečovce	3-4
BAKY, s.r.o.	Kráľovský Chlmec	0
DEKORKA spol. s r.o.	Ždaňa	1
KERA LKL v.o.s.	Dobšiná	0
DEKOR KERAMIKA TUPESY s.r.o. organizačná zložka Vinné	Vinné	1

Ďalej je tu sektor 23.49.0 – Výroba ostatných keramických výrobkov, s počtom podnikov 4 s obrátom do 2,2 mil. eur. Firma KERKOTHERM je zameraná na výrobu vykurovacích zariadení, a síce, kachiel, pecí a pod.

Tabuľka č. 6: SK-NACE 23.49.0 -- Výroba ostatných keramických výrobkov. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
KERKOTHERM, a.s.	Košice	50-99	2 144 995.00	113 282.00
K. R. GRANIT s. r. o.	Pribeník	0	1 812.00	
LIKESS s.r.o.	Michalovce	nezistený	450.00	-304.00
AGROZEL, družstvo Košice	Košice	1		

Sektor Rezania, tvarovania, a konečnej úpravy kameňa (23.70.0) je už vyšší počet podnikov (20; 4%) s počtami zamestnancov 3-4 a 5-9.

Tabuľka č. 7: SK-NACE 23.70.0 Rezanie, tvarovanie a konečná úprava kameňa, tržby nad 80 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
TMM Trade, s.r.o.	Košice	5-9	179 352.00	4 047.00
Kamenárstvo ŠOFRANKO s.r.o.	Košice-Sever	5-9	174 947.00	6 025.00
VIP STONE s.r.o.	Košice	3-4	121 840.00	7 551.00
STONEL, s.r.o.	Moldava nad Bodvou	5-9	92 978.00	-15 309.00
URAM KAMENOSOCHÁRSTVO s.r.o.	Košice	3-4	81 169.00	1 933.00

NACE 25.50.0 -- Kovanie, lisovanie, razenie a valcovanie kovov; prášková metalurgia, a síce v tomto sektore sa nachádza 8 podnikov, s tromi hlavnými aktérmi, a síce HKS Forge, SITEM SLOVAKIA a TREVA, ktoré na základe tržieb tvoria majoritnú časť odvetvia.

Tabuľka č. 8: SK-NACE 25.50.0 Kovanie, lisovanie, razenie a valcovanie kovov; prášková metalurgia, tržby nad 7 mil. eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
HKS Forge, s.r.o.	Košice	100-149	20 928 071.00	311 548.00
SITEM SLOVAKIA, spol. s r.o.	Spišská Nová Ves	50-99	15 662 518.00	326 739.00
TREVA s.r.o.	Prakovce 13	100-149	7 021 944.00	1 041 416.00

V SK NACE 25.61.0 -- Opracovanie a povrchová úprava kovov sa registruje dokopy 83 podnikov (16,5%) s relatívne vysokými tržbami do cca 41 mil. eur. Dvaja najvýznamnejší aktéri a síce C.L.N. Slovakia, s.r.o. a TES MI a CASSPOS. Takisto, sú to veľké podniky, ktoré by sa priamo nedali zaradiť do sektoru s umeleckými remeslami, avšak ich produkcia je relatívne úzko spojená s remeslami, formou dodávky materiálov pre ďalšie (umelecké) spracovanie.

Ďalej je tu sektor 25.99.0 – Výroba ostatných výrobkov i.n., kde sa dokopy registruje 137 podnikov, čo tvorí najvyššie zastúpenie v rámci tohto odvetvia (27,2%). Sektor je rozvinutý aj vďaka prítomnosti závodu US Steel Košice. Jednoznačným lídrom v sektore je firma MICHATEK, s obratom približne 18 miliónov eur.

Tabuľka č. 9: SK-NACE 25.61.0 Opracovanie a povrchová úprava kovov, tržby nad 1 mi. eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
C.L.N. Slovakia s.r.o.	Košice - Šáca	25-49	41 261 579.00	73 283.00
TES MI s.r.o.	Michalovce	10-19	29 072 751.00	1 785 067.00
ColorTec Co. s.r.o.	Michalovce	1	7 625 496.00	4 114.00
CASSPOS, a.s.	Košice	150-199	5 893 706.00	-312 714.00
METAKOV s.r.o.	Spišská Nová Ves	25-49	5 006 429.00	145 916.00
VARIAKOV a.s.	Košice	50-99	2 735 200.00	170 215.00
MT COMAX, s.r.o.	Košice	25-49	2 665 189.00	163 266.00
NEO SLOVAK a.s. Košice	Košice	10-19	1 794 559.00	456 661.00
GtO Slovakia, s.r.o.	Brzotín	50-99	1 732 573.00	-244 970.00
DATAMONT s.r.o.	Košice	10-19	1 673 497.00	186 710.00
ZINKOZA, a.s.	Krompachy	25-49	1 500 962.00	61 069.00
BEEEMSTEEL, s.r.o.	Tušice	5-9	1 222 557.00	14 644.00
GALVANIC SERVICE s.r.o.	Čečejevce	5-9	1 032 583.00	32 987.00

Tabuľka č. 10: SK-NACE 25.99.0 Výroba ostatných kovových výrobkov i.n., tržby nad 1 mil. eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
MICHATEK, k.s.	Michalovce	150-199	17 715 951.00	1 634 016.00
Lindab a.s.	Jamník 278	25-49	6 921 803.00	99 141.00
G M P Slovakia s.r.o.	Pribeník	50-99	6 552 599.00	70 332.00
CMF Slovakia s.r.o.	Brzotín	50-99	6 082 034.00	185 772.00
RUDOLPH USINADOS SK, s.r.o.	Spišská Nová Ves	50-99	3 709 134.00	75 280.00
GINDRE KOMPONENTY, s.r.o.	Krompachy	25-49	3 657 823.00	-189 010.00
Laserkov a.s.	Buzica	10-19	2 415 807.00	43 073.00
ROSO TRADE, s.r.o.	Košice	1	2 408 142.00	642 836.00
OLEXA s.r.o.	Čaňa	20-24	2 343 911.00	35 564.00
L RACING servis, s.r.o.	Krásnohorské Podhradie	nezistený	2 335 872.00	
BOXÝ-RS s. r. o.	Kráľovský Chlmec	25-49	2 287 235.00	55 750.00
PRAKON spol. s r.o.	Prakovce	50-99	2 081 486.00	-104 044.00
TM Precision Mechanical Production s.r.o.	Michalovce	10-19	1 940 160.00	434 865.00
KLIVENT s.r.o.	Slanec	25-49	1 842 699.00	323 058.00
PL reklama, s.r.o. zlučovanie s IČO 46251260	Michalovce	1	1 798 656.00	
ATON Slovakia s.r.o.	Rožňava	0	1 056 935.00	16 654.00

V SK NACE 31.01.0 Výroba kancelárskeho nábytku a nábytku do obchodov je 11 podnikov s tržbami do približne 400 000 eur.

Tabuľka č. 11: SK-NACE 31.01.0 Výroba kancelárskeho nábytku a nábytku do obchodov, tržby nad 100 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
ISOSTAV s.r.o.	Košice-Staré Mesto	1	423 412.00	
RIM - SK, s.r.o.	Michalovce	3-4	285 229.00	-9 766.00
DATAS - VT, s.r.o.	Košice	5-9	272 638.00	-32 567.00
RAFFAELIS IDE s.r.o.	Valaliky	3-4	248 610.00	3 813.00
DREVOSS, s.r.o. v likvidácii	Košice	5-9	168 583.00	-213 831.00
NABYKO STYL, spol. s r.o. v likvidácii	Košice	1	149 865.00	-28 888.00

Vo výrobe kuchynského nábytku (31.02.0) sa registruje 8 podnikov s tržbami do 2,8 mil. eur. Najväčší z nich, a síce ATVYN spadá do kategórie počtu zamestnancov 10-19.

Tabuľka č. 12: SK-NACE 31020 Výroba kuchynského nábytku, tržby nad 100 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
ATVYN, s.r.o.	Košice	10-19	2 785 668.00	-1 513.00
INTERIORS SK spol. s r.o.	Košice	5-9	189 674.00	-10 142.00
M U L T I, s.r.o.	Košice	5-9	137 258.00	-15 095.00
Elisea, s.r.o.	Spišská Nová Ves	3-4	137 167.00	1 113.00

V SK NACE 31.09.0 Výroba ostatného nábytku je väčší počet podnikov, 50, čo tvorí približne 10% z odvetvia, s tržbami do 7,2 mil. eur.

Tabuľka č. 13: SK-NACE 31.09.0 Výroba ostatného nábytku, tržby nad 100 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
KVIST s.r.o.	Moldava nad Bodvou	150-199	7 240 497.00	129 784.00
TOMIFA spol. s r.o.	Iliašovce	50-99	2 326 084.00	19 548.00
FITZROI, s.r.o.	Spišská Nová Ves	25-49	1 011 603.00	38 805.00
ndh MARKET s.r.o.	Spišská Nová Ves	5-9	851 030.00	
ndh ATYP s.r.o.	Spišská Nová Ves	20-24	472 726.00	22 150.00
2M Interier s.r.o.	Košice - mestská časť Juh	5-9	296 730.00	-19 677.00
CHEOPS nábytok, s.r.o.	Košice	5-9	207 286.00	-22 659.00
RAUM interiér design, s.r.o.	Spišská Nová Ves	3-4	143 694.00	1 953.00
TESLA ALMES Trebišov, s.r.o. v likvidácii	Trebišov	5-9	114 823.00	11 958.00

V SK NACE 32.00.0 Iná výroba je evidovaných ostatných 21 podnikov zameraných na výrobu šperkov, bižutérie a hudobných nástrojov. Najvýznamnejší hráč je firma HEMATIT Košice, zameraná na výrobu šperkov. Ostatné firmy v tabuľke sa orientujú na výrobu bižutérie.

Tabuľka č. 14: SK-NACE 32.00.0 Iná výroba, tržby nad 0 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kategória	Tržby	Zisk
HEMATIT Košice, s.r.o.	Košice	5-9	156 773.00	749.00
FILIZ SLOVAKIA, s.r.o.	Košice	3-4	81 112.00	-5 279.00
Filip Diamonds s.r.o.	Košice	0	13 225.00	-86 901.00
PK Crystals s.r.o.	Košice - mestská časť Západ	0	4 370.00	574.00
Arbre, s.r.o.	Košice	nezistený	2 550.00	-352.00
Gizelle s.r.o.	Spišská Nová Ves	nezistený	15.00	-794.00

V SK-NACE 32.40.0 – Výroba hier a hračiek je registrovaných dokopy 7 firiem, avšak iba o dvoch z nich sa dá na základe obratu hovoriť ako o významných prvkoch trhovej oblasti. Sú to firmy ARTsablony, s.r.o. a DKS – PLAY SYSTEM, s.r.o. Podnik ARTsablony sa na základe e-shopu zaoberá primárne predajom aj spotrebných predmetov s ich vlastným dizajnom, rôznych dekoračných predmetov a pod., preto by sa dalo povedať, že nie síce priamo, ale súvisí s umeleckými remeslami.

Tabuľka č. 15: SK-NACE 32.40.0 – Výroba hier a hračiek. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
ARTsablony s.r.o.	Trebišov	3-4	97 341.00	21 607.00
DKS - PLAY SYSTEM, s.r.o.	Košice	2	40 926.00	1 488.00

2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

RCR ÚĽUV Košice

Ústredie ľudovej umeleckej tvorby (ÚĽUV) predstavuje pre remeselnú výrobu na Slovensku a tým pádom aj v Košickom kraji veľmi významnú a dôležitú úlohu. V roku 2013 ÚĽUV rozšírilo svoju pôsobnosť aj na východné Slovensko. V Košiciach otvorilo samostatnú regionálnu pobočku - Regionálne centrum remesiel ÚĽUV (RCR ÚĽUV Košice) v prenajatých nebytových priestoroch na Hlavnej ulici č. 68 v Košiciach. Tieto novovzniknuté centrá plnia úlohu kontaktných miest pre širokú verejnosť a slúžia ako zdroj informácií o ľudových remeslách v súčasnosti. Medzi hlavné činnosti ÚĽUV-u patrí organizácia výchovy a neformálneho vzdelávania v oblasti tradičných remesiel, pričom hlavnou programovou zložkou a náplňou sú záujmové a vzdelávacie kurzy pre deti, mládež a dospelých. Záujmová a vzdelávacia činnosť sa realizuje v súlade s platnými učebnými plánmi a osnovami, vychádza z jednotne stanovenej metodiky pre všetky pracoviská ÚĽUV.

Od Októbra 2015 bude ÚĽUV mať svoju vlastnú budovu - Regionálne centrum remesiel Košice – v meštianskom dome na Mäsiarskej ulici č. 52. Tento projekt bol uskutočnený v rámci Regionálneho operačného programu (ROP), ktoré realizuje Ústredie ľudovej umeleckej výroby ako subjekt v pôsobnosti prijímateľa - Ministerstva kultúry SR. Výška schváleného nenávratného finančného príspevku (NFP) predstavuje sumu 1 961 254,48 EUR so zámerom pokryť vzdelávacími, poradensko-konzultačnými a prezentačnými aktivitami východoslovenský región s početným výskytom tradičných ľudových tvorieb pre oba kraje – Košický aj Prešovský.

Ďalším významným projektom je realizácia prioritného projektu Svetový deň remesiel s ÚĽUV-om. Cieľom podujatia bolo popularizovať tradičné umelecko-remeselné činnosti ako významnú zložku kultúrneho rozvoja regiónu, informovať o angažovaní sa ÚĽUV v Svetovej rade remesiel a propagovať poradenskú, edičnú, kurzovú a ďalšiu vzdelávaciu činnosť ÚĽUV, vrátane propagovania regionálneho pracoviska ÚĽUV v Košiciach.

RCR ÚĽUV Košice organizuje viaceré kurzy pre dospelých a deti. Základné formy vzdelávacej činnosti a typické kurzy:

Kurzy pre deti a mládež

- Remeselnícka dielňa - práca s prírodnými materiálmi tradičnými technikami, spracovanie textilu, prírodných pletív, drôtu, výroba drobných úžitkových predmetov, ozdôb a hračiek.

Kurzy pre dospelých

- Záujmové kurzy remesiel sú určené pre širokú verejnosť., ako napríklad Drôtený šperk I., Hrnčiarska výroba, Abovská výšivka I., Pletenie z prútia I., Hrnčiarska výroba I., Hrnčiarska výroba II., Tkanie na krosnách I., Zdobenie kraslíc - voskom, Výroba košíkov z tenko točeného šúpolia a šachora, Základy paličkovania čipiek I., Drotárske techniky I.

Dôležitou skupinou užívateľov produktov ÚĽUV sa stali aktívne pôsobiaci dizajnéri v SR, najmä dizajnéri zameraní na výrobu autorských originálov s podielom tradičného remesla. Táto skupina prevažne mladších tvorcov ale aj študentov dizajnu čerpá z aktuálnej ponuky kultúrnych služieb ÚĽUV – príležitostí oboznamovať sa s ľudovou umeleckou výrobou, zbierkovým a dokumentačným fondom Múzea ľudovej umeleckej výroby, spolupracovať pri vývoji výrobkov so značkou ÚĽUV a zapájať sa do súťaží a výstavných a prezentačných projektov ÚĽUV.

Osvetové strediská KSK

Dôležitým sprostredkovateľom remeselnej výroby a tradície sú osvetové strediská KSK, ktoré umožňujú prostredníctvom svojej činnosti v regiónoch zachovávať ľudové tradície, vrátane podpory zachovania tradičnej remeselnej výroby. Remeselníci sa prezentujú na jarmokoch a trhoch organizovaných mestami a obcami, miestnych folklórnych festivaloch, cirkevných slávnostiach, oslavách výročí sídiel a tradičných agroturistických podujatiach. V niektorých oblastiach sú zriadené tradičné remeselné domy, či izby, ich vybavenie a prezentácia však nedosahujú potrebnú úroveň.

V Košickom kraji pôsobí 7 kultúrno-osvetových stredísk:

- Spišské osvetové stredisko, Spišská Nová Ves
- Gemerské osvetové stredisko, Rožňava
- Zemplínskeho osvetového stredisko Michalovce, Michalovce
- Zemplínske osvetové stredisko– detašované pracovisko Sobrance
- Kultúrne centrum Medzibodrožia a Použia, Kráľovský Chlmec
- Kultúrne centrum údolia Bodvy a Rudohoria Moldava nad Bodvou
- Kultúrne centrum Abova, Bidovce
- Krajské osvetové stredisko v Košiciach

Košický samosprávny kraj

● Lokalizácia regionálnych kultúrno-osvetových stredísk



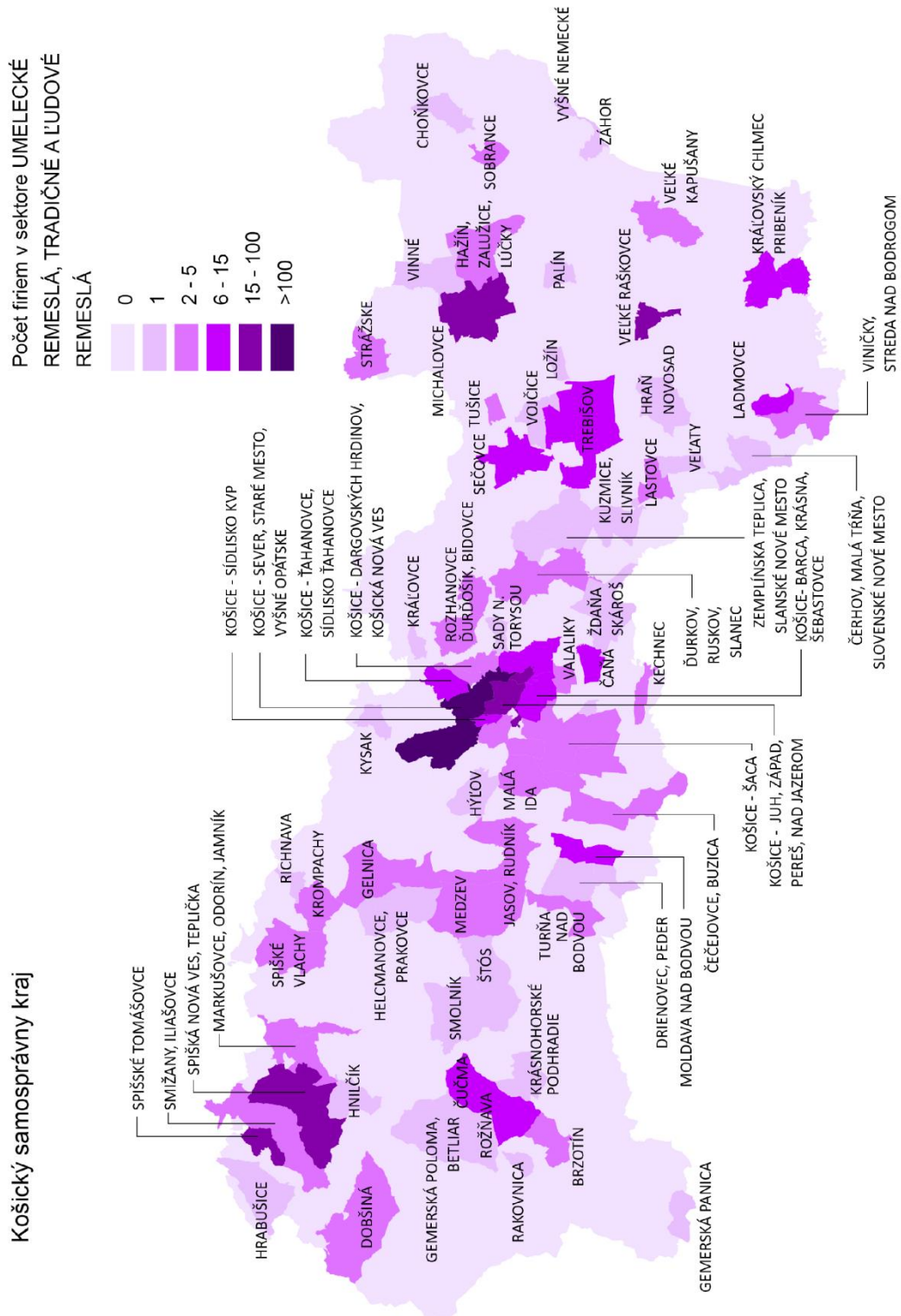
Ďalší aktéri:

Títo aktéri sú sústredení hlavne na lokálnej úrovni, pričom často krát sú v dobrovoľníckych asociáciách a organizáciách. Príklady:

- Remeselníci a ich združenia a kluby napr.:
 - Združením gemerských remeselníkov
 - Kluby paličkovej čipky...
 - OZ Rovás – Združenie výtvarníkov a inteligencie
 - FS Brizečky
- Dom remesiel v Krásnohorskej dlhej lúke
- Agentúrou pre rozvoj vidieckeho turizmu Spiša
- Slovenský dom zemplínskych tradícií

2.4 Mapa regionálnej koncentrácie

V tomto odvetví je najsilnejšia koncentrácia v hlavnom meste, Spišskej novej Vsi, Tepličke a v Michalovciach



3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA

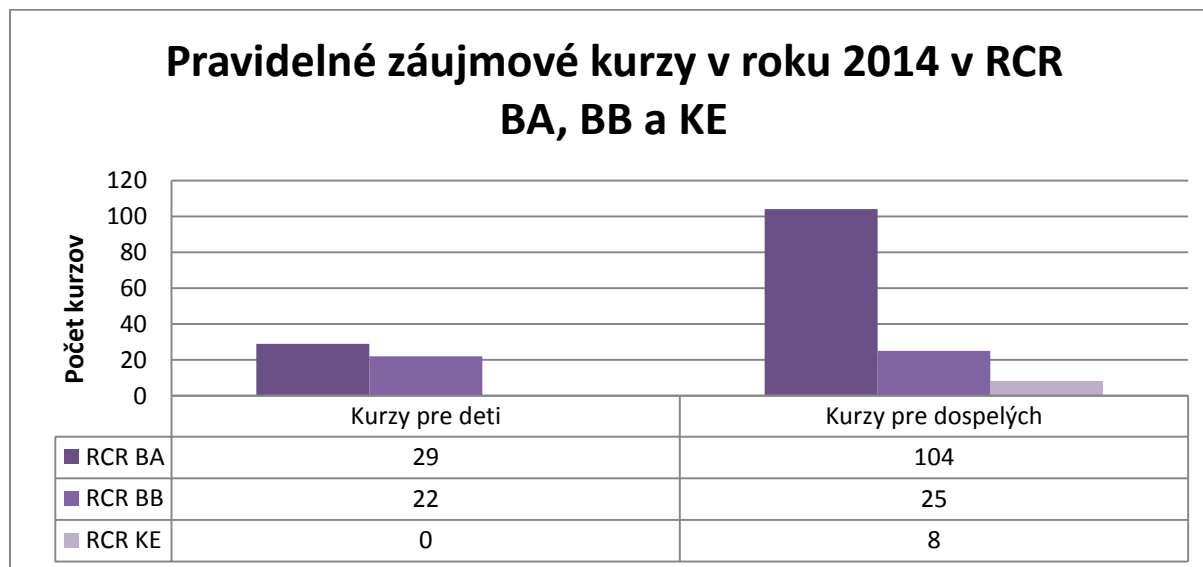
RCR ÚĽUV Košice

Kontrakt na rok 2014 predpokladal zabezpečovať vzdelávacie činnosti v troch regionálnych centrách ÚĽUV – v Bratislave, Banskej Bystrici a v pilotnom režime po prvý raz tiež v Košiciach.

Regionálne centrá remesiel - RCR ÚĽUV Bratislava, RCR ÚĽUV Banská Bystrica a RCR ÚĽUV Košice realizovali v roku 2014 spolu **188** záujmových kurzov. Išlo o záujmové kurzy orientované na všetky vekové kategórie – od detí po seniorov. Absolvovalo ich spolu **1029** účastníkov, v tom 291 detí a 738 dospelých. Na aktivite Prázdniny s remeslom sa dokopy zúčastnilo 466 ľudí. Celkový počet účastníkov v tvorivých dielnach bol v roku 2014 7102. Celkový počet osôb zapojených do všetkých aktivít regionálnych centier ÚĽUV bol 8338.

Výkon vzdelávacích činností bol zabezpečovaný ako kurzy remesiel ÚĽUV, tvorivé dielne pre verejnosť, vzdelávanie lektorov a vzdelávanie zamestnancov. Pre verejnosť boli určené tematické prednášky o tradičných remeslách a ľudových výrobách. V roku 2014 sa uskutočnilo v Bratislave a v Banskej Bystrici spolu 15 prednášok za účasti 178 záujemcov. ÚĽUV každoročne inovuje zameranosť kurzov, ktoré sú ponúkané širokej verejnosti v niekoľkých stupňoch náročnosti. Organizácia dlhodobo dbá o kvalifikované lektorské vedenie kurzov. Dvadsaťjeden kurzov organizovaných v ÚĽUV má akreditáciu MŠ SR.

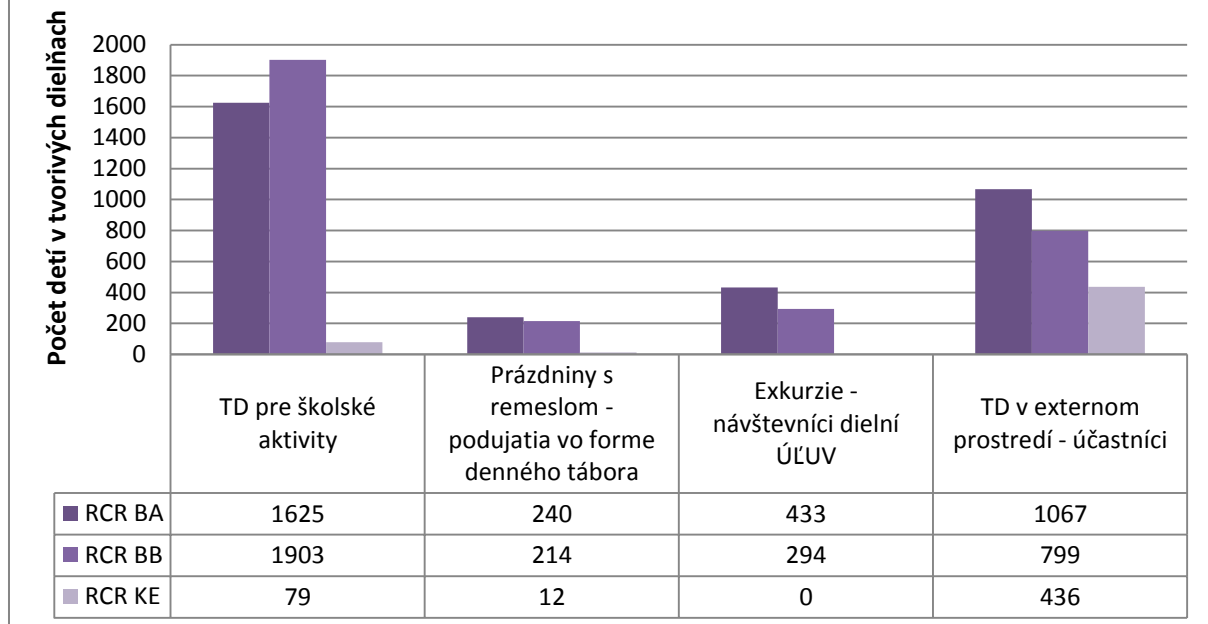
Graf č. 3:



Na grafe je vidno, že v Košickom kraji sa neorganizovalo veľa kurzov, dokonca žiadne pre deti. Dokopy v Košickom kraji bolo teda v roku 2014 8 kurzov (BB - 47, BA – 133) a celkovo na slovensku ich bolo 188. Treba však pripomenúť, že sa jednalo o prvých 8 kurzov vôbec.

Graf č. 4:

Účastníci - tvorivé dielne 2014 v RCR BA, BB a KE



Takisto aj v grafe uvádzajúcom počty účastníkov tvorivých dielní sa RCR v Košice držia na posledných priečkach, v roku 2014 tam bolo evidovaných dokopy 527 účastníkov, kde v porovnaní s RCR Banská Bystrica (3210) a RCR Bratislava (3365) majú jasnú prevahu.

RCR v roku 2014 uskutočnilo v Košiciach prvých osem pravidelných kurzov remesiel pre dospelých a pokračovalo v angažovaní a príprave lektorov remesiel z regiónu pre špecifické úlohy v kurzoch podľa metodiky ÚĽUV. Ďalšie aktivity regionálneho centra sa týkali vzdelávania detí formou tvorivých dielní, ktoré boli realizované najmä v externom prostredí na základe spolupráce so školami (Košice, Moldava n. Bodvou), resp. s inými zmluvnými partnermi (U.S. Steel Košice, s.r.o., Dom techniky Košice). PLS CHECK

Podujatie *Jarné prázdniny s remeslom* malo charakter tvorivých dielní pre deti a uskutočnilo sa počas troch dní v termíne 3.- 5. 3. 2014 v Košiciach celkovo pre 38 záujemcov. V mesiaci august 2014 sa uskutočnil v RCR ÚĽUV Košice po prvý raz tiež týždenný turnus denného tábora pre deti *Prázdniny s remeslom* pre 12 účastníkov. V roku 2014 celkovo absolvovalo tvorivé dielne prostredníctvom RCR ÚĽUV Košice vrátane prázdninových aktivít **527** detí.

Regionálne centrum remesiel poskytlo svoje lektorské kapacity tiež pre zmluvne zabezpečenú cyklickú prípravu pedagógov SOŠ zo Starej Ľubovne. V Košiciach im boli poskytnuté v čase od 5.5. do 6. 6. 2014 dva vzdelávacie bloky prípravy tkania na krosnách, pletenia z prútia a paličkovanej čipky.

Pre potreby formovania lektorov remesiel ÚĽUV v regionálnom centre sa uskutočnil v Košiciach dňa 23.10.2014 v poradí už II. metodický seminár o vzdelávaní a kurzoch remesiel, určený pre externých spolupracovníkov a lektorov v pôsobnosti RCR ÚĽUV Košice. Táto vzdelávacia aktivita bola organizovaná metodikmi vzdelávania ÚĽUV Bratislava s organizačnou podporou RCR ÚĽUV Košice.

Odbornej verejnosti bola venovaná prezentácia remesiel z regiónu východného Slovenska na podujatí EXPO 2014 v Dome techniky Košice (7.-8.2.2014) a workshop *Čarovanie s ovčím rúnom* dňa 14.2.2014, ktorého lektorkami boli účastníčky zahraničného sympózia vo Francúzsku, projekt Dream, (Michaela Lipková, Kristína Balogová-Hrončeková). Podujatie sa uskutočnilo v spolupráci s Verejnou knižnicou Jána Bocatia v Košiciach v reprezentatívnych priestoroch v jednom z tzv. „ostrovov kultúry“ , ktoré vznikli počas EHMK Košice 2013.

Celodenné podujatie *Svetový deň remesiel s ÚĽUV-om* sa konalo 14. 6. 2014 v zmluvne prenajatých priestoroch Kasárne/Kulturpark Košice a ponúklo verejnosti predvádzanie tradičných remesiel remeselníkmi regiónu východného Slovenska a sprievodné programy vrátane tvorivých dielní pre deti a dospelých. V priestoroch RCR ÚĽUV Košice sa uskutočnil dňa 13.11. 2014 workshop *Čarovanie s ľanovou priadzou* určený dospelým záujemcom so zameraním na tkanie. Ním regionálne pracovisko ÚĽUV v Košiciach začalo zamýšľaný cyklus workshopov s podtitulom „Stretnutia s majstrami remesla“ – s držiteľmi čestného titulu Majster ľudovej umeleckej výroby z východného Slovenska. Prvé stretnutie bolo s majsterkou ĽUV v tkaní pani Máriou Tomisovou z Kostolian. Podujatia sa zúčastnilo 13 záujemcov a uskutočnilo sa v textilnej dielni v priestoroch RCR Košice.

Zvýšená globálna konkurencia, prechod k spoločnosti založenej na vedomostiach, a rýchlo sa meniace technológie pretvárajú väčšinu hľadísk pracovného života malej firmy a remeselníkov. V budúcnosti budú remeselné firmy potrebovať ľudí s rôznymi profesijnými schopnosťami, špecifickým pracovným profilom a vyššou kvalifikáciou. Viac ako inokedy, musia všetci Európania priebežne zvyšovať svoje zručnosti a odbornú spôsobilosť. Z tohto dôvodu Európska komisia zvažuje zaviesť výmenný program pre učňov, pre dosiahnutie a získanie pracovných skúsenosti v inej európskej krajine. V súčasnej dobe, môžu remeselné podniky a mikropodniky ťažiť z akcie mobility prostredníctvom európskeho programu Leonardo da Vinci.

Mikropodniky sú ovplyvnené najmä nedostatkom kvalifikovanej pracovnej sily a musia prekonávať ťažkosti s prilákaním kvalifikovaných pracovníkov. Európska komisia silne podporuje iniciatívy zamerané na zisťovanie požiadaviek zamestnávateľov pre zabezpečenie vzdelávacích zručností a školení, ktoré budú k dispozícii pre zamestnancov v priebehu celého ich pracovného života.

Vzdelávanie a odborná príprava v remeslách je veľmi dôležitá, pretože produkuje tvorcov budúcnosti, pripravuje odborníkov s remeselnými zručnosťami pre širšie kreatívne hospodárstvo a rozvíja hmatové a tvorivé schopnosti, ktoré sú dôležité pre všetkých mladých ľudí a ich učenie.

Školy

Výrobcovia remeselných výrobkov sú z pohľadu ekonomického statusu rozdelení do troch kategórií (NEULOGY, 2013): príležitostní výrobcovia bez živnosti, živnostníci – jednotlivci a spoločníci rodinnej firmy. Sú to nositelia našich tradícií, ktoré si väčšinou predávajú z generácie na generáciu.

Umeleckým remeslám sa v Košickom samosprávnom kraji venujú na **Strednej odbornej škole drevárskej v Spišskej Novej Vsi** (odbor umelecký rezbár) a na **Strednej odbornej škole Ostrovského 1 v Košiciach** (odbor umeleckoremeselné spracúvanie dreva a kovov). Ani na jednej z týchto škôl odbor nie je pre školu primárny, dokonca na SOŠ KE sa umelecké odbory v akademickom roku 2015/2015 už ani neotvoria. Štúdium v jednotlivých odborov je 3 ročné a ukončené získaním výučného listu a vysvedčenia o záverečnej skúške absolvovaním záverečnej skúšky.

Tabuľka č. 16: Počet študentov v jednotlivých študijných odborov

Názov školy	Študijný odbor	Celkový počet študentov v 2014 / 2015
SOŠ Ostrovského 1, KE	umeleckoremeselné spracúvanie dreva	5
SOŠ Ostrovského 1, KE	umeleckoremeselné spracúvanie kovov	3
Stredná odborná škola drevárska, SNV	umelecký rezbár	počet nezistený
Škola úžitkového výtvarníctva v Rožňave	Konzervátorstvo a reštaurátorstvo – maliarske techniky	

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Hodnotiacich správ výchovno-vzdelávacej činnosti škôl

V odbore umeleckoremeselné spracúvanie dreva z 5 absolventov 4 pokračujú v štúdiu a 1 absolvent sa zamestnal v odbore. V odbore umeleckoremeselné spracúvanie kovov sú všetci traja absolventi zamestnaní v odbore.

Na Strednej odbornej škole drevárskej v Spišskej Novej Vsi je zriadené **Centrum odborného vzdelávania (COV) pre nábytkárstvo a drevárstvo**. Úlohou COV je poskytnúť vzdelávanie v oblasti moderných technológií v drevárskom a nábytkárskom priemysle žiakom SOŠ drevárskej a ostatným klientom. Súčasťou Oddelenia kreatívnej ekonomiky je zriadený Ateliér umeleckoremeselného tvarovania dreva. Praktické cvičenia v ateliéri sú zamerané na podporu osvojenia špecifických zručností, ktoré sú potrebné pri delení, tvarovaní, modelovaní materiálov . Žiaci sa zaoberajú technikou tvarovania dreva a rezbárskymi technológiami. Centrum spolupracuje so: Zväz spracovateľov dreva SR,BLUM, Veľká lúka, Hettich Trenčín, Botto, , NDH Market, SNV, CENTROGLOB s.r.o., Košice.

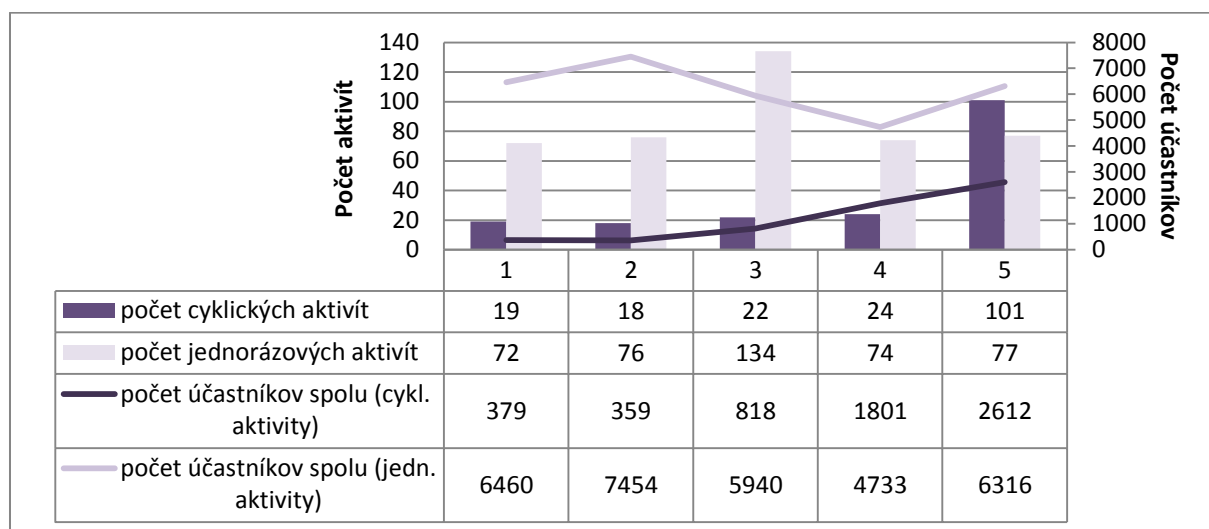
KOC kultúrne osvetové činnosti

Subjekty, ktoré organizujú kultúrne osvetové činnosti v Košickom kraji, hrajú primárnu úlohu v remeselnom vzdelávaní. Primárne sú podujatia, rôzne kurzy a hlavne tradičné remeslá organizované kultúrnymi osvetovými centrami spadajúcimi pod zriaďovateľa KSK.

Na grafe je vidieť, jasne rastúci trend v opakovaných vzdelávacích podujatiach v tradičných remeslách v KSK za roky 2010 až 2014 (379 v roku 2010 a vyše 2500 v roku 2014). Rýchlejšie dokonca rastie počet účastníkov zúčastnených na týchto podujatiach.

Jednorazové vzdelávacie podujatia vykazujú relatívne stabilný trend v počte a to isté platí aj pre účastníkov (77 aktivít so 6316 účastníkmi v roku 2014).

Graf č. 5:



Združené umelecké školy

Remeselné vzdelávanie vyučované v rámci výtvarného odboru je veľmi dôležitý faktor.

4. Financovanie & best practices

4.1 Financovanie

Program rozvoja vidieka - LEADER

Z pohľadu financovanie aktivít remeselnej výroby je veľmi dôležitý Program rozvoja vidieka a to konkrétne opatrenie LEADER, ktoré v rámci svojich prístupov podporuje rozvoj využívania lokálneho potenciálu územia teda na základe využívania endogénnych (vnútorných) zdrojov, pričom jedným so základných znakov je prístup zdola nahor. Na základe tohto prístupu vznikajú v danom území verejno-súkromné partnerstvá nazývané miestne akčné skupiny (MAS). MAS vypracuje a implementuje stratégiu miestneho rozvoja (stratégia), kde sú uvedené ciele, opatrenia a činnosti, ktoré má v pláne realizovať na danom území v zmysle SWOT analýzy (silné a slabé stránky, príležitosti a hrozby) celého súvislého územia MAS. V podmienkach SR bude MAS sama vyhlasovať výzvy, prijímať a posudzovať žiadosti/projekty na realizáciu jednotlivých činností stratégie, navrhovať schválenie/neschválenie žiadostí a predkladať žiadosti na konečné rozhodnutie riadiacemu orgánu, resp. Pôdohospodárskej platobnej agentúre. Hlavnou charakteristikou metódy LEADER je rozhodovanie za účasti miestnych aktérov na miestnej úrovni (občiansko-súkromný sektor) s jasnými a transparentnými postupmi (dodržiavanie percentuálneho zastúpenia všetkých 3 sektorov v celej štruktúre MAS) s podporou príslušných subjektov verejnej správy a potrebnou technickou pomocou na prenos osvedčených postupov.

Pri integrovanom rozvoji vidieka v programovom období 2014 – 2020 zavádza Európska komisia možnosť využitia finančných prostriedkov z ďalších fondov EÚ tzv. multifinancovanie cez miestny rozvoj pod vedením komunit (CLLD). Fondy EÚ sa nazývajú súborne Európske štrukturálne a investičné fondy (EŠIF), ktorých spoločné pravidlá upravuje nariadenie (EÚ) č. 1303/2013. V podmienkach SR budú do tohto integrovaného rozvoja zapojené nasledovné fondy: EPFVR a EFRR. V SR sa bude implementovať multifondový prístup na úrovni stratégií, t.j. MAS pripraví stratégiu miestneho rozvoja vedeného komunitou (ďalej aj ako „stratégia miestneho rozvoja“ alebo „stratégia CLLD“), ktorú bude financovať z oboch fondov.

V Partnerskej dohode SR 2014 – 2020 sú určené hlavné ciele a priority ako aj územia, plánovaný rozpočet pre každý EŠIF fond, administratívne činnosti takýchto CLLD miestnych akčných skupín, spôsob financovania chodu MAS a animácie, nástroje pre prípravu integrovaných verejno-súkromných partnerstiev. Každá podporená stratégia miestneho rozvoja musí vychádzať z ustanovení uvedených v Partnerskej dohode. Pre jednotlivé fondy sú uvedené špecifiká v rámci príslušných programov, t. zn. Program rozvoja vidieka (opatrenie LEADER) a Integrovaný regionálny operačný program (prioritná os CLLD).

V programovom období 2014 – 2020 zostáva LEADER povinnou súčasťou programov rozvoja vidieka ako prierezový nástroj pre miestny rozvoj a zavádzanie inovácií vrátane zmierňovania klimatických zmien. Integrovaný rozvoj vidieka má vychádzať z vnútra vidieckych oblastí za účasti zástupcov obcí, podnikateľov, farmárov a ostatných aktérov vidieka (zástupcovia 3 sektorov: občiansky, súkromný, verejný – miestna samospráva). V tomto období je potrebné viac sa zamerať na plynutie finančných prostriedkov do súkromného a občianskeho sektora. Metóda LEADER môže hlavne prispieť k riešeniu

problémov spojených s lokálnou nezamestnanosťou, kedy práve prístupom zdola nahor je možné identifikovať potreby v danom území aj v oblasti tvorby pracovných miest.

Iné Európske fondy

Existuje mnoho iných programov z ktorých je pre remeslá možnosť profitovať, ako napríklad nasledujúce:

Program cezhraničnej spolupráce Maďarská republika – Slovenská republika (www.husk-cbc.eu)

Medzinárodný vyšehradský fond (International Visegrad Fund). Medzinárodný vyšehradský fond (www.visegradfund.org) je medzinárodná organizácia so sídlom v Bratislave. Jeho hlavným cieľom je podpora užšej spolupráce medzi krajinami V4 cez spoločné kultúrne, vedecké a vzdelávacie projekty, výmenné pobyty mládeže, cezhraničnú spoluprácu a podporu turizmu. Na podporu umenia a kultúry slúžia grantové programy a rezidenčný program pre umelcov.

Nórsky finančný mechanizmus a finančný mechanizmus EHP. Finančný mechanizmus Európskeho hospodárskeho priestoru a Nórsky finančný mechanizmus (www.eeagrants.sk) predstavujú príspevky prispievateľských krajín, t.j. Nórska, Islandu a Lichtenštajnska viacerým členským štátom Európskej únie. Program sa rozdeľuje medzi deväť programov okrem iného pre ochrana a revitalizácia kultúrneho a prírodného dedičstva a podpora diverzity v kultúre a umení v rámci európskeho kultúrneho dedičstva, ako aj cezhraničná spolupráca, štipendijný program, a fond pre mimovládne organizácie.

Košice - Program Escalator. Program Escalator bol nový špecifický program pre podporu kreatívnej ekonomiky a rozvoj talentov v meste Košice. Jedinečný intenzívny rozvojový a vzdelávací program zameraný na budovanie kapacít v kultúrnom a kreatívnom sektore ponúka na mieru pripravený rozvojový program pre vybrané subjekty a individuálnych umelcov, ktorí pracujú v kreatívnom priemysle. Týmto subjektom ponúklo rady pre rozširovanie pôsobenia, nové skúsenosti, prax, zručnosti, kariéru a pomoc pri medzinárodnej spolupráci.

4.2 Best practices

Príklad

Instituto de Tecnología Cerámica, Castellón, Španielsko

Krátky popis

Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) vznikol ako spoločná iniciatíva Asociácie keramického priemyslu pre výskum (Asociación de Investigación de las Industrias Ceramicas, AICE) a Univerzitat Jaume v provincii Castellón. Založený bol v r. 1969 v reakcii na potreby a požiadavky spoločností španielskeho zoskupenia výrobcov keramiky a v priebehu rokov skĺbil systém spolupráce univerzity a podnikateľov, ktorý významne prispel k pozoruhodnému rozvoju španielskeho priemyslu výroby keramických dlaždíc.

ITC zohrával kľúčovú úlohu v tomto rozvoji tým, že sa vyprofiloval ako obchodný partner v sieti španielskych zoskupení keramického priemyslu. Táto sieť zahŕňa najmä malé a stredné podniky, pre ktoré je ťažké vytvoriť technológiu získanú buď z vykonávania nevyhnutných činností výskumu a vývoja alebo presunom z iných odvetví do keramického priemyslu, a ktorá by bola schopná poskytovať nové, spoločensky užitočné výrobky za konkurencieschopné ceny.

Pozadie

Priemysel keramických dlaždíc v Španielsku zahŕňa 125 výrobcov koncentrovaných predovšetkým v provincii Castellón. Podobne ako v iných remeselných odvetviach, väčšinu keramického priemyslu predstavujú tradične pracujúci výrobcovia, predovšetkým malé rodinné podniky. Remeslá sú spojené s ručne vykonávanými procesmi a s kvalitou, avšak tiež s nízkym objemom a úzkym dosahom. Vzhľadom na s týmto súvisiaci nedostatok inovácií v niektorých klasifikáciách remeslá dokonca vypadli zo zoznamu tvorivých priemyselných odvetví (napr. podľa vlády Spojeného kráľovstva). Avšak rýchle zmeny v používaní digitálnych technológií – vrátane 3D tlače – vytvárajú prudký nárast v kreatívnych inováciách v remeselnej výrobe.

