

*Návrh*

**Stratégia rozvoja kreatívneho priemyslu  
v Slovenskej republike**

*Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky a Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky*

*Bratislava december 2014*

## Obsah

<b>1. Východiská stratégie .....</b>	<b>3</b>
Kreatívny priemysel v Európskej Únii a globálnom svete .....	3
Definícia kreatívneho priemyslu .....	3
<b>2. Analytická časť .....</b>	<b>7</b>
Porovnanie všeobecného hospodárskeho prostredia – kreativita, inovácie.....	7
Charakteristika kultúrnych a kreatívnych odvetví v SR.....	7
Mapovanie odvetví kreatívneho priemyslu a súvisiacich oblastí .....	8
a) Audiovizuálna produkcia.....	8
b) Vydavateľský priemysel.....	9
c) Trh s umením.....	10
d) Scénické umenia.....	11
e) Hudobný priemysel .....	12
f) Umelecké remeslá, tradičné a ľudové remeslá .....	13
g) Dizajn .....	14
h) Odevný a textilný dizajn a priemysel .....	15
i) Architektúra.....	16
j) Reklamný priemysel.....	17
k) Kreatívne odvetvia v digitálnom prostredí (počítačové hry, softvér, on-line marketing) .....	18
l) Pamäťové a fondové inštitúcie.....	19
Systém podpory na Slovensku .....	20
<b>3. SWOT analýza.....</b>	<b>22</b>
<b>4. Strategický cieľ.....</b>	<b>23</b>
<b>5. Priority Stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike .....</b>	<b>23</b>
<b>Priorita č. 1: Efektívny systém pre rozvoj kreatívneho priemyslu.....</b>	<b>23</b>
<b>Priorita č. 2: Kvalitné ľudské zdroje.....</b>	<b>23</b>
<b>Priorita č. 3: Zvyšovanie absorpčnej kapacity trhu.....</b>	<b>24</b>
<b>Priorita č. 4: Podporné nástroje financovania .....</b>	<b>24</b>
<b>6. Opatrenia Stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu SR.....</b>	<b>25</b>
OPATRENIA V RÁMCI PRIORITY Č. 1 .....	25
OPATRENIA V RÁMCI PRIORITY Č. 2 .....	26
OPATRENIA V RÁMCI PRIORITY Č. 3 .....	27
OPATRENIA V RÁMCI PRIORITY Č. 4 .....	29

## 1. Východiská stratégie

### Kreatívny priemysel v Európskej únii a globálnom svete

Prírodným prostredím pre stimuláciu a uplatnenie inovatívnych myšlienok je kultúrna a kreatívna ekonomika. Kreativita je kľúčom k inovatívnym a interdisciplinárnym odpovediam na globálne a lokálne výzvy – či už ekonomické alebo spoločenské.

Americké a britské hospodárske systémy orientované na služby kreatívnu ekonomiku vnímajú nielen ako zdroj nápadov, ale i ako významný zdroj pracovných miest.

Pojem „creative industries“ reflektuje v anglickom jazyku, rovnako ako „kreativní průmysly“ v českom jazyku, skutočnosť, že ide o diverzifikované odvetvia národného hospodárstva. V slovenskom prostredí sa upustilo od strohého prekladu „kreatívne priemysly“. Používanie výrazu „kreatívny priemysel“ nie je dôsledkom aktuálneho nesprávneho prekladu, ale vychádza z už viacročne na Slovensku zaužívaného pojmu a tiež z oficiálnych prekladov materiálov Európskej Únie (ďalej len „EÚ“), ktoré tento pojem už ustálili a prekonal diskusiu o jeho používaní. Pojem kreatívny priemysel v sebe významovo zahŕňa viacero oblastí, a zároveň postihuje spoločenskú požiadavku na zmenu vnímania pojmu priemysel, ktorý je dnes chápaný len z pohľadu čistej charakteristiky výroby. V tomto kontexte treba priemysel vnímať ako exploatačný reťazec, ktorý vzniká už vytváraním podmienok pre tvorivú činnosť, následne zahŕňa tvorivú činnosť, výrobu, reprodukciu, prezentáciu, reprezentáciu vrátane exportu, uchovávanie, archiváciu a obnovu.