Vznikajúce inovácie v priemysle keramických dlaždíc vedú k doplneniu nových aplikácií. Toto zahŕňa napríklad použitie keramických dlaždíc v kombinácii s novými systémami osvetlenia (LED) a dotykových monitorov na zníženie energie, ako aj zelene a nových materiálov na zlepšenie zdravia. ITC je najvýznamnejším inštitútom v regióne Castellón s bohatými znalosťami a dobrým menom, ktorý je vďaka spolupráci medzi samotným priemyslom a univerzitou schopný pomôcť jednotlivým výrobcom dlaždíc pri inovácii výroby. Vykonáva školenia, sleduje trendy a podporuje podniky.

Cenné prvky úspechu

Inštitút ITC predstavuje úžasný príklad spoločnej iniciatívy pri inováciách v regióne, ktorý má silné zoskupenie v remeslách – v tomto prípade výroba keramických dlaždíc. Spolupráca medzi priemyslom a univerzitou je strategicky silnou spoluprácou. Zároveň má potenciál vizualizácie a poskytuje turistom osobnú skúsenosť.

Ďalšie informácie

<http://www.itc.uji.es/en/>

<http://www.tileofspainusa.com/>

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• Silné tradície v oblasti remesiel v Košickom kraji• Regionálna Kancelária ÚĽUV• Regionálne osvetové stredisko podporujúce rôzne remeselné tradície a vzdelávania• Dom remesiel –ulička remesiel v Košiciach• Stúpajúci záujem o remeselné kurzy/workshopy• Stúpajúci dopyt po autentických ručne vyrábaných produktoch (boom ručnej práce)• Silné medziodvetvové vzťahy v rámci remeselných kreatívnych odvetví• Nízke náklady spojené so začatím podnikania	<ul style="list-style-type: none">• Nie je presná definícia, čo je remeselný sektor – ťažko sa vyhodnocuje• Slabá sociálno-hospodárska situácia• Nízka miere kooperácie medzi remeselníkmi• Odvetvie nie je organizované• Nízky záujem mladých pre štúdium remeselných odborov na odborných školách• Administratívne prekážky pre malé podniky• Nedostatočná informovanosť ohľadom technológií• Slabý marketing a promo produktov
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none">• On-line distribučné kanály pre reklamu a predaj• Nové budovy a pracovníci ÚĽUV• Nové technológie a digitálne technológie• Rastúci turistický trh• Možnosť zvýšenej kooperácie a prepojenia s ostatnými sektormi v kraji• Nové fondové programy	<ul style="list-style-type: none">• Klesajúca miera financovania• Únik mozgov z Košického kraja

7. Čast': Dizajn

Obsah

1. STAV ODVETVIA	240
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	240
1.1.1 Bližší pohľad na európske dizajnové odvetvie.....	240
1.1.2 Typický podnikateľský model	242
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	243
1.2.1 Úvod	243
1.2.2 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	243
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI	247
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	247
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	247
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie.....	248
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA	249
4. Financovanie a best practices	252
4.1 Financovanie.....	252
4.2 Osvedčené postupy	253
5. SWOT	255

1. STAV ODVETVIA

1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

1.1.1 Bližší pohľad na európske dizajnové odvetvie

Aj keď dizajnovému odvetviu sa pripisuje najvyšší význam, kritické údaje o odvetví zatiaľ chýbajú, čo je spôsobené hlavne rozmazanými hranicami NACE kódov, s ktorými súvisí, a obmedzeným používaním kódu NACE 74.10.0 – Špecializované dizajnérske činnosti. To znamená, že presná štatistika o napríklad celkovej zamestnanosti v dizajnovom odvetví a hrubá pridaná hodnota dizajnového sektoru neexistujú. Podľa Akčného plánu EK pre uplatňovanie dizajnu ako hnacej sily inovácií v Európe pracuje približne 410,000 profesionálne vyškolených dizajnérov, ktorí vytvoria ročný obrat na úrovni 36 mld. Eur.¹⁵

Dizajnéri tvoria približne 16% ľudí pracujúcich v tvorivom priemysle v Dánsku, Estónsku, Fínsku a Spojenom kráľovstve.¹⁶

V roku 2010 prieskum odvetvia britského výboru pre dizajn (UK Design Council) napočítal 230 tis. dizajnérov v britskom priemysle, čo ho stavia na prvú pozíciu v celej Európe. Prieskum uviedol, že od roku 2005 dizajnové odvetvie narástlo o 29% s nárastom príjmov o 3,4 mld. GBP. Jeho celkový obrat bol stanovený na 15 mld. GBP vrátane poradenstva a práce interných dizajnových tímov. Väčšina britských dizajnových poradcov sú malé firmy, ktoré predávajú svoje služby na národnej úrovni. Vysoký podiel popredných dizajnérskejších firiem však exportuje svoje služby po celom svete. Niektoré z popredných poradenských firiem v oblastiach ako priemyselný dizajn a architektúra ohlásili iba veľmi malý počet alebo žiadnych klientov zo Spojeného kráľovstva.

Európska politika v oblasti dizajnu

V roku 2011 EK založila Európsku správnu radu pre dizajn (European Design Leadership Board - EDLB), ktorá dostala na starosti tvorbu návrhov na posilnenie úlohy dizajnu v inovačnej stratégii. Konkrétne kompetenciou EDLB bolo poskytnúť odporúčania na posilnenie úlohy dizajnu v inovačnej stratégii v Európe na národnej, regionálnej alebo lokálnej úrovni a rozvíjať spoločnú víziu, priority a opatrenia, a tak integrovať dizajn ako súčasť inovačných politík v Európe – **Európska dizajnová inovácia**.

EK spolufinancuje zavedenie Európskej dizajnovéj inovačnej platformy (European Design Innovation Platform) ako nástroja pre realizáciu svojho akčného plánu pre uplatňovanie dizajnu ako hnacej sily inovácií. Spolu s aktivitami zameranými na zákonodarcov, firmy a verejný sektor poskytne projekt webovú platformu na podporu vzájomného učenia sa v skupinách (peer-learning), networkingu and partnerstiev. Zavádzanie platformy EDI začalo v januári 2014 a bude prebiehať tri roky. Projekt EDIP realizuje konzorcium 14 organizácií vedených britským výborom Design Council.

¹⁵ Design for growth and prosperity, Report and recommendations of the European design Leadership Board, 2012

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-for-growth-and-prosperity-report_en.pdf>

¹⁶ Design policy monitor, European commission, 2015,

<<http://www.seeplatform.eu/docs/SEE%20DPM%202015%20Jan.pdf>>

V mnohých krajinách v Európe boli kreatívne odvetvia identifikované ako prioritné pre rast. Napríklad podľa platformy S3 sú kreatívne odvetvia zvýraznené ako konkurenčná výhoda v 56 z vyše 200 stratégií pre inteligentnú špecializáciu regiónov. Dizajn predstavuje významný podiel tvorivých odvetví v rámci zamestnanosti a hrubej pridanej hodnoty (HPH).

Avšak keď vlády zavádzajú politické nástroje na podporu kreatívnych priemyslov, dizajn je často prehliadaný alebo zastúpený v menšej miere, ako je potrebné. Aj keď 56 regiónov identifikuje tvorivé odvetvia ako rastový sektor vo svojich stratégiách inteligentnej špecializácie, dizajn je explicitne zdôraznený len u deviatich z nich. Dizajn nie je len významným podsektorom tvorivých odvetví, ale zároveň má dôležitý dopad na ostatné priemyselné odvetvia vrátane výrobného, digitálneho, poľnohospodárskeho a potravinárskeho, finančného a iných odvetví služieb.

Strategické odporúčania EÚ

- Zdôrazňovať dizajn v regionálnych stratégiách inteligentnej špecializácie (RIS3) a spájať ho s tvorivými odvetviami a inými priemyselnými odvetviami vrátane výrobného, digitálneho, poľnohospodárskeho a potravinárskeho, finančného a ostatných odvetví služieb.
- Zahnúť dizajn do inovačných a obchodných inkubátorov a ich sietí.
- Vytvoriť smernice, kódexy postupov, právne rámce a experimentálne priestory na podporu využívania otvoreného dizajnu.
- Vypracovať európsku stratégiu, ktorá zabezpečí sofistikovanejší prístup k verejnému obstarávaniu inovatívnych riešení prostredníctvom rozpoznania, zahrnutia a implementácie dizajnu ako motora inovácie zameraného na používateľa.
- Vylepšiť prístup ku odborníkom v oblasti dizajnového manažmentu a k nástrojom pre veľké podniky a tiež malé a stredné podniky v Európe, aby podporili prevzatie a integráciu dizajnového manažmentu ako strategického nástroja pre rast.
- Zaviesť mechanizmy, ktoré umožnia efektívnejší prenos dizajnových poznatkov a osvedčených postupov medzi veľkými, dizajnom vedenými firmami, akadémiami a malými a strednými podnikmi.
- Priznať hodnotu a vážiť si učňovské vzdelávanie a odbornú prípravu pre generovanie prvotriednych a svetových špecialistov a remeselníkov v tradičných a rozvíjajúcich sa odvetviach so zvýšeným povedomím o dizajne ako motorom rastu a tvorby pracovných miest.
- Získať podporu zo štrukturálnych fondov pre dizajnovú inováciu za účelom dosiahnutia spoločenskej zmeny/inovácie.
- Podporovať väčšie zapojenie dizajnérov do živých laboratórií, kde spoločenská inovácia a verejné služby predstavujú kritické výzvy.
- Využiť potenciál Európskych štrukturálnych fondov, konkrétne Európskeho fondu regionálneho rozvoja, pre dizajnové inovácie za účelom dosiahnutia spoločenskej zmeny vo všetkých oblastiach politiky
- Budovať kapacitu pracovníkov verejného sektora, aby sami používali metódy dizajnu a aby účinne získavali dizajn:
 - s použitím dizajnových nástrojov, prípadových štúdií a interných dizajnérov pre inštitúcie EÚ a členské štáty a regióny.

- vypracovaním dizajrovej školiacej a kariérnej osnovy pre pracovníkov verejného sektora s účasťou na špecializovaných dizajnových školeniach pre účinnú tvorbu politiky a zabezpečenie verejného obstarávania.

1.1.2 Typický podnikateľský model

Na základe rozličných možnostiach dizajnerských činností a rôznych typoch zákazníkov, môžu nastať v sektore rôzne biznis modely. Typický biznis model pre interiérový dizajn, ktorý dominuje na Slovensku, je znázornený v diagrame nižšie.



<ul style="list-style-type: none"> • Špecifikácia klienta • Pre-dizajn, dizajn • Projekt, vizualizácia 	<ul style="list-style-type: none"> • Vyber materiálov • Vyber tovarov • Vyber dodávateľov 	<ul style="list-style-type: none"> • Výroba • Montáž / inštalácia • Vyskúšanie • Vylepšenie 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing, predaj dizajnu, rozvinutých tovarov • Ocenenie dizajnu v súťažiach
---	--	---	--

Hore uvedený diagram naznačuje, že dizajnér interiéru musí spolupracovať so širokou škálou dodávateľov, hlavne výrobcami a dodávateľmi látok, nábytku, elektrotechniky, kúrenia, farieb, podláh, vybavenie kuchyne a kúpeľní, atd. Tato profesia ma vysoký potenciál mobilizovať ďalších poskytovateľov služieb, výrobných firiem a obchodov a realizovať tzv. spill-over effects v iných sektoroch. Dizajnér interiéru potrebuje neustále naberať nové vedomosti ohľadom materiálov, techník a takisto potrebujú zostaviť širokú sieť spolupráce.

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

1.2.1 Úvod

Podľa odhadov Slovenského centra dizajnu pôsobí v súčasnosti na Slovensku približne: 700 grafických dizajnérov, 80 grafických štúdií, 350 priemyselných dizajnérov, 10 väčších dizajnerských ateliérov, 120 interiérových dizajnerských štúdií a 1 000 remeselníkov produkujúcich dizajn tradičnými technikami. Približne štvrtina vyštudovaných dizajnérov odchádza pre nedostatok príležitostí pracovať do zahraničia, kde mnohí z nich dosahujú výborné výsledky. Asi 5 % dizajnérov na Slovensku pracuje pre zahraničné spoločnosti. Približne 70 % aktívnych dizajnérov je mladších ako 40 rokov.¹⁷

Podľa údajov Slovenského centra dizajnu je momentálne na Slovensku cca 150 firiem, ktoré spolupracujú s dizajnermi alebo využívajú dizajn produktov ako konkurenčnú výhodu. Množstvo z týchto firiem vzniklo po roku 1990, keď sa nové nápady dali realizovať relatívne ľahšie – našli sa oblasti, ktorým sa dovtedy nikto nevenoval a neboli ešte „obsadené“. Vznikli tak neočakávané možnosti na uplatnenie dizajnu, ako napr. výroba ultraľahkých lietadiel (Aerospool, Prievidza), sortimentu pre outdoorové športy (Trek Sport Trade, Dunajská Lužná) či špeciálnych prietokových ohrievačov (Hakl, Ivanka pri Dunaji). Tieto druhy výroby obohatili štruktúru slovenského priemyslu a niektorým sa podarilo vystihnúť špecifické malé trhy (niche markets) s potenciálom rozvoja a vývozu do zahraničia.

Výrazné napredovanie odvetvia nehnuteľností v rokoch 2000 – 2009 podporilo vytvorenie viacerých štúdií interiérového dizajnu, ktoré stále tvoria hlavnú činnosť firiem zaregistrovaných pod NACE 74.1 (špecializované dizajnerské činnosti).

V roku 1991, vzniklo Slovenské Design Centrum (neskôr Slovenské centrum dizajnu) s úlohou podporovať rozvoj dizajnu v podmienkach hospodárskej transformácie smerujúcej k vytvoreniu systému trhového hospodárstva. SCD začalo okrem iného vydávať špecializovaný časopis Designum, organizovať dizajnerské súťaže a udeľovať ceny za vynikajúci dizajn.

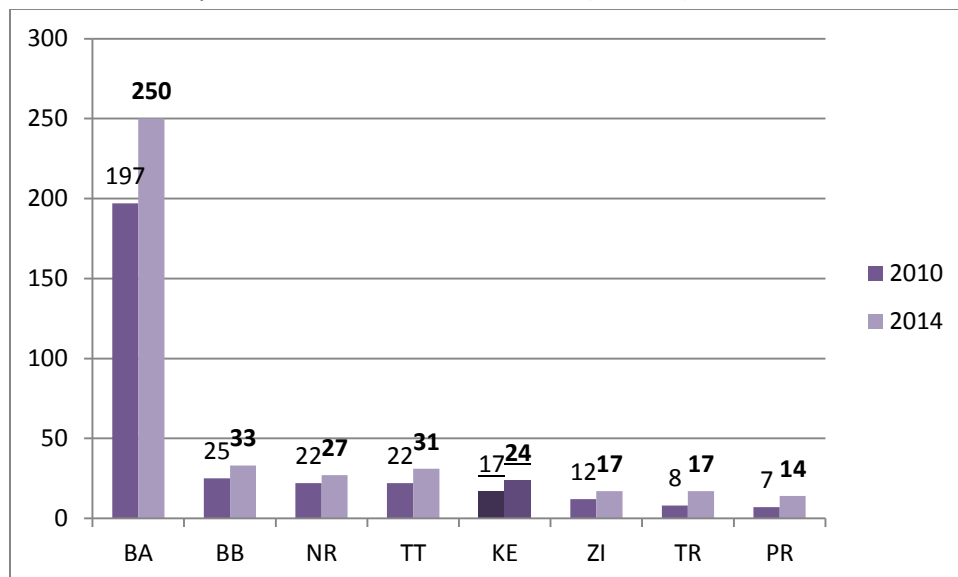
1.2.2 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Na území Slovenska je v SK-NACE 74.10 (špecializované dizajnerské činnosti) registrovaných dokopy približne niečo vyše 400 podnikov. Ako aj v iných oblastiach, značnú prevahu majú mikropodniky (od 0 po 10 evidovaných zamestnancov a obrát do 2 mil. eur). Pochopiteľne, najväčšie zastúpenie majú podniky v Bratislavskom kraji, tvoria približne 50% všetkých podnikov. V porovnaní s Košickým krajom kde je evidovaných 24 podnikov je v Bratislavskom koncentrovaných približne 10 krát viac firiem, a teda v Bratislavskom je dokopy viac podnikov, ako na celom ostatnom území Slovenska.

¹⁷ Východiská stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike, Ministerstvo kultúry SR, 2014

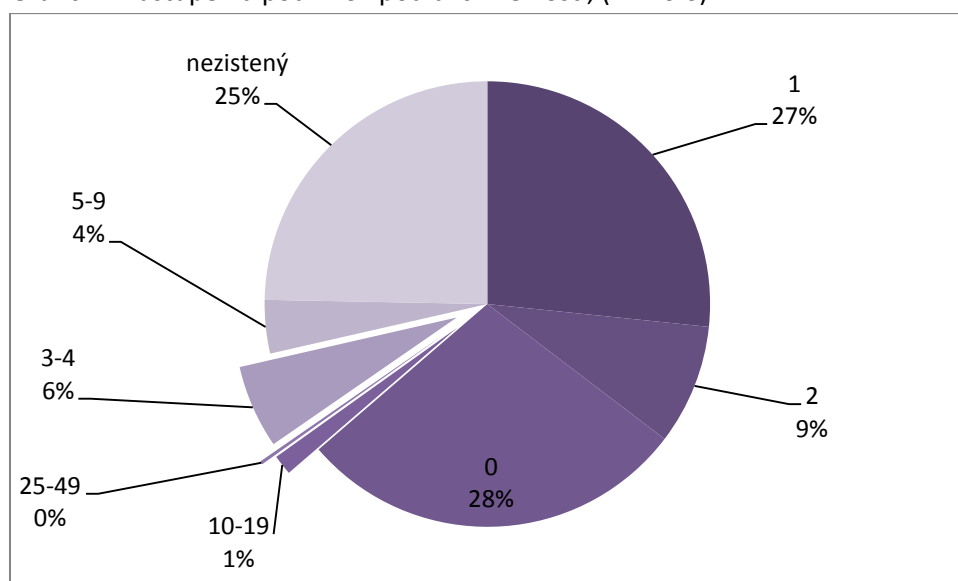
Od roku 2010 do roku 2014 bol v tomto sektore zaznamenaný asi 33 percentný nárast v počte podnikov, pričom v Košickom kraji je to 41 percentný nárast, v roku 2010 bolo 17 podnikov, v 2014 ich je 24.

Graf č. 1: Počet podnikov v rokoch 2010 a 2014, (74.10.0)



Ohľadom veľkosti podnikov, s najväčším zastúpením s celkovým počtom 304 sú evidované mikropodniky, takisto s hlavnou koncentráciou v Bratislavskom kraji, v Košickom 22, kde okrem 2 firiem s nezisteným počtom zamestnancov nevystupuje žiadny malý, stredný a ani veľký podnik. 2 malé podniky evidujeme v Nitrianskom kraji (10-19 zamestnancov), a v Bratislavskom sú evidované 3 malé podniky a v Banskobystrickom takisto 2 malé podniky.

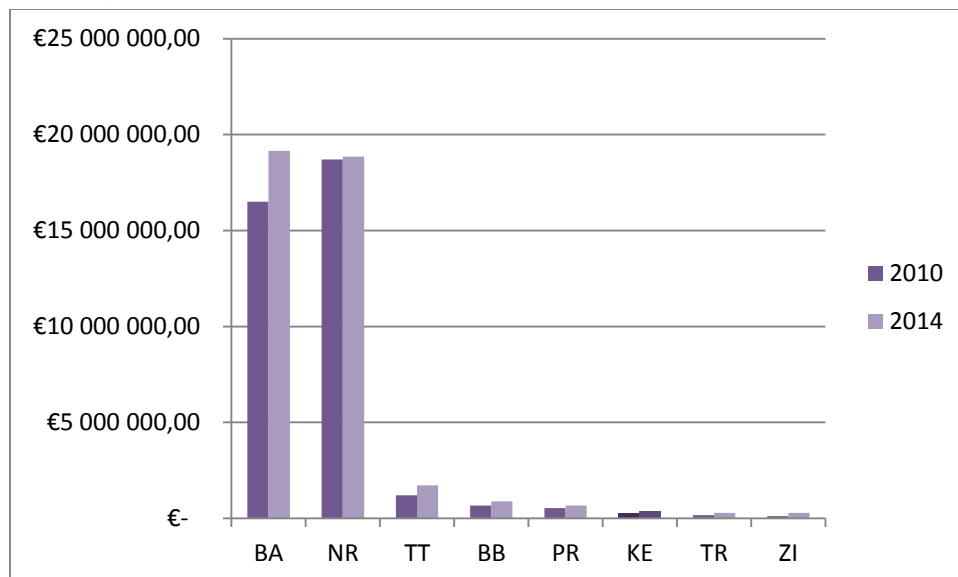
Graf č. 2: Zastúpenia podnikov podľa ich veľkosti, (74.10.0)



V prípade tržieb podnikov, jednoznačným lídrom v rámci krajov je opäť Bratislavský, s obratmi v hodnote necelých 20 mil. eur a hneď po ňom nasleduje kraj Nitriansky (necelých 19 mil. eur).

Košický kraj predstavuje región s tretími najnižšími obratmi (cca 360 000 eur), po ňom má menej už len kraj Trenčiansky (295 000 eur) a Žilinský (290 000 eur).

Graf č. 3: Tržby v rámci Slovenska v sektore špecializovaných dizajnerských činností, roky 2010 a 2014, (74.10.0).



Celkové obraty všetkých podnikov v rámci celého Slovenska dosahujú teda presne **42 233 117** eur, čo oproti roku 2010, kedy to činilo **38 142 356** eur predstavuje zhruba 11 percentný nárast, pričom v Košickom kraji je to 45 percent.

Zaujímavosťou ostáva, že do roku 2010 v tomto segmente trhu viedol s cca 2 miliónovou prevahou kraj Nitriansky nad Bratislavou (cca 16,5 mil. a 18,7 mil. eur.) avšak po roku 2010 Bratislavský kraj „dohnal“ a mierne predbehol Nitriansky.

Celkovo sa dá teda zhodnotiť, že v tejto oblasti trhu je iba mierne stúpajúci trend.

Čo sa konkrétnych firiem týka, dokopy je evidovaných 413 podnikov, kde traja najväčší hráči dosahujú obraty do výšky skoro 2,7 miliónov eur. Líder na slovenskom trhu je firma EKOMA design, s.r.o. (tržby 2,7 mil. eur), s počtom zamestnancov kategórie 10-19 (jeden z mála malých podnikov v sektore). Primárne zameranie spoločnosti EKOMA je trh s nábytkom. Sprostredkúva takisto aj komplexné riešenia interiérov všetkých kategórií, od riešenia kancelárskych priestorov, cez hotelové vybavenie, až po komplexné riešenia bytových interiérov. Ich služby zahŕňajú takmer všetky činnosti, od návrhu, cez dodanie až po samotné uloženie produktov do priestorov. Jedná sa teda aj o služby „na kľúč“. Vo firme sa nachádza aj dekoračné štúdio, kde sa realizujú tamojší architekti a dizajnéri. Tretia firma v poradí, tiež so sídlom v Bratislave je KOLLMANN, s.r.o. (tržby 1,1 mil. eur), s počtom zamestnancov v kategórii 5-9. Podobne ako EKOMA, portfólio firmy je všestranné, od zariadenia kancelárskych priestorov, cez obchodné (trafiky, reštaurácie, kaviarne), až po bytové priestory.

Tabuľka č. 1: 74.10.0 – Špeciálne dizajnérske činnosti, tržby nad 500 000 eur, (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
EKOMA design, spol. s r.o.	Bratislava	10-19	2 738 690,00	18 585,00
KOLLMANN spol. s r.o.	Marianka	5-9	1 120 398,00	45 572,00
PACKY ADVERTISING s. r. o.	Bratislava	3-4	902 891,00	1 528,00
MERWEDE DESIGN, s.r.o.	Komárno	10-19	784 413,00	50 601,00
Interiér 48 s. r. o.	Bratislava	1	663 374,00	10 551,00
FORFA spol. s r.o.	Bratislava	Nezistený	655 467,00	
WF Slovakia, s.r.o.	Bratislava	2	613 266,00	23 022,00
LIBERTY SK GROUP s.r.o.	Bratislava	0	587 823,00	5 189,00
CODES CREATIVE, s.r.o.	Bratislava	5-9	559 657,00	61 504,00

Zdroj: Finstat

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

V tomto odvetví sú kvantitatívne analyzované iba podniky zamerané na špeciálne dizajnérske činnosti, nakoľko síce sú aj iné SK NACE sekcie, ktoré zahŕňajú dizajnérske činnosti (napríklad priemyselné), avšak nie je adekvátne ich zaradiť do kreatívneho priemyslu vo všeobecnosti.

Tabuľka č. 2: SK-NACE pre Dizajn

Kód SK-NACE	Názov
74.1	Špecializované dizajnérske činnosti

Celkové tržby v Košickom kraji v tomto odvetví boli vo výške 365 691 Eur.

V SK-NACE 74.10.0 – Špecializované dizajnérske činnosti je celkovo registrovaných 25 prevažne mikropodnikov s počtom zamestnancov nepresahujúcim kategóriu 5-9 zamestnancov. V skupine podnikov s obratom nad 20 000 eur sa nachádza 7 podnikov, kde jediný podnik z obratom vyšším ako 80 000 eur je podnik STA, s.r.o. Podniky sa hlavne zaoberajú interiérovým dizajnom.

Tabuľka č. 3: SK-NACE 74.10.0 – Špecializované dizajnérske činnosti, tržby nad 20 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
STA s.r.o.	Košice	2	80 518,00	-6 069,00
JFinterier, s.r.o.	Spišská Nová Ves	1	63 891,00	-6 292,00
SOFT interier, s.r.o.	Spišská Nová Ves	2	58 663,00	-2 493,00
LOOK DESIGN, s.r.o.	Košice – m. č. Staré Mesto	1	33 721,00	-615,00
Aevis s.r.o.	Košice - mestská časť Sever	1	31 755,00	3 252,00
atelier HAPLUS, s.r.o.	Sečovce	1	25 381,00	-4 430,00
bastien creative s.r.o.	Košice	1	21 138,00	-13 259,00

V SK-NACE 71.12.1 – Inžinierske činnosti a poradenstvo (vid časť – Architektúra) bola identifikovaná firma Strojkov Engineering v Gelnici, ktorá sa zaoberá s dizajnom a vývojom produktov. Strojkov Engineering má tržby nad 2 miliónov eur a viac ako 25 zamestnancov.

2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

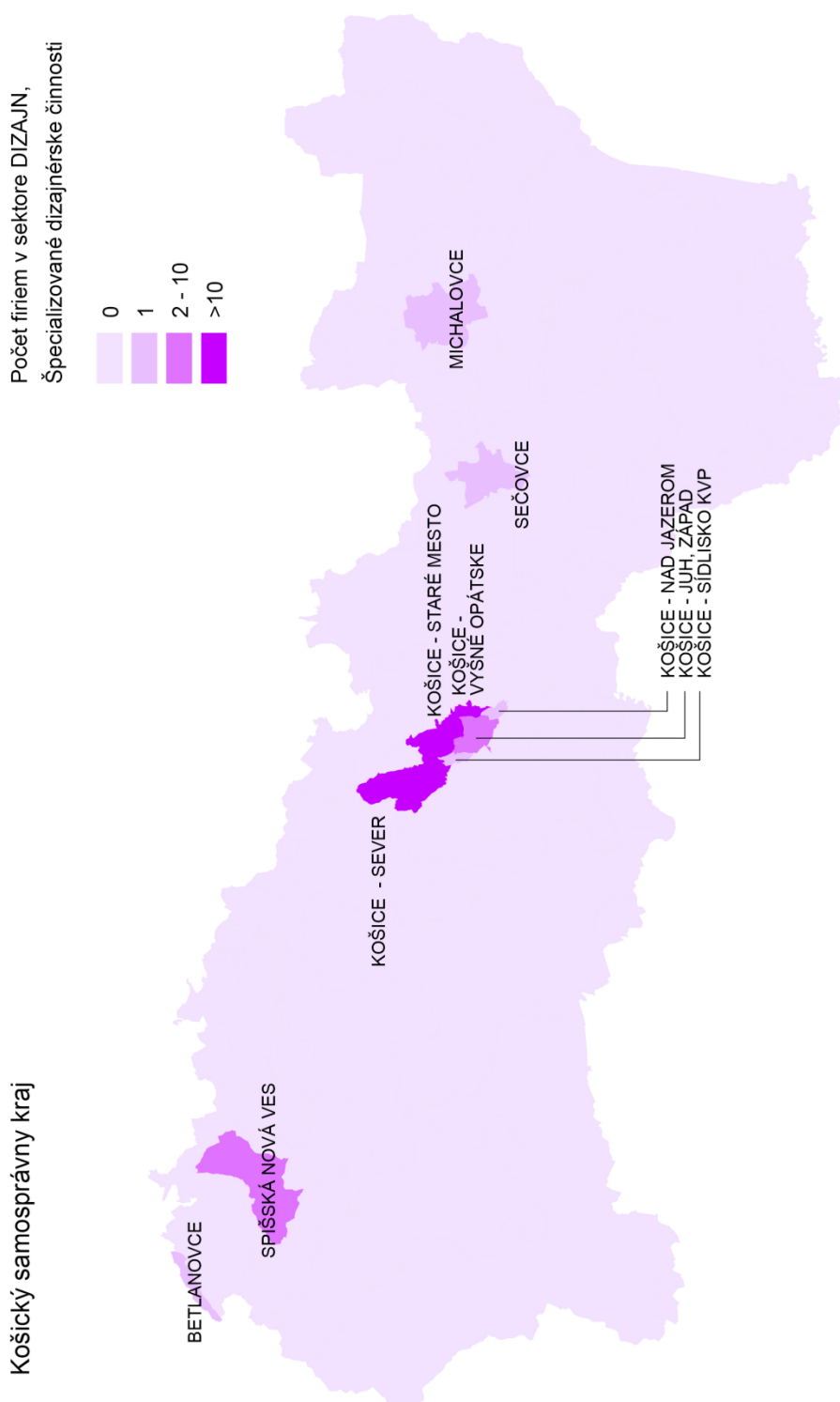
Podľa kvalitatívneho prieskumu, hlavným aktérom je občianske združenie DIG Galery, ktoré je v centre diania (Tabačke) a spája univerzitnú sféru a Košickú komunitu. DIG Galery spolupracuje s Ars Elektronika (Linz).

Podľa dizajnérov existujú rôzne obmedzenia pre dizajn, je to veľmi komplikovaná spolupráca, tak v podnikaní vo všeobecnosti, ako zvlášť s výrobnou sférou.

Z tohto dôvodu má DIG Galery ambíciu sledovať medzinárodný trend spájania umenia a vedy, a síce umenia, dizajnu a techniky.

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie

Koncentrácia podnikov v tomto odvetví je najsilnejšia v Košickej mestskej časti Sever, časti Juh, Západ a mimo hlavného mesta v Spišskej novej Vsi.



3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA

Technická univerzita v Košiciach, Fakulta umení (www.fu.tuke.sk)

Fakulta bola zriadená v roku 1998. V ostatných rokoch sa výrazne angažovala v projekte Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013. Konkrétnymi aktivitami študenti a pedagógovia fakulty prispeli k víťazstvu Košíc v konkurencii ostatných slovenských miest. Hlavným cieľom Fakulty umení je pripraviť absolventov na to, aby popri svojej odbornej umeleckej činnosti, boli neustále iniciátormi kultúrneho a umeleckého života v spoločnosti. Aby sa stali kreatívnym impulzom pre celé svoje okolie. Štúdium je zamerané na rozvoj výtvarného talentu a vedomostí v oblasti dizajnu, tvarovania, vizuálneho umenia, konštrukcie, technológie výroby, ergonómie, ekológie, počítačovej podpory a komunikačného dizajnu.

V Košiciach sa dá študovať na Fakulte umení Technickej Univerzity Košice odbor Dizajn. Tak ako Fakulta, je odbor relatívne mladý, má rôzne moderné ateliéry dizajnu: Produkt, Inovácia, Industrial, Vizualna komunikácia, Základy dizajnu.

Z približne 90 uchádzačov berú 16 na bakalárske štúdium. Z tých 90 sa odhaduje že plnohodnotne sa štúdiu venuje asi tretina, avšak Fakulta nemá dostatočný priestor a kapacitu aby zobrala viac študentov, potrebovala by aspoň o jedného pedagóga viac. Kedysi mala viac absolventov SUV a relatívne málo absolventov Gymnazií, pričom v roku 2014/2015 zo SUV akceptovali len štyroch a 12 absolventov gymnazií. Možné vysvetlenie spočíva v tom, že dizajn sa učí na rôznych regionálnych školách a že žiaci radšej idú na školu, ktorá je najbližšia ako na najkvalitnejšiu. Veľké množstvo škôl, ktoré ponúkajú odbor dizajn, vedie aj ku zníženým počtom žiakov v kvalitných školách a následne problémy s efektivitou. Neexistuje kontrola kvality výstupov resp. absolventov stredných škôl.

Účasť Fakulty, resp. študentov na medzinárodných súťažiach je obmedzená a takisto spolupráca s podnikateľskou sférou. Neexistujú jasné pravidla pre prax čo vedie ku konfliktom ohľadom odmeny Fakulty a študenta a ohľadom autorského práva. Často keď sa niečo navrhuje, sa to nevyrába alebo nerealizuje, keďže chýbajú financie, marketing, predaj. Ďalej je účasť odboru v medzinárodných projektoch financovaných eurofondov obmedzená z dôvodu náročnej administratívy a neistoty konečnej výšky príspevku.

Problémom univerzitného vzdelávania v oblasti dizajnu na Slovensku je najmä jeho malá prepojenosť s priemyslom, chýbajú technologicky primerane vybavené laboratória, ktoré by zabezpečovali reálne zadania pre študentov a následný prechod medzi školou a praxou. Problémom sú chýbajúce študijné programy pre manažérov, produkciu a agentskú činnosť v oblasti dizajnu, rovnako ako prílišné „umelecké“ zameranie študijných odborov na umeleckých školách, bez programov poskytujúcich zručnosti, ktoré by absolventom umožnili efektívne kapitalizovať ich kreatívne zručnosti. (Neology, 2013).

Na stredných odborných školách sa vyučuje študijný odbor Grafický a priestorový dizajn. Absolvent študijného odboru grafický a priestorový dizajn ovláda súčasné trendy v oblasti komunikačného, interiérového a produktového dizajnu. Študent je schopný samostatne tvoriť, organizovať, realizovať

a prezentovať vlastnú umeleckú tvorbu. Odborné predmety vyučujú profesionálni grafici a dizajnéri. Študent môže pokračovať v štúdiu na vysokej škole, predovšetkým v oblasti dizajnu a architektúry, grafiky, nové média, fotografia ale aj v oblasti teórie výtvarného umenia a príbuzných odborov. Absolvent nájde uplatnenie v grafických štúdiách, reklamných agentúrach, interiérových a architektonických štúdiách, ako dizajnér alebo grafik vo vlastnom dizajnerskom štúdiu.

Študovať v oblasti dizajnu sa dá v KSK študovať na štyroch stredných odborných školách:

- Škola úžitkového výtvarníctva, Jakobyho 15, 040 01 Košice
- Stredná odborná škola, Ostrovskeho 1, Košice
- Stredná odborná škola technická, Partizánska 1, Michalovce
- Súkromná stredná odborná škola Postupimská 37, Košice
- Stredná odborná škola drevárska v Spišskej Novej Vsi

Tabuľka č. 4: Počet študentov v jednotlivých študijných odboroch

Názov školy	Študijný odbor	Prijatí v 2012/13	Prijatí v 2013/14	Prijatí v 2014/15	Celkový počet študentov v 2014/15
SOŠ Ostrovskeho 1, KE	Grafik digitálnych médií	50	66	44	213
Súkromná SOŠ Postupimská 37, KE	Grafický a priestorový dizajn	-	13	9	22
Škola úžitkového výtvarníctva	Dizajn - Grafický a priestorový dizajn	-	-	34	79 ¹⁸
Stredná odborná škola drevárska, SNV	Dizajn – priemyselný dizajn	-	-	-	počet nezistený
Stredná odborná škola drevárska, SNV	Dizajn a tvarovanie dreva	-	-	-	počet nezistený

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Hodnotiacich správ výchovno-vzdelávacej činnosti škôl

¹⁸ Poznámka: Pri počte študentov za odbor sa zarátal aj počet študentov 2-ročného štúdia.

Škola úžitkového výtvarníctva, Jakobyho 15, 040 01 Košice

Škola úžitkového výtvarníctva (www.suvke.sk) je jedinečná škola v oblasti stredného umeleckého školstva. Ambíciou školy je stať sa kultúrno-spoločenským a vzdelávacím centrom mesta Košice a celého regiónu, perspektívnou európskou vzdelávacou inštitúciou, ktorá ponúka odborné vzdelanie pre výtvarne nadaných a talentovaných žiakov v oblasti umenia a dizajnu. Škola poskytuje úplne stredoškolské vzdelanie s maturitou a pripravuje ich pre prax i pre vysokoškolské štúdium príbuzného alebo umeleckého zamerania. Zameranie školy je multidisciplinárne, jej študijné odbory patria aj pod iné odvetvia kreatívneho priemyslu.

Podporu svojich študentov v rozvoji kreatívneho myslenia zabezpečuje aj prostredníctvom záujmových krúžkov a kurzov, ktoré sa však neuskutočňujú každý rok, preto tieto informácie majú skôr informačný charakter. Napríklad:

- **Krížom – krážom** - kurz zameraný na osvojenie realistického kreslenia podľa reality a modelu nezvyčajnými metódami.
- **Textilné techniky v dizajne** – krúžok zameraný na oboznámenie sa so zaujímavými tradičnými aj novodobými textilnými technikami.
- **Digitálna maľba** - kurz zameraný na zvládnutie základných a pokročilých postupov v digitálnej maľbe. v. Pri maľbe budete používať grafický tablet.
- **Tvorba šperkov a odevných doplnkov** – krúžok tvorby šperkov a odevných doplnkov hraničiacich s výtvarnými objektmi.

Škola sa aktívne zapája do súťaží ako Kreativita mladých grafikov, Mladé grafické formy, Medzinárodné bienále JUNIOR DIZAJN FEST – Bratislava, súťažná prehliadka študentských prác Medzinárodný festival krásneho umenia COLOR ART, Poľsko.

Táto škola nedávno otvorila nový študijný odbor – Dizajn exteriéru (experimentálne od 1.9.2013), ktorý má za cieľ štúdium plánovania exteriérov (záhrad a rôznych stavebníckych prvkov) prostredníctvom moderných počítačových technológií – 3D modelovanie, CAD systémy. Uplatnenie majú potom študenti v rôznych architektonických oblastiach zaoberajúcich sa exteriérom.

4. Financovanie a best practices

4.1 Financovanie

Keďže chýbajú programy, ktoré podporujú dizajn ako taký, je treba hľadať možnosti v rámci iných programov.¹⁹

[Horizon 2020](#) je najväčší program EÚ pre výskum a inovácie v histórii. V rokoch 2014 až 2020 poskytne takmer 80 mld. EUR s cieľom preniesť brilantné nápady na trh. Financovanie programu Horizon 2020 je rozdelené do ôsmich častí (alebo pracovných programov), z toho „Priemyselné vodcovstvo“, „Rýchla cesta k inovačnému pilotovi“ a "Spoločenské výzvy" môžu zahŕňať výzvy na financovanie dizajnu.

EK zverejňuje každú výzvu Horizon 2020 na [Horizon 2020 Participant Portal \(http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html\)](http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html). Táto stránka poskytuje všetky informácie potrebné na reagovanie na výzvu na podávanie návrhov, vrátane dátumu vyhlásenia a uzatvorenia, celkového rozpočtu a dokumentov súvisiacich s výzvou.

Každý členský štát EU má národný kontaktný bod pre Horizon 2020, ktorý poskytuje podporu pre uchádzačov. Na Slovensku je to Centrum vedecko-technických informácií SR (<http://h2020.cvtisr.sk/>).

Budovanie dizajnového odvetvia a dizajnových aktivít môže byť podporované aj z programov štrukturálnych fondov. Napríklad Operačný program Výskum a inovácie a Integrovaný regionálny operačný program 2014-2020 pre Slovensko zahŕňa obálku pre budovanie tvorivých odvetví. Použitie týchto prostriedkov bude špecifikované v RIUS Košického regiónu a príslušnej programovej dokumentácii (Programový manuál, výzvy na podávanie žiadostí).

¹⁹ Správa neuvádza programy pre študentov a individuálne osoby (residence programs)

4.2 Osvedčené postupy

Holandské dizajnové zoskupenie Eindhoven (Dutch Design Cluster Eindhoven)

Krátky popis

Vlajkovou loďou rušného dizajnerskeho zoskupenia v Eindhovene je Holandský týždeň dizajnu (Dutch Design Week - DDW), ktorý sa koná každoročne v októbri. Počas deviatich dní sa združia vizionárski dizajnéri a podnikatelia s dobrým zmyslom pre príležitosti. DDW je medzinárodne uznávaným podujatím s návštevnosťou 250 000 ľudí. Prezentujú sa práce holandských dizajnérov a ich príspevky k neočakávaným riešeniam. Podujatie spája dizajnérov s verejnosťou a prostredníctvom programov na mieste a workshopov aj s podnikateľským prostredím. DDW má niekoľko súkromných a verejných sponzorov a partnerov a v regióne je dobre etablovaný.

Pozadie

Dizajn je už po desaťročia súčasťou DNA regiónu Eindhoven. V histórii Eindhovenu je úzko prepojený rozvoj mesta a vzostup firmy Philips, známej svojimi svetelnými zdrojmi a elektronickým spotrebným tovarom. Priemyselný dizajn bol vždy dôležitým pilierom v konglomeráte firmy Phillips. V čase neslávne známej krízy po roku 1990 stratilo svoju prácu asi 35 000 zamestnancov firmy Philips. Toto nebola len hospodárska katastrofa, ale hlboko to zasiahlo sociálne štruktúry v tomto regióne.

Región Eindhoven však povstal z tohto bodu a vypracoval si úžasnú pozíciu. So zapojením všetkých inštitúcií v regióne vyvinul Eindhoven ohromné úsilie pri zriaďovaní nových prístupov a štruktúr, aby sa stal jedným z najinteligentnejších regiónov vo svete. Pod vlajkou Brainport Eindhoven („prístav pre mozgy“ v Eindhovene) spolupracujú tzv. tri sústredné okruhy, ktoré predstavujú prepojenie medzi univerzitou, priemyslom a vládou pri podpore inovácií a rastu podnikania. V súčasnosti sa tento región vypracoval ako miesto inovácií a tvorivosti s výsledkami radu inovatívnych výrobkov, ktoré boli vynájdené, vyvinuté a vyrobené v priestoroch Brainportu.

Popri svojom slávnom high-tech ekosystéme má tento región rozsiahly zoskupenie dizajnérov všetkého druhu, ktorí premostujú oblasti ako móda, architektúra, remeslá a odvetvia digitálnych technológií. Top dizajn z Brainportu nepredstavuje len „technológiu s atraktívnym vzhľadom“, ale aj „praktickosť“ a „komfort“. V skratke: produkty, ktoré robia život príjemnejším. A trh pre tieto produkty existuje práve z toho dôvodu. Tento rozdiel čoraz častejšie vytvára práve dizajn.

Medzi ikony dizajnu patrí Design Academy Eindhoven (podľa časopisu Time je to „škola, ako byť cool“), špičkové dizajnerské štúdio Philips Design, slávne Van Abbe Museum, Faculteit Industrial Design (Fakulta priemyselného dizajnu na Technickej univerzite v Eindhovene) a extrémne populárny každoročný Holandský týždeň dizajnu.

Cenné prvky úspechu

Dizajnérske zoskupenie v Eindhovene funguje ako vzájomne výrazne prepojený ekosystém. Zahŕňa súčasne zástup mladých talentov experimentálneho dizajnu ako aj osvedčené inštitúcie. Akadémia dizajnu je dôležitým primárnym zdrojom aj stredovou osou ekosystému. Holandský týždeň dizajnu (DDW) je pýchou všetkých členov. Najdôležitejším prvkom úspechu je vedomie rovnakých dlhodobých ambícií a duch spolupráce vo vnútri ekosystému, so silnými väzbami medzi veľkými spoločnosťami, malými odčlenenými spin-off firmami a kreatívnymi ľuďmi z regiónu – z akadémií, univerzít alebo mimo nich.

Ďalšie informácie

www.ddw.nl

www.designacademy.nl

www.brainport.nl/en/design

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• Vzdelávanie v tejto oblasti priamo v Košiciach• Ekonomický rozvoj, podniky v košickom kraji• Dizajnérske kurzy	<ul style="list-style-type: none">• Približne štvrtina vyštudovaných dizajnérov odchádza pre nedostatok príležitostí pracovať do zahraničia• Veľa malých podnikateľov• Nízke obraty• Malá prepojenosť škôl s priemyslom• Nízka prepojenosť medzi art a science na TUKE
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none">• Lepšie chápanie umenia a dizajnu / vplyv Košice EHMK 2013• Spolupráca DIG Galery s Ars Elektronika (Linz)• Horizon 2020 pre výskum a inovácie• Spolupráca s priemyslom a verejným sektorom (verejné obstarávanie s dizajnom ako kritérium)• Zvýšiť predaj, export na základe nového dizajnu• Podporovať vzájomnú integráciu dizajnu a technológií do vzdelávacích programov	<ul style="list-style-type: none">• najväčšie firmy odvetvia so sídlom v Bratislave všestranne orientované• Nedostatočné dotácie na štúdium odboru dizajn na školách• Keďže chýbajú programy, ktoré podporujú dizajn ako taký, je treba hľadať možnosti v rámci iných programov

8. Časť: Odevný a textilný dizajn a priemysel

Obsah

1. STAV ODVETVIA	260
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	260
1.1.1 Bližší pohľad na európske odvetvie	260
1.1.2 Typický podnikateľský model	262
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	263
1.2.1 Úvod	263
1.2.2 Kvantitatívna analýza počtu firiem	263
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI	268
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov	268
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu	270
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie	271
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA	272
4. Financovanie a best practices	273
4.1 Financovanie	273
4.2 Best practices	274
5. SWOT	276

1. STAV ODVETVIA

1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

1.1.1 Bližší pohľad na európske odvetvie

Textilný a odevný sektor je dôležitou súčasťou európskeho výrobného priemyslu, keď zohráva kľúčovú úlohu v hospodárstve a spoločenskom blahobyte mnohých regiónov Európy. Podľa údajov z roku 2013 toto odvetvie zahŕňa 185 000 firiem, zamestnáva 1,7 mil. ľudí a generuje obrat 166 mld. eur. Sektor má podiel 3% pridanej hodnoty a 6% zamestnanosti z celkového výrobného priemyslu v Európe.