Kultúrny a kreatívny priemysel je jednou z perspektívnych hybných síl rastu v EÚ; vytvára nové pracovné miesta, zohráva kľúčovú úlohu v rámci globálnych hodnotových reťazcov a podnecuje inováciu, prináša pridanú hodnotu ako prvok sociálnej súdržnosti a slúži ako účinný nástroj v boji proti súčasnej recesii. Tieto odvetvia zohrávajú kľúčovú úlohu ako katalyzátory a šíritelia inovácií a ich vplyv sa neobmedzuje iba na oblasť kultúry a tvorivosti, ale zasahuje aj do mnohých odvetví hospodárstva. Tieto odvetvia ako zástupcovia dynamickej a silnej Európy musia v súčasnosti čeliť mnohým výzvam prameniacim z prechodu na digitalizáciu, z globalizácie, veľkej jazykovej a kultúrnej roztrieštenosti trhov a ťažkostí v oblasti prístupu k financovaniu.

### Definícia kreatívneho priemyslu

Definičné rámce kreatívneho priemyslu sú rôznorodé, a to v závislosti od odvetvového vymedzenia, zvolenia kľúčového prvku, zvolenia metodiky či uhla pohľadu.

**Kreatívny priemysel** predstavuje tie časti ekonomiky, ktoré vytvárajú ekonomickú hodnotu na základe individuálneho tvorivého vkladu či umeleckého nadania. Ide o sektor postavený na zhodnocovaní duševného vlastníctva, do ktorého možno zaradiť oblasti tvorivej činnosti ako architektúra, dizajn, film, hudba, tvorba počítačových hier či reklama, ale aj prezentačné aktivity pamäťových a fondových inštitúcií či výskumné aktivity podľa zákona č. 49/2002 Z. z. o ochrane pamiatkového fondu v znení neskorších predpisov a reštaurátorské práce. Z pohľadu vymedzenia definičného rámca pre Slovenskú republiku je dôležitý aj vývoj v definovaní kreatívneho priemyslu a modelovaní nástrojov na podporu kreatívnej ekonomiky z pohľadu EÚ.

Za účelom zabezpečenia budúcej porovnateľnosti údajov z oblasti kultúry bude potrebné prevziať odporúčania a metodiku Eurostatu. Vymedzenie **kultúrneho priemyslu** by malo tvoriť jadro (základnú bázu) pre získavanie údajov na prvej úrovni, ku ktorým sa však v podmienkach Slovenska budú musieť získavať aj údaje z ďalších oblastí, ktoré sa do vymedzenia pojmu kultúrny priemysel

podľa ESSnet –kultúra nedostali (vymedzením a ustálením výrazu za účelom jednotnej metodiky európskych štatistík zaoberala pracovná skupina TF1 projektu ESSnet – kultúra).

Z hľadiska lepšieho poznania štruktúry kultúrneho a kreatívneho priemyslu možno jeho oblasti rozdeliť podľa povahy jeho predmetu (prípadne tovarov a služieb), a to na:

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

**Kreatívny priemysel teda možno vnímať ako súhrn odvetví, ktoré sú postavené na využívaní výsledkov duševnej tvorivej činnosti z oblastí umenia, kultúry a ďalších odvetví.** Jeho podstatou sú podnikateľské aktivity, založené na individuálnej kreativite, zručnosti a talente. Tieto činnosti majú potenciál k tvorbe kapitálu a pracovných miest prostredníctvom využívania duševného vlastníctva. **Je teda potrebné vnímať celý exploatačný reťazec, siahajúci od vytvárania podmienok pre tvorivú činnosť, cez výrobu až po reštauráciu (re-dizajn) jej výsledkov.**