Tento sektor je v EÚ postavený na malých podnikoch. Spoločnosti s menej ako 50 zamestnancami zahŕňajú viac ako 90% pracovnej sily a vytvárajú 60% pridanej hodnoty.

Najväčšími výrobcami v odvetví je päť najľudnatejších krajín EÚ: Taliansko, Francúzsko, Spojené Kráľovstvo, Nemecko a Španielsko. Spolu vytvárajú zhruba tri štvrtiny produkcie EÚ. Južné krajiny ako Taliansko, Grécko a Portugalsko, niektorí noví členovia EÚ ako Rumunsko, Bulharsko a Poľsko a v menšej miere Španielsko a Francúzsko prispievajú k odevnej produkcii v menšej miere. Na druhej strane severné krajiny ako Spojené kráľovstvo, Nemecko, Belgicko, Holandsko, Rakúsko a Švédsko prispievajú v textilnej výrobe viac, hlavne v oblasti technických textílií.

V oblasti zahraničného obchodu okolo 20% produkcie EÚ sa predáva mimo EÚ napriek obmedzenému prístupu na trhy mimo únie.

Konkurencieschopnosť textilného a odevného priemyslu

V sektore za posledné desaťročia prebehli viaceré radikálne transformácie v dôsledku kombinácie technologických zmien, vývoja výrobných nákladov, vzniku dôležitých medzinárodných konkurentov a eliminácie importných kvót po roku 2004.

Spoločnosti vylepšili svoju konkurencieschopnosť znížením alebo prerušením masovej produkcie jednoduchých výrobkov a koncentráciou na širšiu škálu produktov s vyššou pridanou hodnotou.

Európski výrobcovia sú svetovými vodcami na trhoch v oblasti technických/priemyselných textílií a netkaných textílií (priemyselné filtre, hygienické produkty, produkty pre automobilový a medicínsky priemysel, atď.) ako aj vysokokvalitných textílií s vysokým podielom sofistikovaného dizajnu.

Tendencia smerom k produktom s vyššou pridanou hodnotou musí pokračovať pre posilnenie konkurencieschopnosti textilného a odevného odvetvia.

Konkurencieschopnosť bola zachovaná aj prostredníctvom subdodávok alebo premiestnením výroby, ktorá obsahuje vysoký podiel práce, ako výroba odevov, do firiem v krajinách s nižšími mzdovými nákladmi, najmä v európskej časti Stredomoria alebo Ázii.

Globalizácia a technologický pokrok tiež viedli k prehodnoteniu stratégie vytvárania klasterov v textilnom a odevnom priemysle. Aj keď zohráva dôležitú úlohu pri niektorých činnostiach, spolupráca na lokálnej, okresnej alebo regionálnej úrovni sa prejavuje stále viac ako nedostatočná pre zabezpečenie, aby reťazec výroby zotrval v geografickej blízkosti európskeho trhu. Preto je v súčasnosti zoskupovanie diverzifikovaných činností založené na širšej geografickej oblasti, paneurópskej stredomorskej oblasti. Preto sú popredné svetové firmy značky z EÚ. Platí to aj pre tie najkvalitnejšie značky.

Charakteristiky odvetvia

Textilný a odevný priemysel pokrýva škálu činností od transformácie prírodných (bavlna, ľan, vlna, atď.) alebo syntetických (polyester, polyamid, atď.) vlákien na priadzu a látky až po výrobu širokého sortimentu produktov ako high tech syntetickej priadze, posteľnej bielizne, priemyselných filtrov a oblečenia.

Priemysel rozdeľujeme podľa:

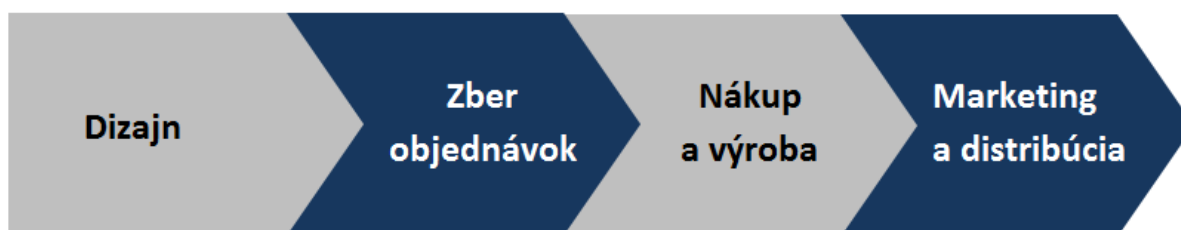
- dvoch typov textilných vlákien:
 - „prírodné“ vlákna vrátane bavlny, vlny, hodvábu, ľanu, konope a juty;
 - „človekom vytvorené vlákna vrátane tých z transformácie prírodných polymérov (napr. viskózy, acetátu a modálu), syntetických vlákien (t.j. organických vlákien na petrochemickej báze ako polyester, nylón/polyamid, akryl a polypropylén), a vlákien z anorganických materiálov (napr. sklo, kov, uhlík alebo keramika);
- úpravy surovín, t.j. prípravy alebo výroby rôznych textilných vlákien, a/alebo výroby priadzí (napríklad prostredníctvom zvlákňovania);
 - výroba pletených a tkaných textílií;
 - dokončovacie činnosti, ktoré majú za cieľ poskytnúť textíliám fyzikálne a estetické vlastnosti požadované spotrebiteľmi. Toto zahŕňa bielenie, tlač, farbenie, impregnovanie, povrchovú úpravu alebo plastifikáciu;
 - transformácia týchto látok na produkty vrátane:
 - šiat (pletaných alebo tkaných);

- kobercov a ostatných textílií na zakrytie podlahy;
- textilov do domácnosti vrátane posteľnej, stolovej alebo kuchynskej bielizne a závesov;
- technických alebo priemyselných textílií.

Maloobchodný sektor je posledná časť hodnotového reťazca textilného a odevného priemyslu a je dôležitý pre predaj všetkých textilných a odevných výrobkov zákazníkom. Niektorí veľkí výrobcovia prevádzkujú svoju vlastnú maloobchodnú sieť. Priamy predaj cez internet sa vyvíja, ale väčšina zákazníkov stále nakupuje oblečenie v normálnych predajniach.

1.1.2 Typický podnikateľský model

Na základe rozličných možnostiach iniciácií architektonických činností a rôznych typoch zákazníkov, môžu nastať v sektore rôzne biznis modely. Typický biznis model je znázornený v diagrame nižšie.



<ul style="list-style-type: none"> • Papierové vzory, veľkosti • Silueta, látka (Vyber materiálov, technológie) • Vývoj produktu • Prototypy • Testovanie, módne prehliadky, showroom prezentácie 	<ul style="list-style-type: none"> • Veľkoobchodná kampaň • Maloobchodné nákupné eventy 	<ul style="list-style-type: none"> • Vyber, zazmluvnenie dodávateľov • Výroba • 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing, predaj • Distribúcia • Popredajné služby • Doplnenie vypredaných produktov
--	---	--	--

Niektoré kľúčové faktory v modeli podnikania sú prístup k cenovo výhodným látkam, novým látkam a technológiám, dostupnosť konkurencieschopných výrobných zariadení a prístup na trhy. Na rozvinutých trhoch stúpa predaj cez internet, aj keď identifikácia tej správnej konfekčnej veľkosti stále zostáva problémom, ktorý nebol úplne vyriešený pre jednoduché online nákupy.

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

1.2.1 Úvod

História a stav odvetvia sú opísané v správe o stave kreatívneho priemyslu (Neulogy, 2014). Stav sa charakterizuje ako nasledovný:

Slovensko ma bohatú históriu vo výrobe textilu a odevov, bola v tomto odvetví popredná krajina v Európe.

Po 1989 sektor nebol podporovaný a upadol z dôvodu konkurencie z iných krajín EÚ (najmä veľké značky ako YARA, HM a pod.) a Ázie (masová výroba, zrušenie kvót EÚ v 2008).

Niektoré firmy vyrábajú podľa zadania zahraničných zákazníkov (Makyta, Ozeta)

Iné firmy robia svoj dizajn a nechajú vyrábať mimo EÚ (napríklad športové firmy Treksport, Northfinder, Zajo, značky s ponukou voľno-časového oblečenia ako Justplay alebo GATE).

Prepojenie medzi dizajnérom a priemyslom je nesystematické a slabé.

Výroba vlákien, tkanín a látok úplne upadla, čo je problém pre dizajnérov, lebo nemajú priame spojenie s materiálmi, pracujú „vo vzduchoprázdne“.

Mimoriadne dôležitými sa stávajú účasti na kontraktačných veľtrhoch či nové možnosti predaja prostredníctvom internetu.

1.2.2 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Aj napriek tomu, že nie je možné jasne stanoviť, aký podiel v sektore, alebo aký podiel produkcie spadá pod pojem „kreatívny“, uvádzame štatistiky textilných a odevných výrob, ktorým prislúchajú NACE kódy spadajúce pod odvetvie. Z tohto dôvodu sa v tejto analýze sústredíme skôr na identifikáciu a popis aktérov na národnej úrovni, ako na hromadné štatistické údaje.

Tabuľka č. 1: SK-NACE odevného a textilného priemyslu

Kód SK-NACE	Názov
13.1	Príprava a spriadanie textilných vlákien
13.10	Príprava a spriadanie textilných vlákien
13.2	Tkanie textilu
13.20	Tkanie textilu
13.3	Konečná úprava textilu
13.30	Konečná úprava textilu
13.9	Výroba ostatného textilu
13.91	Výroba pleteného a háčkovaného textilu

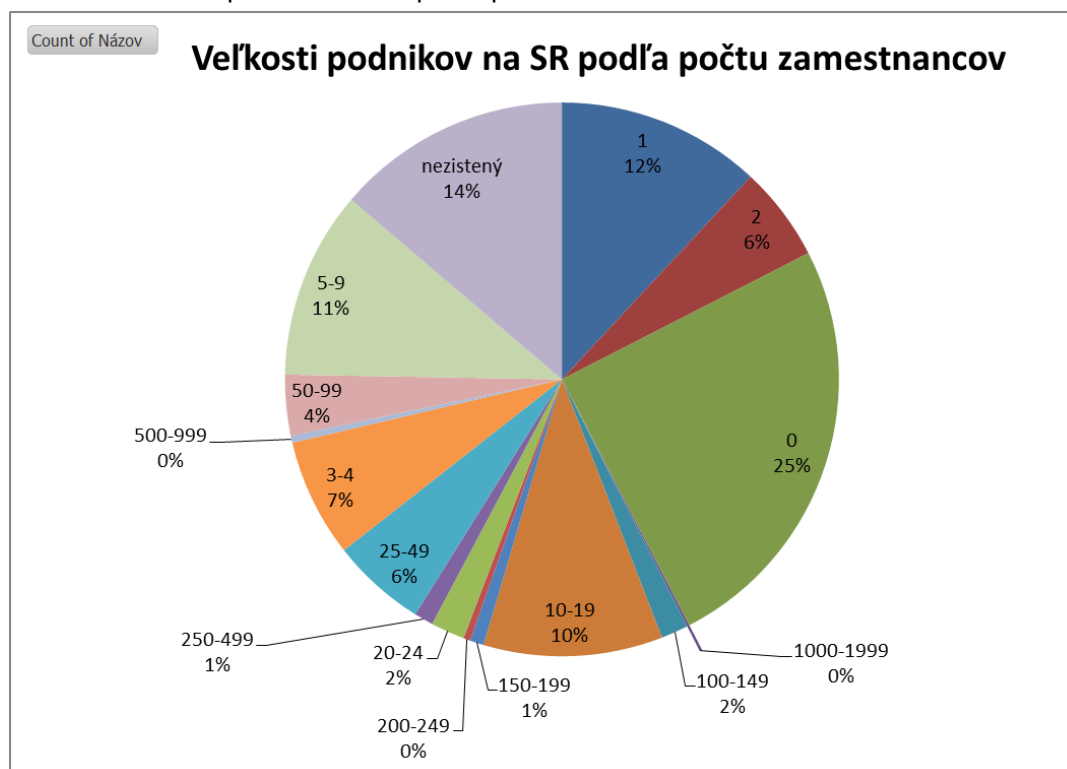
13.92	Výroba textilných výrobkov okrem odevov
13.93	Výroba kobercov a rohoží
13.94	Výroba povrazov, šnúr, motúzov a sieťovín
13.95	Výroba netkaného textilu a výrobkov z neho okrem odevov
13.96	Výroba ostatného technického a pracovného textilu
13.99	Výroba ostatného textilu i.n.
14	Výroba odevov
14.1	Výroba odevov okrem kožušínových odevov
14.11	Výroba kožených odevov
14.12	Výroba pracovných odevov
14.13	Výroba ostatného vrchného ošatenia
14.14	Výroba spodnej bielizne
14.19	Výroba ostatných odevov a doplnkov
14.2	Výroba kožušínových výrobkov
14.20	Výroba kožušínových výrobkov
14.3	Výroba pletených a háčkových odevov
14.31	Výroba pletených a háčkových pančúch
14.39	Výroba ostatných pletených a háčkových odevov
15	Výroba kože a kožených výrobkov
15.1	Činenie a apretovanie kože; výroba kufrov, kabeliek, sediel a popruhov; úprava a farbenie kože
15.11	Činenie a apretovanie kože; úprava a farbenie kožušín
15.12	Výroba kufrov, kabeliek a podobných výrobkov, sediel a popruhov
15.2	Výroba obuvi
15.20	Výroba obuvi

Zdroj: Štatistický úrad SR

V tomto odvetví je na Slovensku evidovaných dokopy 1975 opäť prevažne mikropodnikov, avšak predsa len je tu silnejšia kumulácia malých a stredných podnikov, nakoľko výroba odevov je odvetvie s relatívne vysokými nárokmi na ľudský faktor aj napriek dnešnej významnej automatizovanosti výroby.

Najväčšie zastúpenie podnikov je v Bratislavskom kraji.

Graf č. 1: Veľkosti podnikov na SR podľa počtu zamestnancov



V sektore 13.00.0 – Výroba textilu je na Slovensku dokopy evidovaných 575 podnikov, ktoré podobne ako v predošlom sektore vykazujú relatívne vysoké obraty. Prvých 6 (malé a stredné podniky) dosahuje obraty nad 10 mil. eur až do výšky takmer 40 mil. eur. Nasledujúcich cca 50 podnikov má obraty vo výške nad 1 mil. eur. Prvých 5 spadá do kategórie veľkých podnikov a 6. do kategórie malých. Veľký hráč je firma so sídlom v zahraničí (Nemecko) Bodet & Horst mattress ticking Verwaltungs s.r.o., vyrábajúca ako textilie pre ďalšie spracovanie, tak aj hotové textilné výrobky. Firma je nadnárodná, s prevádzkami po celom svete. Nezanedbateľným subjektom je firma Muller Textiles Slovakia, ktorá ako predošlá je nemecká, a zameriava sa na výrobu 3D hi-tech textílií. Firma Dipex sa na rozdiel od predošlých dvoch zameriava na technický priemysel, vyrába sklovýstuže, t. j. technické textilie zo skleneného vlákna.

Tabuľka č. 2: SK-NACE 13.00.0 – Výroba textilu. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Bodet & Horst mattress ticking Verwaltungs s.r.o.	Vrbové	500-999	38 418 148.00	-726 871.00
MULLER TEXTILES SLOVAKIA, s.r.o.	Myslina 175	150-199	20 803 917.00	5 149 611.00
DIPEX spol. s r. o.	Sereď	100-149	14 029 395.00	720 664.00
JOHNSON CONTROLS SLOVAKIA, s.r.o.	Žilina	100-149	13 444 578.00	-9 223.00
Bonar Geosynthetics, a.s.	Ivanka pri Nitre	100-149	11 474 620.00	281 605.00
Oppermann Industrial Webbing s.r.o.	Levice	25-49	11 089 626.00	556 412.00

V SK NACE 14.00 – Výroba odevov je dokopy registrovaných 1115 podnikov, z nich prevažne mikropodnikov, avšak prvých približne 90 podnikov (podľa tržieb) má vykázaný obrat nad 1 mil. eur, pričom prvé 3 podniky majú obrat od 17 do cca 31 mil. eur a nasledujúcich 15 podnikov vykazujú obrat v rozmedzí od 4 do 17 milióna eur.

Akciová spoločnosť Belfein Slovakia je zameraná na výrobu pletených a háčkových pančúch. Ďalej firma Tytex Slovakia, ktorá takisto patrí ku hlavným aktérom na Slovensku je zameraná primárne na výrobu medicínskych ošatení, rôznych pooperačných textilných pomôcok, tehotenských šiat a textílií, ochranných textílií a pod. Firma Linora sa takisto ako firma Belfein zaoberá výrobou pletených a háčkových pančúch a podľa portálu finstat.sk takisto aj baliacimi činnosťami. Nepochybne najznámejšou firmou je štvrtá v poradí, a síce akciová spoločnosť Makyta. Táto spoločnosť s dlhoročnou tradíciou je zameraná na výrobu vrchného ošatenia rôznych druhov.

Tabuľka č. 3: SK-NACE 14.00.0 – Výroba odevov. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Belfein Slovakia, a.s.	Čadca	250-499	31 216 014.00	150 927.00
Tytex Slovakia s.r.o.	Humenné	250-499	23 950 555.00	615 069.00
LINORA s.r.o.	Hencovce	250-499	17 443 053.00	-31 667.00
MAKYTA, akciová spoločnosť, skrátene MAKYTA a.s.	Púchov	500-999	8 016 241.00	53 322.00
eterna, s. r. o.	Bánovce nad Bebravou	500-999	7 983 670.00	270 959.00
OZEX s.r.o. Prešov	Prešov	50-99	7 963 281.00	514 984.00
Svitex s. r. o.	Svit	250-499	7 859 236.00	395 673.00
GEMOR Fashion s.r.o.	Prešov	100-149	7 800 245.00	109 950.00
OZETA NEO, a.s.	Topoľčany	250-499	6 889 882.00	-70 853.00
TATRASVIT SVIT - SOCKS, a.s.	Svit	200-249	6 639 437.00	24 495.00
SLOVENKA - Silver, s.r.o.	Banská Bystrica	150-199	6 518 377.00	248 532.00
ACCORD, a. s.	Trenčín	200-249	6 234 062.00	-112 702.00
ZORNICA BANKO FASHION a.s.	Bánovce nad Bebravou	250-499	5 650 738.00	-33 355.00
HINRICHS, s.r.o.	Ľubotice	200-249	5 199 733.00	102 971.00
EGOTEX, s.r.o.	Prešov	250-499	5 018 634.00	322 668.00
GEMTEX, a.s.	Rožňava	250-499	4 437 638.00	49 989.00
Fintex, s.r.o.	Spišská Nová Ves	50-99	4 270 990.00	147 495.00
ZEKON, akciová spoločnosť Michalovce	Michalovce	150-199	4 085 161.00	64 176.00

V NACE 15.2 – Výroba obuvi je registrovaných dokopy 285 podnikov kumulovaných hlavne v Trenčianskom kraji. Nepopierateľným lídrom na Slovensku je firma RIEKER OBUV v Komárne, ktorá s obrovským nárastom v tržbách obsadzuje prvé miesto. Známa firma vyrába všetky typy obuvi. Ďalej tu je spoločnosť Gabor, takisto zameraná na výrobu všetkých typov obuvi. Takisto portfólio firmy ECCO Slovakia ponúka sortiment obuvi a aj módnych doplnkov.

Tabuľka č. 4: SK-NACE 15.20.0 – Výroba obuvi. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
RIEKER OBUV s.r.o.	Komárno	100-149	176 933 564.00	3 258 410.00
Gabor spol. s r.o.	Bánovce nad Bebravou	1000-1999	95 982 511.00	3 772 212.00
ECCO Slovakia, a.s.	Martin	1000-1999	76 048 502.00	-4 792.00
RIALTO s r.o.	Partizánske	1000-1999	72 171 664.00	2 732 490.00
NOVESTA, a. s.	Partizánske	250-499	17 922 063.00	14 822.00
Honeywell Safety Products Partizanske s.r.o.	Partizánske	150-199	12 450 993.00	410 168.00
EUROOBUV s.r.o.	Komárno	500-999	10 239 328.00	206 121.00

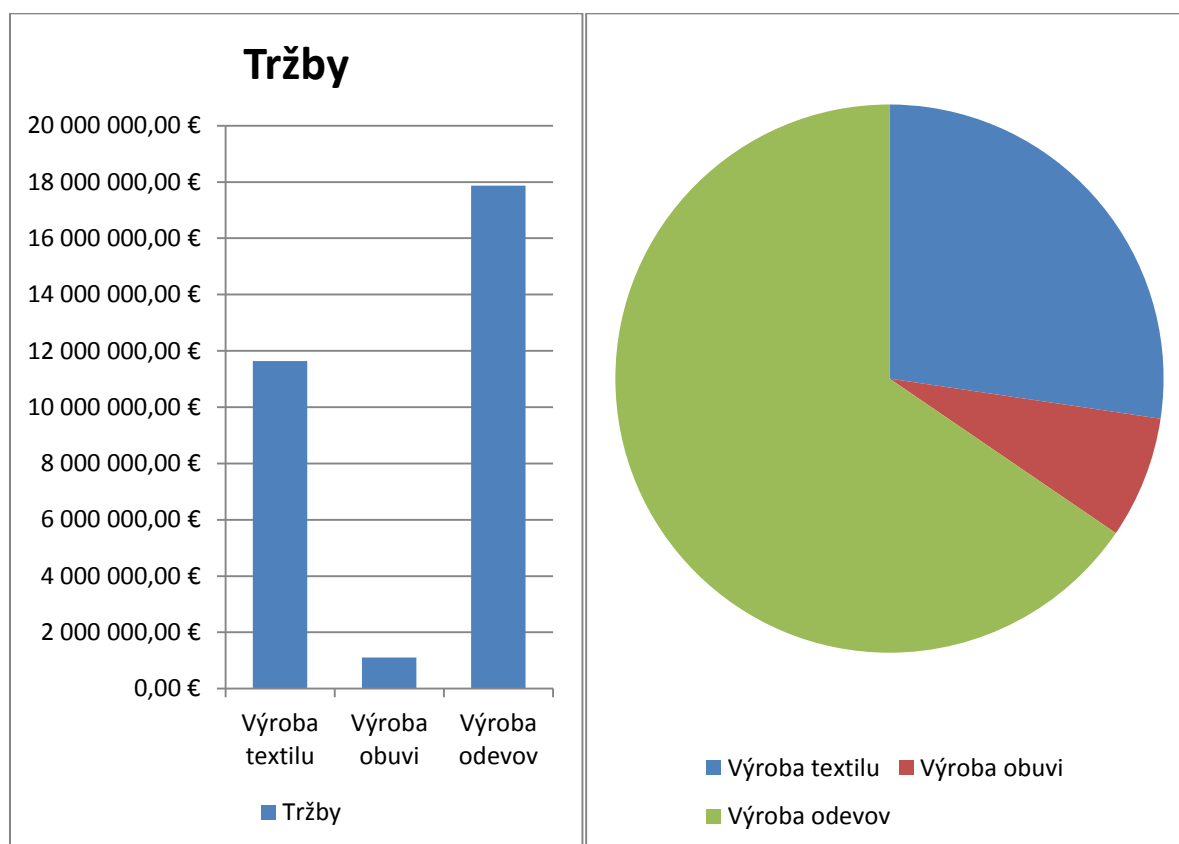
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

V tomto odvetví je dokopy registrovaných 139 podnikov, v ktorom jasne prevláda na základe tržieb firma PAN – DUR, s.r.o. s ich hodnotou takmer 7,5 milióna eur.

Tabuľka č. 5: SK-NACE pre Odevný a textilný dizajn a priemysel

Kód SK-NACE	Názov
13.1	Príprava a spriadanie textilných vlákien
13.10	Príprava a spriadanie textilných vlákien
13.2	Tkanie textilu
13.20	Tkanie textilu
13.3	Konečná úprava textilu
13.30	Konečná úprava textilu
13.9	Výroba ostatného textilu
13.91	Výroba pleteného a háčkovaného textilu
13.92	Výroba textilných výrobkov okrem odevov
14.00	Výroba odevov
15.2	Výroba obuvi



V SK-NACE 15.00.0 – Výroba kože a kožených výrobkov sa vyskytujú dve odvetvia, a síce 15.20.0 – Výroba obuvi a 15.12.0 – Výroba kufrov, kabeliek, a podobných výrobkov, sediel a popruhov, ktoré je

ale zaradené do umeleckých remesiel. V rámci týchto odvetví sa vyskytuje dokopy 14 podnikov, vo výrobe obuvi 10.

V rámci výroby obuvi sú tu dva podniky s obratom nad 450 000 eur. s počtami zamestnancov v rozmedzí 25-99 zamestnancov, a síce RAPRO, s.r.o. a SPASA, s.r.o.

Tabuľka č. 6: SK-NACE 15.20.0 – Výroba obuvi. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
RAPRO s.r.o.	Michalovce	50-99	559 226.00	46 892.00
SPASA, s.r.o.	Spišská Nová Ves	25-49	456 652.00	53 661.00

V odvetví v oblasti výroby textilu (SK-NACE 13.00.0) je registrovaných dokopy 38 podnikov. Najviac z nich je kumulovaných v sektore výroby ostatného textilu a v sektore výroby ostatných textilných výrobkov okrem odevov. Lídrom na trhu v oblasti výroby textilu je firma PAN – DUR, s.r.o. s obratom nad 7 mil. eur. Ďalším z hlavných aktérov na trhu je firma JUKOS, spol. s.r.o. s obratom približne 2 mil. eur.

Tabuľka č. 7: SK-NACE 13.99 -- Výroba ostatného textilu i. n., tržby nad 40 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
JUKOS, spol. s r.o.	Bežovce	10-19	2 005 675.00	3 091.00
FILTEX SK, spol. s r.o.	Košice	5-9	280 983.00	8 769.00
P.T.R. TRADE s.r.o.	Košice	2	81 053.00	-581.00
EKO-OKNO MP.sk s.r.o.	Košice-Západ	1	48 923.00	1 654.00

Tabuľka č. 8: SK-NACE 13.92.9 -- Výroba ostatných textilných výrobkov okrem odevov

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
PAN - DUR s.r.o.	Rožňava	10-19	7 402 314.00	840 488.00
MAYSER Rožňava spol. s. r.o.	Brzotín	50-99	1 066 378.00	37 797.00

V sektore konečnej úpravy textilu (SK-NACE 13.30.0) sú zaregistrované 3 firmy avšak bez výkazu o tržbách, ziskoch, alebo počte zamestnancov. To isté platí aj pre sektor Príprava a spriadanie textilných vlákien (SK-NACE 13.10.0).

V sektore 13.92.1 -- Výroba posteľnej bielizne a textilných výrobkov pre domácnosť je evidovaný jeden podnik – ALDUMA, s.r.o., ktorý vykazuje nulové tržby. Iba jedna firma sa zameriava na Výrobu ostatného technického a pracovného textilu (SK-NACE 13.96.0) – NADAL, s.r.o., s obratom vo výške 109 815 eur, ziskom -54 786 eur, s počtom zamestnancov spadajúcim do kategórie 10-19 zamestnancov a so sídlom vo Veľkých Kapušanaoch.

V poslednom rade je tu firma RAGGIM, s.r.o., pôsobiaca v sektore 13.91.0 – Výroba pleteného a háčkového textilu ,so sídlom v Košiciach, s 1 zamestnancom, tržbami 48 499 eur (zisk je -12 306 eur).

V SK NACE 14.00.0 – Výroba odevov je evidovaných celkovo 91 podnikov, kde prevažná časť je tvorená mikropodnikmi s tržbami do cca 4,2 mil. eur, primárne koncentrovanými v Košiciach. Najvýznamnejšie podniky sú GEMTEX, FIMTEX, ZEKON a.s. s počtami zamestnancov od 50 až do 500.

Firma GEMTEX ako člen holdingu SCHIESSER A. G. sa zameriava na výrobu bielizne a voľnočasového oblečenia.

Tabuľka č. 9: SK-NACE 14.00.0 – Výroba odevov, tržby nad 500 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
GEMTEX, a.s.	Rožňava	250-499	4 437 638.00	49 989.00
Fintex, s.r.o.	Spišská Nová Ves	50-99	4 270 990.00	147 495.00
ZEKON, akciová spoločnosť Michalovce	Michalovce	150-199	4 085 161.00	64 176.00
GIVER SLOVENSKO, s.r.o.	Košice-Juh	0	955 205.00	-48 589.00
RAUL PRODUKTION, s.r.o.	Košice - Staré Mesto	1	730 351.00	-16 153.00
ROSS KC, s.r.o.	Kráľovský Chlmec	2	648 554.00	-81 903.00
VALTER, s. r. o.	Sečovce	10-19	544 515.00	52 494.00

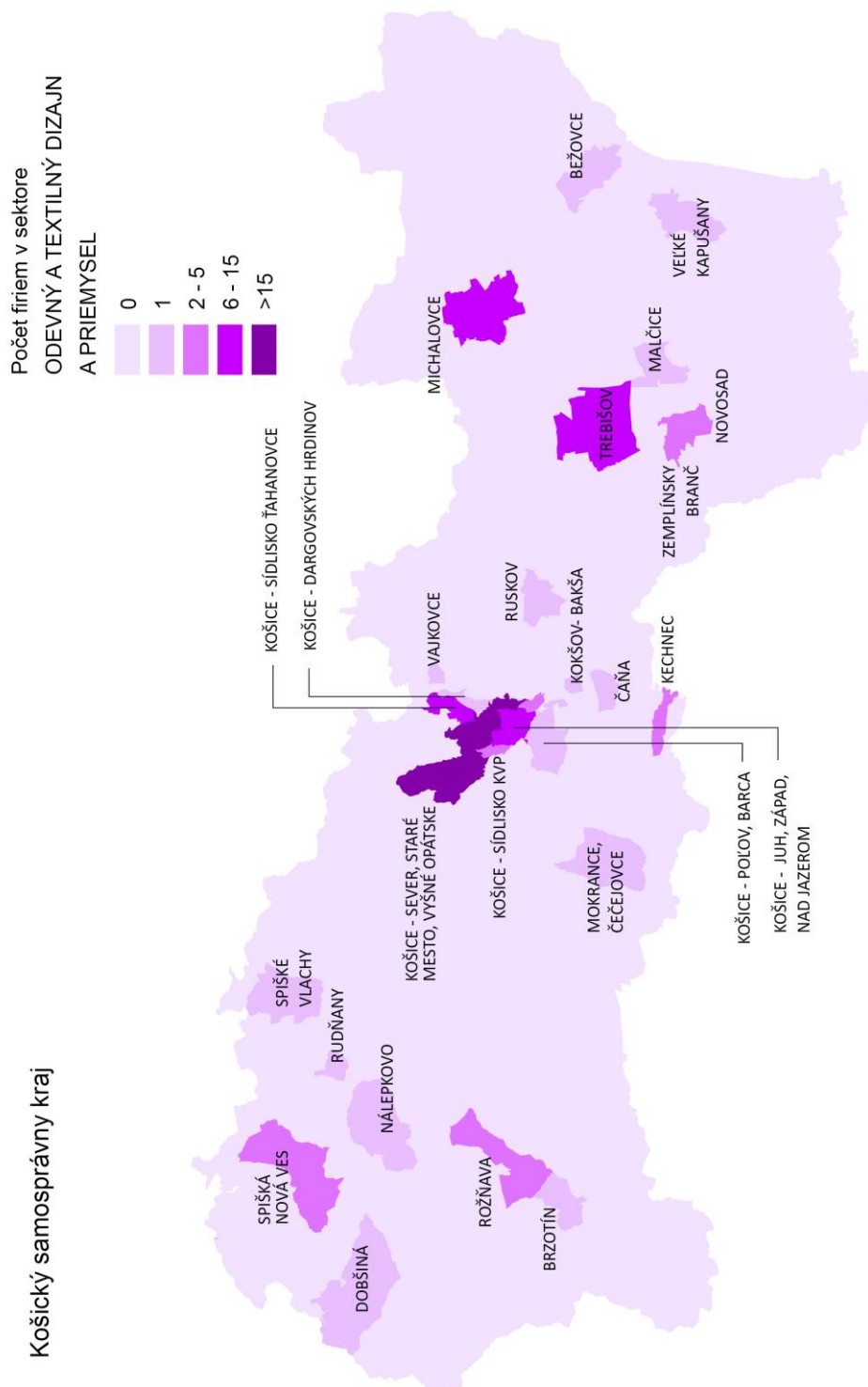
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

V rámci prieskumu kvality boli spravené rozhovory s viacerými módnymi dizajnermi z Košíc. Títo dizajnéri sú na voľnej nohe a oblečenie, ktoré navrhujú, sa šije v Košiciach alebo v blízkom okolí, alebo blízko zákazníčky, ak je z odlišného regiónu ako Bratislava alebo Praha. Dizajnéri samotní nevytvárajú dostatočne veľký obrat, aby zamestnávali krajčírov, ale ak by vzájomne spolupracovali, mohli by to byť možné. Spolupráca môže byť užitočná aj pri spoločnom využívaní technológií ako napr. stroja na tlač vzorov na hodváb – materiál, s ktorým všetky intenzívne pracujú. Ďalšia spolupráca by mohla byť v oblasti rôznych módných produktov, pretože klienti nepotrebujú iba oblečenie ale aj topánky, klobúky, tašky, šperky a iné príslušenstvo, ktoré spolu ladí. Z tohto hľadiska existuje výrazný potenciál pre spoluprácu a spill-over. V prípade, že by napríklad z Dizajnovom centre bolo voľné miesto, určite by zväzili umiestnenie v týchto priestoroch (50-100 m², parkovanie pre klientov).

Marketing je kľúčová oblasť, vo všeobecnosti trh Košíc nie je dostatočný a tak sa snažia získať klientov z celého Slovenska (najmä Bratislavy), Prahy a podľa osobných sietí aj z iných miest v Európe. Prezentovanie na Týždňoch módy je dôležité a zorganizovanie prvého Týždňa módy v Košiciach bolo veľmi vítané. Nákup cez internet sa bežne nepoužíva. Niektorí by chceli vytvárať zbierky, ale sú príliš zaneprázdnení so všetkými úlohami v súvislosti s prevádzkou firmy jedným človekom, že nie je priestor pre budovanie nových vecí. Spolupráca s firmami z regiónu takmer neexistuje a akákoľvek iniciatíva vytvoriť príležitosti pre vytváranie sietí by bola vítaná.

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie

Najsilnejšia koncentrácia podnikov je v Košiciach, presnejšie v mestskej časti Sever a vo vo Vyšnom Opátskom, ďalej v Michalovciach a v neposlednom rade v Trebišove.



3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA

V sektore odevný a textilný dizajn existujú viaceré stredné odborné školy a učilištia, ktoré vyučujú študijný odbor Odevný dizajn.

V odbore Odevný dizajn sa študenti zoznámia s odevnou umelecko - výtvarnou a reklamnou tvorbou, navrhovaním, modelovaním a tvorbou odevov, divadelných a filmových kostýmov, krojov, uniforiem, frakov, smokingov a pod. Študenti odboru Odevný dizajn sa uplatnia predovšetkým ako módni návrhári v odevných podnikoch, módnych salónoch, propagačných strediskách, aranžérskych firmách a filmových ateliéroch. Absolvent študijného odboru odevný dizajn je kreatívny výtvarník, pripravený pre uplatnenie v odevnej, divadelnej, filmovej a reklamnej tvorbe. Má vzťah ku všetkým formám umenia, orientuje sa v oblasti odevného dizajnu.

Tabuľka č. 10: Počet študentov v jednotlivých študijných odborov

Názov školy	Študijný odbor	Celkový počet študentov v 2014/ 15
Stredná odborná škola Gemerská, Košice	Odevný dizajn	24
Škola úžitkového výtvarníctva	Odevný dizajn	novootvorený v roku 2016/ 2017
Stredná odborná škola obchodu a služieb, Michalovce	Odevný dizajn	22
Súkromná stredná priemyselná škola odevná, Michalovce	Odevný dizajn	nezistený počet

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Hodnotiacich správ výchovno-vzdelávacej činnosti škôl a internetových stránok

Textilnému a odevnému dizajnu sa venuje aj **Škola úžitkového výtvarníctva, Jakobyho 15, 040 01 Košice**, ktorej aktivity boli opísané v časti 7. Dizajn. Škola od školského roka 2016 /2017 otvára nový študijný odbor Odevný dizajn. Je to 4- ročný študijný odbor určený pre študentov, ktorí sa zaujímajú o módné návrhárstvo, dizajn odevov a doplnkov. **Súkromná stredná priemyselná škola odevná v Michalovciach** bola založená v roku 2003. Je jedinou strednou priemyselnou školou odevnou v Košickom kraji. Je členom Asociácie súkromných stredných škôl Ministerstva školstva Slovenskej republiky. **Stredná odborná škola Gemerská, Košice sa zapojila do online prieskumu a ako chýbajúci prvok vo vzdelávacom programe vo vzťahu ku požiadavkám pracovného trhu definovala zánik exkurzií do výrobných závodov, ktoré buď zanikli, alebo odmietajú vstup.** Ako negatívum označila aj stav materiálno-technického vybavenia odboru, kde chýba počítačové vybavenie na modelovanie a konštrukcie strihov. **Stredná odborná škola obchodu a služieb, Michalovce** je škola so zameraním na oblasť gastronómie, cestovného ruchu, ale svojim študentom ponúka aj možnosť študovať v odbore odevný dizajn. Ide o triedy s nízkym počtom študentov.

4. Financovanie a best practices

4.1 Financovanie

Neexistujú žiadne konkrétne programy, ktoré by poskytovali financovanie špeciálne pre textilné a odevné odvetvie. Projekty v tomto odvetví môžu ťažiť z rozličných typov financovania.

- EÚ fondy pre rozvoj konkurencieschopnosti – Rámcový program pre konkurencieschopnosť a inovácie (CIP)
- Horizon 2020
- Štrukturálne fondy EÚ.

Fondy EÚ pre rozvoj konkurencieschopnosti

Inšpirovaný dizajnérom **Charlesom F. Worthom**, priekopníkom Haute couture, projekt WORTH bude iniciovať partnerstvo medzi **dizajnérmí a podnikmí** (výrobnými, maloobchodnými, remeselníkmi, technologickými firmami) v odvetví módy, odevov, šperkov, obuvi, okuliarov, nábytku, kožušín, kože **z rozličných členských štátov EÚ (a iných krajín zapojených do CIP) pre vytvorenie inovatívnych nových produktov**. Partneri budú podporovaní, aby vytvárali nové produkty, definovali ich pozíciu na trhu, predstavovali ich na veľtrhoch alebo výstavách a organizovali manažment ochrany práv priemyselného vlastníctva. Uvedené partnerstvá budú mať k dispozícii koučing a strategické poradenstvo. Projekt Worth je podporovaný **Generálnym riaditeľstvom pre podnikanie a priemysel Európskej komisie** a financovaný v rámci **CIP**, ktorého cieľom je podporovať konkurencieschopnosť európskych podnikov.

Žiadatelia majú byť z radov mikro a malých a stredných firiem (SME), remeselníkov a dizajnérov, ktoré predstavujú široké spektrum odbornosti a zručností. Každý projekt si vyžaduje vedúceho partnera a aspoň jedného ďalšieho partnera (z inej európskej krajiny). Úspešné žiadosti získajú granty až do výšky 10 000 eur na vývoj nového produktu alebo prototypu.

<http://www.worth-project.eu/project-design-craft-manufacturer-europe/get-involved.html>

Horizon 2020 (formerly FP7 – 7th Framework Programme)

Horizon 2020 je najväčší program EÚ pre výskum a inovácie v histórii. V rokoch 2014 až 2020 poskytne takmer 80 mld. eur s cieľom preniesť brilantné nápady na trh. Financovanie programu Horizon 2020 je rozdelené do ôsmich častí (alebo pracovných programov), z toho „Priemyselné vodcovstvo“, „Rýchla cesta k inovačnému pilotovi“ a "Spoločenské výzvy" môžu zahŕňať výzvy na financovanie dizajnu.

EK zverejňuje každú výzvu Horizon 2020 na [Horizon 2020 Participant Portal \(http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html\)](http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html). Táto stránka poskytuje všetky informácie potrebné na reagovanie na výzvu na podávanie návrhov, vrátane dátumu vyhlásenia a uzatvorenia, celkového rozpočtu a dokumentov súvisiacich s výzvou.

Každý členský štát EU má národný kontaktný bod pre Horizon 2020, ktorý poskytuje podporu pre uchádzačov. Na Slovensku je to Centrum vedecko-technických informácií SR (<http://h2020.cvtisr.sk/>).

Príkladom využívania financovania EÚ na výskum a vývoj je projekt Smart@Fire iniciovaný a riadený organizáciou EURATEX, ktorá je európskym združením textilných a odevných výrobcov. Smart@Fire is je prelomový európsky projekt (FP7) na podporu firiem na trhu osobných ochranných prostriedkov (OOP), ich dodávateľov a súvisiacich výskumných centier, ktorým poskytuje finančné prostriedky na vývoj inovatívnych ICT riešení pre inteligentné hasičské obleky. Používa sa jedinečná a inovatívna metóda verejného obstarávania známa ako predkomerčné obstarávanie (PCP).

EURATEX je priebežne zapojená do rozličných projektov pre rozvoj textilného a odevného sektora, napr.:

- ✚ Energy Made-to-Measure je informačná kampaň navrhnutá za účelom podporovania energetickej účinnosti v európskych textilných a odevných firmách, najmä v SME
- ✚ eBIZ je iniciatíva vedená organizáciou EURATEX na podporu používania a väčšiu interoperabilitu digitálnych komunikačných technológií (e-Business) v celom módnom dodávateľskom reťazci, pre firmy v textilnom, odevnom a obuvníckom priemysle.

EU štrukturálne fondy

Budovanie tohto odvetvia môže byť podporované aj z programov štrukturálnych fondov. Napríklad Operačný program Výskum a inovácie a Integrovaný regionálny operačný program 2014-2020 môžu podporiť budovanie tvorivých odvetví. Použitie týchto prostriedkov bude špecifikované v RIUS Košického regiónu a v príslušnej programovej dokumentácii (Programový manuál, výzvy na podávanie žiadostí).

4.2 Best practices

Maisons de Mode, Lille a Roubaix

Krátky popis

Mestá Lille a Roubaix odštartovali iniciatívu ambiciózneho projektu s názvom Maisons de Mode (Domy módy): cieľom je rozvíjať textilný dizajn prostredníctvom poskytovania podpory pre nových módných návrhárov, ktorí chcú prispieť k obnove textilného priemyslu v severnom Francúzsku. Z dôvodu tejto podpory boli v renovovaných butikoch – štúdiách módného návrhárstva v mestách Lille

a Roubaix inštalované nové značky a ich návrhári, ktorým sa tu dostane v každej fáze ich vývoja individuálne osobné poradenstvo a pomoc od Maisons de Mode.

Pozadie

Textilný priemysel v Lille a Roubaix siaha až do 15. storočia. S príchodom ranej industrializácie v 19. storočí bol textilný priemysel modernizovaný a vytváral ekonomický impulz v tejto oblasti. Obe mestá prekvitali a volali ich "Manchester Francúzska". Úpadok tohto odvetvia začal po kríze v roku 1929 a dostal novú ranu po roku 1980. Spolu s uzavretím uhoľných baní to prinieslo do tejto oblasti v severnom Francúzsku obrovskú nezamestnanosť a chudobu. Hlavnou myšlienkou je, že textilný priemysel môže opäť rásť len prostredníctvom cielenej špecializácie a inovácie. V r. 2012 bolo založené Európske centrum pre textilných inovátorov (CETI - European Centre for Textile Innovators) v rámci spoločnej spolupráce troch okruhov medzi textilným priemyslom, univerzitou a orgánmi verejnej správy. Táto organizácia poskytuje inkubátorové budovy a podporu pre podnikanie za účelom inovovania tohto odvetvia. CETI sa zameriava na nové špecializované produkty pre šport a pracovisko vrátane osobných ochranných prostriedkov, stavebných a iných pracovných odevov.

Kreatívne módne odvetvie je vnímané ako súčasť oživenia textilného priemyslu. Domy módy Maisons de Mode sú venované novým módnym návrhárom a ponúkajú odbornú pomoc a poradenstvo až dovedy, pokiaľ títo návrhári nie sú schopní úspešne viesť svoje podnikanie v dlhodobom horizonte. Ponúkajú prepojenie na širokú sieť, finančnú, technickú, IT a obchodnú podporu, školenia, obchodné a značkové partnerstvo, módne prehliadky a dokonca aj využitie pop-up obchodov (dočasné malé obchodné priestory).

Cenné prvky úspechu

Veľmi zaujímavým prvkom na príklade v meste Lille je zámerné prepojenie medzi kreatívnym sektorom a existujúcim „tradičným“ priemyslom – v tomto prípade sú to módni návrhári a textilný priemysel. Oba tieto faktory sú vnímané ako dve krídla toho istého organizmu. Maisons de Mode ponúkajú praktickú podporu vrátane obchodov na predaj výrobkov. Koncept predstavuje zároveň inteligentné zmyšľanie z hľadiska dlhodobých ekonomických cieľov pre región a praktickú podporu pre jednotlivé tvorivé subjekty.

Ďalšie informácie

<http://www.maisonsdemode.com/en/>

<http://www.ceti.com/en>

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • textilné a odevné fabriky v košickom regióne (Gemtex, Fintex, Zekon, Jukos, Pan-Dur, Mayser) a v prešovskom regióne (Tytex, Linora, Ozex, Svitex, Gemor, Tatravít, Hinrichs, Egotex), pričom niektoré z nich patria medzi najväčšie spoločnosti na Slovensku v sektore • módné návrhári / návrhárky v košickom kraji • 4 Stredné odborné školy v Košickom kraji zamerané na odevný dizajn 	<ul style="list-style-type: none"> • Slabé prepojenie dizajnér – priemysel • Nedostatok materiálov pre dizajnérov • Obrovský počet mikropodnikov (25% s 0 zamestnancami) • nedostatok (tradície) módného dizajnu ako motoru konkurencieschopnosti na silne konkurenčných trhoch, • nedostatok dizajnérov/dizajnerských spoločností a ich vlastných kolekcíí. • Nedostatok prostriedkov/technologický know-how v oblasti šitia produktov na mieru.
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> • Záujem o tailor made fashion • Vytvorenie vlastné kolekcie na základe spolupráci medzi návrhármi a priemyslom (OBD – own brand design) • Spoločný nákup materiálov, technológie, spoločná výroba módnych výrobkov šitých na mieru 	<ul style="list-style-type: none"> • Prisilná konkurencia zo zahraničia a z iných regiónov • Stúpajúca automatizácia ako hrozba pre ľudský faktor

9. Čast': Architektúra

Obsah

1. STAV ODVETVIA	280
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	280
1.1.1 Bližší pohľad na európske architektonické odvetvie	280
1.1.2 Typický podnikateľský model	284
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	285
1.2.1 Úvod	285
1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby	286
1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem	287
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI	292
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov	292
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu	294
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie	295
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA	296
4. Financovanie a best practices	297
4.1 Financovanie	297
4.2 Best practices	298
5. SWOT	299

1. STAV ODVETVIA

1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

1.1.1 Bližší pohľad na európske architektonické odvetvie

Vo výročnom prieskume európskeho architektonického odvetvia (Architektonická rada Európy - ACE) je²⁰ zdôraznené, že architektúra je flexibilná profesia, ktorá umožňuje architektom, aby si zriadili vlastnú prax, ak boli prepustení ako nadbytoční z väčších podnikov alebo v prípade, že nemôžu zohnať prácu (v dôsledku hospodárskej krízy). Z prieskumu v r. 2014 vyplýva, že počet samostatne podnikajúcich architektov sa zvýšil v porovnaní s prieskumom v r. 2012 asi o 22 percent; počet spoločne podnikajúcich architektov v architektonických kanceláriách všetkých veľkostí poklesol. Zárobky sú celkovo na veľmi podobnej úrovni aká bola zaznamenaná v roku 2012; mierne nižšie u partnerov a riaditeľov, približne rovnaké u samostatne podnikajúcich a v slobodných povolaniach a mierne vyššie u architektov zamestnaných v súkromných spoločnostiach a u architektov vo verejnom sektore.