Jeho súčasťou je potom **kultúrny priemysel**, ktorý vychádza z poznania a ďalšieho využitia **kultúrneho dedičstva**. Kultúrne dedičstvo je tým, čo spája kultúrne aspekty z historického, antropologického, etnického, estetického a spoločenského hľadiska. Ovplyvňuje kreativitu a je základom pre kultúrnu produkciu výrobkov a služieb, ako aj kultúrnych aktivít. Kultúrne dedičstvo zároveň pridáva výsledkom duševnej tvorivej činnosti hospodársku hodnotu. Možno sem zaradiť najmä umenie a aktivity pamäťových a fondových inštitúcií, kultúrne pamiatky, archeologické náleziská, múzeá, knižnice, archívy, ale aj živé formy ako festivaly a oslavy, výstavy a prezentácie a pod.

V ďalšom texte teda budeme pod pojmom „kreatívny priemysel“ chápať celú šírku kultúrnych a kreatívnych odvetví (kultúrny a kreatívny priemysel).

V rámci ďalšieho chápania rozsahu kreatívneho priemyslu sú výroba, exploatacia a distribúcia považované za aplikáciu výsledkov tvorby a kreativity, nie za priamu súčasť kreatívneho priemyslu.

V kontexte slovenskej ekonomiky je možné ustáliť nasledovnú **rámčovú štruktúru kreatívnych odvetví** a ich trhového uplatnenia:

OBLASŤ (ODVETVIE)	KREATÍVNE ČINNOSTI/PROFESIE (oblasti tvorby) <i>zahŕňa najmä</i>	APLIKÁCIA VÝSLEDKOV TVORBY A KREATÍVNYCH ČINNOSTÍ	
		Výroba (produkcia) <i>zahŕňa najmä</i>	Exploatacia a distribúcia (obchod) <i>zahŕňa najmä</i>
<b>Literatúra</b>	spisovateľov, editorov, prekladateľov, redaktorov	vydavatelia neperiodických publikácií vrátane audiokníh	knižný trh vrátane on-line platforiem
<b>Divadlo</b>	dramatikov, choreografov a ďalších autorov dramatických a hudobnodramatických diel, ako aj nehudobné interpretačné umenie (herci, bábkoherci, tanečníci, mímovia, cirkusoví umelci atď.)	prevádzkovatelia divadiel	predaj lístkov
<b>Hudba</b>	hudobných skladateľov	výrobcovia zvukových	hudobný trh vrátane on-line