Stavebná produkcia bola celkovo za posledných päť rokov nevýrazná a európsky architektonický trh klesol od roku 2012 o 5 percent. Architekti majú klesajúci podiel na stagnujúcom trhu - architektonický trh ako podiel stavebnej produkcie klesol z 1,1 percenta v prieskumoch z rokov 2008 a 2010 na aktuálnu hodnotu 0,9 percenta. Klientska základňa architektonických kancelárií zostáva naďalej silne naviazaná na súkromné bývanie, predovšetkým na individuálne bývanie. V tomto roku je menej komerčnej práce než v roku 2012, ale je viac verejných prác. Zdá sa, že architekti, naviazaní na stabilné príjmy a rastúce výnosy z výkonu praxe vo všetkých architektonických kanceláriách s výnimkou samostatne podnikajúcich architektov odolávajú pretrvávajúcej nepriaznivej situácii v sektore.

Práca architektov je medzinárodná profesia: 18% architektov získalo aspoň časť svojho odborného vzdelania v inej krajine, než kde pracujú teraz. Až 35% architektov v minulom roku „vážne uvažovalo“ o práci v inej európskej krajine, hoci skutočne tak urobilo len 5%.

Recesia v Európe povzbudila architektov, aby boli aktívnejší na medzinárodnej úrovni, najmä z veľkých a stredne veľkých architektonických kancelárií (stavební poradcovia) z Veľkej Británie, Francúzska, Španielska a Holandska (okrem iných krajín), ktorí si zriadili alebo získali prax v zámorí a snažia sa uzatvárať zmluvy v Ázii, na Blízkom východe, v Afrike a v Latinskej Amerike.

Podľa ACE existuje **naliehavá potreba prijať opatrenia na všetkých úrovniach správy** – EÚ, vnútroštátnej, regionálnej a miestnej s cieľom upevnenia prebiehajúceho zotavenia a zlepšenia regulačných rámcov, ktorá majú garantovať, aby táto profesia bola naďalej schopná produkovať a prinášať dobrú architektúru. V tejto súvislosti je nevyhnutné investovať do vzdelávania, aby sa

²⁰ ACE, The Architectural Profession in Europe 2014 (A sector study)

zabezpečili vysoko kvalitní absolventi, čím sa zvýši mobilita architektov v EÚ a umožnia sa cezhraničné služby a organizácie, v záujme implementácie pravidiel verejného obstarávania na základe výberových kritérií kvality a na podporu rekonštrukcie existujúcich budov a regeneráciu našich miest.“

Architekti potrebujú reagovať na zvýšenie dopytu po energeticky účinných budovách zo strany súkromného ako aj verejného sektora, a tiež na používanie nových materiálov a nových technológií. Budú musieť preukázať pridanú hodnotu odvetvia, napríklad prostredníctvom vývoja a zobrazenia kreatívnych riešení s vysokou estetickou hodnotou, ako napr. kreatívne využitie svetelných efektov na budovách. Okrem toho musia zúročiť digitalizáciu a vylepšený dizajnový softvér, najmä pri 3D návrhoch a virtuálnej realite.

Štatistika trhu EÚ

Podľa prieskumu ACE sa odhaduje celková hodnota architektonického trhu v 26 skúmaných štátoch (vrátane Slovenska) v období rokov 2013/14 na 14,3 miliárd Eur. To sa týka celkovej hodnoty výnosov plynúcich z tohto povolania. ACE dospela k záveru, že odhadovaná veľkosť trhu, ktorú predstavujú štáty zahrnuté v prieskumoch v r. 2012 a 2014, poklesla o 5%.

Nemecko má najväčší trh z hľadiska veľkosti a jeho hodnota sa odhaduje na 5 miliárd EUR. Za ním nasledujú vo veľkosti trhy v Spojenom kráľovstve (2,0 miliardy Eur) a v Taliansku (1,9 miliardy Eur). Žiadne iné krajiny nemajú také trhy, ktoré by mali odhadovanú hodnotu viac ako 1 miliardu Eur. V porovnaní s prieskumom v r. 2012 sa odhadovaná veľkosť trhu zvýšila len v piatich štátoch - Nemecko, Luxembursko, Rakúsko, Švédsko a Turecko. Krajiny s mimoriadne veľkým prepadom zahŕňajú Francúzsko, Grécko, Portugalsko a Taliansko.

V tabuľke 1 je uvedené, že Slovensko má druhý najmenší trh v Európe, menší trh má už len Malta. Dokonca i štáty ako Estónsko a Slovinsko, ktoré majú oveľa menej obyvateľov, majú väčšie trhy. Slovensko uvádza vyššiu hodnotu na architekta (8 892 Eur) ako Bulharsko, Grécko a Španielsko, ale štáty ako je Česká republika a Slovinsko majú túto hodnotu až dvojnásobne vyššiu. V ukazovateli hodnoty na 1000 obyvateľov má Slovensko najnižšiu hodnotu, spolu s Bulharskom.

Architektonický trh analyzovaný podľa typu služby

Viac ako polovica (57%) príjmov z poplatkov pochádza z kľúčových služieb architektov pri navrhovaní stavieb. V niektorých krajinách tento podiel presahuje 70%, ako je vo Francúzsku, Belgicku, Švajčiarsku a Rakúsku. Prevládajú stavebné projekty – všetky ostatné služby spolu predstavujú len oveľa menší podiel príjmov. Druhý najvýznamnejší typ služby predstavuje navrhovanie interiéru (11% celkových príjmov), za tým nasleduje projektové riadenie, štúdie uskutočniteľnosti a plánovanie (každé od 4 do 5%), certifikačné práce (4%) a oceňovanie nehnuteľností (2% príjmov). „Iné“ nepomenované služby spolu tvoria do 11% celkových príjmov.

TABUĽKA Č.1

Odhadovaná veľkosť architektonického trhu v r. 2013/14 podľa krajín a porovnávacie hodnoty

	Veľkosť trhu (v tis. Eur)	Hodnota na architekta (Eur)	Hodnota na 1000 obyv. (Eur)	Architekt. trh ako % z výstavby	Veľkosť trhu v r. 2012 (v tis. Eur)	Veľkosť trhu v r. 2010 (v tis. Eur)	Veľkosť trhu v r. 2008 (v tis. Eur)
Rakúsko	281 241	60 482	33 057	0,6	262 774	256 292	296 789
Belgicko	436 306	29 087	38 942	0,7	529 292	556 280	327 108
Bulharsko*	20 358	5 988	2 810	0,3	26 792	46 116	N/A
Chorvátsko	44 798	20 363	10 549	N/A	50 235	64 290	N/A
Česká rep.*	139 458	17 007	13 266	0,5	153 433	73 045	N/A
Dánsko	392 062	39 206	69 672	1,5	447 607	308 697	356 228
Estónsko*	16 330	20 412	12 411	0,5	29 277	12 667	27 524
Fínsko	133 689	40 512	24 524	0,4	161 704	117 456	42 580
Francúzsko	907 837	30 464	13 785	0,3	1 254 376	1 301 699	1 103 778
Nemecko	5 047 349	46 010	62 483	2,0	4 192 657	4 094 901	3 988 103
Grécko	102 646	5 832	9 338	0,9	170 961	289 623	294 149
Írsko	90 682	34 878	19 696	0,9	112 102	172 362	408 855
Taliansko	1 916 761	12 528	31 535	1,0	2 775 280	2 708 910	N/A
Lotyšsko*	22 530	25 033	11 257	0,4	N/A	N/A	N/A
Luxembursko	49 361	54 845	89 799	0,9	38 264	N/A	31 828
Malta*	13 050	20 076	30 677	1,8	15 565	N/A	13 320
Holandsko*	910 000	70 000	56 250	0,7	807 000	976 000	902 000
Portugalsko	176 636	8 332	16 940	0,9	261 110	N/A	N/A
Rumunsko	79 471	10 739	3 985	0,3	90 111	63 551	112 659
Slovensko	15 211	8 692	2 809	0,1	N/A	41 000	N/A
Slovinsko*	24 874	17 154	12 068	0,5	42 110	10 359	40 501
Španielsko	332 999	6 441	7 160	0,2	336 420	N/A	N/A
Švédsko	347 110	56 441	35 989	0,8	330 785	356 300	145 073
Švajčiarsko	623 667	86 620	76 649	1,3	N/A	N/A	N/A
Turecko	888 440	19 876	13 815	3,2	856 591	960 371	726 778
Spojené kráľovstvo	1 978 835	57 692	30 771	0,9	2 006 403	1 955 929	2 800 042
2014 EURÓPA-26	14 340 253	26 109	27 176	0,9			
2012 EURÓPA-25	14 424 668	27 770	25 870	1,0	14 424 668		

„Veľkosť trhu“ sa vzťahuje na architektonický trh, meraný ako súhrn príjmov, ktoré zarobili súkromné architektonické kancelárie v jednotlivých štátoch. Dáta sa vzťahujú na obdobie 2013/14. Veľkosť trhu bola odhadnutá, pozri Prílohu na vysvetlenie metodiky.

*Upozornenie – malá vzorka Holandsko: Porovnávací výskum BNA Benchmark Research 2014

Zdroj: ACE, The Architectural Profession in Europe 2014

TABUĽKA Č. 2

Podiel práce, ktorý predstavuje každý typ služby

Percentuálny podiel	Navrhovanie stavieb	Navrhovanie exteriéru / terénne úpravy	Navrhovanie interiéru	Štúdie uskutočniteľnosti	Projektové riadenie	Plánovanie	Certifikácia	Oceňovanie nehnuteľností	Iné služby	Celkom
Rakúsko	72	1	6	5	4	2	3	1	6	100
Belgicko	76	1	6	3	6	1	1	1	5	100
Bulharsko*	64	7	7	4	4	6	0	2	5	100
Chorvátsko	62	4	11	1	6	2	2	1	12	100
Česká republika*	69	4	15	1	1	9	0	0	2	100
Dánsko	45	7	7	4	14	7	2	0	13	100
Estónsko*	71	3	9	0	2	12	2	1	0	100
Fínsko	70	2	5	2	3	8	0	1	8	100
Francúzsko	72	1	6	7	4	4	0	0	6	100
Nemecko	68	5	9	2	2	3	3	1	6	100
Grécko	37	3	18	3	3	2	7	2	25	100
Írsko	68	1	5	5	6	2	5	1	7	100
Taliansko	45	2	16	4	5	4	5	5	13	100
Lotyšsko*	69	5	5	0	4	1	0	1	16	100
Luxembursko	70	1	4	5	7	5	3	2	4	100
Malta*	47	3	8	4	10	0	6	15	5	100
Holandsko*	60	5	10	5	5	5	N/A	N/A	10	100
Portugalsko	56	1	13	5	6	6	2	2	9	100
Rumunsko	66	2	8	6	4	9	1	1	4	100
Slovensko	64	5	14	0	4	9	0	0	3	100
Slovinsko*	64	3	13	3	9	4	1	0	3	100
Španielsko	47	1	10	2	5	5	10	5	16	100
Švédsko	59	2	8	6	5	12	1	0	6	100
Švajčiarsko	72	0	4	8	4	3	0	1	6	100
Turecko	66	1	10	2	11	1	2	1	7	100
Spojené kráľovstvo	69	2	6	8	5	3	1	0	6	100
2014 EURÓPA-26	57	3	11	4	5	4	4	2	11	100
2012 EURÓPA-25	50	2	14	6	7	6	N/A	N/A	16	100

Zdroj: ACE, The Architectural Profession in Europe 2014

1.1.2 Typický podnikateľský model

Na základe rozličných možnostiach iniciácií architektonických činností a rôznych typoch zákazníkov, môžu nastať v sektore rôzne biznis modely. Typický biznis model je znázornený v diagrame nižšie.



<ul style="list-style-type: none">• Špecifikácia klienta• Pre-dizajn, dizajn stavby• Projektová dokumentácia (profesie)• Stavebné povolenie	<ul style="list-style-type: none">• Vyber materiálov• Vyber technológie• Vyber dodávateľov	<ul style="list-style-type: none">• Výroba• Stavba• Dozor stavby• Kolaudácia	<ul style="list-style-type: none">• Marketing, predaj dizajnu, rozvinutých materiálov• Ocenenie dizajnu v súťažiach
--	--	---	--

Hore uvedený diagram naznačuje, že architekti musia spolupracovať so širokou škálou profesionálov a výrobcov, napr. so špecializovanými inžiniermi, dodávateľmi materiálu a technológií, producentmi súčiastok a staveľskými spoločnosťami. Architekti potrebujú neustále naberať nové vedomosti ohľadom materiálov, techník a takisto potrebujú zostaviť širokú sieť spolupráce.

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

1.2.1 Úvod

Architektúra je odvetvím kreatívneho priemyslu, ktorá má vlastnú profesijnú komoru. Kompetenčne architektúra nespadá pod žiadny ústredný orgán štátnej správy. Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja má v kompetencii iba činnosti dotýkajúce sa výstavby samotnej. Ministerstvo kultúry má vo svojej kompetencii umenie – patrí sem aj úžitkové umenie, a tak sa do tejto definície zmestil dizajn, ale architektúra ostala mimo nej. Z hľadiska štátnych politík a podpory sa tento fakt prejavuje v celkovo malej pozornosti, ktorá sa oblasti architektúry venuje.

Architekti robia zákazky najmä pre súkromný sektor. Za základný problém súčasného stavu architektonickej činnosti a trhu na Slovensku považujú jeho aktéri chýbajúcu prax verejných súťaží (súťaží návrhov) pri stavebných projektoch. Použitie najnižšej ceny ako jediný kritérium má negatívny vplyv na rozvoji architektúry. To, že štát a verejné inštitúcie nejdú príkladom pri tvorbe architektonických návrhov, má iste vplyv aj na prax súkromného sektora a neprispieva k celkovej kultúre výstavby a ku charakteru verejného priestoru. Chýbajúce povedomie o verejnom priestore a jeho štandardoch má priamy vplyv na oblasť architektúry a rovnako aj na samotný trh, ktorý za súčasného stavu nevyžaduje architektúru uvažujúcu v súvislostiach a verejný priestor prakticky neberie do úvahy (Neulogy, 2014).

Slovenská komora architektov

Slovenská komora architektov (www.komarch.sk) je samosprávna stavovská právnická osoba nepodnikateľskej povahy so sídlom v Bratislave. Je členom Architektonickej rady Európy ACE (<http://www.ace-cae.eu/>) a súčasťou siete príslušných orgánov v architektúre ENACA (<http://www.enaca.eu/>). Od roku 2002 zabezpečuje aj architektonické ocenenie Cena za architektúru - CE.ZA.AR (www.ce-za-ar.sk).

Komora je slovenským regulačným orgánom pre povolania Architekt a Krajinný architekt, vedie zoznam autorizovaných, krajinných, architektov, register hosťujúcich architektov a hosťujúcich krajinných architektov a samostatne rozhoduje o ich zapísaní a vyčiarknutí, a vykonáva disciplinárnu právomoc nad architektmi a krajinnými architektmi zapísanými v týchto zoznamoch a v registroch.

Okrem iného overuje súťažné podmienky súťaží návrhov v oblasti architektúry a urbanizmu vo verejnom obstarávaní a poskytuje vyhlasovateľom odbornú pomoc pri organizovaní verejných súťaží a ich vyhodnocovaní.

Spolok architektov Slovenska

Spolok architektov Slovenska (www.sasarch.sk) je dobrovoľné, nezávislé spoločenské, kultúrno-umelecké, občianske združenie so sídlom v Bratislave. Jeho základným cieľom je združovanie architektov, urbanistov, krajinných architektov a ďalších občanov, ktorých činnosť alebo záujmy nadväzujú na oblasť architektúry, urbanizmu a krajinnej architektúry najmä pri popularizácii architektúry a šírení architektonickej osvety. SAS zabezpečuje udelenie architektonickej Ceny Dušana Jurkoviča.

Združenie pre rozvoj slovenskej architektúry a stavebníctva–ABF Slovakia každý rok organizuje súťaž „Stavba roka“, prezentujúca realizované stavby na Slovensku a menovite aj ich autori architektonického riešenia, hlavní projektanti, hlavní zhotovitelia a stavebníci či developeri.

1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby

Pre účely mapovania oblasti architektúry boli údaje čerpané z databáz Štatistického úradu SR. Vzhľadom k veľkému zameraniu ekonomických subjektov fungujúcich v tomto odvetví, ktoré figurujú pod jednotlivými SK – NACE, boli pre účely kvantitatívnej analýzy mapované iba tie, ktoré sa venujú architektúre. Podľa SK-NACE sa jedná o kódy: 71.11.0 – Architektonické činnosti.

Tabuľka č. 3: SK-NACE architektúry

Kód SK-NACE	Názov
71	Architektonické a inžinierske činnosti; technické testovanie a analýzy
71.1	Architektonické a inžinierske činnosti a súvisiace technické poradenstvo
71.11	Architektonické činnosti
71.11.0	Architektonické činnosti
71.12	Inžinierske činnosti a súvisiace technické poradenstvo
71.12.1	Inžinierske činnosti a poradenstvo
71.12.2	Geologický prieskum
71.12.3	Geodetické činnosti
71.12.29	Ostatné inžinierske činnosti a súvisiace technické poradenstvo

Zdroj: Štatistický úrad SR

Priemerná mesačná nominálna mzda vo vybraných trhových službách za SR od 2010 -2014

Výška priemernej mzdy sa v rokoch 2010 – 2014 nerovnomerne menila. V roku 2010 zarobil architekt/inžinier v priemere 1 018 Eur, ktoré v roku 2011 klesli na 985 Eur. Od roku 2012 do roku 2014 mala priemerná nominálna mzda stúpajúci charakter až sa rovnala sume 1 119 Eur.

Tabuľka č. 4. Priemerná mesačná nominálna mzda

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 018	985	1 033	1 101	1 119
Reklama a prieskum trhu	1 262	1 256	1 251	1 209	1 152
Umenie, zábava a rekreácia	630	640	639	630	601
Informácie a komunikácia spolu	1 572	1 736	1 743	1 762	1 742
Nakladateľské činnosti	854	1 232	1 198	1 190	1 155
Výroba filmov	527	1 274	1 206	1 279	908
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	1 651	1 508	1 546	1 620	1 599
Telekomunikácie	1 725	1 785	1 933	1 815	1 982
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	2 008	1 939	1 866	1 871	1 784
Informačné služby	1 446	1 466	1 468	1 681	1 750

Zdroj: Štatistický úrad SR

Vývoj počtu zamestnancov v oblasti architektonických a inžinierskych činností má rastúci charakter. V roku 2010 dosahuje počet 17 493, ktorý postupne v priebehu rokov vzrástol o 3 433 zamestnancov a dosahuje číslo 20 926. Celkovo je toto odvetvie jedno z najžiadanejších, priemerne mu patrí druhé miesto v rebríčku priemerného počtu zamestnancov medzi vybranými kategóriami.

Tržby za vlastné výkony vo vybraných trhových službách za SR od 2010-2014

Piatu priečku v rebríčku tržieb vybraných trhových služieb obsadili architektonické a inžinierske činnosti. Od roku 2010, kedy sa tržby rovnali 1 057 961 077, sa zvyšovali každým rokom o približne 200 miliónov Eur do roku 2014, kedy nastal pokles o 90 miliónov Eur. Konečné tržby v roku 2014 dosahovali hodnotu 1 593 016 627 Eur.

Tabuľka č. 5. Tržby za vlastné výkony

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 057 961 077	1 205 626 648	1 433 405 835	1 681 523 672	1 593 016 627
Reklama a prieskum trhu	914 819 899	1 092 725 074	1 245 793 582	1 396 497 587	1 467 818 381
Umenie, zábava a rekreácia	1 289 052 697	1 473 884 942	1 677 625 144	1 736 582 737	1 861 233 466
Informácie a komunikácia spolu	4 457 831 782	4 891 023 087	5 186 660 961	5 434 516 554	5 613 901 128
Nakladateľské činnosti	347 173 461	379 876 610	401 074 315	317 262 847	358 276 125
Výroba filmov	127 040 128	204 891 505	223 889 886	152 985 110	169 002 682
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	93 122 389	114 270 634	105 478 128	98 034 049	93 881 049
Telekomunikácie	2 169 189 557	2 139 265 528	2 126 078 869	2 091 869 168	2 063 669 841
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	1 350 100 467	1 653 257 825	1 859 673 189	2 191 106 937	2 379 127 225
Informačné služby	371 205 781	399 460 985	470 466 574	583 258 442	549 944 206

Zdroj: Štatistický úrad SR

1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Celkovo pôsobí na Slovensku k 31.12.2014 v odvetví 71.11.0 architektonické služby 2651 subjektov. Najviac, 988 subjektov sa nachádza v Bratislavskom kraji. Približne o dve tretiny menej podnikov evidujeme v Prešovskom kraji – 325. V Trenčianskom kraji sa nachádza 268 podnikov architektúry, v Žilinskom 285 a v Košickom 239 podnikov. Najmenej subjektov podnikajúcich v danej oblasti evidujeme v Trenčianskom kraji (196), v Nitrianskom kraji (181) a v Banskobystrickom kraji (169). Tabuľka nižšie zobrazuje zastúpenie subjektov daného odvetvia v rámci Slovenskej republiky v absolútnom vyjadrení.

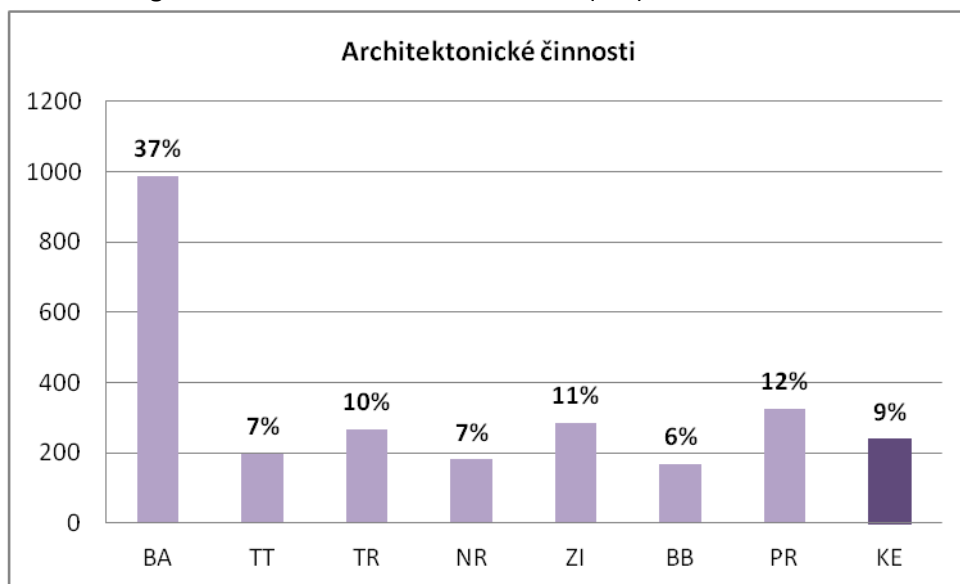
Tabuľka č. 6: Prehľad počtu subjektov podľa hlavnej činnosti k 31.12.2014

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
71.11.0	988	196	268	181	285	169	325	239	2651

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Z hľadiska percentuálneho zastúpenia podnikov pôsobiacich v odvetví 71.11 architektonické služby je z grafu č. X vidieť, že najpočetnejšie zastúpenie podnikov je v Bratislavskom kraji - 37%. Výrazne menší podiel na slovenskom trhu architektúry zastupujú všetky ostatné kraje, pričom týchto podnikov v Prešovskom kraji je 12%, v Žilinskom kraji 11% a v Trenčianskom kraji 10%. Košický kraj je piaty v poradí a jeho podiel je 9%. Oproti Košickému kraju sa menej podnikov architektúry nachádza v Trnavskom kraji (7%), Nitrianskom kraji (7%) a Banskobystrickom kraji (6%).

Graf č. 1: Regionálne rozloženie firiem v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Najpočetnejšie až 41% zastúpenie subjektov podľa právnej formy v rámci celého Slovenska pôsobiacich v odvetví predstavujú spoločnosti s ručením obmedzením. Druhou najpočetnejšou skupinou sú slobodné povolania - fyzické osoby podnikajúce na základe iného ako živnostenského zákona s počtom 22 %, a podnikatelia - fyzické osoby s 19 % zastúpením. Akciové spoločnosti v tomto odvetví tvoria iba nepatrnú časť, tvoria iba 1 % zo všetkých subjektov pôsobiacich v tomto odvetví na Slovensku.

V Košickom kraji je podobná situácia ako na Slovensku, najpočetnejšie zastúpenie v odvetví majú spoločnosti s ručením obmedzením, potom podnikatelia- fyzické osoby a nepatrné zastúpenie majú akciové spoločnosti. Skupinu ostatní tvoria najmä fyzické osoby podnikajúce súčasne ako osoba so slobodným podnikaním a fyzické osoby (slobodné povolania) podnikajúce na základe iného ako živnostenského zákona.

Tabuľka č. 7: Prehľad počtu subjektov podľa právnej formy za Košický kraj k 31.12.2014

SK -NACE	fyzické osoby	s.r.o.	a.s.	ostatní
71.11.0	55	83	5	96

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Podľa počtu zamestnancov sa podniky delia na mikropodniky (od 0 až 9 zamestnancov, vrátane podnikov s nezisteným počtom zamestnancov), malé podniky (od 10 až 49 zamestnancov), stredné podniky (od 50 až 249 zamestnancov) a veľké podniky (250 a viac zamestnancov). Toto delenie vychádza z metodiky Štatistického úradu Slovenskej republiky.

V odvetví architektonické činnosti podľa počtu zamestnancov prevládajú na Slovensku s 98,4 % zastúpením mikropodniky. Zvyšnými 1,51 percentami sú zastúpené malé podniky a 0,08 % stredné podniky.

Tabuľka č. 8: Regionálne rozloženie firiem podľa počtu zamestnancov k 31.12.2014

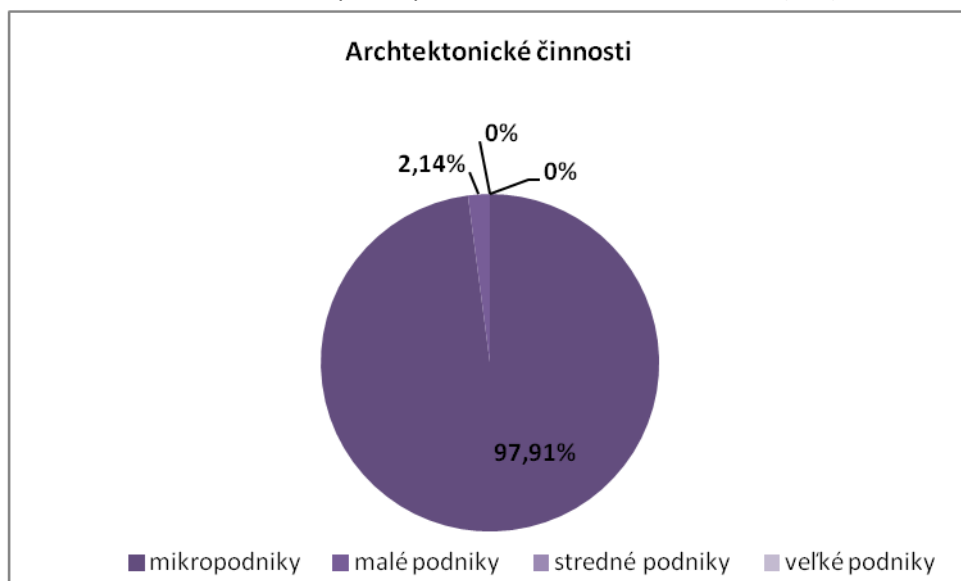
	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
mikropodniky	969	195	264	179	284	167	317	234	2609
malé pod.	17	1	4	2	1	2	8	5	40
stredné pod.	2	-	-	-	-	-	-	-	2
veľké pod.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
spolu	988	196	268	181	285	169	325	239	2651

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Spomedzi 2651 podnikov v oblasti architektúry evidujeme 2609 mikropodnikov, 40 malých podnikov a 2 stredné podniky. Najviac mikropodnikov sa nachádza v Bratislavskom kraji – 969, kde zároveň pôsobia aj 17 malých podnikov a 2 stredné podniky. Pre porovnanie, v Košickom kraji je počet mikropodnikov výrazne nižší, nachádza sa tu len 234. Malých podnikov venujúcich sa architektúre je 5. Spomedzi ostatných krajov stojí za zmienku Prešovský kraj, kde evidujeme 317 mikropodnikov a 8 malých podnikov. Najmenší počet mikropodnikov sa nachádza v Banskobystrickom kraji – 167.

Pri analýze počtu subjektov podľa počtu zamestnancov v Košickom kraji, je viditeľné rovnaké rozloženie subjektov ako na Slovensku. V sektore prevládajú mikropodniky s percentuálnym podielom 97,91 % a 2,14 % zastúpenie majú malé podniky. Stredné a veľké podniky v Košickom kraji neevidujeme.

Graf č. 2: Rozloženie firiem podľa počtu zamestnancov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Tabuľka č. 9: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v Košickom kraji, údaje k 31.12.2014

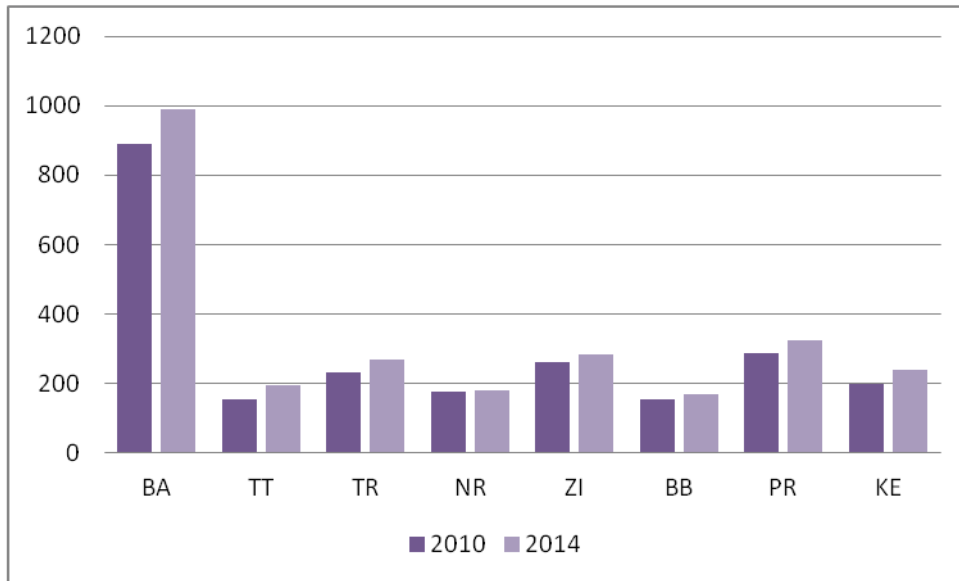
SK NACE	mikropodniky						malé podniky			stredné podniky		veľké podniky
	nez.	0	1	2	3-4	5-9	10-19	20-24	25-49	50-99	100-249	250-499
počet z.												
71.11	25	148	37	12	8	4	3	2	-	-	-	-
spolu	25	148	37	12	8	4	3	2	-	-	-	-

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Tabuľka č. X zobrazuje počet subjektov podľa počtu zamestnancov v Košickom kraji v absolútnom vyjadrení. V sektore prevládajú mikropodniky s počtom 148, ktoré nemajú ani jedného zamestnanca. Okrem toho evidujeme v Košickom kraji 37 mikropodnikov s jedným zamestnancom, 12 mikropodnikov s dvoma zamestnancami, 8 mikropodnikov s 3-4 zamestnancami a 4 mikropodniky s 5-9 zamestnancami. Do kategórie mikropodnikov sa radia aj podniky, s nezisteným počtom zamestnancov, pričom v Košickom kraji je evidovaných týchto podnikov 25. Spomedzi malých podnikov prevládajú podniky s 10 – 19 zamestnancami a 2 malé podniky venujúce sa architektonickým činnostiam zamestnávajúce 20 – 24 ľudí.

Z hľadiska vývoja za sledované obdobie 2010 - 2014 je zaznamenaný rast počtu subjektov venujúcich sa architektúre vo všetkých krajoch Slovenska. Celkovo pribudlo 310 nových subjektov, z toho najpočetnejšiu skupinu podľa právnej formy tvorili s.r.o. - 62%.

Graf č. 3: Vývoj regionálneho rozloženie firiem v odvetví (v %)



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav dát k 31.12.2010 a 31.12.2014

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

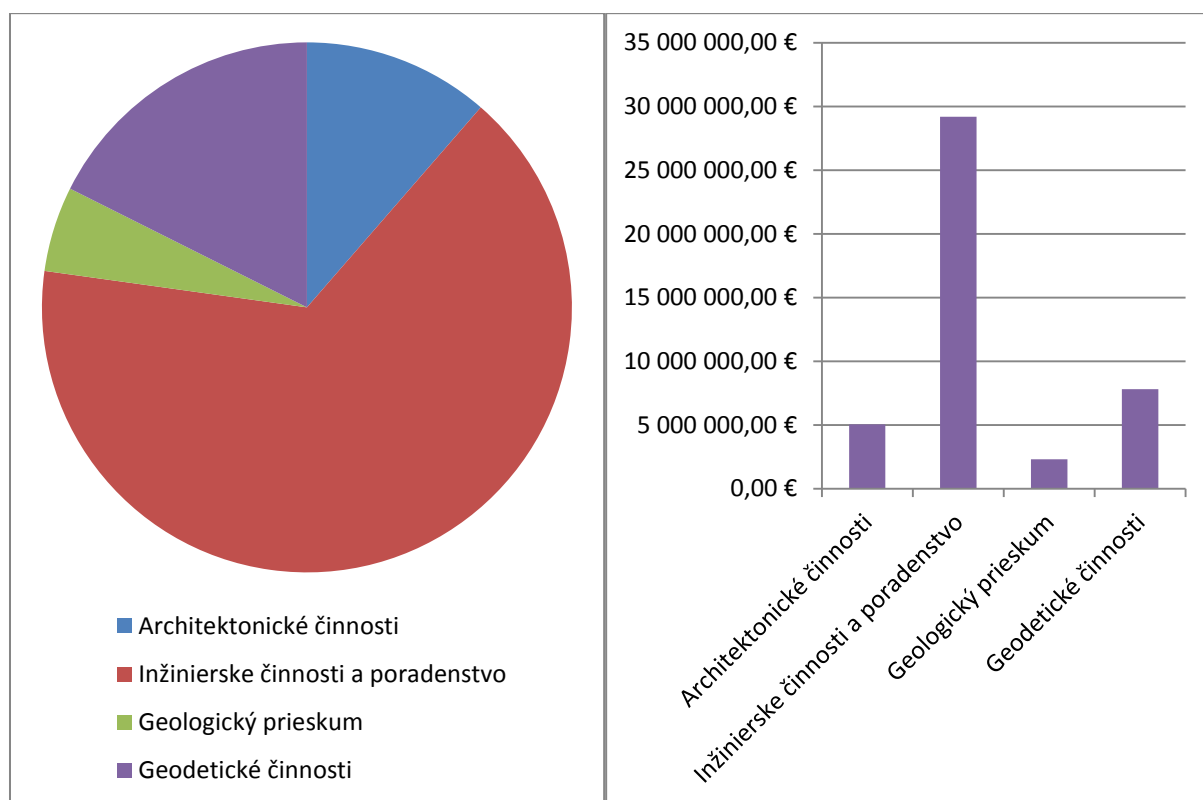
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

Do tejto oblasti v Košickom kraji patria podniky zamerané na architektonické činnosti všeobecne, spojené s poradenstvom, inžinierskymi činnosťami, spoločnosťami zaoberajúcimi sa geologickým výskumom a geodetickými činnosťami. Nasledujúca tabuľka zobrazuje všetky sektory v podaní SK-NACE kódov.

Tabuľka č. 10: SK-NACE 71.1 – Architektonické a inžinierske činnosti a súvisiace technické poradenstvo

Kód SK-NACE	Názov
71.1	Architektonické a inžinierske činnosti a súvisiace technické poradenstvo
71.11.2	Architektonické činnosti
71.12.1	Inžinierske činnosti a poradenstvo
71.12.2	Geologický prieskum
71.12.3	Geodetické činnosti

Podľa štatistických údajov sú tržby inžinierskych činností najväčšie tohto odvetvia, dosiahnu cca. 29 miliónov eur, čo predstavuje 65 % tržieb v Košickom kraji.



V SK-NACE 71.112 – Architektonické činnosti je aktívnych 111 podnikov s obrátmi do výšky 450 000 eur. Tri najväčšie spoločnosti sú Architektonické štúdio Atrium , CURAPRO a ARK.

Tabuľka č. 11: SK-NACE – 71.11.2 – Architektonické činnosti, tržby nad 200 000 eur (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Architektonické štúdio Atrium, s.r.o.	Košice	1	446 602,00	39 561,00
CURAPRO, s.r.o.	Košice	0	419 909,00	5357,00
ARK, s.r.o.	Košice	Nezistený	355 582,00	58 318,00
PANAGRAF B.D., s.r.o.	Košice	2	329 819,00	70 447,00
H-AC Projekt, s.r.o.	Košice	1	292 465,00	17 695,00
RAHAR, s.r.o.	Michalovce	0	198 177,00	26 668,00

V SK-NACE 71.12.1 – Inžinierske činnosti a poradenstvo je kumulovaných najviac aktívnych podnikov s tržbami do 3 mil. eur. Jednoznačnými lídrami v sektore je firma ECONS ENERGY a STROJKOV ENGINEERING. Strojkov Engineering sa zaoberá s dizajnom a vývojom produktov.

Tabuľka č. 12: SK-NACE – 71.12.1 – Inžinierske činnosti a poradenstvo, tržby nad 1 mil. eur (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
ECONS ENERGY, s.r.o.	Košice	20-24	2 698 168,00	1 064 918,00
STROJKOV ENGINEERING, s.r.o.	Gelnica	25-49	2 114 887,00	545,00
GEO Slovakia, s.r.o.	Košice	25-49	1 629 099,00	77 103,00
SUDOP Košice a.s.	Košice	20-24	1 152 870,00	29 709,00
ENTO, spol. s.r.o. Košice	Košice	20-24	1 063 549,00	31 483,00

V SK-NACE 71.12.2 – Geologický prieskum je registrovaných 20 podnikov s tržbami do 1 100 000 eur. Jednoznačným lídrom je GEOKONTAKT, s.r.o., ako jediný v sektore s tržbami nad 1 mil. euro. Zaoberá sa tak inžinierskou geológiou, ako aj laboratórnymi a špeciálnymi terénnymi prácami.

Tabuľka č. 13: SK-NACE 71.12.2 – Geologický prieskum, tržby nad 100 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
GEOKONTAKT, s.r.o.	Košice	3-4	1 055 703,00	8 902,00
KORAL, s.r.o.	Spiš. Nová Ves	10-19	488 579,00	56 073,00
TERRA - GEO, s. r. o.	Košice - Barca	0	373 933,00	13 151,00
Montana spol. s r.o.	Košice	5-9	198 445,00	9 334,00

V SK-NACE 71.12.3 – Geodetické činnosti sa nachádza necelých 70 registrovaných firiem, kde ako jediná firma s tržbami nad 2 mil. eur je GEODETICA, s.r.o., pričom ostatné firmy dosahujú tržby maximálne do 600 000 eur.

Tabuľka č. 14: SK-NACE 71.12.3 – Geodetické činnosti , tržby nad 350 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
GEODETICA, s.r.o.	Košice	50-99	2 259 000,00	141 418,00
HRDLIČKA - SLOVAKIA s.r.o.	Košice	10-19	554 887,00	103 618,00
CYB, spol. s r.o.	Spiš. Nová Ves	2	509 472,00	705,00
GEODETICCA VISION, s.r.o.	Košice	10-19	373 430,00	15 767,00
MicroCAD SYSTEMS spol. s r.o.	Košice	3-4	372 571,00	48 525,00
GeoCompany, spol. s r.o.	Košice – Staré mesto	1	350 295,00	17 369,00

V košickom kraji v oblasti Architektonických činností je jednoznačná prevaha v sektore inžinierskych činností a poradenstva, a síce špeciálne terénne práce, inžinierskej geológie, spracovania polohových a obrazových údajov (GEODETICA). Spoločnosť má sídlo v Košiciach a pobočky v Bratislave a v Nitre a ponúka WebGIS, informačné systémy, letecká fotogrametria, 3D laserové skenovanie, 3D a 2D grafika, inžinierska a priemyselná geodézia, kataster nehnuteľností, a kompletné majetkovo-právne služby. Disponuje s technológiami ako sú:

- dopravné lietadlo Tecnam MMA,
- digitálna letecká, fotogrametrická kamera Vexcel UltraCamLp
- 3D laserový skener Leica ScanStation C10
- geodetické meracie prístroje Leica a ďalší špeciálny hardware a software.

2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

Podľa kvalitatívneho prieskumu, medzi najväčšie architektonické ateliéry v Košiciach patria Drahovský & Pásztor Architekti (www.dpa.sk), Viktor Malinovský (www.malinovsky.sk), KOPA (www.kopa.sk), Architektonické štúdio Atrium, s.r.o. (www.atriumstudio.sk), DGA (www.dga.sk), 3linea (www.3linea.sk). Okrem Atrium, tieto ateliéry nevystupujú v štatistikách, čo je pravdepodobne spôsobené tým, že fungujú ako neformálne združenie fyzických osôb (živnostníkov). Architekti vykonávajú svoju činnosť prevažne ako samostatne zárobkovo činné osoby (SZČO) pod vlastným menom a na vlastnú zodpovednosť. V spoločných projekčných ateliéroch fungujú ako kolektív viacerých SZČO a uzatvárajú zmluvy medzi sebou. Optimálny počet je do 10 ľudí, maximálne 20.

Mapa regionálnej koncentrácie ukazuje, že najväčšia koncentrácia firiem je samozrejme v Košiciach, ale aj v iných mestách existujú zaujímavé zoskupenia ktoré môžu byť dostatočným základom pre spoluprácu a rozvoj, obzvlášť v Spišskej Novej Vsi, Rožňave a v Michalovciach.

3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA

Technická univerzita v Košiciach, Fakulta umení (www.fu.tuke.sk)

Fakulta bola zriadená v roku 1998. V ostatných rokoch sa výrazne angažovala v projekte Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013. Konkrétnymi aktivitami študenti a pedagógovia fakulty prispeli k víťazstvu Košíc v konkurencii ostatných slovenských miest. Hlavným cieľom Fakulty umení je pripraviť absolventov na to, aby popri svojej odbornej umeleckej činnosti, boli neustále iniciátormi kultúrneho a umeleckého života v spoločnosti. Aby sa stali kreatívnym impulzom pre celé svoje okolie.

Fakulta ponúka 3 študijné odbory: Architektúra a urbanizmus, Dizajn a Voľné výtvarné umenie.

Študijný program Architektúra a urbanizmus sa dá študovať ako bakalársky a pokračovať inžinierskym štúdiom. Absolvent bakalárskeho štúdia (Bc.) je vzdelaný v základnej rovine poznatkov z odboru a môže nastúpiť do praxe ako odborník v projektovom, investičnom procese alebo vedení stavby, prípadne na stavebných úradoch, resp. môže pokračovať v inžinierskom štúdiu. Absolvent inžinierskeho štúdia (Ing. arch.) spĺňa kritériá direktívy Rady Európy č. 85/384/EHS pre kvalifikáciu v architektúre. Jeho umelecko – architektonický profil je prehĺbený o odborné vedomosti z predmetov teórie konštrukcií pozemných stavieb, statických, ekonomických a technologických disciplín. Nadobudnuté vedomosti mu umožňujú komplexné zvládnutie celého procesu prípravy stavby od architektonického návrhu po konštrukčno-výtvarné zvládnutie detailu, resp. realizáciu stavby. Štúdium je realizované formou štyroch vertikálnych ateliérov, vedených významnými architektmi.

V Košiciach sa dá študovať na Fakulte umení Technickej Univerzity Košice odbor Architektúra a urbanizmus. Z približne 50 uchádzačov berú 16 na bakalárske štúdium, avšak záujemcovia o štúdium robia prijímacie skúšky na viac škôl najmä do Brna a Prahy. Na magisterskom štúdiu pokračuje 10-12 študentov. Ale aj napriek tomu sú veľmi úspešní, napríklad na poslednej medzinárodnej súťaži InterArch v Sofii obsadili študenti z Košíc 2. a 3. miesto.

Niektorí študenti chodia do zahraničia na študijné pobyty cez program ERAZMUS, do Grazu, Milána, Wismaru, čo ich obohatí o nové skúsenosti, ktoré v Košiciach môžu využiť.

Absolventi často krátko po škole začínajú sami, avšak mali by začínať spoločne so staršími, skúsenejšími architektmi, kde by sa zdokonalili v praxi a zvýšila by sa ich kvalita.

Potreba celoživotného vzdelávania architektov je veľmi vysoká avšak aj v Košiciach chýba ponuka. Slovenská komora architektov má malý aparát, aby to mohla zabezpečiť. Stále sa vyvíjajú nové materiály, produkty, ktoré je potrebné aplikovať v praxi, ísť s dobou.

4. Financovanie a best practices

4.1 Financovanie

Keďže chýbajú programy, ktoré podporujú architektúru ako takú, je treba hľadať možnosti v rámci iných programov.

Horizon 2020 je najväčší program EÚ pre výskum a inovácie v histórii. V rokoch 2014 až 2020 poskytne takmer 80 mld. EUR s cieľom „preniesť brilantné nápady na trh“. Horizon 2020 môže napríklad financovať projekty ktoré podporujú rozvoj a použitie materialov a technológií pre šetrenie energie, rozvoj a použitie nových informačných technológií (napr. 3D dizajn). Hlavné typy projektov sú:

- ✚ Research and Innovation Action (miera prefinancovania 100%)

Aktivity zamerané na vytváranie nových poznatkov alebo preskúmať realizovateľnosť novej technológie, produktu, procesu, služby alebo riešenia. Na tento účel Research and Innovation action môže zahŕňať základný a aplikovaný výskum, technologický rozvoj a integráciu, testovanie a overovanie na prototype malého rozsahu v laboratóriu alebo v simulovanom prostredí.