	a hudobných interpretov (speváci, hudobníci), ako i textárov	záznamov hudobných diel a vydavateľstvá hudobných diel	služieb, verejné kultúrne podujatia (koncerty)
<b>Audiovizia</b>	režisérov, scenáristov, dramaturgov, kameramanov, strihačov, kostýmových výtvarníkov, architektov, hudobných skladateľov a ďalších filmových profesií	výrobcovia originálov audiovizuálnych diel (producentov), televízni vysielatelia	televízne vysielanie, retransmisia, distribúcia, kiná, audiovizuálne mediálne služby na požiadanie
<b>Vizuálne umenie</b>	všetky formy výtvarného umenia, umeleckej fotografie a svetelného dizajnu, ako aj nové formy multimediálnych inštalácií atď., ako aj súvisiace povolania (napr. reštaurátori)	individuálna tvorba	trh s výtvarným umením a so starožitnosťami, aukčné spoločnosti
<b>Architektúra</b>	architektov vrátane interiérového dizajnu a záhradnej architektúry, ako aj súvisiace činnosti (napr. reštaurátori s osvedčením na výkon reštaurátorskej činnosti, fyzické osoby s osobitnou odbornou spôsobilosťou na vykonávanie pamiatkových výskumov, právnické osoby s oprávnením na vykonávanie archeologických výskumov)	individuálna (prevažne objednávková) tvorba / činnosť (individuálna činnosť vykonávaná prostredníctvom fyzických osôb s osobitnou odbornou spôsobilosťou na tento druh pamiatkového výskumu)“	realizácia stavieb a ďalších architektonických objektov, realizácia reštaurátorských výskumov a reštaurovania, realizácia pamiatkových výskumov a ich využitie pri obnove objektov a nehnuteľností
<b>Dizajn</b>	priemyselný dizajn a umelecký dizajn, ako aj úžitkové umenie	priemyselné výroba (napr. automobilový priemysel, nábytkársky priemysel atď.)	maloobchod
<b>Módny priemysel</b>	módne návrhárstvo, haute couture a parfumérstvo, ako aj návrhárstvo v súvisiacich oblastiach (napr. nechtový dizajn), a súvisiace povolania (štylisti, aranžéri, floristi a pod.)	odevný priemysel, individuálna / objednávková tvorba	maloobchod
<b>Remeslá</b>	remeselníkov (remeslá tradičnej ľudovej a mestskej kultúry, výroba hračiek)	individuálna tvorba, ÚĽUV, výroba predmetov po vzore tradičnej ľudovej kultúry, ako aj predmetov inšpirovaných tradičnou ľudovou a mestskou kultúrou	maloobchod
<b>Nové médiá</b>	tvorcov multimediálnych diel, počítačových a konzolových hier, mobilných aplikácií	herný priemysel, vydavatelia multimediálnych diel a počítačových a konzolových hier	maloobchod vrátane on-line predaja a služieb
<b>Softvér</b>	programátorov – vývoj softvéru (nezahŕňa vývoj a výrobu počítačových hier	výroba softvéru (firmy pôsobiace v oblasti informačných a	maloobchod vrátane on-line predaja a služieb

Zároveň identifikujeme prierezové oblasti a činnosti, ktoré priamo nemusia byť výsledkom vlastnej tvorivej činnosti, avšak takéto výsledky ďalej využívajú a zhodnocujú, a to:

Oblasť (odvetvie) / činnosť	oblasť zahŕňa aj
<b>Reklamný priemysel</b>	reklamné agentúry a marketing
<b>Informačno-komunikačné technológie</b>	elektronické komunikácie a poskytovanie služieb informačnej spoločnosti, ako aj špecifických obsahových služieb (retransmisia, direct to home (DTH), multiplex audiovizuálne mediálne služby na požiadanie a pod.)
<b>Komunikačné médiá</b>	rozhlasové a televízne vysielanie (vrátane vysielania prostredníctvom internetu), tlačové agentúry, vydávanie periodickej tlače a poskytovanie e-news, ako aj súvisiace povolania a aktivity (novinári, reportéri, dokumentárni a reportážni fotografi a pod.)
<b>Podporné služby</b>	umelecké agentúry, eventové agentúry, organizácie kolektívnej správy práv a pod.

Možno teda zhrnúť, že podstata kreatívnych a kultúrnych odvetví zahŕňa tvorbu, výrobu a distribúciu produktov a služieb, ktoré využívajú tvorivosť, kreativitu a intelektuálny kapitál ako primárne vstupy, ďalej súbor činností založených na znalostiach, zameraných, ale nie limitovaných umením, potenciálne vytvárajúcich príjmy z obchodu a duševného vlastníctva, a napokon hmotné a nehmotné intelektuálne alebo umelecké služby s kreatívnym obsahom, ekonomickou hodnotou a trhovými cieľmi.