- ✚ Innovation Action (miera prefinancovania 70% (okrem neziskových organizácií, ktoré majú nárok na 100% prefinancovanie)

Innovation action je opatrenie pozostávajúce prevažne z činností priamo zameraných na vyhotovenie plánov a úprav alebo návrhov nových, upravených alebo vylepšených výrobkov, postupov alebo služieb. Na tieto účely môžu zahŕňať vývoj prototypov, testovanie, demonštráciu, pilotnú prevádzku, veľkoobjemovú validáciu výrobkov a výrobu pre trh

- ✚ Coordination and Support Action (miera prefinancovania 100%)

Coordination and support action je projekt pozostávajúci predovšetkým zo sprievodných opatrení, ako sú šírenie, zvyšovanie informovanosti a komunikácia, vytváranie sietí, koordinačné alebo podporné služby, politické dialógy a cvičenia a štúdie slúžiace na vzájomné poučenie sa vrátane návrhových štúdií pre novú infraštruktúru

EK zverejňuje každú výzvu Horizon 2020 na [Horizon 2020 Participant Portal \(http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html\)](http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html). Táto stránka poskytuje všetky informácie potrebné na reagovanie na výzvu na podávanie návrhov, vrátane dátumu vyhlásenia a uzatvorenia, celkového rozpočtu a dokumentov súvisiacich s výzvou.

Každý členský štát EU má národný kontaktný bod pre Horizon 2020, ktorý poskytuje podporu pre uchádzačov. Na Slovensku je to Centrum vedecko-technických informácií SR (<http://h2020.cvtisr.sk/>).

Budovanie odvetvia a architektonických aktivít môže byť podporované aj z programov štrukturálnych fondov. Napríklad Operačný program Výskum a inovácie a Integrovaný regionálny operačný program

2014-2020 pre Slovensko zahŕňa obálku pre budovanie tvorivých odvetví. Použitie týchto prostriedkov bude špecifikované v RIUS Košického regiónu a príslušnej programovej dokumentácii (Programový manuál, výzvy na podávanie žiadostí).

4.2 Best practices

reSITE Praha

Krátky popis

reSITE je nezávislá nezisková platforma v Prahe s hlavným záujmom o urbanizmus a územné plánovanie. Organizuje workshopy, dizajnérske súťaže, medzinárodné konferencie a verejné festivaly s mestskými hrami, filmovými projekciami, jazdou na bicykloch, s diskusiami a intervenciami do verejných priestorov. Medzinárodnú pozornosť priťahuje hlavne ich výročná medzinárodná konferencia v júni, čím sa reSITE stáva silnou iniciatívou, ktorá zviditeľňuje Prahu ako kreatívne mesto. Veľmi cenná je ich rozsiahla sieť multidisciplinárnych tvorivých aktivít v Prahe. Malý tím aktérov reSITE využíva túto sieť ako priekopníkov v rozvoji Prahy a ďalších českých miest.

Príjmy reSITE pochádzajú od ich hlavných partnerov, sponzorov a darcov a z členského systému. Členmi sa môžu stať spoločnosti a jednotlivci, ktorí uhradia členský príspevok.

Pozadie

Kreatívny priemysel v Prahe predstavuje živú scénu s rozsiahlym umeleckým pozadím a niekoľkými vznikajúcimi odvetvami aplikovaného priemyslu. Existuje tu aj rastúca sieť priestorov pre kreativitu. Napriek tomu kreatívny priemysel nemá v Prahe zatiaľ širokú podporu a v skutočnosti je to mesto, ktoré podniká prvé kroky k stratégii rozvoja kreatívneho priemyslu. Väčšina snáh je zameraná na zabezpečenie cenovo prijateľných inkubátorových priestorov. V tomto vákuu predstavuje reSITE osviežujúcu iniciatívu, ktorá je ukážkou podnikateľského ducha.

Cenné prvky úspechu

reSITE je nezávislá nezisková iniciatíva s inteligentným a veľmi úspešným receptom. Členovia prepojili iniciatívu s medzinárodnou scénou v urbanizme (čo vytvára dôvod pre finančnú podporu zo strany verejných a súkromných investorov a prekvapivo rozsiahlu medzinárodnú pozornosť) a zároveň aj s miestnou scenériou kreatívneho priemyslu. Práve prostredníctvom tejto inteligentnej pozície môžu pôsobiť ako atraktívna stredová os diania, ktorá spája dva oddelené svety. Organizácia reSITE dokázala v priebehu len štyroch rokov svojej existencie pridať mestu Praha veľkú hodnotu.

Ďalšie informácie

<http://resite.cz/en/>

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • história Košíc ako centrum umenia, významní architekti z Košíc (Ludovít Oelschläger) • úspešní architekti – ocenenie architektov a stavieb z Košíc (napr. Atrium / Stefan Pacák; Kulturpark 3. Miesto – Stavba roku) • úspechy študentov Fakulty Umenia/Architektúry (TUKE) v medzinárodnom hľadisku • štúdium architektúry (TUKE) je medzinárodne akreditované • stabilné profesie, zamestnávajúce značné množstvo ľudí • veľké stavebné spoločnosti v Košickom kraji • prepojenia medzi architektmi a študentmi univerzity 	<ul style="list-style-type: none"> • Nízky počet podnikov, cca. 8 % počtu v Bratislavskom kraji • Architektonická komora je slabo aktívna v Košickom kraji • Vysoký počet „jedno osobových“ spoločností, bez investícií do celoživotného vzdelávania, vývoju alebo výskumu • Architekti sú často krát neschopní prezentovať alebo demonštrovať ich pridanú hodnotu • Bez možnosti práce v ateliéri, nie sú schopní vývoja väčších projektov • limitácia, alebo nepoužiteľnosť verejného obstarávania s dizajnom ako hodnotiacim kritériom
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> • účasť na národných a medzinárodných oceňovaniach • medzinárodná arch. spolupráca s cieľom spoločného marketingu • spájanie, spolupráca medzi architektmi a profesionálmi v kraji • Spolupráca so stavebným klastrom alebo spoločnosťami, hlavne v regióne pre vývoj nových dizajnov, materiálov, technológií, aplikácií • zber a poskytovanie informácií ohľadom nových vývojov v sektore a tendroch • spolupráca pre formuláciu a poskytnutie celoživotného vzdelávania / tréningu pre architektov, zahŕňajúc medzinárodné výmenné pobyty • Zavedenie nových technológií v architektúre, napr. v 3D dizajne, virtuálnej reality, 3D tlačenia, udržateľná konštrukcia • zvýšenie porozumenia architektonického dizajnu verejným predstaviteľom a verejnosti všeobecne 	<ul style="list-style-type: none"> • Konkurencia od iných (Bratislavských) architektov • Projektovanie stavieb pod 300 m2 bez architekta • slabý trh s nehnuteľnosťami

10. Čast': Reklama

OBSAH

1. STAV ODVETVIA.....	304
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	305
1.1.1 Európsky reklamný priemysel	305
1.1.2 Nové trendy vývoja reklamného priemyslu	306
1.1.3 Biznis modely.....	307
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	309
1.2.1 Úvod	309
1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby	313
1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	314
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI.....	320
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	320
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	323
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie.....	324
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIE.....	327
4. FINANCOVANIE & BEST PRACTICES	329
4.1 Financovanie.....	329
4.2 Best practices	330
5. SWOT	331
6. Prílohy.....	332

1. STAV ODVETVIA

Reklamný priemysel na Slovensku tvoria dve základné súčasti trhového cyklu – komunikačný trh a mediálny trh. Do prvej oblasti patria klasické komunikačné agentúry, ktoré sa zaoberajú prevažne tvorbou kreatívnej reklamnej idey a jej implementáciou, PR agentúry, agentúry zamerané na promotion a eventový marketing a produkčné spoločnosti. Druhú oblasť tvoria mediálne agentúry, ktorých hlavnou činnosťou je nákup mediálneho trhu.

V rokoch 2005 – 2008 zaznamenával slovenský reklamný trh každoročný nárast cca 20 % v reklamných výdavkoch firiem. Tento trend sa zásadne zmenil v roku 2009, keď v dôsledku ekonomickej recesie trh poklesol o 35 %, a odvtedy tendencia poklesu trvá. Uvedený vývoj kopíruje globálne trendy. Vzhľadom k tomu, že reklamný trh je vo veľkej miere generátorom dopytu po službách a tovaroch v segmente kreatívneho priemyslu, znamená takýto pokles aj utlmenie činnosti v sektore.

Za posledné 2 roky sa tvorba mediálnej stratégie a nákup médií zmenili tak, ako za predchádzajúcich 20 rokov. Aj keď najhorúcejším obsahovým a reklamným artiklom súčasnosti je on-line video, napriek tomu si celosvetovo udržiava pozíciu najsilnejšieho reklamného média televízia a nič nenasvedčuje tomu, že by sa to malo zmeniť. Neplatí, že digitálne médiá sú efektívnejšie, ako tradičné, avšak umožňujú poučiť sa z chýb a uskutočniť zmeny v nastaveniach kampaní oveľa rýchlejšie. V roku 2015 by mal podľa odhadov agentúry Unimedia podiel on-line reklamy na celkových výdavkoch do slovenských médií dosiahnuť takmer pätnásť percent. Ostatné tradičné médiá, okrem televízie, si na Slovensku nepolepšia. Odhaduje sa, že printové médiá môžu klesať aj viac ako o 10 percent, outdoor reklama do 10 percent a rádio do 5 percent.

Podľa výsledkov IAB Slovakia sa pod rast v dvoch najväčších segmentoch on-line reklamy – vo vyhľadávачoch a display reklame podpisujú najmä nadnárodné médiá ako Google a Facebook. Znamená to, že zadávatelia reklamy čoraz viac podporujú nie dodávateľov slovenského on-line obsahu, ale sprostredkovateľov, ktorí nemajú takmer žiadne náklady na produkciu obsahu (okrem Googlu/Youtubu, ktorí časti tvorcov odvádza časť reklamných tržieb). Ambíciou Googlu je napríklad siahnuť na celé reklamné rozpočty firiem, nielen časť vyčlenenú na propagáciu na internete.

Lokálni hráči si uvedomujú svoje postavenie a svoj prémiový reklamný priestor si chránia. Na predaj cez Google ponúkajú pozície, ktoré patria zväčša k nevypredanému inventáru a majú nižšiu kvalitu. Výhodou lokálnych médií stále je, že dokážu ponúknuť flexibilnejšie riešenia a prémiové plochy, ktoré sú cez on-line nemožné, nehovoriac o obsahovej komerčnej spolupráci s médiami – obsah sponzorovaný firmami, rôzne prílohy a tematické sekcie s unikátnym obsahom.

1.3 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

Reklama je ekonomický barometer. Reklamné výdavky boli jedným z prvých, ktoré boli v čase ekonomickej krízy obchodnými spoločnosťami znížené. Hospodárska kríza tak znížila príjmy komerčných komunikačných agentúr o 7% počas rokov 2008 až 2012. V dôsledku vzniknutej situácie a zvyšovaním podielu digitálnej reklamy začali spotrebitelia využívať nové možnosti reklamy. On-line reklama zaznamenala v čase krízy ročný 12% nárast využitia od roku 2008. Zatiaľ čo výdavky na televíznu reklamu klesli ročne o 2,5%, rozhlasové reklamy o 2%, a tlačové reklamy, vrátane novín a časopisov o 8,3% ročne.

Výrazný a pokračujúci prechod tradičných médií do on-line reklamy v dôsledku oslovenia väčšieho počtu cieľových skupín, mal ďalekosiahle dôsledky. Spotrebitelia momentálne trávajú čoraz väčšie množstvo času on-line a preto sa internetové portály naučili získavať a analyzovať obrovské množstvo údajov o nich. Google - jeden z najväčších internetových portálov – zaznamenal v roku 2012 viac ako 1,2 trilióna vyhľadávaní v 146 jazykoch. Vyhľadávacia reklama, ktorá sa snaží adresovať správny obsah reklamy cieľovému spotrebiteľovi, rozkvitla. Platené vyhľadávanie vzrástlo o 37% v roku 2013. Sociálne siete získali obrovské množstvo užívateľov a stali sa významnými internetovými nástrojmi, pričom svojou atraktivitou sa postarali o prínos viac ako 9mld. \$.

Nárast vplyvu internetu zasiahol reklamný trh dvoma spôsobmi. Prvým je posun od printovej výroby na digitálnu výrobu, ktorý pomáha reklamným agentúram prekonať hospodársku krízu a umožniť vlastníkom médií diverzifikovať príjmy z reklamy. Druhým sú nové komunikačné technológie, ktoré umožňujú vytvárať masívne reklamné kampane lacnejšie ako tomu bolo doposiaľ. Rastúce využívanie internetu spotrebiteľmi povzbudilo inzerentov, aby uprednostňovali on-line kanále, pri prezentovaní svojich výrobkov a služieb, pričom dosiahli aj zníženie svojich nákladov.

Reklamné výdavky, ktoré v minulosti slúžili na financovanie nákladov na písanie, tlač a distribúciu novín a časopisov, teraz dotujú on-line služby, ako je spravodajstvo, streamovanie hudby a zdieľanie videí, čo spotrebitelia viac oceňujú.

1.3.1 Európsky reklamný priemysel

Reklamné odvetvie predstavuje silný nástroj v Európskom kreatívnom a kultúrnom priemysle. V roku 2012 dosiahli príjmy v reklamnom odvetví odhadom 93 mld. €, poskytli 820 000 pracovných miest vygenerovali takmer 17% z celkových tržieb kreatívneho a kultúrneho priemyslu. Reklamné odvetvie bolo tvrdo zasiahnuté v roku 2008 ekonomickou krízou, keďže v čase krízy všetky firmy znižovali svoje výdavky práve v reklame.²¹

Nárast on-line reklamy na webových stránkach, sociálno-mediálnych platformách a prostredníctvom cieľenej komunikácie rýchlo mení charakter reklamného priemyslu.

²¹ Creating growth, Measuring cultural and creative markets in the EU, EY, 2014

V roku 2008, tvorila on-line reklama v Európe 14% z celkových výdavkov na reklamu. Dnes sa odhaduje podiel on-line reklamy z celkových výdavkov na reklamu na 24%. On-line reklama tak momentálne predstavuje za televíziou druhé najpoužívanejšie médium pre komunikáciu a propagáciu výrobkov alebo služieb.

1.3.2 Nové trendy vývoja reklamného priemyslu

V dnešnej dobe, je pre inzerentov ľahšie zobraziť inteligentnú, cieleňú reklamu, so zameraním na záujmy on-line spotrebiteľov. Vďaka GPS a činnosti ďalších sledovacích nástrojov lokalizácie spotrebiteľa, môžu inzerenti prezentovať reklamy okolitých obchodov (beacon) a ich služieb či produktov, ktoré by mohli spotrebiteľa zaujať. On-line reklama momentálne predstavuje za televíziou druhé najpoužívanejšie médium pre komunikáciu a propagáciu výrobkov alebo služieb. V roku 2008, tvorila on-line reklama v Európe 14% z celkových výdavkov na reklamu. Dnes sa odhaduje podiel on-line reklamy z celkových výdavkov na reklamu na 24%.

Novým nástrojom, ktorý pomáha zvýšiť účinnosť reklamy je tzv. micro-targeting. Rozšírenie micro-targetingu bolo uľahčené stále narastajúcim používaním mobilných zariadení. Podiel príjmov Facebook-u z mobilnej reklamy sa zvýšil z 12% v roku 2012 na 50% v treťom štvrtroku v roku 2013. Reklamný priemysel vidí v micro-targetingu výhody pre spotrebiteľov, pretože zohľadňuje ich návyky a preferencie. Existujú však aj ohlasy odporu voči tomuto nástroju, pretože spotrebiteľia si stále viac uvedomujú, že každé ich stlačenie klávesy je sledované, zaznamenané, analyzované a informácie o činnosti sú zdieľané medzi inzerentmi.

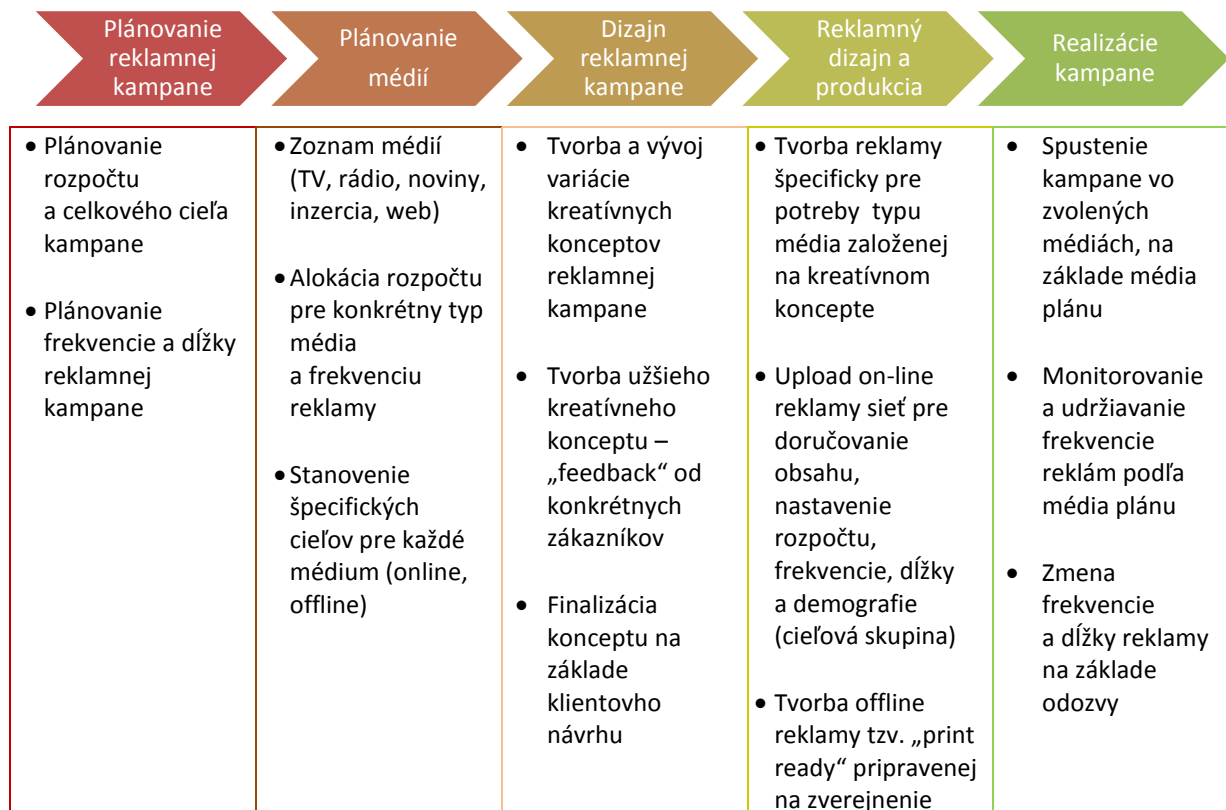
"Native advertising", predstavuje novú on-line reklamnú techniku, ktorá stelesňuje zmenu v metódach inzerentov, a ktorej cieľom je upútať pozornosť spotrebiteľa. Namiesto tzv. pop-up okien, pozornosť spotrebiteľa je získaná a udržiavaná interaktívnou reklamou, ktoré vstupuje spotrebiteľovi do pozornosti. Ďalšou vznikajúcou reklamnou novinkou je použitie technológie rozpoznávania hlasu, ktoré motivuje spotrebiteľa odpovedať na inzeráty mobilných telefónov alebo internetového rádia tým.

V súčasnosti sa vytvoril nový priestor pre reklamné spoločnosti, keďže došlo k výmene prvej generácie mobilných telefónov európskymi spotrebiteľmi za smartphones a tablety. Podľa Berg Insight dosiahne v roku 2017 mobilná reklama pravdepodobne 4,4% z celkových výdavkov na reklamu po celom svete. To by znamenalo, že výnosy z mobilných reklám stúpnu z 5 mld. \$ (v roku 2011) na 26 mld. \$ v roku 2017 a bude tvoriť 15,5% z on-line reklamy. Na základe uvedených skutočností vyplýva, že reklama mobilných zariadení bude hrať kľúčovú úlohu v interakcii predajca - spotrebiteľ.²² Nárast on-line reklamy na webových stránkach, sociálno-mediálnych platformách a prostredníctvom cielenej komunikácie rýchlo mení charakter reklamného priemyslu.

²² Creating growth, Measuring cultural and creative markets in the EU, EY, 2014

1.3.3 Biznis modely

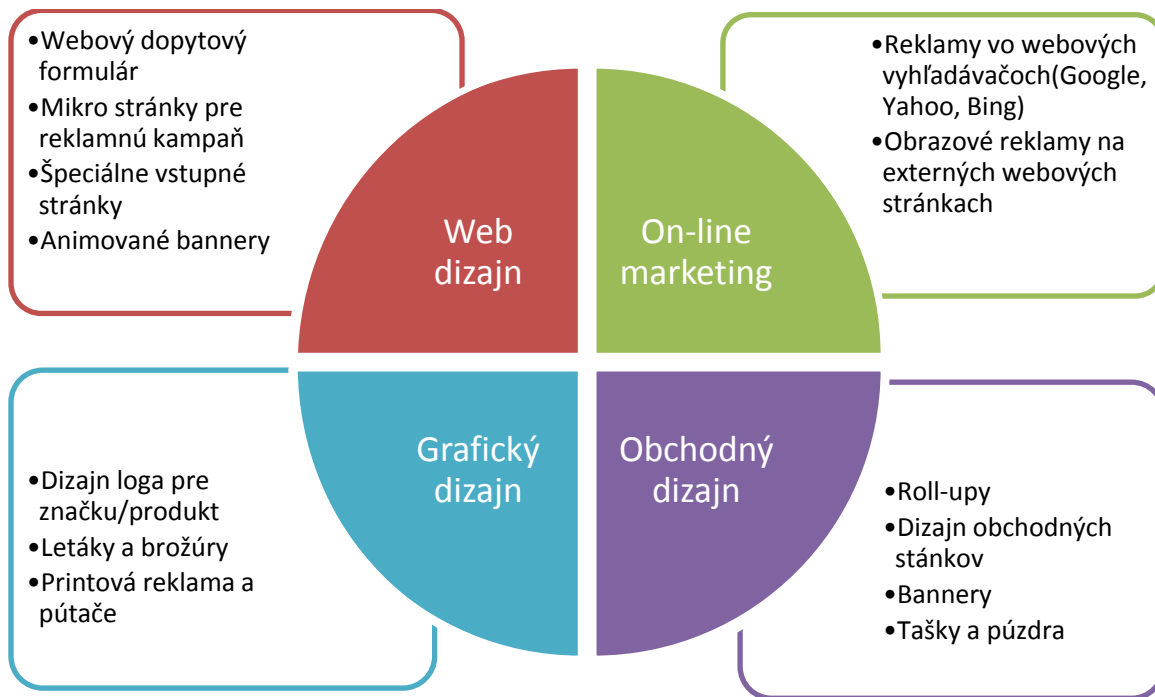
Proces tvorby reklamy



Zdroj: <http://elementd.com/advertising-design/advertising-design-process/>

Dizajn a tvorba reklamy si vyžaduje spustenie integrovanej reklamnej kampane, ktorej cieľom je dosiahnutie biznis plánu. Samotná kampaň je založená na zmysluplnom rozpočte, ktorý sa kalkuluje na základe zvolených typov médií (TV, rádio, noviny, inzercia, web). Kreatívny koncept je dokončený a následne transformovaný do rôznych kreatívnych návrhov rozmiestnených prostredníctvom rôznych médií v určitých časových intervaloch po stanovenú dobu trvania, ktorá pomôže dosiahnuť biznis plán.

Spustenie integrovanej reklamnej kampane si vyžaduje zahrnutie všetkých alebo niektorých nasledovných služieb.



Zdroj: <http://elementd.com/advertising-design/advertising-campaign-design/>

1.4 Stav odvetvia na Slovensku

1.2.1 Úvod

Reklamný priemysel na Slovensku tvoria SZČO, prípadne malé firmy, hoci medzi väčšími hráčmi nájdeme aj akciové spoločnosti. Pre reklamu je typická fluidná pracovná sila – profesionáli z rôznych kreatívnych odvetví (film, divadlo, literatúra, výtvarné umenie, fotografia atď.), ktorí dodávajú tovary a služby rôznym segmentom reklamného priemyslu, pričom tieto činnosti tvoria len časť ich pracovného portfólia. Veľakrát je práca pre reklamný priemysel zdrojom príjmu pre kreatívnych profesionálov, ktorí sa zároveň venujú umeleckej tvorbe a iným kreatívnym činnostiam.

Reklamný trh je na rozdiel od iných odvetví kreatívneho priemyslu (audiovizuálny priemysel, divadlo a i.) v zásade štandardným trhom, bez zásadného vstupu verejných financií v ktorejkoľvek fáze cyklu tovarov a služieb. Verejné zdroje vstupujú na trh vo forme verejných reklamných zákaziek, ktoré tvoria podľa odhadov respondentov cca 5 % celkového objemu investícií do reklamy.

Slovenský reklamný trh zaznamenal najväčší boom v časoch ekonomickej konjunktúry približne od roku 2000. V rokoch 2005 – 2008 zaznamenával slovenský reklamný trh každoročný nárast cca 20 % v reklamných výdavkoch firiem. Tento trend sa zásadne zmenil v roku 2009, keď v dôsledku ekonomickej recesie trh poklesol o 35 % a tendencia poklesu odvtedy pretrváva. Uvedený vývoj kopíruje globálne trendy, ale zároveň znamenal do istej miery zrealnenie slovenského reklamného trhu, jeho vnútorných vzťahov, cien, ponuky a dopytu. Na druhej strane však vzhľadom k tomu, že reklamný trh je vo veľkej miere generátorom dopytu po službách a tovaroch v segmente kreatívneho priemyslu, znamená takýto pokles aj utlmenie činností v sektore.

Na rozdiel od klasického reklamného trhu, investície do internetovej reklamy aj v čase celkových poklesov reklamných rozpočtov v posledných rokoch výrazne rastú. Medziročný nárast investícií na slovenskom trhu predstavoval v roku 2012 viac ako 43 %. V absolútnych číslach dosiahol internetový reklamný trh na Slovensku hodnotu 64,6 milióna eur, čím prekročil aj najoptimistickejšie odhady. V rámci mediálneho mixu tvorí internet 22 % investícií pri odhadovaných investíciách do reklamy 300 mil. eur (celkový objem reklamného trhu).

Na rozdiel od klasického reklamného trhu, investície do internetovej reklamy aj v čase celkových poklesov reklamných rozpočtov v posledných rokoch výrazne rastú. Medziročný nárast investícií na slovenskom trhu predstavoval v roku 2012 viac ako 43 %. V absolútnych číslach dosiahol internetový reklamný trh na Slovensku hodnotu 64,6 milióna eur, čím prekročil aj najoptimistickejšie odhady. V rámci mediálneho mixu tvorí internet 22 % investícií pri odhadovaných investíciách do reklamy 300 mil. eur (celkový objem reklamného trhu).

Aktéri v segmente reklamného priemyslu sú združení v rôznych združeniach s celoslovenskou pôsobnosťou ako Rada pre Reklamu, ADC Slovakia, Klub reklamných agentúr Slovenska, Asociácia digitálnych marketingových agentúr, Asociácia publicrelations Slovenskej Republiky, Slovenská asociácia výskumných agentúr a Asociácia mediálnych agentúr.

Rada pre reklamu (RPR) je orgán etickej samoregulácie reklamy. Hlavným cieľom RPR je zabezpečovať a presadzovať, aby sa na území Slovenskej Republiky šírila čestná, slušná, decentná, legálna a pravdivá reklama. RPR združuje subjekty, ktoré aktívne vstupujú do procesu marketingovej komunikácie – asociácie zadávateľov reklamy, reklamné agentúry, médiá ale aj podnikateľské subjekty, využívajúce propagáciu formou reklamy. Členovia sa zaviazali dodržiavať Etický kódex – Etické pravidlá reklamnej praxe platné na území SR a udržiavať dobré meno reklamy. Za účelom posudzovania súladu reklám s Etickým kódexom zriadila RPR nezávislý externý 13-členný orgán, Arbitrážnu komisiu (AK). Členmi komisie sú odborníci z oblasti marketingovej komunikácie. ADC (ArtDirectorsClub) Slovakia predstavuje platformu, kde sa formuje relevantná kreativita slovenskej reklamy.

Klub reklamných agentúr Slovenska (KRAS) je výberová organizácia, ktorej členmi sú najúspešnejšie a najproduktívnejšie reklamné agentúry pôsobiace na slovenskom trhu. Hlavným poslaním Klubu je zvyšovať úroveň slovenskej reklamy a marketingovej komunikácie tak, aby bola, ako jeho neoddeliteľná súčasť, neustálym prínosom pre trhové hospodárstvo. V súčasnosti má 11 členov. Od roku 1993 je KRAS riadnym členom EACA – Európskej asociácie komunikačných agentúr, sídliacej v Bruseli.

Asociácia digitálnych marketingových agentúr (ADMA) je združenie profesionálnych agentúr, ktoré pôsobia v oblasti digitálneho marketingu. Hlavným poslaním asociácie je zvyšovanie úrovne digitálneho marketingu na Slovensku. V súčasnosti má 10 členov.

Asociácia publicrelations Slovenskej Republiky prispieva k rozvoju publicrelations (PR) v Slovenskej republike a zastupuje záujmy jej členov s ohľadom na prospech celej spoločnosti.

Slovenská asociácia výskumných agentúr (SAVA) vznikla v roku 1999 ako výberové združenie agentúr alebo fyzických osôb zaoberajúcich sa výskumom trhu a verejnej mienky. Oficiálne pristúpila k plneniu ustanovení Medzinárodného kódexu pre marketingový výskum a výskum verejnej mienky, ktorý vydala Medzinárodná obchodná komora a ESOMAR. Členovia SAVA sa písomne zaviazali vo svojej činnosti dodržiavať medzinárodný etický kódex a základné štandardy kvality výskumnej praxe.

Asociácia mediálnych agentúr (AMA) zastupuje jedenásť najväčších mediálnych agentúr na Slovensku.

Tabuľka: Najväčšie reklamné agentúry na Slovensku 2014

	Reklamná agentúra	Členstvo v združení KRAS	Hrubý príjem (EUR)	Tržby 2014 (tis. EUR)	Tržby 2013 (tis. EUR)
1	JandL, marketing a reklama, s.r.o., Bratislava	člen	4 534 104	26 538	24 161
2	Made by Vaculik, s. r.o., Bratislava	člen	2 802 892	7 636	6 479
3	WiktorLeoBurnett, s.r.o., Bratislava	člen	2 701 236	6 346	9 127
4	Effectivity, s.r.o., Bratislava		1 899 826	6 669	5 114
5	IstropolitanaAdvertising, s.r.o., Bratislava	člen	1 831 863	4 021	4 379
6	MUW / Saatchi, &Saatschi, spol. s r.o., Bratislava	člen	1 669 368	5 015	6 194
7	Mayer/McCann-Erickson, s.r.o., Bratislava		1 393 498	n	4 089
8	Lowe GGK s.r.o., Bratislava	člen	1 022 275	2 774	2 806
9	TRIAD s.r.o., Bratislava	člen	645 837	1 844	2 285
10	Zaraguza, s.r.o., Bratislava	člen	446 954	1 232	1 267
11	Apple Pie, s.r.o., Bratislava	člen	174 646	n	995
	Roko, a.s., Bratislava			9 896	6 321
	PromeaCommunication, s.r.o., Bratislava			2 041	3 761
	Creative Department, s.r.o., Bratislava			1 786	1 389
	2create, s.r.o., Bratislava			1 359	1 171
	ProgressPromotion Bratislava., s.r.o., Bratislava			1 182	1 079
	Packy Advertizing, s.r.o., Bratislava			912	313
	Citadela, s.r.o., Bratislava			733	679
	Respect, APP, s.r.o., Bratislava	člen		635	562
	i-StepCommunication, a.s., Bratislava			589	419
	AirCreative., s.r.o., Chorvátsky Grob			492	572
	Breakpoint, s.r.o., Bratislava			483	596
	Community, s.r.o., Bratislava			450	280
	Reklamná agentúra Pragma, s.r.o., Bratislava			138	180
	KeyMedia., s.r.o., Bratislava			113	154
	CreoYoung&Rubcam, s.r.o., Bratislava			n	3 850
	MARK / BBDO Bratislava., s.r.o., Bratislava	člen		n	1 996
	Gee& Stone, s.r.o., Banská Bystrica			n	1 159
	PMP Marketing, s.r.o., Bratislava			n	651
	Kaspen / Jung von Matt, a.s., o.z., Bratislava			n	275

Zdroj: BDO, s.r.o., Bratislava, Top Advertising Agencies Slovakia 2014 (TAAS), Trend Top v reklame a médiách, Jún 2015

Z tabuľky najväčších reklamných agentúr Slovenska jednoznačne vyplýva, že väčšina reklamných spoločností je situovaná v Bratislave resp. Bratislavskom kraji. Rovnaká situácia je aj medzi digitálnymi agentúrami Slovenska a salespromotion a event marketingovými agentúrami Slovenska, kde rovnako väčšina významných spoločností pôsobí v Bratislavskom kraji.

Medzi top 25 publicrelations agentúr patrí aj košická CommunicationHouse, ktorá dosiahla v roku 2014 tržby vo výške 115 tisíc pričom zisk spoločnosti bol vyše 4 500 eur.

Rovnako ako v predchádzajúcich tabuľkách pozorujeme aj v tabuľkách popisujúcich tržby výskumných agentúr a mediálnych agentúr Slovenska dominantné zastúpenie spoločností pôsobiacich v Bratislavskom kraji (zoznam - vid prílohu).

Tabuľka: Digitálne agentúry v SR (2014)

		Tržby 2014 (tis. EUR)	Tržby 2013 (tis. EUR)
1.	Core 4, s.r.o., Bratislava	5 971	6 063
2.	MEC Interaction, Bratislava 1	5 627	5 800
3.	digita.sk, s.r.o., Bratislava	3 722	4 250
4.	Triad, s.r.o. (TriadAdvertising) Bratislava	1 844	2 240
5.	SCR interactive, s.r.o., Banská Bystrica	1 454	655
6.	Zaraguz, s.r.o., Bratislava	1 232	1 267
7.	Visibility, s.r.o., Bratislava	1 072	784
8.	B2B Group, s.r.o., Bratislava	959	36
9.	paravaninteractive, s.r.o., Bratislava	882	939
10.	ThisisLocco, s.r.o., Bratislava	871	711
11.	Elite Solutions, s.r.o., Bratislava	580	598
12.	Pizza SEO, s.r.o., Bratislava	387	234
13.	Riešenia, s.r.o., (Riesenia.com) Bratislava	334	209
14.	In Media, s.r.o., Senica	287	327
15.	MUW Digital, s.r.o., Bratislava	233	366
16.	OnlineToro (RUonline s.r.o.) Banská Bystrica	200	101
17.	PS:Digital, s.r.o., Bratislava 2	174	-

Zdroj: Trend Top v reklame a médiách, jún 2015

Tabuľka: PublicRelations agentúry (2014)

		Tržby 2014 (tis. EUR)
1	Seesame, s.r.o., Bratislava	2276
2	AMI Communications Slovakia, s.r.o., Bratislava	1496
3	Neopublic, s.r.o., Bratislava	1249
4	Neuropea, s.r.o., Bratislava	1046
5	DynamicRelations 2000, s.r.o., Bratislava	939
6	M Kreo, s.r.o., Žilina	937
7	Prime time, s.r.o., Bratislava	893
8	mediamedia, s.r.o., Bratislava	858
9	Botticelli, s.r.o., Bratislava	852
10	SnowballCommunications, s.r.o., Bratislava	679
11	Media&CommunicationsConsulting, s.r.o., Bratislava	594
12	PR Clinic, s.r.o., Bratislava	563
13	1st ClassAgency, s.r.o., Bratislava	549
14	Comm, s.r.o., Bratislava	488
15	Media In, s.r.o., Bratislava	392
16	Arthurmedia, s.r.o., Bratislava	377
17	event2all, s.r.o., Bratislava	283
18	OmnimediaPublicRelations, s.r.o., Bratislava	229
19	Kharisma, s.r.o., Bratislava	175
20	Hugo Bach, s.r.o., Bratislava	174
21	CommunicationHouse, s.r.o., Košice	115
22	DevonCommunication, s.r.o., Bratislava	92
23	PaperLife, s.r.o., Prievidza	82

Zdroj: Trend Top v reklame a médiách, jún 2015

1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby

V odvetví reklamy a prieskumu trhu evidujeme zostupný sklon miezd. V roku 2010 má najvyššiu hodnotu priemernej mzdy 1 262 Eur, ktorá sa postupne dostáva na úroveň 1 152 Eur v roku 2014. V roku 2011 poklesla o 0,4%, v roku 2012 o 0,4% a v roku 2013 o 3,35% až dosiahla v roku 2014 pokles o 4,7%.

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 018	985	1 033	1 101	1 119
Reklama a prieskum trhu	1 262	1 256	1 251	1 209	1 152
Umenie, zábava a rekreácia	630	640	639	630	601
Informácie a komunikácia spolu	1 572	1 736	1 743	1 762	1 742
Nakladateľské činnosti	854	1 232	1 198	1 190	1 155
Výroba filmov	527	1 274	1 206	1 279	908
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	1 651	1 508	1 546	1 620	1 599
Telekomunikácie	1 725	1 785	1 933	1 815	1 982
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	2 008	1 939	1 866	1 871	1 784
Informačné služby	1 446	1 466	1 468	1 681	1 750

Zdroj : Štatistický úrad SR

V odvetví reklamy a prieskumu trhu zamestnávame priemerný medziročný rast a to v každom skúmanom roku. V roku 2010 bol počet zamestnancov 8 114 a zvyšoval sa v roku 2011 o 6 %, 2012 o 2 %, 2013 o skoro 8 %, až sa v roku 2014 dostal na úroveň 11 406 zamestnancov.

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	17 493	18 234	18 914	20 741	20 926
Reklama a prieskum trhu	8 114	8 668	8 869	9 618	11 406
Umenie, zábava a rekreácia	9 623	11 087	11 773	12 538	12 747
Informácie a komunikácia spolu	39 211	43 417	45 707	45 309	49 276
Nakladateľské činnosti	8 525	5 827	6 247	4 999	5 645
Výroba filmov	2 017	1 742	1 371	945	1 782
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	501	785	673	627	513
Telekomunikácie	9 546	9 509	9 447	10 256	10 225
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	11 930	18 993	21 794	21 808	23 816
Informačné služby	6 692	6 561	6 175	6 674	7 296

Zdroj : Štatistický úrad SR

V reklame a prieskume trhu zaznamenávame rastúce hodnoty počas celého sledovaného obdobia. V roku 2010 nedosahovali tržby ani 1 miliardu Eur – 914 miliónov, no na konci obdobia sa stav zmenil a suma skoro dosiahla jeden a pol miliardy Eur – 1 467 818 381 Eur.

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 057 961 077	1 205 626 648	1 433 405 835	1 681 523 672	1 593 016 627
Reklama a prieskum trhu	914 819 899	1 092 725 074	1 245 793 582	1 396 497 587	1 467 818 381
Umenie, zábava a rekreácia	1 289 052 697	1 473 884 942	1 677 625 144	1 736 582 737	1 861 233 466
Informácie a komunikácia spolu	4 457 831 782	4 891 023 087	5 186 660 961	5 434 516 554	5 613 901 128
Nakladateľské činnosti	347 173 461	379 876 610	401 074 315	317 262 847	358 276 125
Výroba filmov	127 040 128	204 891 505	223 889 886	152 985 110	169 002 682
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	93 122 389	114 270 634	105 478 128	98 034 049	93 881 049
Telekomunikácie	2 169 189 557	2 139 265 528	2 126 078 869	2 091 869 168	2 063 669 841
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	1 350 100 467	1 653 257 825	1 859 673 189	2 191 106 937	2 379 127 225
Informačné služby	371 205 781	399 460 985	470 466 574	583 258 442	549 944 206

Zdroj : Štatistický úrad SR

1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem

Do reklamného priemyslu patria viaceré činnosti, ktoré sa pri kreatívnom priemysle prelínajú. Preto pre kvantitatívnu analýzu boli vybrané tie subjekty, ktoré majú zapísanú svoju činnosť v klasifikácii SK – NACE podľa tabuľky č.X a zároveň nie sú už evidované v iných odvetviach kreatívneho priemyslu. Zabránilo sa tým duplicitu údajov.

Tabuľka č. 1: SK-NACE reklamného priemyslu

Kód SK-NACE	Názov
70.21.0	Služby v oblasti styku a komunikáciou s verejnosťou
73.11.0	Reklamné agentúry
73.12.0	Predaj vysielacieho času
74.20.0	Fotografické činnosti
90.03	Umelecká tvorba
94.99.2	Činnosti záujmových organizácií
59.1	Výroba a distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov
59.2	Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok

Zdroj: Štatistický úrad SR

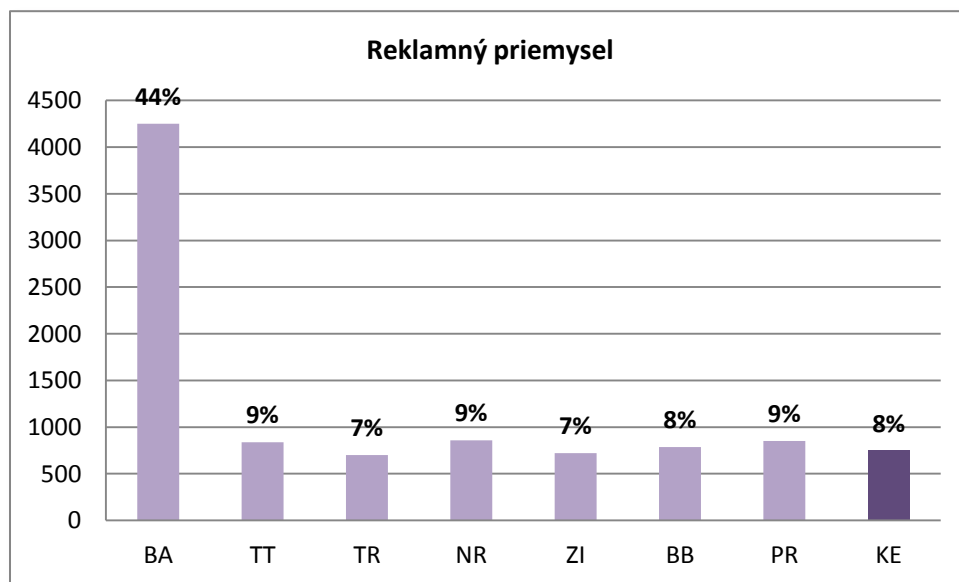
Na Slovensku je registrovaných podľa vytipovaných SK-NACE kódov v reklamnom priemysle 9755 subjektov. Vyššia koncentrácia subjektov je najmä v Bratislavskom kraji a z pohľadu činnosti dominujú reklamné agentúry s celkovým počtom 8141, čo predstavuje 83,5% zo všetkých subjektov v reklamnom priemysle. Subjekty venujúce sa fotografickým činnostiam majú 15,0 % zastúpenie

v odvetví . Predaj vysielacieho času má zastúpenie najmä v Bratislavskom kraji. V tomto segmente sa nachádza jedna veľká agentúra, ktorá zamestnáva viac ako tisíc zamestnancov.

Na trhu v oblasti reklamy v Košickom kraji figurujú mikropodniky do 2 zamestnancov – údaje sú znázornené v tabuľke č. X. Významnú časť až 42,8 % tvoria subjekty, ktoré nikoho nezamestnávajú. Markantnú časť tvorí skupina, ktorá neuvádza údaj o počte zamestnancov (26,9%).V Košickom kraji sa nenachádzajú žiadne podniky, ktoré sa venujú predaju vysielacieho času.

V reklamnom priemysle podľa SK-NACE kódov je k dátumu 31.12.2014 registrovaných podľa dostupných údajov 9755 subjektov. Najvyšší počet podnikateľských subjektov sa koncentruje v Bratislavskom kraji a to až 44%, zvyšné kraje Slovenska nemajú medzi sebou veľké rozdiely v početnosti, pohybujú sa v rozmedzí 7% až 9 %. Košický kraj spolu s Banskobystrickým krajom majú rovnaké zastúpenie a to 8%ný podiel v počte subjektov v reklamnom priemysle na Slovensku.

Graf č. 1: Regionálne rozloženie subjektov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Pri pohľade na prehľad počtu subjektov podľa hlavnej činnosti je možné vidieť, že dominantnú prevahu v počte subjektov majú reklamné agentúry, ktorých je spolu na Slovensku až 8148 z toho najviac sa nachádza v Bratislavskom kraji - 3707 subjektov, najmenej v Trenčianskom kraji -559 podnikov. Košický kraj je s počtom 642 na 4. mieste v porovnaní počtu reklamných agentúr na Slovensku. Relatívne vyšší počet subjektov sa zaoberá fotografickými činnosťami - 1465, z toho takmer tretinový podiel má Bratislavský kraj - 449 subjektov. V Košickom kraji sa nachádza v porovnaní s ostatnými kraji najmenej subjektov, len 102 subjektov, zaoberajúcich sa fotografickými činnosťami na Slovensku. V činnosti služby v oblasti styku a komunikáciou s verejnosťou je na prvom mieste Bratislavský kraj s počtom 67 podnikov, za ním nasleduje Trnavský kraj s počtom 11 subjektov, Žilinský kraj s 8 subjektmi a Trenčiansky kraj so 7 podnikmi .V Košickom

kraji evidujeme 5 podnikov tohto typu. Predajom vysielacieho času sa celkovo na Slovensku zaoberá 38 subjektov z toho väčšina -29 podnikov pôsobí v Bratislavskom kraji.

Tabuľka č. 2 : Prehľad počtu subjektov podľa hlavnej činnosti k 31.12.2014

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
70.21.0	67	11	7	2	8	-	4	5	104
73.11.0	3707	668	559	732	604	608	628	642	8148
73.12.0	29	-	1	3	2	2	1	-	38
74.20.0	449	158	133	122	107	176	218	102	1465

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Z pohľadu štruktúry subjektov podľa právnej formy z 9755 subjektov v rámci celého Slovenska pôsobiacich v reklamnom priemysle, predstavujú spoločnosti s ručením obmedzením 51,5% a podnikateľ – fyzická osoba 46,0 % zastúpenie v odvetví. Ostatné právne formy sú najmä akciová spoločnosť a právnická osoba so sídlom mimo územia SR, ale ich počet je z celkového hľadiska zanedbateľný.