- Východiskové a príbuzné materiály Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike (2011)
- Stratégia výskumu a inovácií pre inteligentnú špecializáciu SR (2013)
- Východiská stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike (2014)
- Operačný program Výskum a inovácie (2014)
- Integrovaný regionálny operačný program 2014-2020
- Pripravovaný „Návrh koncepcie Ministerstva financií Slovenskej republiky pre rozvoj ekosystému startupov v SR“
- Koncepcia ochrany pamiatkového fondu (2011)
- Stratégia rozvoja múzeí a galérií v Slovenskej republike do roku 2018 (2013)

Cieľom tejto stratégie nie je určovať deliace línie kompetencií jednotlivých rezortov, ale položiť ucelený základ jednotnej štátnej politiky v oblasti KKP. Avšak v súvislosti s konkrétnou podporou kreatívneho priemyslu budú deliace línie medzi OP VaI a IROP rešpektované v budúcom Akčnom pláne realizácie Stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike.

## 2. Analytická časť

### Porovnanie všeobecného hospodárskeho prostredia – kreativita, inovácie

Slovenská republika patrí v rámci EÚ k najrýchlejšie rastúcim ekonomikám. Hrubý domáci produkt na obyvateľa v parite kúpnej sily vzrástol zo 47 % priemeru EÚ v roku 1995 na 73 % v roku 2012, pričom sa vyznačuje predovšetkým vysokou koncentráciou malých podnikov, ktorá presahuje hodnotu v EÚ ako celku. Slovenský sektor malých a stredných podnikov (ďalej len „MSP“) sa pomaly zotavuje z krízy. Zamestnanosť sa v rokoch 2010/2011 stabilizovala a pridaná hodnota v súčasnosti mierne rastie, aj keď je stále hlboko pod predkrízovou úrovňou.

Pre sektor MSP na Slovensku je typický ich vysoký podiel, aj keď na úkor veľmi malých firiem (mikropodnikov). Predovšetkým skupina stredných podnikov nadpriemerne prispieva k zamestnanosti (23,3 % v porovnaní so 17,2 % v EÚ) a pridanej hodnote (22,3 % oproti 18,3 %). Celkovo však sektor MSP prispieva k pridanej hodnote a zamestnanosti menej, ako je európsky priemer, čo môže byť dôsledok priemyselnej štruktúry slovenského hospodárstva. Pokiaľ ide o zastúpenie jednotlivých odvetví, dominantné je odvetvie obchodu, v ktorom pôsobí 39 % MSP v porovnaní s podielom iba 30 % v EÚ. Zostávajúce MSP sú rozdelené medzi služby (40 %), výrobu (13 %) a stavebníctvo (8 %).

Jednou z hlavných oblastí, v ktorých Slovensko na základe dostupných ukazovateľov za priemerom EÚ zaostáva, je internacionalizácia. Podpriemerné výsledky, respektíve malý alebo žiadny pokrok Slovensko vykazuje predovšetkým v rámci schopnosti inovovať. S výnimkou jedného ukazovateľa sú všetky kľúčové ukazovatele inovácií pod priemerom. Z toho vyplýva menšia pravdepodobnosť, že MSP na Slovensku budú zavádzať inovácie, navzájom spolupracovať alebo uskutočňovať vnútropodnikové inovácie. Pokiaľ však ide o premietnutie týchto nových produktov a postupov do príjmov z predaja, firmy, ktoré inovujú, sú úspešnejšie než MSP v EÚ. Významný, ale stále nedostatočný pokrok predstavuje zvýšený podiel MSP, ktoré predávajú svoje výrobky on-line.

Štruktúra slovenského priemyslu je charakterizovaná významnou vzájomnou previazanosťou veľkých podnikov a MSP, čo je historicky dané kľúčovou pozíciou veľkých podnikov v hospodárstve. Podľa prieskumu vykonaného v roku 2013 (RIS3, 2013) je na jeden veľký podnik so slovenským vlastníctvom priamo napojených 600 až 1 200 MSP (mimo živnostníkov), ktorí sú v pozícii subdodávateľa alebo dodávateľa. V prostredí kreatívneho priemyslu predstavuje existencia veľkých podnikov predpoklad na spoluprácu so segmentom MSP, pričom táto spolupráca zvyšuje možnosti odbytu produktov kreatívnych a kultúrnych odvetví na oboch stranách a prispieva k efektívnejšiemu zhodnocovaniu kreatívnych nápadov.