Tabuľka č. 3: Prehľad počtu subjektov podľa právnej formy za Košický kraj k 31.12.2014

SK -NACE	fyzické osoby	s.r.o.	a.s.	ostatní
70.21.0	-	4	-	1
73.11.0	296	339	3	4
73.12.0	-	-	-	-
74.20.0	85	17	-	-

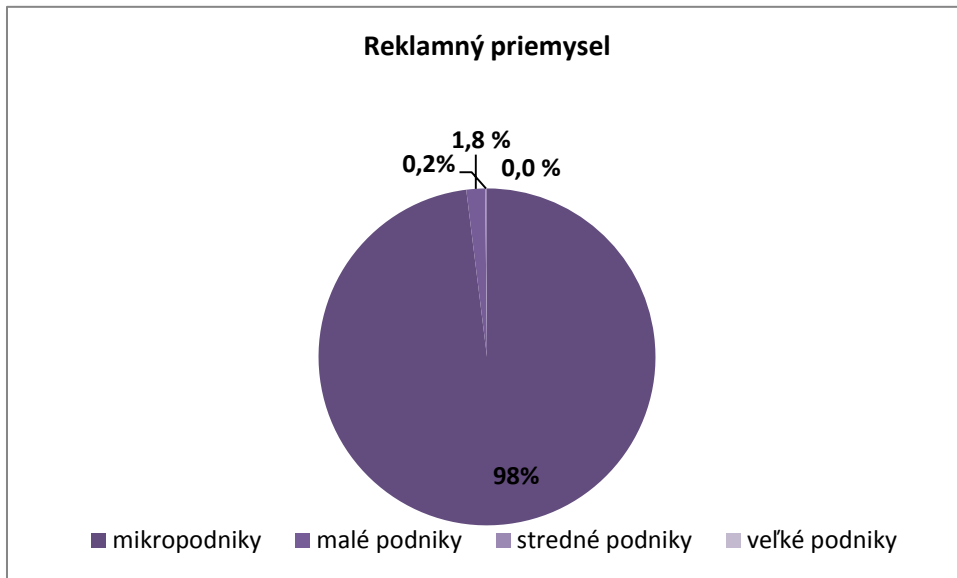
Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

V Košickom kraji je situácia podobná ako na Slovensku, odvetvie si z pohľadu právnej formy rozdelili podnikatelia, fyzické osoby (50,1%) a spoločnosti s ručením obmedzením s 48,1% z celkového počtu 749 subjektov. Ostatné právne formy sú v odvetví počtovo zanedbateľné.

Podľa počtu zamestnancov sa podniky delia na mikropodniky (od 0 až 9 zamestnancov, vrátane podnikov s nezisteným počtom zamestnancov), malé podniky (od 10 až 49 zamestnancov), stredné podniky (od 50 až 249 zamestnancov) a veľké podniky (250 a viac zamestnancov). Toto delenie vychádza z metodiky Štatistického úradu Slovenskej republiky.

V reklamnom priemysle prevládajú mikropodniky 98 %, malé podniky tvoria 1,8 % z celého odvetvia.

Graf č. 2: Rozloženie firiem podľa počtu zamestnancov v odvetví (v %) k 31.12.2014



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Z tabuľky č. 4 možno vidieť, že spomedzi všetkých 9755 podnikov evidujeme na Slovensku až 9562 mikropodnikov, 175 malých podnikov, 17 stredných podnikov a 1 veľký podnik. Najviac mikropodnikov sa nachádza v Bratislavskom kraji a to až 4135. Okrem toho tu nájdeme 101 malých podnikov, 15 stredných podnikov a uvedený 1 veľký podnik. Pre porovnanie, v Košickom kraji, kde sa nachádza spolu 749 podnikov, je 735 mikropodnikov a 14 malých podnikov. Významnejšie zastúpenie v počte podnikov má ešte Nitriansky kraj, kde spomedzi všetkých 859 podnikov evidujeme 852 mikropodnikov a 7 malých podnikov a Prešovský kraj v ktorom je celkom 851 podnikov z čoho je až 841 mikropodnikov a 10 malých podnikov.

Tabuľka č. 4: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v jednotlivých krajoch

	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
mikropod.	4135	830	688	852	711	770	841	735	9562
malé pod.	101	6	12	7	9	16	10	14	175
stredné pod.	15	1	-	-	1	-	-	-	17
veľké pod.	1	-	-	-	-	-	-	-	1
spolu	4252	837	700	859	721	786	851	749	9755

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

V Košickom kraji majú najväčšie zastúpenie mikropodniky s percentuálnym podielom 98,1%, zvyšné 1,9% tvoria malé podniky. Z tabuľky č. 5 možno vidieť, že najväčšie zastúpenie majú mikropodniky, ktoré nikoho nezamestnávajú (321) a mikropodniky, ktoré neuvádzajú počet zamestnancov. Malých podnikov s počtom zamestnancov 10-19 je 10 z toho 9 reklamných agentúr a 1 podnik poskytujúci služby v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou.

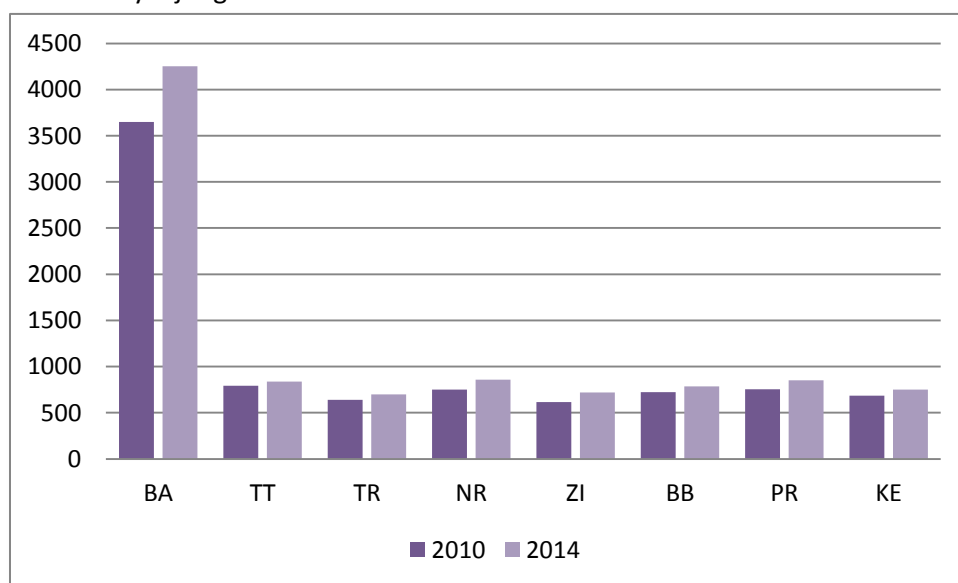
Tabuľka č.5: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v Košickom kraji, údaje k 31.12.2014

SK NACE	mikropodniky						malé podniky			stredné podniky		veľké podniky
	ne	0	1	2	3-4	5-9	10-19	20-24	25-49	50-99	100-249	250-499
počet z.	-	1	1	-	-	2	1	-	-	-	-	-
70.21.0	-	1	1	-	-	2	1	-	-	-	-	-
73.11.0	152	282	111	34	27	23	9	-	4	-	-	-
73.12.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
74.20.0	50	38	10	2	-	2	-	-	-	-	-	-
spolu	202	321	122	36	27	27	10	-	4	-	-	-

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty

Z hľadiska vývoja za sledované obdobie 2010-2014 je zaznamenaný rast v počte subjektov v celom reklamnom priemysle. Celkovo pribudlo 1144 nových subjektov, z toho najviac v Bratislavskom kraji (602 subjektov.) V Košickom kraji pribudlo 64 nových subjektov, reklamných agentúr pribudlo 33, subjektov poskytujúcich fotografické služby 32 a jeden subjekt v oblasti služieb a komunikácie s verejnosťou ukončil svoju činnosť.

Graf č. 3: Vývoj regionálneho rozloženie firiem v odvetví



Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav dát k 31.12.2010 a 31.12.2014

Tabuľka č. 6: Porovnanie počtu subjektov v odvetví

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
2010	3650	794	641	750	616	722	753	685	8611
2014	4252	837	700	859	721	786	851	749	9755

Zdroj: ŠÚ SR, databáza "Register ekonomických subjektov SR", aktívne subjekty, stav dát k 31.12.2010 a 31.12.2014

Pri porovnaní údajov z roku 2010 a 2014 je zaznamenaný pokles v počte podnikateľov – fyzické osoby z počtu 4591 v roku 2010 na počet 4480 v roku 2014. Naopak stúpajúci charakter majú spoločnosti s ručením obmedzením, kedy za sledované obdobie ich počet vzrástol o 1552. Pri celkovom rastúcom počte subjektov v odvetví môžeme konštatovať, že dominantnou právnou formou sa postupne stávajú s.r.o.

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

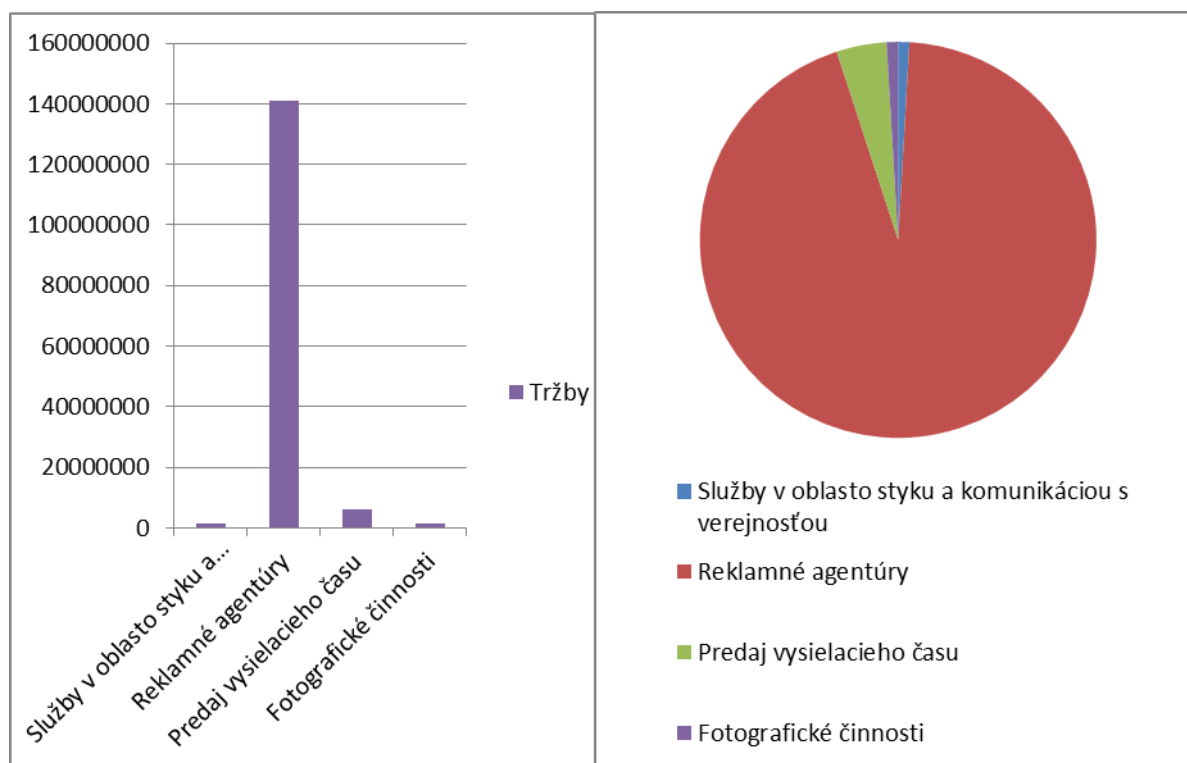
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

V Košickom kraji sa dokopy vyskytuje 570 podnikov so zameraním aj na reklamný priemysel. Najväčšia koncentrácia takýchto podnikov je v sektore Reklamných agentúr (SK NACE 73.11.0), zastupuje až 87% zo všetkých podnikov. Netreba zabúdať ani na sektor služieb v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou (70.21.0) a fotografické činnosti (74.20.0), ktoré dokopy tvoria 12,6% zastúpenia v odvetví. Takisto bol ešte vybraný sektor zameraný na predaj vysielacieho času (73.12.0)

Tabuľka č. 7: SK-NACE reklamného priemyslu

Kód SK-NACE	Názov
70.21.0	Služby v oblasti styku a komunikáciou s verejnosťou
73.11.0	Reklamné agentúry
73.12.0	Predaj vysielacieho času
74.20.0	Fotografické činnosti
90.03	Umelecká tvorba
94.99.2	Činnosti záujmových organizácií
59.1	Výroba a distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov
59.2	Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok

V najrozšírenejšom sektore, a síce v sektore reklamných agentúr sa nachádza najväčšia koncentrácia podnikov s tržbami do 11 mil. eur, kde až 36 podnikov bolo schopných zabezpečiť si obrat nad 1 mil. eur. Lídrom na trhu je firma WS - Production, s.r.o., s obratom vo výške cca 11 mil. eur



V najrozšírenejšom sektore, a síce v sektore reklamných agentúr sa nachádza najväčšia koncentrácia podnikov s tržbami do 11 mil. eur, kde až 36 podnikov bolo schopných zabezpečiť si obrat nad 1 mil. eur. Lídrom na trhu je firma WS - Production, s.r.o., s obratom vo výške cca 11 mil. eur.

Tabuľka č. 8: SK-NACE – 73.11.0 – Reklamné agentúry, tržby nad 4 mil. eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
WS - Production, s.r.o.	Košice	0	10 955 934,00	251 994,00
ServiceCreativ s.r.o.	Košice	5-9	8 367 582,00	333 928,00
PUBLICIDAD s.r.o.	Košice - Juh	nezistený	6 825 825,00	12 882,00
L RACING s.r.o.	Krásnohorské Podhradie	5-9	6 760 647,00	36 619,00
MAT TREX, s.r.o.	Košice - Staré Mesto	0	6 700 193,00	-18 607,00
Slovakia EastTrade s. r. o.	Košice	nezistený	5 804 650,00	-17 656,00
WEBLINE, s.r.o.	Košice	2	5 532 688,00	5 303,00
DOMOS PLUS s.r.o.	Košice	0	5 084 002,00	1 275,00
PRO EVENT s.r.o.	Košice	nezistený	4 177 240,00	26 588,00

V druhom najväčšom sektore – Fotografické činnosti (74.20.0) sa vyskytuje 40 podnikov s maximálnym počtom zamestnancov spadajúcim do kategórie 5-9 zamestnancov. Tieto firmy (PHOTOMAP, s.r.o., EXAPRO Slovakia spol. s.r.o.) majú takisto aj evidovaný aj najvyšší obrat do 450 000 eur. Firma Photomap sa okrem fotografie zameriava aj na výkon Geodetických činností (71.12.3)

Tabuľka č. 9: SK-NACE – 74.20.0 – Fotografické činnosti, tržby nad 200 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
PHOTOMAP, s.r.o.	Košice	5-9	444 951,00	14 744,00
EXAPRO Slovakia spol. s r.o.	Michalovce	5-9	303 070,00	1 277,00
TECH-Art s.r.o.	Košice	1	237 051,00	-3 150,00

V sektore Služieb v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou (70.21.0) je evidovaných celkovo 31 firiem, s tržbami do 540 000 eur. 14 podnikov dosiahlo obrat vyšší ako 10 000 eur..

Tabuľka č. 10: SK-NACE 70.21.0 – Služby v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou, tržby nad 10 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
J.F.INVEST, s.r.o.	Košice	0	538 608,00	153 262,00
ARCADIA, s.r.o.	Košice	3-4	187 094,00	-1 898,00
CommunicationHouse, s.r.o.	Košice	3-4	114 882,00	4 581,00
POWER DEVELOPMENT s. r. o.	Michalovce	3-4	96 498,00	-16 514,00
Foreveryoung, s. r. o.	Sokol'	1	85 819,00	27 807,00
Initia, s.r.o.	Košice	2	51 882,00	5 745,00
Wexin s.r.o.	Košice	nezistený	46 810,00	2 830,00
Manell, s.r.o.	Košice-Staré Mesto	1	42 768,00	26 972,00
Everestgroup s.r.o.	Košice	nezistený	37 489,00	1 824,00
eMeS CONSULTING, s.r.o.	Košice	1	35 497,00	2 703,00
EU CONTACT AGENCY s.r.o.	Bačka	1	35 461,00	5 643,00
SLOVACONTACT PLUS, s.r.o.	Košice - mestská časť Sídliisko KVP	0	26 161,00	988,00
JAMMIN Agency s.r.o.	Rožňava	nezistený	20 175,00	-33,00
IMC PLUS s.r.o.	Košice	1	14 226,00	-4 932,00

Posledným sektorom so zastúpením 0.7% v rámci odvetvia, je sektor zaoberajúci sa predajom vysielacieho času (73.12.0). Sú tu evidované iba 4 podniky s počtom zamestnancov 2 okrem firmy XOGIPON, s.r.o. ktorá informáciu o zamestnancoch neuvádza. Firma OV – Spot, s.r.o. sa okrem iného zaoberá aj sprostredkovaním činnosti v oblasti výroby, obchodu a služieb, reklamných a marketingových služieb. Firma AMY Trade, s.r.o. je zameraná aj na zabezpečovanie reklamných spotov v médiách.

Tabuľka č. 11: SK-NACE 73.12.0 – Predaj vysielacieho času. (2014)

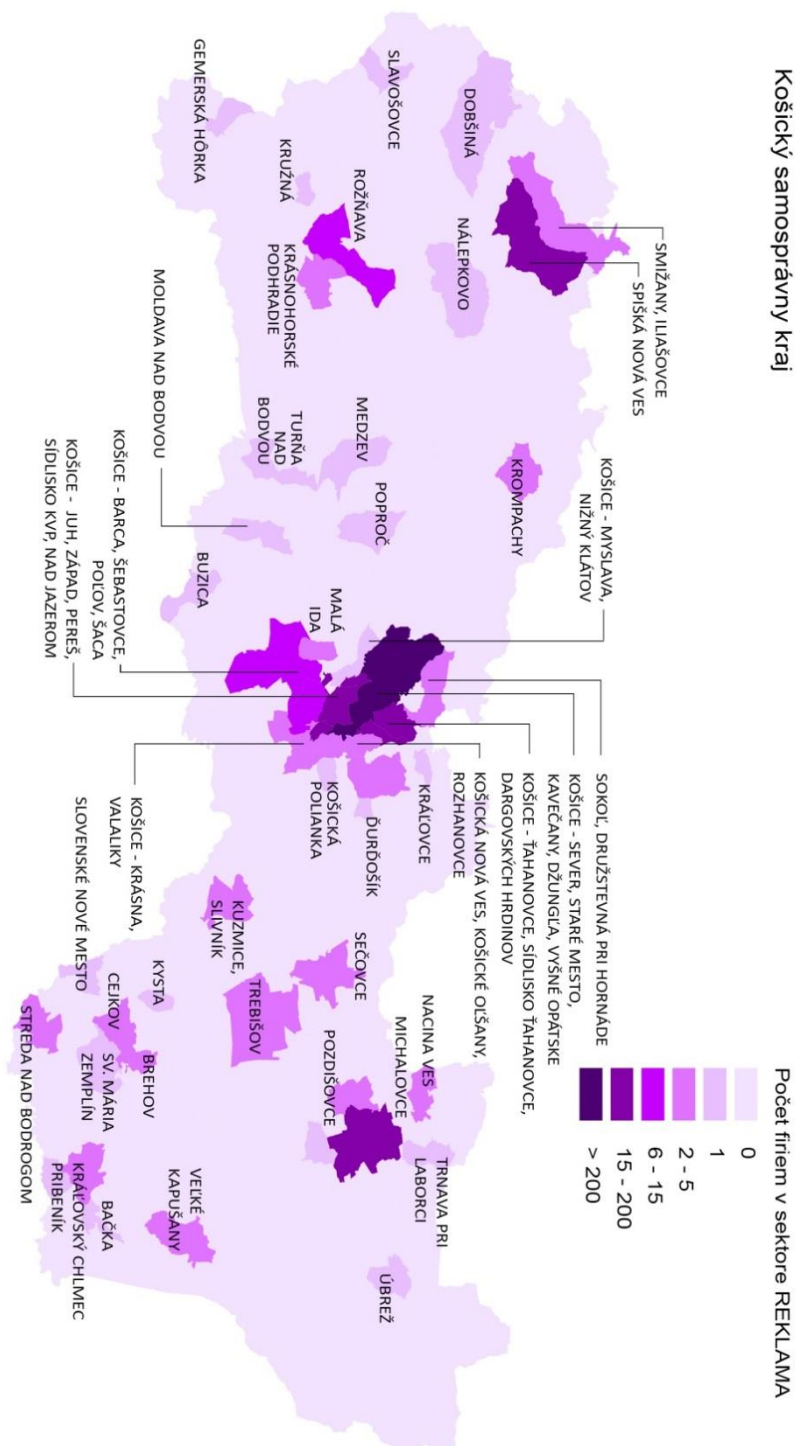
Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
OV - Spot, s.r.o.	Košice	2	3 017 024,00	-36 242,00
AMY TRADE s.r.o.	Košice	2	2 318 592,00	-34 809,00
ŠK Cassovia, s.r.o.	Košice	2	498 400,00	-10 520,00
XOGIPON s. r. o.	Košice	nezistený	278 575,00	-882,00

2.2 Hlavní aktéři podľa kvalitatívneho prieskumu

V kvalitatívnom prieskume neboli identifikované firmy, ktoré by tak vynikali z ostatných, že by bolo treba ich uvádzať.

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie

Košický samosprávny kraj



Mapa regionálnej koncentrácie ukazuje hlavné koncentrácie firiem v odvetví v Košiciach, v Spišskej Novej Vsi a v Michalovciach, a nižšiu koncentráciu v Rožňave, ktoré by mohli byť základ pre spoluprácu a rozvoj.

3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIE

Reklamný priemysel sa vyznačuje fluidnou pracovnou silou, keďže profesionáli z rôznych kreatívnych odvetví ako napr. film, divadlo, literatúra, výtvarné umenie, fotografia a i., dodávajú tovary a služby rôznym segmentom reklamného priemyslu, pričom tieto činnosti tvoria len časť ich pracovného portfólia. Práca v reklamnom priemysle je často pre kreatívnych profesionálov vedľajším zdrojom príjmov, keďže sa zároveň venujú aj umeleckej tvorbe a iným kreatívnym činnostiam.

Reklamný priemysel predstavuje prierezové odvetvie, ktoré ponúka možnosť uplatnenia širokému spektru absolventov študujúcich umelecké a kreatívne profesie, marketing a masmediálnu komunikáciu, humanitné a ekonomické odbory, technické a technologické profesie. V súčasnosti je dopyt hlavne po programátoroch a on-line špecialistoch, ale vo všeobecnosti však reklamný sektor pociťuje najmä nedostatok skúsených kreatívnych profesionálov, nakoľko v tomto segmente dochádza k odlivu kvalitnej a kvalifikovanej pracovnej sily do zahraničia.

Stredné odborné školy aktuálne vytvárajú nové študijné odbory, aby tak pritiahli nových študentov a zároveň aj ponúkli riešenia nedostatku kvalifikovanej kreatívnej sily. Medzi takéto stredné odborné školy patrí aj SOŠ na Ostrovského ulici, ktorá otvára odbor Reklamná tvorba pre 9 žiakov. Dôraz bude kladený na šírenie reklamy formou dynamických webových stránok s podporou redakčných systémov. V oblasti multimediálnych prezentácií by sa mali žiaci venovať tvorbe animovaných reklamných banerov a interaktívnych multimediálnych prezentácií. Vzhľadom na súčasný trend vývoja modernej reklamy sa budú špecializovať na spracovanie reklamnej grafiky v 3D podobe a jej následnému spracovaniu vo forme vizualizácií a animácií. Odborné vzdelávanie bude tvoriť výtvarná teória a fotografia, ktoré majú nadväznosť na ateliérovú tvorbu v rámci praktickej prípravy. Absolvent SOŠ bude zároveň aj marketingový stratég, bude si vedieť zvoliť najúčinnjší spôsob reklamy a propagácie, správne načasovanie, cieľovú skupinu ľudí, na koho má byť reklama orientovaná a bude ovládať spôsob prípravy a vedenia kampaní.

Práve vznik podobných študijných programov pomôže zvýšiť počet kvalifikovanej pracovnej sily a tým pádom aj zvýšiť úroveň a kvalitu reklamného priemyslu na Slovensku.

Reklamný priemysel v sektore stredoškolského vzdelávania je zastúpený v študijných odboroch reklamná tvorba, propagačné výtvarníctvo a propagačná grafika. Skladba a obsah odborných vyučovacích predmetov zodpovedá súčasným potrebám praxe v oblasti dizajnu, zároveň predkladá nové možnosti vývoja v danej sfére. Obsah na jednej strane poskytuje poznatky a skúsenosti postupov v klasických technológiách, ale aj ovládanie nových technológií a digitálnych médií ako sú počítače, internet, video, digitálna fotografia, virtuálna grafika a ich vzájomné prepojenie v konečnom výtvarnom produkte. Odborné vzdelávanie vytvorí priestor na prepojenie teoretických vedomostí z reklamnej tvorby s konkrétnymi zručnosťami využitia najnovších informačných technológií pri kreatívnej práci.

Dôležitou súčasťou štúdia propagačného výtvarníctva je spojenie výtvarnej kreativity a práce s počítačom prostredníctvom počítačovej grafiky v špeciálnych grafických programoch. Štúdium propagačnej grafiky umožní samostatne tvoriť, organizovať, realizovať a multimediálne prezentovať tvorbu v priestore výtvarnej propagácie. Odbor reklamná tvorba je zameraný na získanie znalostí z oblasti psychológie reklamy, žiaci sa oboznámia s fungovaním základných psychických procesov, aby

ich mohli využiť pri tvorbe a výskume efektívnej reklamy. Absolventi štúdia disponujú vedomosťami z oblasti video tvorby, masmediálnej komunikácie, základov práva i dejín a teórie reklamy.

Tabuľka č. 12: Počet študentov v jednotlivých študijných odborov

Názov školy	Študijný odbor	Prijatí v 2014/2015	Celkový počet študentov v 2014/2015
SOŠ Ostrovskeho 1, KE	reklamná tvorba	31	39
Škola úžitkového výtvarníctva	propagačné výtvarníctvo	9	35
Škola úžitkového výtvarníctva	propagačná grafika	19	73

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Hodnotiacich správ výchovno-vzdelávacej činnosti škôl a internetových stránok

V odbore Propagačná grafika v školskom roku 2013 /2014 z 28 absolventov sa 13 zamestnalo v odbore, 13 pokračujú v ďalšom štúdiu a 2 sú nezamestnaní. V odbore Propagačné výtvarníctvo z 20 absolventov pokračujú v štúdiu iba 6, 10 absolventi sú zamestnaní a 4 sú evidovaní ako nezamestnaní. Tieto dva odbory majú silnú tradíciu a vyznačujú sa dobrými výsledkami. Odbor Propagačnej grafiky spočíva v zameraní sa na oblasť grafických techník, tvorivej realizácie, ovládania a využívania počítačovej grafiky (súčasť výučby). Spočíva v návrhoch k daným témam akými sú napr. plagáty, logá, etikety a pod. Absolventi majú možnosť využiť svoje vedomosti aj v ďalšom, vysokoškolskom štúdiu umeleckého charakteru. Vďaka informačným technológiám takisto naberú skúsenosti s programami ako sú Adobe Photoshop, Adobe Illustrator alebo Adobe Flash. Študijný odbor propagačné výtvarníctvo má za cieľ u študentov rozvíjať ich kreativitu v zmysle dnešnej praxe a pri predkladaní nových možností vo vývoji. Riešia návrhy ako napríklad návrhy plagátov, reklamných tlačovín a pod. Súčasťou štúdia je aj počítačová grafika kde takisto získavajú skúsenosti s programami softvérového balíka Adobe. Uplatnenie nachádzajú v oblasti grafického a priestorového dizajnu. Podobne ako pri odbore propagačná grafika aj absolventi propagačného výtvarníctva majú možnosť ďalšieho štúdia na vysokej škole výtvarného zamerania.

4. FINANCOVANIE & BEST PRACTICES

4.1 Financovanie

Pre reklamu neexistujú špeciálne podporné programy.

4.2 Best practices

ADCN Amsterdam (Advertising Design Creativity Netherlands)

ADCN je asociácia pre kreativitu v reklame a dizajne v Holandsku. Poslaním ADCN je vytvoriť najlepší tvorivý kolektív na svete: uvoľniť tvorivosť, podnecovať k dokonalosti a naštartovať inováciu v oblasti komunikácií v Holandsku. ADCN organizuje štyri typy činností: vzdelávanie, inšpirovanie, spoluvytváranie a propagáciu. V priebehu celého roku sa môžete zúčastňovať na rôznych programoch, ako sú predstavenia pri udeľovaní cien, workshopy, krátke kurzy, noci portfólií (prehliadky portfólií), festivaly, umelecké výstavy, výzvy a spoločenské večere/bankety.

ADCN je nezisková organizácia riadená svojimi členmi s počtom vyše 500 členov od rozvíjajúcich sa mladých talentov až po svetových návrhárov. Organizácia spolupracuje s rôznymi partnermi v holandskom a globálnom kreatívnom priemysle.

Klub ADCN je v priestoroch klubovne ADCN: obývačka a pracovný priestor pre holandskú tvorivú komunitu. Je vybavená (mobilnými) zariadeniami pre konferencie a workshopy, má malý bar, salónik a knižnicu a funguje ako divadlo a galéria pre podujatia, festivaly a umelecké výstavy členov ADCN. Priestor je na prenájom a môžu ho používať členovia a partneri ADCN po celý rok. Klub ADCN má svoju základňu v objekte Westergasfabriek v Amsterdame, parku kultúry s historickými továrenskými budovami, a je domovom pre televízne štúdio, priestor galérie, školu dizajnu, kino domu umenia, divadlo, džezový klub, spoločenský klub a viaceré start-upy, tvorivé agentúry, reštaurácie a bary. Slúži tiež ako priestor na prezentáciu špičkových festivalov hudby, umenia, módy, filmu a potravín.

Kreatívny priemysel v Amsterdame je prosperujúce podnikanie. Amsterdam je vnímaný ako liberálny, príťažlivo bohémsky, rozmanitý, anglicky hovoriaci a relatívne cenovo dostupný. To priťahuje čoraz väčší zástup tvorivých ľudí takmer vo všetkých oblastiach tvorivej scény. Mesto má jednu z najlepšie etablovaných stratégií kreatívneho priemyslu vo svete a je dobre známe kvôli mnohým verejným a súkromným iniciatívam na podporu tohto priemyslu.

Úspešný štart ADCN ako neziskovej organizácie riadenej svojimi členmi začína tým, že táto iniciatíva je "vo vlastníctve" samotného tvorivého sektora. Výbor pozostáva z kombinácie tvorivých a marketingových pracovníkov reklamnej a dizajnerskej scény v Amsterdame. Mnohé podujatia a ocenenia sektoru sú vnímané ako najvyššia hodnota pre túto scénu. Ich príjmy pochádzajú z členských príspevkov a z využívania osvedčenej klubovne, popri sponzorských príspevkoch (vrátane holandských nadnárodných spoločností ako Unilever a Heineken). Prítomnosť ADCN vytvára silný miestny ruch, ktorý priťahuje medzinárodnú pozornosť, vytvára ekonomický rast a zviditeľňuje Amsterdam ako živé miesto.

Ďalšie informácie

www.adcn.nl

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• MSP v košickom kraji• Prítomnosť firiem s IKT zameraním, potenciál spolupráci a rastu• Otvorenie SŠ zameranej na reklamu (na Ostrovského ulici, pre 25 žiakov)• Vzdelávanie v IKT, dizajn, grafike v regióne	<ul style="list-style-type: none">• Pre správne fungovanie je potrebná relatívne veľká škála ľudí – film, divadlo, kultúra, fotografia, atď.• Výrazná kumulácia podnikov v Bratislavskom kraji (reklamné agentúry, digitálne a aj PR)• Košický kraj / univerzity / firmy nie sú vpred v nových trendoch
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none">• Čoraz väčšia digitalizácia, rozmach on-line marketingu• Stúpajúce investície do internetovej reklamy• Integrácia s takmer všetkými odbormi a zameraniami• Micro-targeting, t. j. zameranie sa na cieľové skupiny je jednoduchý vďaka čoraz väčšiemu používaniu mobilných zariadení• Uplatnenie pre absolventov veľmi rôznych odborov, masmédiá, humanitné, ekonomické odbory, fotografia, video, technika• Podporovať používanie digitálneho marketingu v podnikateľskom a verejnom sektore, hlavne u kultúrnych inštitúcií.• Podporovať export prostredníctvom digitálneho marketingu	<ul style="list-style-type: none">• Silná konkurencia z Bratislavy• Malý regionálny trh

6. Prílohy

Tabuľka: Najväčšie salespromotion a event marketingové agentúry v SR podľa tržieb a ich najväčšie akcie v roku 2014 (tis. Eur)

		Tržby 2014 (tis. EUR)	Najväčšie akcie za rok 2014
1	GregHampromotions, s.r.o., Bratislava	4580	AvionShopping Park, Rádiu Rocková republika, Projekt Ferrero Česká - eventy
2	MW Promotion, s.r.o., Zvolen	3349	Slovak Telekom - Magio Pláž, Mojepovstanie.sk, ClubMaster 77
3	SalesHouse SK, s.r.o., Bratislava	3295	Coca-Cola - úplný outsourcing obchodných služieb na trhu CZ&SK, Nestlé - interný tím promotérov
4	E-Motion, s.r.o., Bratislava	2850	RebrandingHypernoa - Moja Samoška, LyrecoCashConvention, PilsnerUrquell - Food festivaly, LEGO Festival Bucharest
5	Monarch, a.s., Bratislava	2409	Orange - 15.dobročinný Ples v opere, VUB Nadácia - Maľba roka 2014, Nafta - VIP Event, OMV Slovensko - Roadshow, Lidl Slovenská republika . VP event 2014
6	PromoLand, s.r.o., Bratislava	2133	n
7	CreativePro, s.r.o., Bratislava	1860	Lyreco - LyrecoCashConvention, Bory Mall - Bory MallOpening, SwissRe - SwissReChristmassEvent, TP VisionEurope LV - TP VisionExpeditionEasternLights, FPT Slovakia - In IT Veritas, Slovensko-nemecko obchodná a priemyselná komora - DAS Fest (publicevent)
8	Instituteofpromotion, s.r.o., Bratislav	1778	Slovak Telekom - Vianočný event pre zamestnancov, ZSE - megawatt party pre zamestnancov, JohnsonControlsInt. - Športový event pre zamestnancov + Vianočný event pre zamestnancov, BaumaxSr a ČR - Letná jazda (ATL+BTL), ZSE Energia - promotion na podporu ZSE centier, Slovak Telekom - Organizačná a komunikačná podpora CR projektov
9	4P&P Slovakia, s.r.o., Bratislava	1625	Mondelez - Milka Valentín, Pivovary Topvar - Súťaž so smädným Mníchom
10	BrandAdvertising, s.r., Bratislava	1186	Nadácia Tatra banky - Cena Nadácie Tatra banky 2014
11	Mertel RG Slovoenská republika s.r.o., Bratislava	814	WirtschaftsbundWien - Hofburg - Bnall der WienerWirtschaft, Fiat - Roadshow Fiat 500X, Louis Vuitton - Grand OpeningFendievent, Futureof Urban Mobility
12	S.B.C. Slovensko, s.r.o., Bratislava	758	N
13	ELCOP Bratislava, s.r.o., Bratislava	548	Slovenské firemné hry žizima, leto, Plážové inšpirácie), Zabicyklujte si s Petrom Saganom (publicevent), PEM ExecutiveMeeting HP

Zdroj: Trend Top v reklame a médiách, jún 2015

Tabuľka: Výskumné agentúry (2014)

		Tržby 2014 (tis. EUR)	Tržby 2013 (tis. EUR)
1	TNS Slovakia, s.r.o., Bratislava	6000	5478
2	Gfk Slovakia, s.r.o., Bratislava	5063	4713
3	IPSOS, s.r.o., Bratislava	1581	1792
4		1511	2209
5	Median SK, s.r.o., Bratislava	845	894
6	ACRC, s.r.o., Bratislava	634	474
7	Focus, s.r.o., Bratislava	634	416
8	AKO, s.r.o., Bratislava	291	121
9	KMG International, s.r.o., Bratislava	127	117
10	Agentúra MVK, s.r.o., Bratislava	60	33
	Marketing & Netforce, s.r.o., Bratislava	n	73

Zdroj: Trend Top v reklame a médiách, Jún 2015

Tabuľka: Najväčšie mediálne agentúry v SR podľa tržieb a ich najväčší klienti a klienti získaní v roku 2014 (tis. Eur)

		Tržby 2014 (tis. EUR)	Najväčší klienti v SR a klienti získaní v roku 2014
1	Unimedia, s.r.o., Bratislava,	50977	Billa, Bory mall, consumerFinancial Holding, COTZ, DouweEgberts, Dôvera, Hyundai, Kia, MitsubishiMotors, Orange Slovensko, Prvá stavebná sporiteľňa, Slovnaft, VÚB banka, ZSE Energia + ďalších 200 klientov. 2014: Alza, Bavint, DouweEgberts, OVB Allfinanz SK, Okay Elektrosпотреbiče, PlaneoElektro, SimplyYou, Union, Whirlpool
2	ZenithOptimedia, s.r.o., Bratislava	26772	O2, Tatra Banka, Prima Banka, Nestlé, Sanofi/Zentiva, Toyouta, Lexus, Raiffeisen Bank, Zuno bank, Chipita, Kooperativa, Komunálna poisťovňa, Hasbro, Lactalis, C&A, Oriflame, Tunisko, Areko, Siemens. 2014: Omega Pharma
3	MEC Slovakia, s.r.o., Bratislava Daniel živica	25820	Beiersdorf, ColgatePalmolive, Generali, GroupeBongrain, IKEA, Michelin, Pivovary Topvar, Slovak Telekom, Slovenská sporiteľňa, VISA. 2014: KRKA, PSS
4	UniversalMcCann Bratislava, s.r.o.,	21575	Continental, ČSOB, Diepharmex, Festival Pohoda, GAS Familia, Glenmark, Goodyear, Humanic, Kúpele Trenčianske Teplice, L'Oreal, Mastercard (do marca 2014), MetsaTssue, NN, Poštová Banka, ReckittBenckiser, RedBull, Ringier Axel Springier, Stork, Suzuki, Tchibo, Vitana. 2014: AbbotLaboratories, Jamnica, AirBaltic, Kaqun, L'Oreal, ČSOB, Mindok, Vulm, Medicopress, Update Slovakia, ReckittBenckiser, Oliva
5	MediaCom Bratislava, s.r.o., Bratislava	18802	alza.sk, Baumax, Bayer, Danone, De'Longhi, Deichmann, Dunlop, GSK, Fofer, Holcim, Husquarna, InchebaExpo, Klosterfau, Mars/Wrigley, New Yorker, Nikon, Nutricia, P&C, P&G, PernodRicard Slovakia, Pfiizer, Pilot, Porsche Slovakia (VW, Audi, Seat), Shell, Staropramen, Syrárėň Bel, Škoda Auto Slovensko, Sony, TakkoFashion, Teekane, UniCredit Bank CR and Slovakia. 2014: Dell, Holcim, Chorvátsky turizmus, Kooperativa, Pilot, TEVA
6	OMD Slovakia, s.r.o., Bratislava	16905	AirBerlin, BelFromageries, Citroën, Hasbro, Henkel, Hewlett Packard, HTC, InchebaExpo Bratislava, McDonalds, Möbelix, Nissan, PepsiCo, Peugeot, Pokerstars, Renault, rajo, Sony Playstation, Tipsport, UPC, Wallmark. 2014: BacardiLimited, BelFromageries, Heinz, InchebaExpo Bratislava, TheWaltDisneyVompany, UPC
7	StarmediaCo., s.r.o., Bratislava	13817	4life Direct, Avon, BlackRedWhite, Coca-Cola, Centrum vedecko-technických informácií, Europa2, Funlandia, Golf tour H&M, Hennes&Mauritz, Hartmann, Rico, heineken, Honda Motor Europe, Honda Slovakia, Imperátor, Kaufland, Lindex, mBank, Merck, Microsoft, Nayelektrodom, Novartis, OMV Slovensko, Samsung Electronics, Sandoz, Slovenské pramene a žriedla, Únia nevidiacizhc Slovenska, VSE-RWE Group. 2014: Curadent, Kaufland, Centrum vedecko-technických informácií, Heineken, Imperátor, 4life Direct
8	DentsuAegisNetwork Slovakia, s.r.o., Bratislava	12481	Adidas, Dr. Oetker, Ferrero, GeneralMotors, Hornbach, LEGO, Mondelez, Mastercard, Mattel, REMZ, Cointreau. 2014: Mondelez, MasterCard, RemyCointreau, JYSK, Dr. Max, DeAgostini, Dermacol, Kleenex, YIT, CaptainMorgan
9	PHD, s.r.o., Bratislava	6822	BerlinChemie, Emco, GoodMills, Hero, MDL Expo, Nokia, Panzani, Rauch, SC Johnson, Unilever. 2014: Emco, GoodMills, Nokia, Panzani, SC Johnson
10	Médea Slovakia, s.r.o., Bratislava	6753	Afton (Kofola, Greenswan, Cemio), AXA, Muntfield, Kika, Siko kúpeľne, LineaNivnice. 2014: Kika, LineaNivnice, Emirates
11	Mindshare Slovakia, s.r.o., Bratislava	6373	ASUS, BoehringerIngelheim, BoltonGroup, Grand Optical, Groupe SEB, HELL Energy, IBM, Iveco, Kärcher, Mayda, Muller, Nike, ProfiCredit, Ruukii, Sarantis, SC Johnson, Slovenská pošta, Tesco F&F, Uniwua, UPC Direct. 2014: Osram Tesco F&F, Grand optical, Hopintaxi, Kärcher, AirFrance, HellEnergy, Sarantis, ApolloTyres, Bentianna, Hertz, Lindt, Carpisa, Haribo, Bella, Saxo Bank
12	Panmedia Western, s.r.o., Bratislava	6000	Tchibo, AustrianAirlines, BMW, ProvidentFinancial, Actavis, SHP Group, Omega pharma, Zott, KIKA, PlayElectronic, Schiedel, Weinerberger, Hej SK, Lowe GKG, Creative department, Neuropea. 2014: Zott, SHP, Actavis.
13	Ideamedia, s.r.o., Bratislava	2914	SPP, Union, Wüstenrot, Teta drogéria, Slovenské pramene a žriedla, Senoble - Zvolenský jogurt, Fit tyčinka, BEKO. 2014: Seniorville, ERB, Slovenské pramene a žriedla
14	Branding, s.r.o., Bratislava	1966	n

Zdroj: Trend Top v reklame a médiách, Jún 2015

11. Časť: Kreatívne odvetvia v digitálnom prostredí

Obsah

1. STAV ODVETVIA.....	338
1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska	338
1.1.1 Bližší pohľad na odvetvie PC hier	339
1.1.2 Bližší pohľad na softvérový priemysel	342
1.1.2 Typický podnikateľský model	343
1.2 Stav odvetvia na Slovensku	345
1.2.1 Úvod	345
1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby	347
1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem.....	350
2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI.....	354
2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov.....	354
2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu.....	360
2.3 Mapa regionálnej koncentrácie.....	362
3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA	364
4. Financovanie a best practices	370
4.1 Financovanie.....	370
4.2 Best practices	371
5. SWOT	373

1. STAV ODVETVIA

1.1 Rozvoj odvetvia z medzinárodného hľadiska

Informačno-komunikačný priemysel v Európe

Informačno-komunikačný priemysel, ktorý predstavuje integráciu telekomunikačných zariadení, počítačov, tvorbu softvéru, audiovizuálne systémy a všetky zariadenia, ktoré pomáhajú sprístupniť, skladovať, posilať a upravovať informácie, rástol sústavne od roku 2005 s predpokladaným rastom aj pre rok 2016. Kým v roku 2005 vykazoval globálny obrat 2300 miliárd EUR, v roku 2012 sa zvýšil na úroveň 3169 miliárd²³, pričom predpoveď pre rok 2015 sú vo výške 3800 miliárd EUR.²⁴ Najväčším ťahúňom tohto rastu bude tzv. „3rd Platform“ (tretia platforma), ktorá je postavená na štyroch pilieroch, a sice mobilite (nové mobilné zariadenia), cloudových službách, big dátach a ich analýzach a sociálnom biznise (napr. aplikácie s rôznym sociálnym účelom).²⁵ Fyzické zariadenia, aplikácie a služby sa budú integrovať, čo povedie k jednej z najdôležitejších inovácií, „Internet of Things“, čiže internetu vecí. Vynájdienie týchto inteligentných zariadení ktoré sú navzájom pospájané on-line, otvorí možnosti vývoja veľkého množstva nových IT riešení.²⁶ Okrem rastu tohto odvetvia ako takého treba zdôrazniť fakt, že informačno-komunikačné technológie (ďalej len IKT) zvyšujú efektivitu, umožňujú vytváranie inovácií v ostatných oblastiach a dajú sa označiť za jeden z motorov rastu vyspelých ekonomík. Ročné náklady na vedu a výskum IKT dosiahli v Európe v roku 2009 úroveň 27 miliárd € a predstavovali 17% nákladov európskych firiem na vedu a výskum. Napriek tomu si dáva Digitálna agenda pre Európu (The Digital Agenda for Europe) za cieľ v období 2007 až 2020 zdvojnásobiť firemné aj verejné výdavky na vedu a výskum²⁷.

V Európe bolo v roku 2015 sčítaných cca 400 miliónov užívateľov internetu, čo tvorí cca 79% jej celkovej populácie.

Kreatívny priemysel a digitálny svet

Kreatívny priemysel a digitálny svet sú výrazne prepojené. Drvivá väčšina rastu vygenerovaná dnešným kreatívnym priemyslom je digitálneho charakteru (Booz & Company, 2013).²⁸

²³ <http://www.statista.com/statistics/268584/worldwide-ict-revenue-since-2005/>

²⁴ <http://conversation.cipr.co.uk/2014/12/09/worldwide-ict-market-will-reach-3-8-trillion-2015/>

²⁵ <http://www.idc.com/prodserv/3rd-platform/>

²⁶ <http://conversation.cipr.co.uk/2014/12/09/worldwide-ict-market-will-reach-3-8-trillion-2015/>

²⁷ ICT (Joint Research Centre of European Commission), <https://ec.europa.eu/jrc/en/research-topic/ict-industry-analysis>

²⁸ Booz & Company, 2013, <http://www.strategyand.pwc.com/global/home/what-we-think/reports-white-papers/article-display/digital-future-creative-europe>

Podľa asociácie počítačového a komunikačného priemyslu (The Computer & Communications Industry Association) by mala internetová ekonomika v EÚ rásť 7 krát rýchlejšie ako celkové HDP v EÚ (CCIA, 2014).²⁹ V krajinách G-20 by mala veľkosť internetovej ekonomiky dosiahnuť objem 4,3 trilióna USD v roku 2016 (Nesta, 2013).³⁰

1.1.1 Bližší pohľad na odvetvie PC hier

V posledných rokoch sme mohli sledovať zmeny na trhu počítačových hier, ktoré súvisia hlavne s technologickým vývojom a s tým súvisiacimi zmenami užívateľských návykov. Kým v minulosti boli hlavnými hracími médiami počítače a herné konzoly, dnes pre nich predstavujú konkurenciu smartfóny a tablety.