### Charakteristika kultúrnych a kreatívnych odvetví v SR

Na slovenskom trhu je v súčasnosti problematické presne identifikovať jednotky, ktoré možno zaradiť ku kreatívnemu priemyslu. Je prirodzené, že aj v prostredí Slovenskej republiky bude pre tento sektor charakteristická vysoká miera diverzifikácie aktivít a činností medzi MSP, ale aj veľké podniky a v neposlednom rade aj samostatne zárobkovo činné (fyzické) osoby.

Bude teda nevyhnutné vymedziť oblasť kultúry a kreatívneho priemyslu v nadväznosti na vymedzenie sektora podľa „Záverečnej správy ESSnet-kultúra 2011“ vrátane vymedzenia podľa štatistických klasifikácií a číselníkov až po úrovne zberu dát v podmienkach Slovenskej republiky.

Po zmapovaní súčasného zberu dát (vrátane metodík) minimálne na úrovni trojsektorovej tabuľky a návrhu zberu dát, ktoré v súčasnosti nie sú k dispozícii a návrhu nevyhnutných zmien v

štatistickom zisťovaní za oblasť kultúry (KULT) tak vo vzťahu k zberu dát ako aj kreovaniu spravodajských jednotiek príp. reprezentatívnej vzorky spravodajských jednotiek pre daný sektor bude navrhnutý satelitný účet podľa návrhu ESSnet – kultúra.

## **Mapovanie odvetví kreatívneho priemyslu a súvisiacich oblastí**

Pod mapovaním kreatívneho priemyslu sa rozumie podrobné skúmanie jednotlivých odvetví, ich stavu, zúčastnených subjektov, vnútorných súvislostí, cyklu tovarov a služieb v rámci odvetví, ekonomických a sociálnych ukazovateľov, ako aj problémov a prekážok rozvoja a možných riešení vo vzťahu k podpore potenciálu jednotlivých oblastí. Komplexné zmapovanie kreatívneho priemyslu je náročnou výskumnou úlohou, ktorá si vyžaduje podrobný a kontinuálny výskum, podporený strategickými krokmi.

Mapovanie tohto typu je dôležité najmä preto, že kreatívny priemysel ako taký je zatiaľ len veľmi málo rozpoznávaný na úrovni stratégií a politík, neexistujú overiteľné dáta o jeho fungovaní a potenciáli a predstava o jeho vplyve na ekonomiku a spoločnosť.

### **a) Audiovizuálna produkcia**

Väčšinu ekonomických subjektov v odvetví filmového priemyslu tvoria MSP a SZČO, respektíve osoby v slobodnom povolání. Z hľadiska počtu zamestnancov majú charakter väčších firiem len celoplošní televízni vysielatelia. 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.

Inovácia technologickej bázy pre filmový priemysel súvisí predovšetkým s digitalizáciou filmovej a televíznej tvorby a jej distribúcie. Digitálne technológie sú lacnejšie a dostupnejšie a ovplyvňujú celý výrobný a distribučný proces audiovizuálnej tvorby a produkcie, ktorá zároveň generuje dopyt po špecifických technológiách. Taktiež internet v posledných rokoch prináša nový potenciál, ale aj nové výzvy pre audiovizuálnu produkciu a exploatáciu audiovizuálnych obsahov.