Spoločnosť Newzoo, ktorá sa zaoberá výskumom herného trhu, očakáva v roku 2015 obrat celého trhu na úrovni 91,5 miliardy USD (celosvetovo), čo predstavuje nárast 9,4% v porovnaní s minulým rokom. V budúcnosti je **očakávaný rastúci trend** a Newzoo odhaduje objem trhu v 2017 na 107 miliárd USD.³¹

Treba mať však na pamäti, že nie všetky odvetvia herného priemyslu rastú rovnako rýchlo, čo je vidieť v *obrázku 1*. Najväčší nárast je možné očakávať pre trh hier na tablety (27%), nasledovaný mobilnými zariadeniami ako smartfónmi ale aj novinkou – inteligentnými hodinami (21%). Hoci aj tradičné subsektory ako hry pre video konzoly a počítače vykazujú rast, je možné konštatovať ich upadajúcu atraktivitu vzhľadom na podpriemerný nárast v porovnaní s celým priemyslom. Niektorí experti si myslia, že tablety a mobily vytvárajú nový priestor na hranie hier a tým pádom zvyšujú celkový čas, ktorý užívatelia strávia hraním hier.

Rovnako treba rozlišovať rast trhu podľa geografických oblastí. Kým napríklad subsektor hier na mobilné zariadenia rástol v roku 2014 v severnej Amerike a Európe na úrovniach 51% a 47%, bol tento nárast v juhovýchodnej Ázii a Číne až 86%.³² Navyše, v roku 2015 sa očakáva, že Čína predbehne doteraz najväčší trh pre celý herný priemysel, USA. Kým Čína narastie o 23% (na úroveň 22,2 miliardy USD), bude tento nárast v USA len 3% (na úroveň 22 miliárd USD).³³

Jednou z príčin prudkého nárastu herných subsektorov pre tablety a mobilné zariadenia je, že na vyspelých trhoch má prakticky každý prístup k smartfónu a väčšina aj k tabletu. Na rozvíjajúcich sa trhoch predstavuje pre užívateľa smartfón často prvé zariadenie, ktoré je pripojené k internetu.

²⁹ CCIA, 2014, <https://www.ccianet.org/2015/07/european-council-presidency-transfers-to-luxembourg-with-key-digital-economy-issues-looming/> resp. 2014 CCIA Manifesto (pdf)

³⁰ Nesta, 2013, NESTA a-manifesto-for-the-creative-economy-april13 (pdf), s. 11, <http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/a-manifesto-for-the-creative-economy-april13.pdf>

³¹ <http://www.gamesindustry.biz/articles/2015-04-22-gaming-will-hit-usd91-5-billion-this-year-newzoo>

³² <http://fortune.com/2015/01/15/mobile-console-game-revenues-2015/>

³³ <http://www.gamesindustry.biz/articles/2015-04-22-gaming-will-hit-usd91-5-billion-this-year-newzoo>

Zakiaľ herná konzola nie je nevyhnutný tovar, smartfón častokrát áno, rovnako ako v mnohých prípadoch tablety. Tieto zariadenia väčšinou nebývajú zakúpené za účelom hrať hry, vďaka čomu privedú na trh nových zákazníkov.³⁴

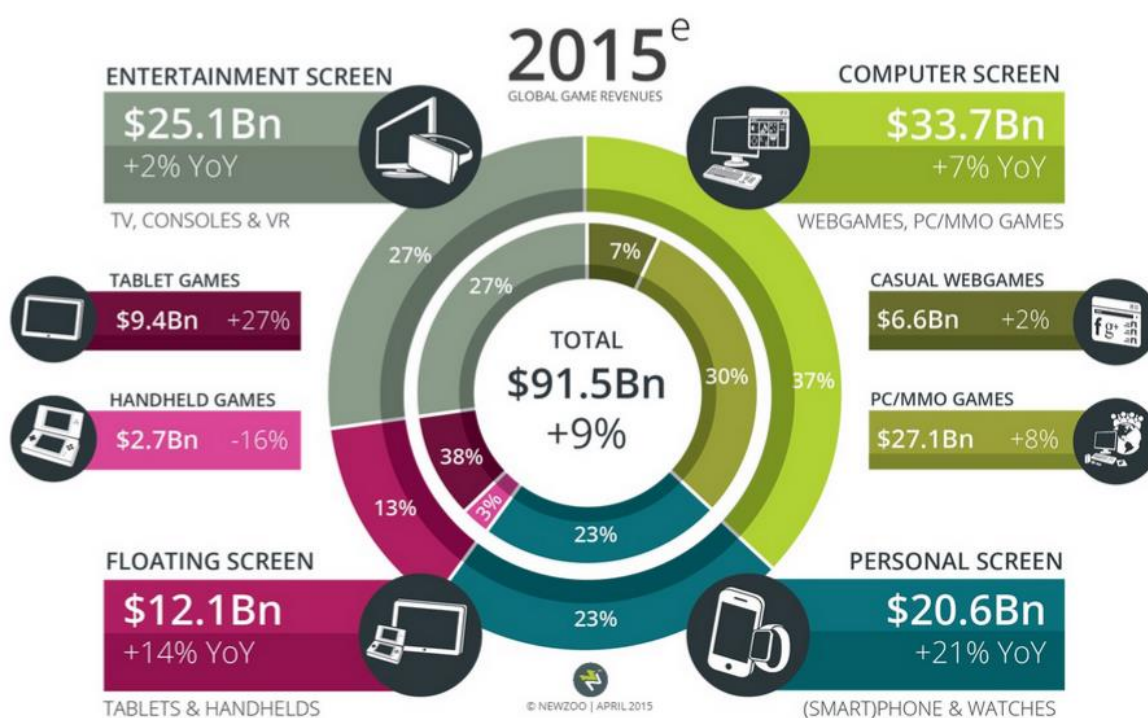
Ďalšími trendmi, ktoré si je treba všímať, sú voľne dostupné hry hlavne na smartfóny a tablety, čím sa mení tradičný business model, kedy zákazník zaplatí za tovar vopred. Voľne stiahnuteľné hry z online obchodov ako Google Play zarábajú napríklad na reklamách, ktoré sa pri hraní zobrazujú. Niektoré hry žiadajú užívateľov o dobrovoľný príspevok, ktorý však nie je podmienkou používania produktu. Ďalšími možnosťami zárobku pri voľne dostupných hrách sú IAPs (In-app purchases), kedy si užívateľ dokúpi ďalší obsah priamo v aplikácii (napr. odomknú sa mu nové funkcie).³⁵ Tieto princípy sa dajú aplikovať aj na ďalšie softvérové aplikácie.

Z pohľadu zamestnanosti vytváral herný priemysel v roku 2003 v EÚ27 asi 5 tisíc pracovných miest, pričom v 2010 to bolo už približne 11 tisíc, čo predstavuje medziročný priemerný nárast na úrovni 13,7%.³⁶

Obrázok č. 1: *The global games market*

The Global Games Market | 2015^e

Per Screen and Market Segment | Year-on-Year Growth



³⁴ <http://fortune.com/2015/01/15/mobile-console-game-revenues-2015/>

³⁵ <https://vungle.com/blog/2015/03/12/6-trends-shaping-the-games-industry-in-2015/>

³⁶ <http://www.strategyand.pwc.com/media/file/The-digital-future-of-creative-Europe.pdf>, p.21

Zdroj:<http://www.gamesindustry.biz/articles/2015-04-22-gaming-will-hit-usd91-5-billion-this-year-newzoo>

Pozornosť treba venovať aj novým, ešte plne nevyužívaným technológiám. Pre novinku Apple Watch, developeri mobilných hier už pracujú na vývoji hier pre tieto „inteligentné hodiny“ a vzhľadom na podobný charakter ako pri smartfónoch sa očakáva nárast tržieb za hry na tieto zariadenia.³⁷ Virtuálne video okuliare môžu zintenzívniť herný zážitok a vrátiť rastúcu popularitu hrám pre herné konzoly adaptovaným na tieto okuliare.³⁸

1.1.2 Bližší pohľad na softvérový priemysel

V roku 2013 boli celosvetové tržby zo softvérov na úrovni 407,3 miliárd USD, čo predstavuje nárast o 4,8% oproti roku 2012. Navyše, v rámci celého IT sa očakáva najrýchlejší rast práve pre softvérový priemysel na úrovni 7,1%, nasledovaný IT consultingom a integráciou systémov na úrovni 6,6% (marketrealist.com).³⁹

Podobne ako v hernom priemysle, sektor softvérov prebieha zmenami, ktoré majú na svedomí nové technologické možnosti. *Mobilné zariadenia* (smartfóny a tablety) stále viac nahrádzajú klasické počítače, čomu sa prispôsobuje aj vývoj softvéru. Do popredia sa dostáva *cloud computing*, nová metóda dodávania softvéru a skladovania dát. Znamená to, že poskytovateľ služby hostí softvérovú aplikáciu na svojich zariadeniach a zákazník k nej má prístup prostredníctvom internetu. V dnešnom globálnom svete vzniká trend *virtuálnych kancelárií*, kedy môžu spolupracovníci jednej organizácie pracovať spoločne zo vzdialených miest na svete, najmä vďaka cloudovým a komunikačným možnostiam, fungujúcim hlavne vďaka internetu. Firmy majú záujem zvyšovať efektivitu svojej práce a získať vďaka softvérovým riešeniam konkurenčnú výhodu, čo sa deje napríklad vďaka systémom ako ERP (Enterprise resource planning – riadenie podnikových zdrojov) alebo CRM (Customer relationship management – manažment vzťahov so zákazníkmi).⁴⁰

Rovnako, rôzne druhy softvérov a s nimi spojených služieb sú stále širšie využívané medzi koncovými užívateľmi – fyzickými osobami. Slúžia na zábavu (napr. vyššie spomínané hry), komunikáciu (chatové aplikácie, sociálne siete), orientáciu (mapy, GPS), vyhľadávanie informácií (plánovač cesty verejnej dopravy, predpoveď počasia) a mnohé ďalšie.

Veľkou hrozbou pre celý softvérový priemysel vrátane hier je pirátstvo. Napriek snahám mnohých vlád a medzinárodných inštitúcií je miera pirátstva alarmujúca. V roku 2013 bolo až 43% všetkého inštalovaného počítačového softvéru bez riadnej licencie. Komerčná hodnota tohto bezlicenčného softvéru bola globálne 62,7 miliardy USD.⁴¹

Open source softvér

³⁷ <https://vungle.com/blog/2015/03/12/6-trends-shaping-the-games-industry-in-2015/>

³⁸ <http://www.inc.com/oscar-raymundo/6-reasons-the-video-game-industry-will-be-disrupted-in-2015.html>

³⁹ <http://marketrealist.com/2014/07/must-know-overview-software-industry-2/>

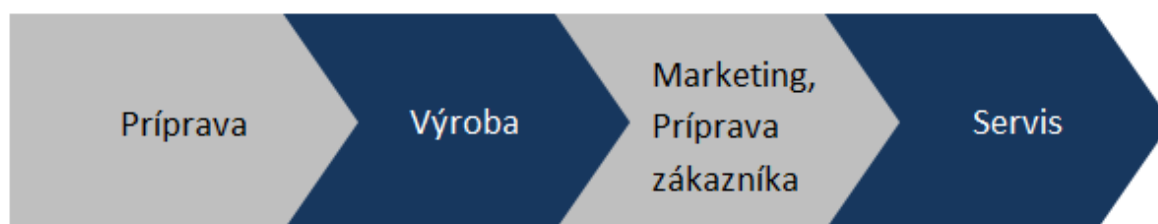
⁴⁰ <http://www.softresources.com/resource-room/software-trends/>
<http://www.goabacus.com/index.php?page=5-growing-it-industry-trends-and-developments>

⁴¹ <http://globalstudy.bsa.org/2013/>

Open source softvér je taký typ SW, ktorého zdrojový kód je prístupný všetkým jeho užívateľom, tak na jeho prehliadanie, ako aj na jeho úpravu. Ak by užívateľ chcel softvér prerobiť, a následne svoju verziu propagovať, či predávať pod svojim menom, musí tento SW mať svoj zdrojový kód uvoľnený ako tzv. Public domain a aj pod GNU General Public Licence (GPL). Európska komisia stanovila svoju stratégiu pre interné používanie open source SW (nakoľko už v súčasnosti Komisia využíva radu open source programov), a síce chce zaviesť implementáciu a používanie open source programov v procese obstarávania. Napríklad v súčasnosti hľadá Komisia developerov pre open source program poskytujúci prístup ku verejným dátam. Bude vytvorená infraštruktúra, ktorej zdrojový kód bude uverejnený v open source depozitári.

1.1.2 Typický podnikateľský model

Na základe rozličných možnostiach iniciácií činností súvisiacich s týmto odvetvím a rôznych typoch zákazníkov, môžu nastať v sektore rôzne biznis modely. Typický biznis model pre softvér je znázornený v diagrame nižšie.



Príprava	Výroba	Marketing, príprava zákazníka	Servis
<ul style="list-style-type: none"> • Vízia • Štúdia uskutočniteľnosti • Koncept • Výber komponentov 	<ul style="list-style-type: none"> • Vytvorenie prototypu • Opakované testovanie • Finálna verzia produktu • Vytvorenie užívateľského manuálu • Nahratie na nosné médium (CD, DVD atď.) • Balenie • ALEBO umiestnenie produktu online 	<ul style="list-style-type: none"> • Nabádanie zákazníka ku kúpe • Výber vhodných distribučných kanálov • Adaptácia produktu pre potreby zákazníka (jazyk, individualizácia,..) • Zaškolenie zákazníkov na prácu s produktom (návod, školenie, video tutoriál, atď.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Produktové aktualizácie • Monitorovanie užívania za účelom optimalizácie produktu • Prenos dát pri prechode na novú verziu produktu

Príprava

Na základe analýzy potrieb trhu a určenia potenciálne úspešného produktu sa na začiatku vytvorí hrubá vízia, náčrt produktu. Neskôr sa štúdiou uskutočniteľnosti zistí, či je produkt za daných podmienok možné realizovať, čiže či a ako by sa dal dosiahnuť definovaný cieľ. Podľa zistených informácií sa vytvorí koncept produktu a jeho výroby, z čoho vyplýva aj vhodný výber komponentov, dodávateľov, ale aj potrebných zamestnancov a externých partnerov.

Napr. developer si vyberie vhodný softvér na výrobu softvéru (programovací jazyk – niektoré sú dostupné zdarma, čo znižuje náklady na výrobu), dodávateľa externej služby (grafika), zamestná vhodných programátorov (ovládajú potrebný programovací jazyk) a pod.

Výroba

Vytvorí sa fungujúci prototyp, ktorý je odvodený od konceptu. Ten však treba najskôr otestovať, aby sa zistilo, či spĺňa potreby zákazníkov. Existuje na to veľa metód (acceptance testing, alpha testing, beta testing,...). Na základe zistených informácií sa vytvorí finálna verzia produktu a k nej prislúchajúci užívateľský manuál. Finálny produkt sa nahrá na prenosné médium (CD/ DVD/ USB a pod.), prípadne sa pripraví na predaj na internete.

Napr. Beta testovanie je forma externého testu užívateľskej akceptácie, kedy sa nefinálna verzia produktu známa ako beta verzia dá do užívania limitovanému počtu užívateľov mimo výrobného tímu. Za účelom ešte lepších výsledkov môže byť beta verzia ponúknutá aj širokej verejnosti, väčšinou na obmedzený čas.

Marketing a príprava zákazníka

Produkt treba spropagovať a presvedčiť zákazníka o jeho kvalitách. Jedná sa o vytvorenie reklamnej stratégie, zvolenie správnych distribučných kanálov, zabezpečenie vhodného predajného personálu, ak je potrebný a určenie správnej ceny, pri ktorej je produkt konkurencieschopný a zároveň maximalizuje zisk. V závislosti od charakteru produktu, treba tento individualizovať a lokalizovať. Jedná sa napr. o preklad programu do príslušného jazyka, často krát realizované prostredníctvom tzv. licencovaných partnerov.

Prípravou zákazníka sa myslí naučenie zákazníka správne zachádzaniu s produktom, čo sa odzrkadlí na zvýšenom úžitku, úspore času a nakoniec spokojnosti klienta. Dá sa to dosiahnuť viacerými spôsobmi, napr. obvyčajným ovládacím manuálom, náučným videom alebo v prípade komplikovanejšieho produktu školením, tiež buď prostredníctvom licencovaných partnerov, roznych tréningovo-vzdelávacích inštitúcií.

Servis

Pre zabezpečenie aktuálnosti a umožnenie využívať najnovšie funkcie produktu aj po jeho zakúpení je potrebné produkt pravidelne aktualizovať. Je dobré, ak aktualizácia prebieha automaticky z iniciatívy poskytovateľa a zákazník nemá starosti navyše. Tak isto je potrebné monitorovať a vyhodnocovať fungovanie produktu za účelom maximalizácie jeho efektívnosti. Ak sa klient rozhodne prejsť na novú

verziu produktu (viac ako len aktualizácia), treba zabezpečiť transfer všetkých relevantných dát zo starého do nového systému.

Napr. niektoré softvérové produkty umožňujú pri nesprávnom fungovaní odoslať protokol o chybe výrobcovi. Ten situáciu analyzuje, ak takýto protokol odošle viacero užívateľov, môže na vzniknutý problém reagovať.

1.2 Stav odvetvia na Slovensku

1.2.1 Úvod

Podľa štúdie BCG „Online šanca pre Slovensko“ (2012)⁴² má slovenská internetová ekonomika rásť tempom 12% ročne a v roku 2016 by mala dosiahnuť 4,5 % úrovne HDP. V roku 2012 to bolo asi 3,3% HDP. Pre pripomenutie, digitálna penetrácia, t. j. zjednodušene počet užívateľov internetu na Slovensku je približne 71% z celkovej populácie republiky. Podľa správy od Neulogy (2013)⁴³ je ešte prienik oblastí digitálnej ekonomiky a kreatívneho priemyslu relatívne malý, no vďaka obrovskému rastovému potenciálu obidvoch segmentov sa stále zväčšuje. Napriek tomu je prínos kreativity pri vytváraní digitálnych produktov a služieb nenahraditeľný, nakoľko často krát dizajn a užívateľská použiteľnosť sú rozhodujúce.

V oblasti IT, softvér a počítačové služby bolo v roku 2014 zaregistrovaných 3416 firiem, z toho 1868 sa zaoberalo počítačovým programovaním. Prevažujú malé firmy so žiadnym zamestnancom (42.9%), naopak, podiel s 250 a viac zamestnancami tvorí absolútne minimum firiem (0,4%).⁴⁴

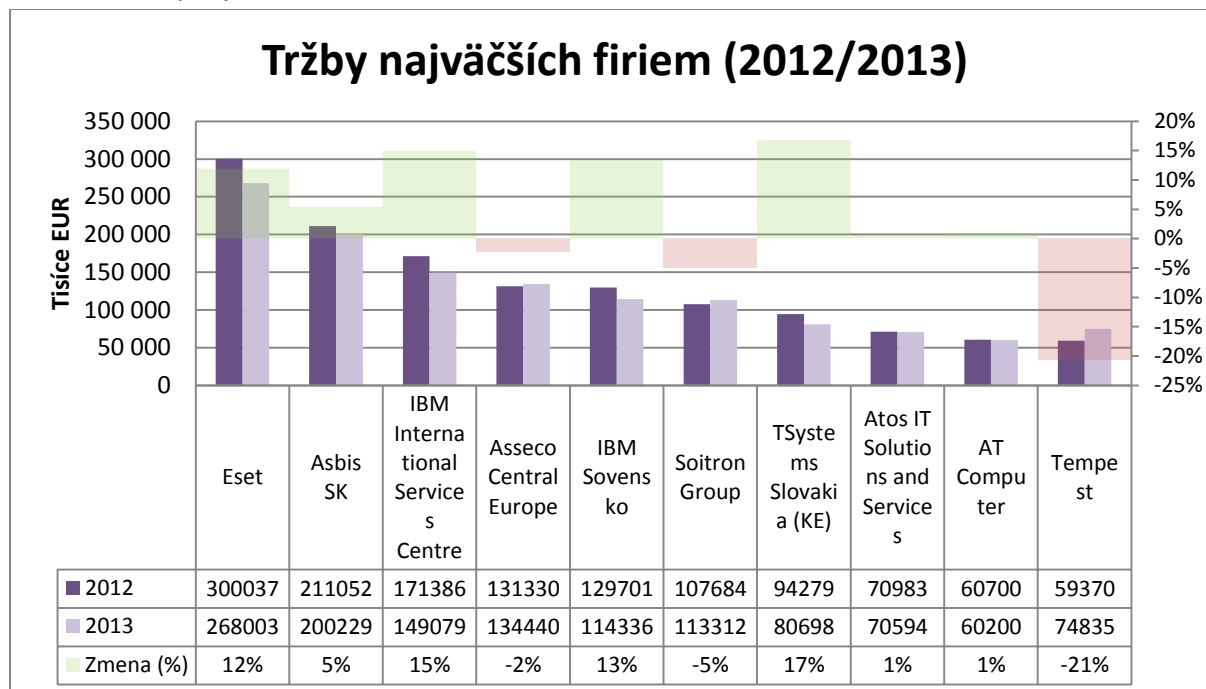
Celkový nárast tržieb za roky 2012 a 2013 je 5,6%. V prípade len 10 najvýznamnejších podnikov je to približne 3,85%. Celkové tržby všetkých týchto firiem je cca 2,3 miliardy eur čo činí rast cca 6% oproti predošlému roku. Lídrom v obratoch je firma Eset, ďalej firma Asbis zameraná na predaj elektroniky rôznych druhov, IBM IN Services Centre.

⁴² http://www.onlinesanca.sk/pdf/BCG_Slovakia_Online_Slovak_Sep_2012.pdf

⁴³ http://www.culture.gov.sk/extdoc/5040/sprava-kreativny-priemysel_MKSR_Neulogy, Neulogy pre MKSR, 2013

⁴⁴ https://www.siea.sk/materials/files/inovacie/publikacie/publikacia_Moznosti_rozvoja_kreativneho_priemyslu_web_SIEA.pdf, p.37

Graf č. 1: Tržby najväčších IKT firiem na Slovensku



Zdroj: IT Ročenka 2014

Podľa oficiálnych zdrojov (podľa SK NACE kódovania) je v oblasti 58.21.0 Nakladateľstva PC hier na Slovensku registrovaný iba podnik Hussar Games Slovakia, s.r.o. Šamorín, s obratom cca 8.000 eur. Na základe kvalitatívneho prieskumu boli identifikovaní dvaja hlavní aktéri – Pixel a Cauldron.

PIXEL FEDERATION

Firma Pixel Federation (www.pixelfederation.sk), založená v roku 2007 so sídlom v Bratislave je zameraná výhradne na tvorbu online webových (aj facebookových) a mobilných hier. Evidenciu podľa NACE kódov majú ako Počítačové programovanie (62.01.0). Ich tržby sa za posledné 4 roky zvýšili z cca 2,7 milióna eur na cca 13,8 milióny eur a zisk vykázaný za rok 2014 bol 2 904 694 eur. Zaujímavosť je, že jeden zo zakladateľov (Š. Šicko) vyštudoval architektúru. Ako absolvent pôsobil vo vyštudovanom odbore, v ktorom dosiahol aj niekoľko ocenení, ale postupne hľadal rôzne alternatívy, „pri ktorých človek nemusí robiť až také množstvo kompromisov“. Jednou z nich bola aj práca v IT ako dizajnér webových stránok. Keď však v roku 2003 prišla možnosť prejsť do herného priemyslu, sa presadil ako vedúci dizajnér špičkových hier nemeckého výrobcu, ktoré vyvíjala slovenská firma. Tu naplno využil architektonické skúsenosti v spojení s vášňou pre hry – navrhoval scény a kulisy počítačových hier.⁴⁵

Cauldron

⁴⁵ PROFIT 23/2012

Spoločnosť Cauldron vznikla v roku 1996 ako spojenie troch ľudí. Dnes toto herné štúdio má za sebou už 19 herných titulov. V súčasnosti je u nich zamestnaných viac ako 60 ľudí a spolupracujú s viac ako 35 ďalšími organizáciami v sektore. Ich najväčšie tituly sú napríklad hra Pro Hunts, čo je poľovnícky simulátor, alebo podobný titul Jurassic: T.H. V dnešnej dobe pracujú na priebežnom vývoji hry DayZ, ktorá je robená na motív amerického apokalyptického filmu Day Z. Ich tržby za roky 2010 až 2012 stúpili z cca 2,5 mil. eur na 3,4 mil. eur.

ITAS

Čo sa týka profesionálnej organizácie odvetvia, je hlavné združenie ITAS - IT Asociácia Slovenska, profesijným združením najvýznamnejších domácich a zahraničných spoločností pôsobiacich v oblasti informačných a komunikačných technológií.

ITAS bol založený v septembri 1999 ako záujmové združenie právnických osôb, v súčasnosti združuje do 90 podnikov z oblasti IKT. Členovia ITAS prispievajú k sproduktívneniu fungovania spoločnosti aplikáciou informačno-komunikačných technológií do života.

Viac informácií na: www.itas.sk

1.2.2 Mzda, zamestnanosť a tržby

Priemerná mesačná nominálna mzda vo vybraných trhových službách za SR od 2010 -2014

V poradí tretie medzi najlepšie platenými vybranými službami skončilo odvetvie informácií a komunikácií. Od roku 2010, kedy bola priemerná mesačná nominálna mzda najnižšia spomedzi pozorovaných rokov a to vo výške 1 572 Eur nastalo obdobie rastu. Rok 2011 bol charakteristický rastom mzdy o vyše 10% na 1 736 Eur a až do roku 2014 sa pohybovala 1 736 – 1 762 Eur. Druhou najvyššie ohodnotenou vybranou profesiou sa stali telekomunikácie. Od roku 2010 evidujeme nárast z 1 725 Eur na 1 933 Eur v roku 2012. Naopak v roku 2013 priemerná mesačná mzda poklesla na úroveň 1 815 Eur a najvyššiu hodnotu v tomto odvetví zaznamenala v roku 2014, až 1 982 Eur. Najvyššie hodnoty boli zaznamenané v odvetví počítačového programovania, počítačového poradenstva a s tým súvisiacich služieb. Najvyššia priemerná mesačná nominálna mzda dosahuje hodnotu 2 008 Eur a to v roku 2010. Nasledujúce roky klesala až kým v roku 2014 poklesla o vyše 11% a dosiahla hodnotu 1 784 Eur. Rastúcu priemernú nominálnu mzdu v rokoch 2010 až 2014 sledujeme v informačných službách. Z hodnoty 1 446 Eur v prvom roku pozorovania dosiahla svoj vrchol v roku 2014 v hodnote 1 750 Eur. Percentuálne mzda narástla o 17%.

Tabuľka č. 1: Mesačné mzdy v odvetviach

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 018	985	1 033	1 101	1 119
Reklama a prieskum trhu	1 262	1 256	1 251	1 209	1 152
Umenie, zábava a rekreácia	630	640	639	630	601
Informácie a komunikácia spolu	1 572	1 736	1 743	1 762	1 742
Nakladateľské činnosti	854	1 232	1 198	1 190	1 155
Výroba filmov	527	1 274	1 206	1 279	908
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	1 651	1 508	1 546	1 620	1 599

Telekomunikácie	1 725	1 785	1 933	1 815	1 982
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	2 008	1 939	1 866	1 871	1 784
Informačné služby	1 446	1 466	1 468	1 681	1 750

Zdroj : Štatistický úrad SR

Priemerný počet zamestnaných osôb vo vybraných trhových službách za SR od 2010-2014

Najvyšší počet zamestnaných osôb bolo v sledovanom období zaznamenaných v odvetví informácií a komunikácii. Až na rok 2012, kedy sledujeme mierny pokles, je zaznamenaný rast na úroveň 49 276 zamestnancov v roku 2014. Oproti roku 2010 to je 20 % nárast. Veľmi malé zmeny v počte zamestnancov sledujeme v telekomunikáciách. Rok 2013 bol tento sektor najžiadanejší a pracovalo v ňom 10 225 osôb. Naopak predošlý rok 2012 je charakteristický najnižším počtom pracovníkov - 9 447. V ostatných rokoch sa počet rapídne nemení, ostáva v rozmedzí medzi rokom s najnižším a najvyšším počtom zamestnancov. Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby neboli do roku 2010 lákavé pre ľudí. Ich počet na začiatku bol 11 930 až po zlomový rok 2011 v ktorom stúpol o 37% na 18 993. Postupným stúpaním v nasledujúcich rokoch finálne dosiahlo toto odvetvie 23 816 pracovníkov v roku 2014, čo predstavuje zvýšenie o 50% oproti prvému pozorovanému roku. Priemerný počet zamestnaných osôb v informačných službách sa pohybuje okolo 6 600 zamestnancov až na rok 2012, kedy dosahuje minimum a to 6 175 a na rok 2014 s rastom osôb o 9% na 7 296.

Tabuľka č. 2: Priemerné počty zamestnancov v odvetviach

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	17 493	18 234	18 914	20 741	20 926
Reklama a prieskum trhu	8 114	8 668	8 869	9 618	11 406
Umenie, zábava a rekreácia	9 623	11 087	11 773	12 538	12 747
Informácie a komunikácia spolu	39 211	43 417	45 707	45 309	49 276
Nakladateľské činnosti	8 525	5 827	6 247	4 999	5 645
Výroba filmov	2 017	1 742	1 371	945	1 782
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	501	785	673	627	513
Telekomunikácie	9 546	9 509	9 447	10 256	10 225
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	11 930	18 993	21 794	21 808	23 816
Informačné služby	6 692	6 561	6 175	6 674	7 296

Zdroj : Štatistický úrad SR

Tržby za vlastné výkony vo vybraných trhových službách za SR od 2010-2014

Vysoké hodnoty tržieb dosahuje odvetvie informácií a komunikácie. Takmer 4,5 miliardy Eur v roku 2010 sa podarilo pracovníkom tohto odvetvia premeniť na tržby vyššie ako 5,6 miliardy. Každoročný rast zabezpečil tomuto odvetviu prvenstvo vo výške dosiahnutých tržieb. Telekomunikácie boli druhým najvýnosnejším odvetvím do roku 2013, kedy ich predbehlo odvetvie počítačových programovaní, poradenstva a súvisiacich služieb. Jediným odvetvím s klesajúcim charakterom sú práve telekomunikácie, ktorých tržby v roku 2010 dosahovali 2 169 189 557 Eur a v roku 2014 o 105 miliónov menej. V informačných službách dosahovali firmy rastúce tržby od roku 2010 do roku 2013, kedy nastal obrat a tržby začali klesať. Začiatočná hodnota sa rovnala 371 205 781 Eur, čo jej zabezpečilo siedme miesto v rebríčku.

Tabuľka č. 3: Tržby z predaja tovarov a služieb v odvetviach

	2010	2011	2012	2013	2014
Architektonické a inžinierske činnosti	1 057 961 077	1 205 626 648	1 433 405 835	1 681 523 672	1 593 016 627
Reklama a prieskum trhu	914 819 899	1 092 725 074	1 245 793 582	1 396 497 587	1 467 818 381
Umenie, zábava a rekreácia	1 289 052 697	1 473 884 942	1 677 625 144	1 736 582 737	1 861 233 466
Informácie a komunikácia spolu	4 457 831 782	4 891 023 087	5 186 660 961	5 434 516 554	5 613 901 128
Nakladateľské činnosti	347 173 461	379 876 610	401 074 315	317 262 847	358 276 125
Výroba filmov	127 040 128	204 891 505	223 889 886	152 985 110	169 002 682
Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	93 122 389	114 270 634	105 478 128	98 034 049	93 881 049
Telekomunikácie	2 169 189 557	2 139 265 528	2 126 078 869	2 091 869 168	2 063 669 841
Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby	1 350 100 467	1 653 257 825	1 859 673 189	2 191 106 937	2 379 127 225
Informačné služby	371 205 781	399 460 985	470 466 574	583 258 442	549 944 206

Zdroj : Štatistický úrad SR

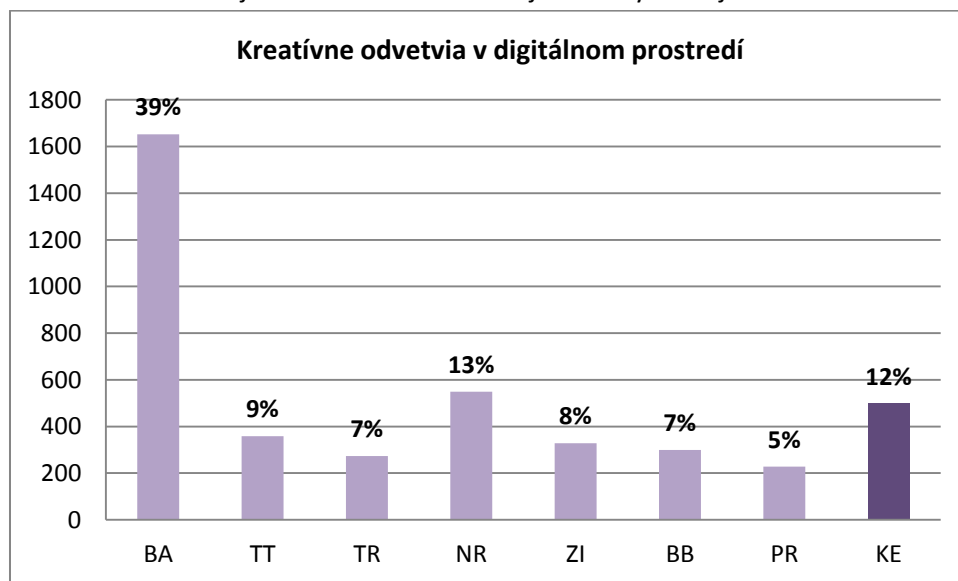
1.2.3 Kvantitatívna analýza počtu firiem

V rámci kreatívnych odvetví v digitálnom prostredí sledujeme nasledujúce kódy SK-NACE:

Kód SK-NACE	Názov
58.21.0	Nakladateľstvo v oblasti PC hier
58.29.0	Ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru
62.01.0	Počítačové programovanie
62.02.0	Poradenstvo týkajúce sa počítačov

Počet subjektov v danom odvetví za SR v porovnaní s jednotlivými kraji

Graf č. 2: Počet subjektov v odvetví v rámci jednotlivých krajov



V rámci kreatívnych odvetví v digitálnom prostredí pôsobí najviac subjektov v Bratislavskom kraji – 39% , naproti tomu Košický kraj má v počte subjektov v danom odvetví takmer tretinový podiel -12%. O 1% viac podnikov sa nachádza v Nitrianskom kraji. Ostatné kraje sú podielovo v rozpätí 5%-9% , najmenšie zastúpenie v počte subjektov má Prešovský kraj-5%.

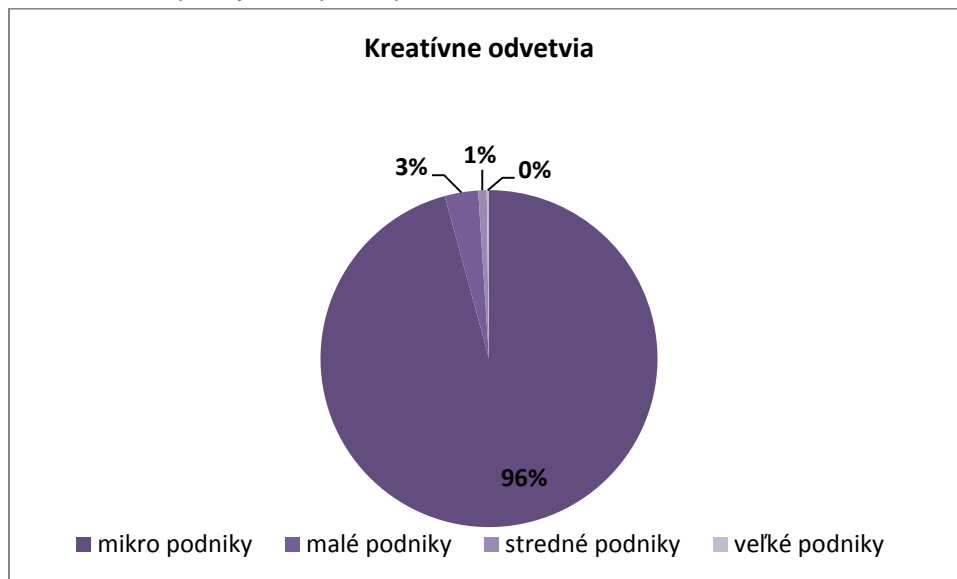
Tabuľka č. 4: Prehľad počtu subjektov podľa hlavnej činnosti k 31.12.2014

SK-NACE	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
58.21	-	-	1	-	-	-	-	1	2
58.29	7	2	1	-	2	-	3	4	19
62.01	1178	262	175	211	193	157	135	236	2547
62.02	468	95	97	338	133	142	90	257	1620

Najviac subjektov pôsobí na Slovensku v oblasti počítačového programovania s celkovým počtom 2547 z toho až 1178 v Bratislavskom kraji . V Košickom kraji sa nachádza 236 podnikov tohto typu Najmenej týchto podnikov evidujeme v Prešovskom kraji – 135.V oblasti poradenstva týkajúceho sa počítačov podniká spolu 1620 subjektov, z čoho najviac v Bratislavskom kraji – 468 , Nitrianskom kraji – 338 a v Košickom kraji – 287 podnikov. Z 19ich podnikov venujúcich sa ostatnému nakladateľstvu v oblasti PC hier pôsobí 7 v Bratislavskom kraji , 4 v Košickom kraji , 3 v Prešovskom kraji 2 podniky v Trnavskom a Žilinskom kraji a 1 podnik v Trenčianskom kraji. Najmenej subjektov má ako hlavnú činnosť podnikania nakladateľstvo v oblasti PC hier , na Slovensku v tomto obore pôsobia 2 podniky – jeden v Prešovskom a jeden v Košickom kraji.

Počet subjektov podľa počtu zamestnancov

Graf č. 3: Počty subjektov podľa počtov zamestnancov



Podľa počtu zamestnancov sa delia podniky na mikropodniky (0 až 9 zamestnancov, vrátane podnikov s nezisteným počtom zamestnancov). Malé podniky (10 až 49 zamestnancov) stredné podniky (50 až 249 zamestnancov) a veľké podniky (250 a viac zamestnancov). Toto delenie vychádza zo ŠUSR. Mikropodniky majú v kreatívnych odvetviach väčšinový – 96%-ný podiel, malé podniky tvoria 3% a stredné podniky 1% z celkového počtu.

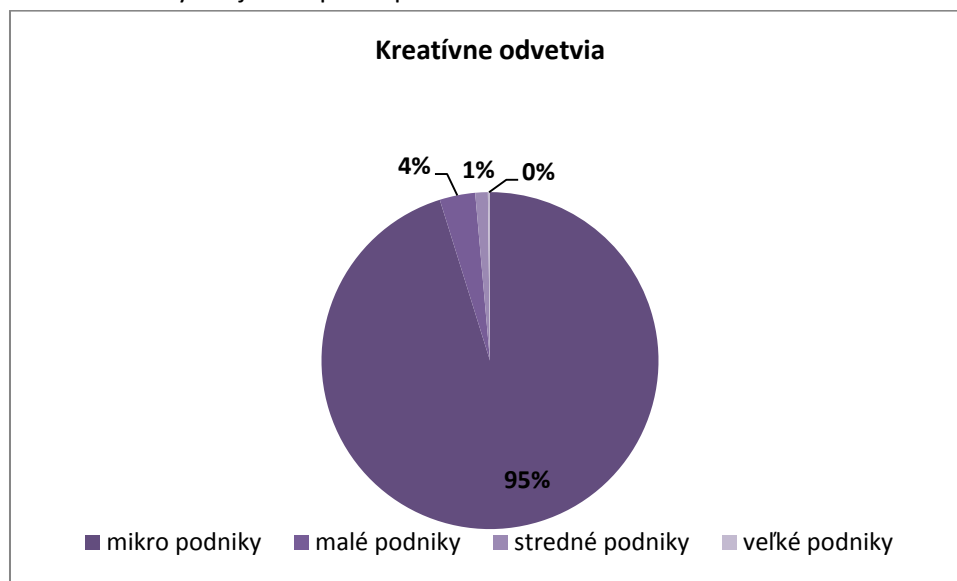
Tabuľka č.5: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v jednotlivých krajoch

	BA	TT	TR	NR	ZI	BB	PR	KE	Spolu
mikro podniky	1542	352	267	541	316	294	225	474	4011
malé podniky	79	7	6	7	11	4	3	17	134
stredné podniky	26	-	1	-	-	1	-	6	34
veľké podniky	6	-	-	1	1	-	-	1	9
spolu	1653	359	274	549	328	299	228	498	4188

Pri pohľade na počet podnikov podľa počtu zamestnancov v jednotlivých krajoch Slovenska v absolútnom vyjadrení možno vidieť, že spomedzi 4188 všetkých podnikov sa 1653 nachádza v Bratislavskom kraji, pričom väčšina sú mikropodniky – 1542, okrem toho tu evidujeme 79 malých podnikov, 26 stredných podnikov a 6 veľkých podnikov. Pomerne menší počet subjektov pôsobí v danom odvetví v Košickom kraji, kde zo 498 všetkých podnikov je 474 mikropodnikov, 17 malých podnikov, 6 stredných podnikov a 1 veľký podnik. Významný počet subjektov podnikajúcich v kreatívnych odvetviach v digitálnom prostredí nájdeme aj v Nitrianskom kraji. Pôsobí tu až 541 mikropodnikov, 7 malých podnikov a 1 veľký podnik.

Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v Košickom samosprávnom kraji

Graf č. 4: Počty subjektov podľa počtov zamestnancov v KSK



Pri analýze Košického kraja je možno vidieť, že 95% všetkých podnikov tvoria mikropodniky. Malé podniky sú zastúpené 4 % a zvyšné 1% tvoria stredné podniky.

Tabuľka č.6: Rozdelenie sektora podľa počtu zamestnancov v Košickom samosprávnom kraji

SK NACE	mikro				malé				stredné			veľké
	ne	0	1	2	3-4	5-9	10-19	20-24	25-49	50-99	100-149	250-499
58.21	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
58.29	-	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
62.01	68	81	43	15	10	5	6	1	4	3	-	-
62.02	64	115	41	11	8	8	6	-	-	2	1	1
spolu	132	199	86	26	18	13	12	1	4	5	1	1

Najviac podnikov v Košickom kraji tvoria mikropodniky s 0 zamestnancami (199), pričom väčšina z nich pôsobí v poradenstve týkajúceho sa počítačov (115) a v oblasti počítačového programovania (81). Rovnako je to v prípade mikropodnikov s jedným zamestnancom, kde z 86 podniká v daných dvoch činnostiach 43 a 41 subjektov. Spomedzi malých podnikov evidujeme v Košickom kraji 12 podnikov s 10 – 19 zamestnancami, ktoré sa v rovnakom pomere venujú tým istým činnostiam ako mikropodniky, 5 stredných podnikov s 50 – 99 zamestnancami a 1 veľký podnik s 250 – 499 zamestnancami venujúci sa poradenstvu týkajúceho sa počítačov.

V odvetví súvisiacom s tvorbou softwaru má jednoznačne najsilnejšiu pozíciu zahraničná firma Assec Central Europe, ktorá so svojimi tržbami (takmer 50 mil. eur) spolu s firmou Oracle Slovensko (obrat cca 35 mil. eur) tvoria jasných lídrov na trhu. Obe firmy sa zameriavajú na tvorbu a poskytovanie SW pre spoločnosti v rôznych odvetviach (bankové, poisťovnícke, pre verejnú správu, či zdravotníctvo).

2. HLAVNÍ AKTÉRI V KOŠICKOM KRAJI

2.1 Hlavní aktéri podľa štatistických údajov

Kreatívne odvetvie v digitálnom prostredí je relatívne mladé, nakoľko rozvoj informačných technológií je nová, veľmi rýchlo rozrastajúca sa aktivita. Tieto firmy sú zamerané hlavne na poskytovanie programovacích odborností, v ďalšom rade na poskytovanie poradenstva v oblasti IT a aj na tvorbu a vydávanie PC hier.

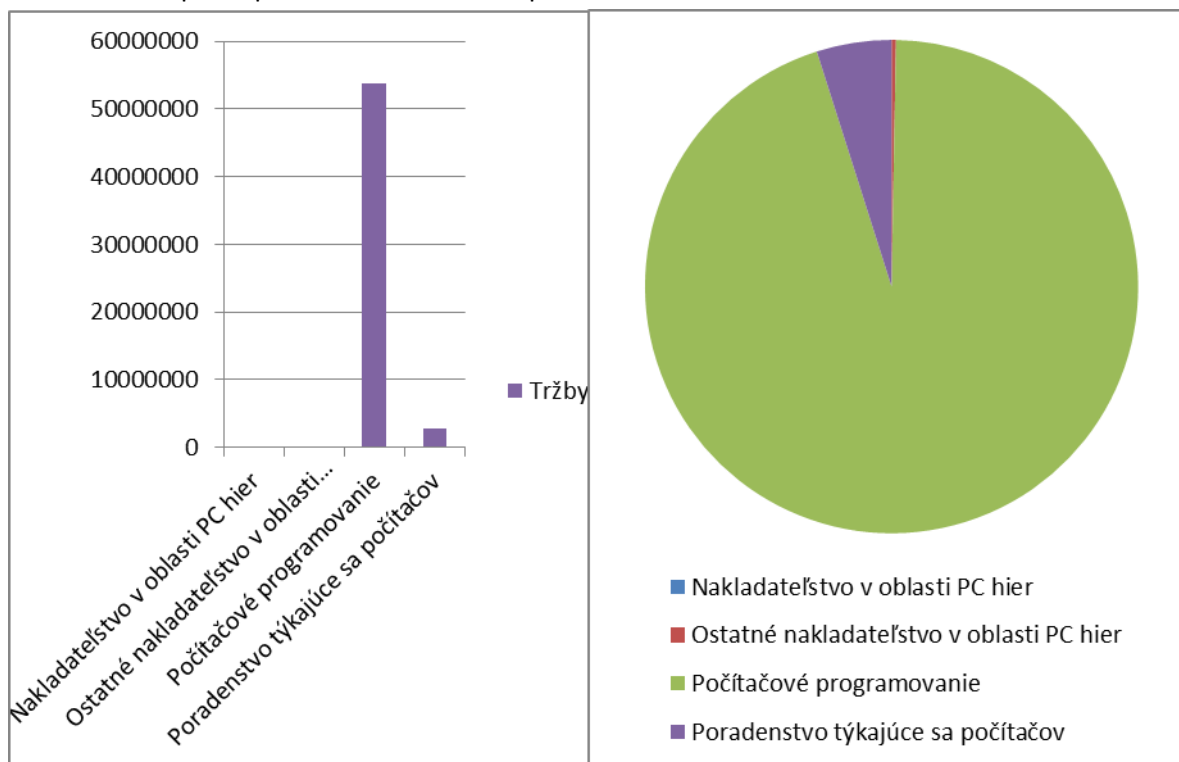
Nachádzajú sa tu firmy v počte 7 iba v rámci sektoru 58.29.0 – Ostatné nakladateľstvo v oblasti PC hier. Najrozvinutejšie sú ostatné dva sektory v počte podnikov, kde je registrovaných až 256 podnikov v sektore PC programovania a 100 v sektore IT poradenstva. Podniky sa primárne zaoberajú PC poradenstvom a IT službami ako rôzne formy outsourcingu, IT bezpečnosti, Business Intelligence riešeniam a pod.