Z hľadiska územnej koncentrácie je audiovizuálny priemysel koncentrovaný do Bratislavy (sídlo televízií, koncentrácia vzdelávacích inštitúcií, infraštruktúry, kapitálu a komplexná ponuka servisných služieb). Istý potenciál je aj v Košiciach – najmä vďaka existencii štúdia Rozhlasu a televízie Slovenska (ďalej len „RTVS“).



silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• postupná inovácia technologickej bázy pre filmový priemysel</li> <li>• nové distribučné modely prostredníctvom internetu</li> <li>• legislatívne stabilizovaný systém podpory audiovizie z verejných zdrojov</li> <li>• audiovizuálne dedičstvo s potenciálom dlhodobého obsahového využitia</li> <li>• reálny kreatívny potenciál a profesijné zázemie audiovizuálnej tvorby</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vo vzťahu k veľkosti domáceho trhu nie je slovenská kinematografia schopná efektívne konkurovať iným kinematografiám v európskom či v globálnom meradle</li> <li>• multifunkčnosť pracovnej sily – kombinácia viacerých zamestnaní z hľadiska činnosti aj pracovného statusu</li> <li>• nedostatočná územná koncentrácia (BA, KE)</li> <li>• nestabilné financovanie RTVS</li> <li>• nízka návštevnosť slovenských filmov v kinách</li> <li>• opatrenia, ktoré znevýhodňujú živnostníkov, slobodné povolania a MSP a zvyšovanie administratívnej záťaže podnikania</li> <li>• problematickému prístupu ku kapitálu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lepšie nastavenie existujúcich politík pre malé a stredné podniky a slobodné povolania.</li> <li>• Podpora iniciatív stimulujúcich sprístupnenie diel divákovi.</li> <li>• Stabilizácia financovania verejnej televíznej služby.</li> <li>• Prístupnosť zdrojov na rozvoj infraštruktúry (štrukturálne fondy).</li> <li>• Podpora aktivít súvisiacich s rozvojom v danej oblasti vrátane „start-upov“.</li> </ul>

## b) Vydavateľský priemysel

Vydavateľský priemysel patrí k relatívne konsolidovaným odvetviám v Slovenskej republike so stabilným počtom zamestnancov a so stabilným podielom na celkovom HDP. Celkový počet ekonomických subjektov v tomto odvetví je 4 217 s počtom uvedených zamestnancov 7 160 (rok 2011).

### Vydávanie novín a časopisov

Po roku 1989 vzniká na základe liberalizácie trhu množstvo nových periodík, novín a časopisov. Či už vznikali prerodom niekdajších štátnych vydavateľstiev, alebo ako nové subjekty, pôvodne išlo väčšinou o samostatné vydavateľské entity, ktoré sa zaoberali vydávaním jedného periodika. Neskôr si vydavateľstvá začali vytvárať portfóliá titulov. Situácia na trhu, nástup digitálnych médií a ekonomická kríza však postupne podnietili akvizičnú činnosť majiteľov tlačných médií, ktorá vyústila do vzniku veľkých vydavateľských domov, ktoré vlastnia široké portfólio vydavateľských produktov, zahŕňajúce tlačné aj digitálne médiá, rovnako ako technologické a distribučné zázemie. Konkurenčná výhoda vydavateľských domov oproti menším vydavateľstvám je najmä v možnosti rozloženia fixných nákladov medzi jednotlivé subjekty a vyvažovanie ziskov a strát v rámci portfólia.

### Vydávanie kníh

Vydavateľský cyklus pri vydávaní kníh z hľadiska subjektívnej stránky zahŕňa vydavateľov, distribútorov, kníhkupectvo a knižnice. Vydavateľský segment na Slovensku sa skladá z približne desiatky väčších vydavateľstiev beletrie a odbornej literatúry. V počte vydaných publikácií im síce konkurujú univerzitné vydavateľstvá, z hľadiska trhu však tieto nemajú väčší význam. Charakteristickou a špecifickou črtou tohto trhu je významný segment českých kníh.