Tabuľka č. 7: SK-NACE v Kreatívnom odvetví v digitálnom prostredí

Kód SK-NACE	Názov
58.21.0	Nakladateľstvo v oblasti PC hier
58.29.0	Ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru
62.01.0	Počítačové programovanie
62.02.0	Poradenstvo týkajúce sa počítačov

V tomto odvetví sa najviac uchytilo Počítačové programovanie kde ich tržby dosiahli celkovú sumu 53 698 877 Eur, čo udáva približne 95% v Košickom kraji.

Graf č. 5: Zastúpenie podnikov v odvetviach podľa ich tržieb



V SK NACE 58.21.0 – Nakladateľstvo PC hier nie je síce uvedený žiaden podnik, avšak, podľa kvalitatívneho zistenia treba dať do pozornosti 3 spoločnosti pôsobiace v tomto sektore, avšak podľa ich NACE kódov nepatria do nakladateľstva PC hier (58.21.0), ale dve z nich do počítačového programovania (62.01.0), a tretia do ostatných činností súvisiacich s IT (62.09.0), a síce **Games Farm, Matsuko a Fishcow**.

Firma Games Farm je spoločnosť, ktorá sa zaoberá tvorbou online hier v ktorých je možné si zakupovať bonusy, čo činí jeden z ich príjmov. Ďalší príjem je tvorený z poskytovania peňažných automatov. Firma je v kooperácii s väčšími, nadnárodnými hernými spoločnosťami. Jej tržby sú 567 375 eur, s neznámym počtom zamestnancov.

Firma Matsuko, s tržbami vo výške 319 571 eur s neznámym údajom o zamestnancoch (2014; v roku 2013 bolo uvedených 5 zamestnancov). Táto spoločnosť je výnimočná svojimi aktivitami, a síce tvorbou 3D real-time aplikácií, touchscreen a online aplikácií. Ich zvláštnosťou je stereoskopia, t. j. 3D vizualizácia pre človeka za pomoci interaktívnych okuliarov a takisto vyvíjajú aplikácie ovládané gestikuláciou rúk.

Ďalej firma Fishcow je malá, nezávislá, ale známa spoločnosť, tvorená tiež nezávislými programátormi a hernými dizajnérmi. Preslávila webovou hrou Gomo. Tržby má vo výške 7 893 eur, s uvedeným 1 zamestnancom.

V SK NACE 58.29.0 – Ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru je v Košickom kraji registrovaných iba 6 podnikov s tržbami do 65 000 eur. Ako prvá spoločnosť, uvedená v zozname s najvyššími tržbami je VÚSL Košice. Ďalej je tu firma NETDATAVISION, ktorá je zameraná na servis a implementáciu informačného softvéru, pre stredné a veľké firmy. Primárne je orientovaná na nemecký trh. Firma UTILIS, respektíve jej aktivity sú zamerané na tvorbu a servis reštauračných a hotelových informačných systémov.

Tabuľka č. 8: SK-NACE 58.29.0 – Ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Výskumný ústav stavebnej informatiky, s.r.o., v skratke: VÚSI, spol. s r.o.	Košice	5-9	63 383.00	-7 525.00
NETDATAVISION s.r.o.	Michalovce	0	56 963.00	6 631.00
UTILIS, spol. s r.o.	Košice	1	40 142.00	95.00
DenciSoft s.r.o.	Košice	nezistený	2 821.00	1 835.00
ReNew s.r.o.	Košice	nezistený	0.00	-166.00
IR Software s.r.o.	Michalovce	nezistený	0.00	-480.00

V SK-NACE 62.01.0 – Počítačové programovanie je na rozdiel od predošlých dvoch skupín obrovský počet registrovaných podnikov, a síce 256. Jednoznačným lídrom na trhu je firma NESS KDC, s.r.o., ktorá ako jediná v sektore dosiahla tržby nad 10 mil. eur s počtom zamestnancov spadajúcim do kategórie 250 až 499 zamestnancov. Táto firma sa primárne zaoberá outsourcingom, cloudovými službami a IT bezpečnosťou.

Tabuľka č. 9: SK-NACE 62.01.0 – Počítačové programovanie, tržby nad 1 mil. eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
NESS KDC, s.r.o.	Košice	250-499	10 975 821,00	973 557,00
Novitech Tax, s.r.o.	Košice	25-49	5 452 283,00	1 543 570,00
VSL Software, a.s.	Košice	50-99	4 610 497,00	360 299,00
PROCESNÁ AUTOMATIZÁCIA a.s. Košice	Košice	50-99	4 193 462,00	1 214,00
BE-SOFT a.s.	Košice	50-99	2 900 632,00	233 531,00
ICOS, a.s. Košice	Košice	25-49	2 650 008,00	24 562,00
DATAKON s.r.o.	Košice	5-9	2 000 744,00	94 739,00
GlobalLogic Slovakia s.r.o.	Košice	50-99	1 577 704,00	59 613,00
Software AG Development Center Slovakia, s.r.o.	Košice	25-49	1 476 013,00	69 870,00
EKOSOFT, spol. s r.o.	Košice	20-24	1 111 762,00	123 703,00

V SK-NACE 62.02.0 Poradenstvo týkajúce sa počítačov je takisto zaregistrovaných relatívne veľa podnikov s obratom do 600 000 eur, dokopy ich je 100. Najvýznamnejší hráči sú firmy BIS s.r.o. Košice a Najavo, s.r.o. aktívna v oblasti individuálnych riešení pre klientov, štatistických ; obe firmy ako jediné s obratmi nad 500 000 eur.

Tabuľka č. 10: SK-NACE 62.02.0 Poradenstvo týkajúce sa počítačov, tržby nad 100 000 eur. (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
BIS s.r.o. Košice	Košice	3-4	561 657,00	-23 467,00
Najavo, s.r.o.	Košice	5-9	553 536,00	11 934,00
Datalink SW s.r.o.	Košice	1	272 993,00	36 299,00
GNOMA, s.r.o.	Michalovce	3-4	219 033,00	241,00
DALNet s.r.o.	Michalovce	3-4	162 123,00	84,00
VINTAGE s.r.o.	Lieskovany	3-4	117 634,00	50 268,00

Pre lepší pohľad na podnikateľský sektor v regióne treba spomenúť, že niektoré firmy majú veľmi široké portfólio služieb a tovarov a tým pádom sú registrované pod inými SK NACE kódmi. Keďže je nutné brať do úvahy celý regionálny potenciál v oblasti IKT, uvádzame aj ďalšie SK NACE kódy.

Podniky sú uvedené nižšie v tabuľke č. XY spadajúcich do SK NACE 26.00.0 – Výroba počítačových, elektronických a optických výrobkov s tržbami nad 100 000 eur. Jasnými lídrami sú firmy Panasonic AVC Networks – zariadenia spotrebnej techniky, Slovakia a Sez Krompachy – elektrotechnika. Dôležitým podnikom v sektore je firma Antik Technology, so sídlom v Košiciach, ktorá je zameraná na poskytovanie streamingových serverov, IPTV riešenia (poskytovanie digitálnej televízie) aj pre operátorov, poskytovaním set-top boxov, a celkovo poskytovaním televízneho signálu. Zamestnanci tejto spoločnosti sú uvedení v materskej firme spoločnosti Antik Telecom, ktorá je uvedená v tabuľke s SK NACE 61.00.0 – Telekomunikácie.

Tabuľka č. 11: SK-NACE 26.00.0 - Výroba počítačových, elektronických a optických výrobkov, tržby nad 100 000 eur (2014)

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Panasonic AVC Networks Slovakia s.r.o.	Krompachy	500-999	70 009 741.00	-41 643.00
SEZ Krompachy a.s.	Krompachy	250-499	14 381 458.00	10 496.00
Telegrafia, a.s.	Košice	50-99	9 178 291.00	300 123.00
Contineo s.r.o.	Košice	25-49	5 501 593.00	267 152.00
CFM Slovakia s.r.o.	Spišská Nová Ves	100-149	5 413 710.00	148 767.00
MICRONIC a. s.	Kysak	10-19	2 731 747.00	15 087.00
Antik technology, s.r.o.	Košice	0	738 857.00	-697.00
ELVYS, spoločnosť s ručením obmedzeným Košice	Košice	5-9	631 971.00	2 960.00
EJV Elektronická výroba Jaklovce s.r.o. v likvidácii	Jaklovce	0	358 501.00	3 304.00
KTI RÁDIO, spol. s r.o.	Košice	5-9	178 202.00	-20 274.00
RS Alfa, spol. s r.o., Košice	Košice	3-4	136 223.00	33 026.00
Gas-Me-Ra s.r.o.	Košice – m.č. Sídliisko Ťahanovce	3-4	122 463.00	-8 033.00

Líder v sektore 62.03.0 je T-Systems Slovakia, ktorá je uvedená aj analýze celkového trhu. Poskytuje telekomunikačných a IT riešení a obchodný spracovateľský outsourcing.

Tabuľka č. 12: SK-NACE 62.03.0 – Činnosti súvisiace s riadením počítačového príslušenstva tržby nad 1 mil. eur.

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
T-Systems Slovakia s.r.o.	Košice	3000-3999	105 869 952.00	8 774 160.00
EURO MEDIA Košice, s.r.o.	Košice	1	1 894 839.00	217 210.00
K_CORP s.r.o.	Spišská Nová Ves	25-49	1 658 679.00	132 237.00
RADIXON s.r.o.	Košice - Krásna	20-24	1 011 001.00	68 231.00

Veľký podnik v sektore 62.09.0 s takmer 25 mil. tržbami a s počtom zamestnancov do 150 je firma LYNX, s.r.o., ktorá sa zameriava na projekty, výstavby a prevádzku informačných technológií v spojení s ich zabezpečením. Druhé miesto zaberá firma Fpt Slovakia, ktorá je dokonca väčšia čo sa počtu zamestnancov týka ako firma predošlá. Jej aktivity sú: rozvoj SW, SAP riešenia, testing, zábezpeka kvality IT. Podnikov v sektore je dokopy až 305.

Tabuľka č. 13: SK-NACE 62.09.0– Ostatné služby týkajúce sa informačných technológií a počítačov, tržby nad 1 mil. eur.

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
LYNX - spoločnosť s ručením obmedzeným Košice	Košice	100-149	24 100 810.00	1 762 132.00
Fpt Slovakia s.r.o.	Košice	250-499	13 782 629.00	508 704.00
Euro East s.r.o.	Košice	0	11 078 160.00	11 082.00
TORY CONSULTING, a.s.	Košice	50-99	7 521 818.00	1 004 821.00
ENERGO CONTROL s.r.o.	Košice	25-49	7 341 087.00	4 319.00
KYBERNETIKA, s.r.o., Košice	Košice	50-99	5 938 887.00	86 457.00
Arminius s.r.o.	Košice	10-19	3 412 666.00	194 711.00
PORTEL s. r. o.	Košice-Juh	nezistený	3 062 101.00	4 256.00
elfa, s.r.o.	Košice	10-19	2 966 149.00	30 522.00
NOVITECH a.s.	Košice	10-19	2 010 864.00	1 300 625.00
PB-COM spol. s r.o.	Trebišov	0	1 774 645.00	11 772.00
STAPRO SLOVENSKO s.r.o.	Košice 1	25-49	1 763 906.00	54 771.00

V sektore Spracovania dát, poskytovanie serverového priestoru na internete a súvisiace služby (SK NACE 63.11.0) je evidovaných dokopy 84 podnikov, s jednoznačným lídrom AGRO Distribution, s.r.o.

Tabuľka č. 14: SK-NACE 63.11.0 - Spracovanie dát, poskytovanie serverového priestoru na internete a súvisiace služby, tržby nad 100 000 eur.

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
AGRO Distribution, s. r. o.	Košice-Staré Mesto	1	4 581 444.00	-13 426.00
Regena ES s.r.o. Strážske	Strážske	10-19	960 644.00	-40 956.00
Hotels 4U.com.sk s.r.o.	Košice - mestská časť Staré Mesto	20-24	429 623.00	52 066.00
GeCom, s.r.o.	Michalovce	5-9	390 941.00	17 536.00
KOMENSKY, s.r.o.	Košice	5-9	257 531.00	5 549.00
ELERION, s.r.o.	Košice	0	105 717.00	55 694.00

V sektore služieb webového portálu (63.12.0) je jasným hráčom firma bart.sk, ktorá sa zameriava na tvorbu webstránok, e-commerce riešení a on-line marketingu.

Tabuľka č. 15: SK-NACE 63.12.0 - Služby webového portálu tržby nad 10 000 eur.

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
bart.sk s.r.o.	Košice	10-19	578 344.00	22 007.00
L R Media s.r.o.	Košice-Dargovských hrdinov	0	45 593.00	-1 336.00
TESEL, s. r. o.	Košice	1	26 106.00	143.00
Mission GAMES s.r.o.	Košice	0	21 877.00	-268.00
WEBKVALITA, s.r.o.	Košice-Sídlisko KVP	nezistený	14 349.00	1 310.00
preveruj.sk, s.r.o.	Košice	1	12 650.00	1 630.00
HWSK, s.r.o.	Košice	0	12 002.00	-412.00

V tomto sektore (SK NACE 63.99.0 – Ostatné informačné služby) je evidovaných dokopy 28 podnikov s registrovanými tržbami od 0 do približne 800 000 eur, kde s polmiliónovým náskokom vedie firma Cassovianet Košice, s.r.o.

Tabuľka č. 16: SK-NACE 63.99.0 – Ostatné informačné služby, tržby nad 100 000 eur.

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
Cassovianet Košice s.r.o.	Košice - mestská časť Západ	3-4	815 343.00	886.00
ppinch, s.r.o.	Košice	5-9	325 895.00	28 708.00
CHÁRON KE, s.r.o.	Sečovce	0	172 713.00	-11 588.00
SIXNET, s.r.o.	Košice	3-4	168 256.00	2 696.00
T.I.T., spoločnosť s ručením obmedzeným, Košice	Košice	2	122 923.00	3 347.00

Treba dodať, že s IT vo veľkej miere súvisia aj telekomunikačné služby (61.00.0), preto sú uvedené podniky aj aktivizujúce sa v oblasti telekomunikácií.

Tabuľka č. 17: SK-NACE 61.00.0 – Telekomunikácie, tržby nad 500 000 eur.

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
ANTI-K Telecom s.r.o.	Košice	150-199	9 731 037.00	1 153 454.00
Club inžinierov s.r.o.	Košice	3-4	1 859 818.00	204.00
SWAN KE, s.r.o.	Košice	25-49	1 232 470.00	178 053.00
RUPKKI s.r.o.	Smižany	3-4	907 345.00	145 755.00
Minet Slovakia s.r.o.	Michalovce	10-19	845 179.00	67 592.00
CASSTEL s.r.o. Košice	Košice	5-9	775 796.00	-28 467.00
BK-Tel, s.r.o.	Košice	3-4	596 223.00	59 260.00
E-MAX INTERNET & IT s.r.o.	Trebišov	1	536 467.00	22 058.00

Súvisiacim odvetvím je SK NACE 95.11.0 – Oprava počítačov a periférnych zariadení. V tomto sektore je evidovaných dokopy 11 podnikov. Najväčšie tržby zaznamenal podnik CONNECT pro, MKaTech, a LABTECH.

Tabuľka č. 18: SK-NACE 95.11.0 – Oprava počítačov a periférnych zariadení, tržby nad 50 000 eur.

Názov	Mesto	Počet zamestnancov kat.	Tržby	Zisk
CONNECT pro, s.r.o.	Spišská Nová Ves	10-19	640 996.00	-44 490.00
MKaTech, s.r.o.	Košice - Sídliisko Ťahanovce	1	98 565.00	20 536.00
LABTECH s.r.o.	Košice-Sever	1	94 785.00	-741.00

2.2 Hlavní aktéri podľa kvalitatívneho prieskumu

Podľa kvalitatívneho prieskumu boli identifikované firmy ktoré pôsobia v oblasti PC hier a ktoré sú uvedené v § 2.1 (Games Farm, Matsuko, Fishcow).

Košice IT Valley

Klaster Košice IT Valley bol založený v roku 2007 desiatami organizáciami – Košický samosprávny kraj, Košické univerzity, a 7 veľké spoločnosti z oblasti IKT. V súčasnosti ma vyššie 35 členov, polovica z komerčnej sféry a polovica z vzdelávacích a neziskových organizácií. Košice IT Valley sa aktívne zapojí do prilákania (zahraničných) investorov do Košického regiónu.

Cieľom klastra je vytvárať vhodné podmienky na vznik a rozvoj centra excelencie informačných a komunikačných technológií na území východného Slovenska a zatriktívniť jeho sociálnoekonomické prostredie predovšetkým pre mladých ľudí. Má zámer prispievať k budovaniu informačnej a znalostnej spoločnosti v regióne a vytvoriť komunikačnú platformu medzi verejnou správou, podnikateľským sektorom a vzdelávacími inštitúciami, ktorá povedie k urýchleniu rozvoja IKT priemyslu v regióne.

Na základe hodnotenia ESCA (European Secretariat for Cluster Analysis) expertov Košice IT Valley získalo v roku 2013 certifikát na úrovni "Bronze Label Cluster", čím sa zaradilo do skupiny vybraných klastrov, ktoré dokázali svoju životaschopnosť a kvalitu služieb. Bronze Label, udeľuje European Cluster Excellence Initiative (ECEI, www.cluster-excellence.eu/quality.html).

Viac informácií na: www.kosiceitvalley.sk

Startup centrum TUKE

Startup centrum TUKE je organizačná štruktúra, ktorá vznikla v rámci Univerzitného centra inovácií, transferu technológií a ochrany duševného vlastníctva (UCITT) a má regionálnu pôsobnosť. Fyzicky môžu byť jednotlivé pracoviska Startup centra lokalizované tak v priestoroch TUKE, ako aj mimo TUKE. Hlavné priestory Startup centra sa nachádzajú v budove Centra Technologických inovácií PK10a, v ktorej sú vyhradené kancelárske priestory pre časť startup firiem umiestnených v Startup centre TUKE.

Startup centrum TUKE poskytne:

- bezodplatne kancelárske priestory pre prácu na projektovom zámere (myšlienke) v období 6 mesiacov
- internetové pripojenie
- priestory zasadacej miestnosti UCITT
- odborné poradenstvo pri realizácii projektového zámeru
- pomoc pri využívaní prístrojového vybavenia jednotlivých pracovísk TUKE.

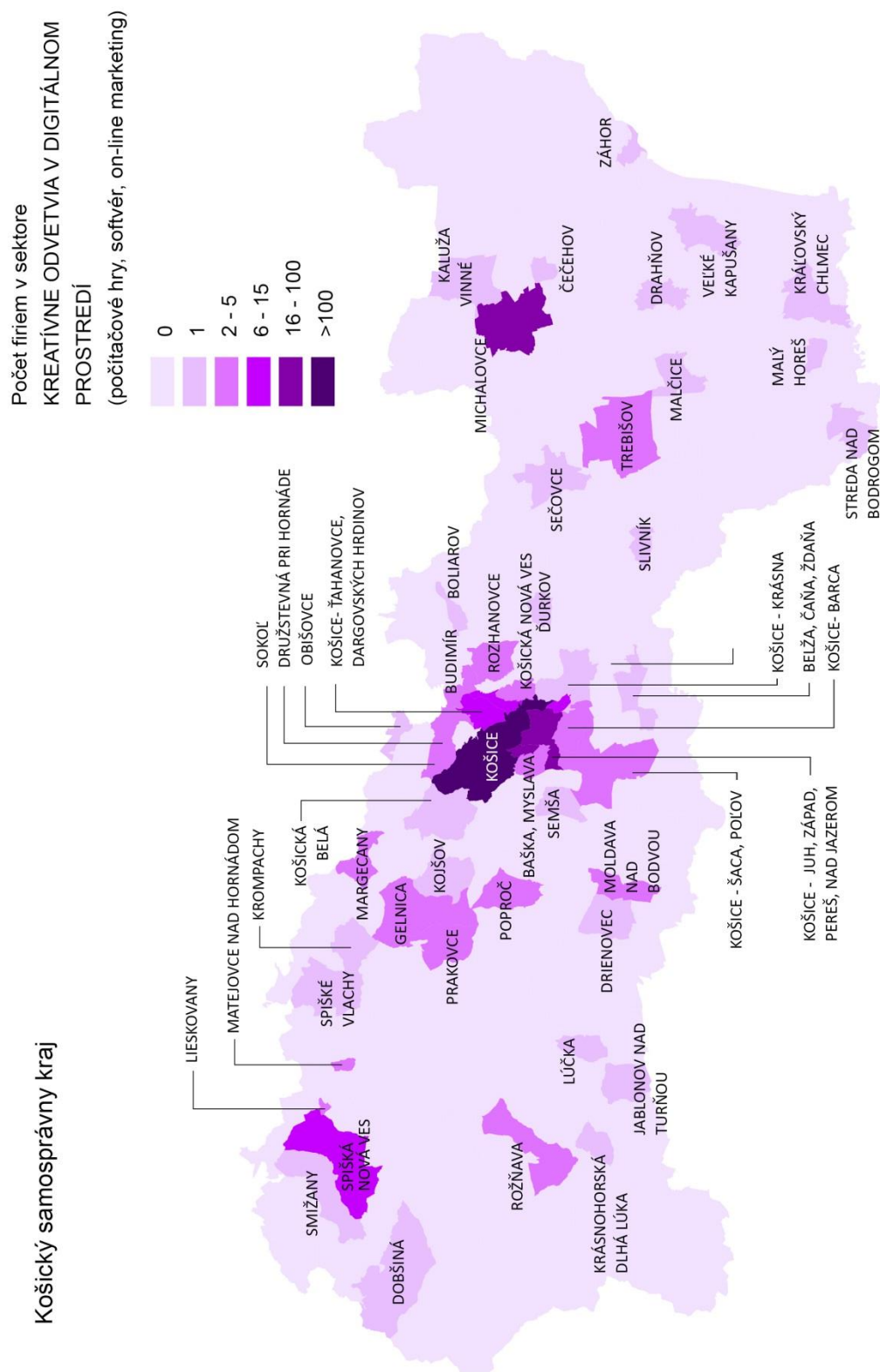
Startup centrum TUKE už hostí rôzne startup-ov, ktoré hlavne spôsobujú v oblasti IKT (viď startupcentrum.tuke.sk).

Kvalitatívny prieskum naznačuje, že dobrá IKT infraštruktúra v Košiciach, kvalifikovaná pracovná sila, výhoda nízkych miezd a možnosť vyrábať softvér resp. dodať služby on-line vytvorí veľmi dobré podmienky pre rozvoj podnikov v tomto odvetví.

Existuje množstvo mikro-podnikov s 3 až 10 pracovníkmi ktoré už niekoľko rokov úspešne fungujú na trhu. Také podniky majú potenciál ďalej rásť, čo ale vyžaduje zmenu úlohy zakladateľa (majiteľa-konateľa), ktorý je bežne zaneprázdnený rôznymi činnosťami (predaj, výroba, riadenie ľudských zdrojov, finančný manažment), respektíve zmenou organizácie podniku. Bez pomoci zakladateľa takú zmenu často nie sú schopní vykonať.

Obmedzenie pre stredné a veľké podniky je (ne)dostupnosť kvalifikovaných ľudských zdrojov. Preto vstúpili do spolupráci s univerzitou a so strednými školami. Tieto podniky zdôrazňujú, že kvalita bývania je veľmi dôležitý faktor pre udržanie kvalifikovanej pracovnej sily v regióne, a že medzinárodná dostupnosť je kľúčový faktor nielen pre služobné cestovanie, ale aj pre osobné cestovanie vo voľnom čase (víkend pobyty a pod).

2.3 Mapa regionálnej koncentrácie



Mapa regionálnej koncentrácie ukazuje, že najväčšia koncentrácia firiem je samozrejme v Košiciach, ale aj v iných mestách existujú zaujímavé zoskupenia ktoré môžu byť dostatočným základom pre spoluprácu a rozvoj, obzvlášť v Spišskej Novej Vsi a v Michalovciach.

3. ĽUDSKÝ POTENCIÁL, VZDELÁVANIA

Vysokoškolské vzdelávanie je zastúpené Technickou univerzitou v Košiciach, **Fakultou elektrotechniky a informatiky s jej študijným programom Informatika:**

- Absolvent prvostupňového vzdelávania v odbore Informatika s orientáciou na architektúru počítačov, bude rozumieť databázovým a informačným systémom, programovým aplikáciám v počítačových sieťach, tvorbe dokumentácie pre informatické systémy a počítačovej grafiky.
- Absolvent druhostupňového vzdelávania v danom odbore bude rozumieť informatickému inžinierstvu ako ucelenej vednej a technickej disciplíne a oblasti poznania aj v širšom kontexte a spoločenských súvislostiach. Bude mať znalosti z teoretických základov informatiky, z oblasti metód špecifikácie, návrhu a analýzy programovateľných systémov, z teórie a praxe programovania a jeho rôznych paradigiem, z počítačových sietí, informačných systémov, informačných technológií a počítačovej grafiky.

Fakulta ponúka štúdium v troch rôznych smeroch. Informatika a kybernetika, elektronika a telekomunikácie, elektroenergetika a silnoprúdová elektrotechnika. Fakulta spolupracuje s firmami T-Systems (T-Systems Education Academy), vybuďovala laboratória s pomocou, resp. v spolupráci s IBM, CISCO, NESS, Hewlett Packard, KOGER, Sun Microsystems, Kybernetika, Honeywell, Siemens PSE, Slovakia Supercomputers, Sybase, Panduit a Microsoft. S podporou posledného menovaného partnera vzniká na TUKE *Microsoft Innovation Center*. Medzi unikátne laboratória patrí *Laboratórium rečových technológií v telekomunikáciách*, *Laboratórium počítačových sietí*, *Laboratórium kybernetiky*, *Centrum pre Inteligentné technológie*, *Centrum pokročilých metód spracovania číslicových signálov*, *Laboratórium technológií v elektronike*, *Laboratórium nukleárnej magnetickej rezonancie*, *Laboratórium bezpečnosti informačných a komunikačných technológií*, *Laboratórium senzorových a bezdrôtových technológií*, *Laboratóriá Katedry počítačov a informatiky* (laboratórium informatiky a počítačových jazykov, softvérového inžinierstva, informačných systémov, počítačových sietí, počítačových architektúr a bezpečnosti), *Centrum informačných a komunikačných technológií pre znalostné systémy*.

Takisto je tento typ vzdelania dostupný aj na Prírodovedeckej fakulte Univerzity Pavla Jozefa Šafárika (**PF UPJŠ**), ako napríklad Informatika ako samostatný odbor a iné odborné predmety spojené s informatikou; Biológia - informatika, Fyzika – informatika, Geografia – informatika, Matematika – informatika a aj Informatika pre sociálnu prácu. Táto fakulta má za sebou nemalé množstvo projektov v spolupráci s firmami, napríklad Akademický Informačný Systém mnohých Univerzít na Slovensku – AiS 2, moderné európske voľby v spolupráci s Disig Bratislava. Projekty s fondov EÚ: Kompetenčné sémantické technológie spolu s T-Systems Slovakia, Kompetenčné centrum ekonomiky a manažérstva transferu znalostí a inovácií spolu s VSL Software Košice. V spolupráci s IBM organizovali tzv. Letnú školu sieťovania a mimo toho mnohé iné IT spoločnosti podporujú fakultné akcie pre talentovaných študentov; súťaže, informatické olympiády, Palma – programovanie, matematika a mnohé iné.

V rámci Centra excelentnosti PF UPJŠ funguje *Centrum excelentnosti informatických vied a znalostných systémov (CaKS)*.

Počet študentov

Univerzity sa (zatiaľ) nezapojili do prieskumu, z tohto dôvodu sú k dispozícii údaje len z dvoch zdrojov, IKT profil 2012 a ročná správa TUKE 2013.

Celkový sumár študentov a absolventov v IKT smeroch, respektíve rozdelenie študentov a absolventov v rámci I. II. a III. Stupňa.

Tabuľka č. 19:

šk. rok '10/'11	Fakulta/Univerzita	I. stupeň	II. stupeň	III. stupeň
Študenti	FEI TUKE	1719	713	16
	PF UPJŠ	66	36	21
Absolventi	FEI TUKE	427	320	1
	PF UPJŠ	22	6	3

Zdroj: IKT Profil KSK, 2012

Technická univerzita v Košiciach, Fakulta elektrotechniky a informatiky

Čo sa počtu absolventov IKT štúdií týka (spolu na FEI TUKE), tak za roky 2008 až 2011 sa ich počet zvýšil zo 40 na 779.

Tabuľka č. 20: Počet absolventov programov FEI TUKE, 2011

Počet absolventov podľa odborov	
Informatika	170
Kybernetika	21
Inteligentné systémy	20
Hospodárska informatika	135
Telekomunikácie	41
Počítačové modelovanie	8
Aplikovaná informatika	32
Informatika Ing.	133
Kybernetika a informačno-riadiace systémy Ing.	32
Umelá inteligencia Ing.	13
Hospodárska informatika Ing.	58
Infoelektronika Ing.	18
Multimediálne telekomunikácie Ing.	66
Počítačové modelovanie Ing.	0
Aplikovaná informatika Ing.	0

Zdroj: IKT Profil KSK, 2012

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Prírodovedecká fakulta.

Tabuľka č. 21: Počty absolventov programov na PF UPJŠ, 2011

Počet absolventov podľa odborov	
Informatika	136
Biológia - informatika	10
Fyzika - informatika	2
Geografia - informatika	4
Informatika pre sociálnu prácu	2
Matematika - informatika	19

Zdroj: IKT Profil KSK, 2012

Tabuľka č. 22: Počet študentov vybraných odborov

Názov školy	Študijný odbor	Bc.	Ing.	PhD.	SPOLU
		študenti v roku 2013 /2014	študenti v roku 2013 /2014	študenti v roku 2013 /2014	
Technická univerzita v Košiciach, Fakulta elektrotechniky a informatiky	Informatika	573	288	27	888
	Infoelektronika		30	10	40
	Telekomunikácie	73		11	84
	Multimediálna komunikácia		96		96
	Hospodárska informatika	200	203	8	411
	Počítačové modelovanie	26	18		44
	Aplikovaná informatika	25	20		45

Zdroj: http://www.fe.i.tuke.sk/sk/fakulta/annual-report/dokumenty/ar_2013_final.pdf, str. 7

Stredoškolské vzdelávanie

Stredoškolské vzdelávanie v tejto oblasti poskytujú stredné školy zamerané na umenie, dizajn, grafické profesie, a pod. O viacerých stredných školách umeleckého zamerania sme informovali v predchádzajúcich častiach, v tejto časti sa zameriame na technické stredné školy zamerané na grafiku a počítačové systémy v kreatívnom prostredí. Ide najmä o študijné odbory:

- Počítačové systémy a siete
- Grafické systémy
- Mechanik počítačových sietí

Absolventi týchto študijných odborov majú vedomosti a zručnosti z oblasti spôsobu používania, spracovania a prenosu informácií, informačných technológií, hardvéru, softvéru počítača a počítačových sietí. Absolventi odboru Grafické systémy vedia okrem toho navrhnuť súčiastku alebo zariadenie v 2D aj 3D priestore, spracovávať text, upravovať obrázky, vytvárať animácie a videá pre reklamné štúdiá, vedia vytvárať internetové stránky a využívať počítačovú grafiku.

Stredná priemyselná škola elektrotechnická, Košice (www.spseke.sk). Škola udržiava spoluprácu s vyspelými podnikmi a firmami elektrotechnického a strojárenského typu v regióne ako napr. T-Systems Slovakia, U.S. Steel Košice, FESTO Bratislava, VSE, RWE IT, NESS KDC, ELFA s.r.o, KYBERNETIKA Košice, CISCO Networking Academy, SIEMENS. Škola je členom IT Valley Košice. Na škole je zriadené **Centrum odborného vzdelávania pre automatizáciu, elektrotechniku a informačné technológie**. Prioritou COV je vytvoriť účinný systém overovania si teoretických poznatkov pri praktickej činnosti, flexibilne reagovať na meniace sa hospodárske a technologické podmienky trhu práce a rozvíjať zručnosti žiakov vedúce k samostatnému riešeniu problémov.

Tabuľka č. 23: Počet študentov v jednotlivých študijných odborov

Názov školy	Študijný odbor	Prijatí v 2014/2015	Celkový počet študentov v 2014/2015
SPŠ elektrotechnická Košice	Počítačové systémy a siete	30	informácie nezistené
SOŠ automobilová, Košice	Mechanik počítačových sietí	20	informácie nezistené
SOŠ Ostrovskeho 1, Košice	Grafik digitálnych médií	informácie nezistené	informácie nezistené
	Informačné a sieťové technológie	informácie nezistené	informácie nezistené
	Mechanik počítačových sietí	informácie nezistené	informácie nezistené
SPŠ Dopravná, Košice	Elektrotechnika v doprave a telekomunikáciách	informácie nezistené	informácie nezistené
SOŠ Jozefa Szakkayho, Košice	Technické lýceum	informácie nezistené	informácie nezistené
SOŠ technická, Michalovce	Grafické systémy	informácie nezistené	informácie nezistené
SOŠ Hviezdoslavova 5, Rožňava	Grafik digitálnych médií	informácie nezistené	informácie nezistené
	Mechanik elektrotechnik	informácie nezistené	informácie nezistené
Technická akadémia Spišská Nová Ves	Počítačové systémy a siete	45	165
	Grafické systémy	11	41

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Hodnotiacich správ výchovno-vzdelávacej činnosti škôl a internetových stránok

Ďalšie centrum odborného vzdelávania je **Centrum odborného vzdelávania pre strojárstvo a elektrotechniku** je zriadené pri **Technickej akadémii v Spišskej Novej Vsi** ako prvé centrum svojho zamerania na Slovensku. Súčasťou centra je technologické centrum počítačových systémov a sietí a technologické centrum informačných technológií, v ktorých sa pozornosť zameriava najmä na počítačovú grafiku.

Stredná odborná škola automobilová, sídliaca na Moldavskej ceste 2, Košice (www.sosake.sk), sa orientuje na vzdelávania v automobilovom sektore, ale s výučbou odboru Mechanik počítačových sietí ju radíme do kreatívneho odvetvia pôsobiaceho v digitálnom prostredí. Škola sa zaradilo do **online prieskumu**, z ktorého vyplývajú nasledovné informácie:

- Absolventi nachádzajú uplatnenie v podobnom odbore, v ktorom ukončili štúdium v Košickom kraji a na Slovensku;
- Škola spolupracuje so zahraničnými školami ako napr. Integrovaná střední škola automobilní Brno
- V rámci prípravy študentov pre prax škola spolupracuje napr. so spoločnosťou STEEL TRANS Košice.

Sieť Cisco Academy

Spoločnosť Cisco vytvoril sieť tzv. akademií, ktoré poskytujú možnosť praktického vzdelávania v tejto oblasti. Treba zdôrazniť že TUKE má dôležitú úlohu v tom, že Laboratórium počítačových sietí, Katedra počítačov a informatiky FEI poskytne podporu ako Instructor training center, Academy support center a Netacad Resource Partner.

Tabuľka č. 24: Cisco Academy v Košickom kraji

Stredná odborná škola polytechnická	Štefánikova 1550/20, 066 01 Humenné	Humenné
Gymnázium Trebišovská 12	Trebišovská 12, 040 11 Košice	Košice
Gymnázium Šrobárova	Šrobárova 1, 042 23 Košice	Košice
Training Institute elfa, s.r.o.	Park Komenského 7, 040 01 Košice	Košice
SPŠ elektrotechnická Košice	Komenského 44, 040 01 Košice	Košice
Súkromné gymnázium Dneperská	Dneperská 2, 040 12 Košice	Košice
Stredná odborná škola automobilová	Moldavská cesta , 040 11 Košice	Košice
Stredná odborná škola Ostrovského	Ostrovského 1, 040 01 Košice	Košice
Stredna Odborna Skola Kosice-Saca	Učňovská 5, 040 15 Košice - Šaca	Košice Šaca
Súkromná stredná škola Postupimská	Postupimská 37, 040 22 Košice	Košice
Gymnázium P. Horova	Masarykova 1, 071 01 Michalovce	Michalovce
Stredná odborná škola technická Michalovce	Partizánska 1, 071 92 Michalovce	Michalovce
Stredná odborná škola Hviezdoslavova	Hviezdoslavova 5, 048 01 Rožňava	Rožňava
Gymnázium Spišská Nová Ves	Javorová 16, 052 01 Spišská Nová Ves	Spišská Nová Ves

Zdroj: <http://netacad.sk/akademie>

Podľa vyjadrenia zamestnávateľov v odvetví chýba dostatok odborníkov s aktuálne požadovanou úrovňou zručností v 2D a 3D grafike, experti na on-line marketing, account manageri so zameraním na digitálne prostredie, game dizajnéri (tvorcovia ideí herných mechaník) či marketingoví a on-line analytici. Zároveň chýba prepájanie technických, umeleckých a podnikateľských študijných programov, na odvetví sa prejavuje aj celkové potláčanie kreativity vo vzdelávacom procese a chýbajúca mediálna a digitálna výchova na všetkých stupňoch škôl (Neulogy, 2013).

Podrobné informácie o vzdelávacom programe univerzít a škôl boli prezentované v IKT Profile, ktorý Košický samosprávny kraj v roku 2012 KSK vyhotovil v spolupráci s Košice IT Valley.

4. Financovanie a best practices

4.1 Financovanie

Keďže chýbajú programy, ktoré podporujú odvetvie ako také, je treba hľadať možnosti v rámci iných programov.

Horizon 2020 je najväčší program EÚ pre výskum a inovácie v histórii. V rokoch 2014 až 2020 poskytne takmer 80 mld. EUR s cieľom „preniesť brilantné nápady na trh“. Horizon 2020 môže napríklad financovať projekty ktoré podporujú rozvoj a použitie materialov a technológií pre šetrenie energie, rozvoj a použitie nových informačných technológií (napr. 3D dizajn). Hlavné typy projektov sú:

- ✚ Research and Innovation Action (miera prefinancovania 100%)

Aktivity zamerané na vytváranie nových poznatkov alebo preskúmať realizovateľnosť novej technológie, produktu, procesu, služby alebo riešenia. Na tento účel Research and Innovation action môže zahŕňať základný a aplikovaný výskum, technologický rozvoj a integráciu, testovanie a overovanie na prototype malého rozsahu v laboratóriu alebo v simulovanom prostredí.

- ✚ Innovation Action (miera prefinancovania 70% (okrem neziskových organizácií, ktoré majú nárok na 100% prefinancovanie)

Innovation action je opatrenie pozostávajúce prevažne z činností priamo zameraných na vyhotovenie plánov a úprav alebo návrhov nových, upravených alebo vylepšených výrobkov, postupov alebo služieb. Na tieto účely môžu zahŕňať vývoj prototypov, testovanie, demonštráciu, pilotnú prevádzku, veľkoobjemovú validáciu výrobkov a výrobu pre trh

- ✚ Coordination and Support Action (miera prefinancovania 100%)

Coordination and support action je projekt pozostávajúci predovšetkým zo sprievodných opatrení, ako sú šírenie, zvyšovanie informovanosti a komunikácia, vytváranie sietí, koordinačné alebo podporné služby, politické dialógy a cvičenia a štúdie slúžiace na vzájomné poučenie sa vrátane návrhových štúdií pre novú infraštruktúru

EK zverejňuje každú výzvu Horizon 2020 na [Horizon 2020 Participant Portal \(http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html\)](http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html). Táto stránka poskytuje všetky informácie potrebné na reagovanie na výzvu na podávanie návrhov, vrátane dátumu vyhlásenia a uzatvorenia, celkového rozpočtu a dokumentov súvisiacich s výzvou.

Každý členský štát EU má národný kontaktný bod pre Horizon 2020, ktorý poskytuje podporu pre uchádzačov. Na Slovensku je to Centrum vedecko-technických informácií SR (<http://h2020.cvtisr.sk/>).

Budovanie odvetvia a architektonických aktivít môže byť podporované aj z programov štrukturálnych fondov. Napríklad Operačný program Výskum a inovácie a Integrovaný regionálny operačný program

2014-2020 pre Slovensko zahŕňa obálku pre budovanie tvorivých odvetví. Použitie týchto prostriedkov bude špecifikované v RIUS Košického regiónu a príslušnej programovej dokumentácii (Programový manuál, výzvy na podávanie žiadostí).

4.2 Best practices

Digital Shoreditch

Krátky popis

Z malej skupiny len 15 malých spoločností podnikajúcich v oblasti internetu a digitálnych médií v roku 2008 sa priestor okolo kruhového objazdu na Old Street a Shoreditch v London East End rozvinul na obrovské pulzujúce a inovatívne digitálne zoskupenie. Mnohé začínajúce a rýchlo rastúce firmy pôsobili ako magnet pre firmy ako Google, Facebook a Amazon, ktoré otvorili centrá výskumu a vývoja. Vývoj bol od svojho začiatku organickým pohybom zdola nahor (sami seba nazývali Silikónový kruhový objazd - Silicon Roundabout alebo Digitálna pobrežná priekopa - Digital Shoreditch, ale v roku 2010 ich začala podporovať vláda s Investičnou organizáciou na podporu technológií vo východnom Londýne (East-London Tech City Investment Organization). Táto nezisková organizácia financovaná z verejných zdrojov sa zameriava na podporu začínajúcich firiem a rozvoj podnikania, propagáciu zoskupení firiem, podujatia v rámci sietí a (predovšetkým) na vytváranie investičných príležitostí. Cieľom vlády je realizovať stabilné digitálne odvetvie a vyváženejšie mestské hospodárstvo. Po obrovskom úspechu v Londýne organizácia rozšírila svoje aktivity do iných miest vo Veľkej Británii (a tak teraz nazývajú túto časť mesta skôr Tech City UK ako East-London).

Pozadie

Hnutie Digital Shoreditch ukazuje niečo zaujímavé. Dekórom tohto úspešného „včelieho úľa“ je východný koniec mesta (East-End), konkrétnejšie lacný a hipsterský Shoreditch. V krátkom čase sa táto oblasť stala novým typom pracovného územného prostredia, a to prostredníctvom iniciatív zdola nahor a využitím existujúceho mestského charakteru. Tieto spoločnosti sa nezhrmažďujú vo svojom vlastnom oddelenom „svete“, ale sa šíria po celej oblasti. Preto využívajú lacné nájomné v existujúcich (a často zastaraných) budovách, používajú mnohé kaviarne a reštaurácie, maličké parky a ďalšie vybavenie. Existujúce mestské funkcie získali celkom nový význam ako nástroj pre siete: interakciu, zdieľanie nápadov, budovanie komunity, inšpiráciu, schopnosť objavovať a inovácie. Toto je stimulujúce pracovné prostredie v optimálnej forme.

Cenné prvky úspechu

Organický pohyb vytvoril základ úspechu. Samozrejme nie je jednoduché skopírovať úspech metropoly so svojou rozmanitosťou a magnetickou príťažlivosťou, ktorá priťahuje väčšie spoločnosti a talenty. Avšak kopírovanie nie je tým odkazom. Ide o revíziu existujúcich zorných uhlov pohľadu na fungovanie mestského hospodárstva a o predsudky týkajúce sa pracovného prostredia. Jemné

hodnoty kreatívnej ekonomiky (tvorivosť, interakcia, inšpirácia, atď.) sa nezhodujú s vnímanými tvrdými hodnotami existujúcich pracovísk (nehnuteľnosti, infraštruktúra, atď.). Nasledujte organický pohyb a poskytujte podporu. Verejne financovaná organizácia Tech City toto dobre chápe: digitálne odvetvie nechápe ako „dieťa“, o ktoré sa treba starať, ale ako „dospelého“, ktorý robí svoje vlastné rozhodnutia.

Ďalšie informácie

<http://digitalshoreditch.com/>

<http://www.techcityuk.com/about-us/>

5. SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • IT Valley - Bronze Label Cluster • Mnoho úspešné firmy v softvérovom priemysle a príbuzných sektoroch (obchodné služby, komunikácia), ktoré konkurujú medzinárodne • Vzdelávanie na TUKE, Cisco academies, školy • Atraktivita odvetvia pre mladých • Zahraniční investori v IKT v košickom kraji 	<ul style="list-style-type: none"> • Veľa jednotlivcov, mikropodnikov (až 95% v odvetví), bez väčšej miery organizácie medzi nimi • Menej efektívna organizácia mikropodnikov v zmysle ich ďalšieho rastu • Pre veľké podniky je obmedzením nedostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily • neschopnosť prilákať kvalifikovaných pracovníkov z iných regiónov alebo krajín • v prípade prílevu síl z mimo EU - legislatívne komplikácie • Aktivity v oblasti PC hier sú limitované na zopár malých spoločností a jednotlivcov
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> • Sektor rastúci takmer vo všetkých ohľadoch • Čoraz silnejšia internetová penetrácia po celom svete • V oblasti herného priemyslu ľahké rozširovanie cez Facebook • Veľa možností rozvoja prostredníctvom startupových centier (o.i. startup centrum TUKE pôsobiace v oblasti IKT) • Ochota veľkých firiem spolupracovať s verejným sektorom v mene rozvoja sektoru • Dopyt pre Zlepšovanie procesov pomocou IKT, Mobilné aplikácie, Hry a Virtuálna realita, Animated content, Internet vecí (Internet-of-Things) • Rozvíjať medzinárodné IT vzdelávanie, najmä účasťou TUKE v medzinárodných programoch (napr. EIT Digital Master, IMMIT), zriadenie programov post akademického vzdelávania, výcvikové programy celoživotného vzdelávania, zlepšovať fungovanie združenia absolventov, štipendiové programy pre talenty, atď. • Realizovať projekty odbornej prípravy na nové technológie a na rast podniku • Komunikácia o perspektíve práce v rôznych sektoroch, stimulovať štúdium v oblasti IKT 	<ul style="list-style-type: none"> • Veľmi silná konkurencia z Bratislavy, resp. z Bratislavského kraja a iných krajín • Odlev mozgov • Náročná ochrana vývojárov proti nelegálnemu kopírovaniu softvéru