Presun od klasických tlačných informačných zdrojov vrátane kníh a periodík k elektronickej forme získavania údajov a informácií sa podpisuje na zmenšovaní trhu pre klasické vydavateľstvá.

silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• relatívne konsolidované odvetvie so stabilným počtom zamestnaných a so stabilným podielom na HDP</li> <li>• kvalifikovaná pracovná sila</li> <li>• tradícia čítania periodických i neperiodických publikácií v rámci domáceho trhu</li> <li>• nízka miera ohrozenia importom lacnejších produktov zo zahraničia</li> <li>• postupný presun príjmov do rôznych typov príjmov z on-line reklamy a z nadväzujúcich on-line služieb</li> <li>• príležitosť v elektronických médiách</li> <li>• množstvo externých spolupracovníkov (prekladatelia, grafici, editori)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rapídny úpadok predaja periodickej tlače, súvisiaci s nástupom digitálnych médií</li> <li>• v počte vydaných publikácií konkurujú univerzitné vydavateľstvá (z hľadiska trhu však tieto nemajú väčší význam)</li> <li>• významný segment českých kníh</li> <li>• zmenšovanie trhu pre klasické vydavateľstvá vplyvom internetu</li> <li>• veľký objem nevyplatených záväzkov voči vydavateľom zo strany distribútorov a kníhkupcov</li> <li>• nedostatočný objem a diferenciacia dotácií na vydávanie kníh a neperiodických publikácií zo strany verejných zdrojov</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podporiť vytvorenie centralizovaných distribučných systémov, ktoré by umožňovali veľkým koncovým zákazníkom v danom odvetví (napr. knižnice) obstarávať tituly rýchlejšie, lacnejšie a efektívnejšie, čo by zároveň malo podstatný pozitívny vplyv na celé odvetvie.</li> <li>• Podporiť komisionálny predaj v maloobchode len pod podmienkou certifikácie softvéru a spoločného postupu pri inventarizáciách komisíí.</li> <li>• Podporiť programy spolupráce medzi školami a knižnicami, zamerané na podporu čítania, investovať do technologického a personálneho vybavenia knižníc.</li> </ul>

### c) Trh s umením

Medzinárodný obchod s umením, ktorého predmetom sú výtvarné umenie a starožitnosti, môžeme chápať v súčasnosti ako akékoľvek iné odvetvie priemyslu, prípadne ako aparát, ktorého hlavným cieľom je vytvárať a opakovanými predajmi potvrdzovať cenu diel výtvarného umenia na trhu. Obchod s umením je vo svojej podstate nadnárodným fenoménom a realizuje sa v rámci globálneho trhu.

Hlavnými aktérmi v tomto segmente sú galérie a múzeá, agenti, díleri a galeristi, aukčné spoločnosti, kritici, experti a znalci, a napokon zberatelia.

Podľa odhadov expertov tvorí ročný obrat z aukcií na Slovensku (viac ako 10 mil. eur) len asi 20 – 30 % reálneho trhu s umením na Slovensku (bez priamych akvizícií galérií). Zvyšok tvorí ťažko zmapovateľná šedá zóna priamych predajov z ateliérov a ostatných obchodných transakcií. Charakteristickým znakom slovenského trhu je aj skutočnosť, že súčasné umenie z neho tvorí asi 3 % (európsky priemer je aj po výraznom poklese v posledných rokoch stále okolo 7 %), čo ovplyvňuje charakter trhu, pomer cien, ale aj medzinárodný kredit a predaj slovenských diel. Nákupy diel z verejných financií tvoria asi 5 % zo zmapovateľného trhu s umením, zvyšok sú súkromné akvizície.

<b>silné stránky / príležitosti</b>	<b>slabé stránky / ohrozenia</b>	<b>potreby rozvoja</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• nadnárodný fenomén, ktorý sa realizuje v rámci globálneho trhu</li> <li>• generovanie a rozširovanie dopytu po dielach s vysokou pridanou hodnotou uplatňuje faktor kultúrnej vyspelosti zákazníka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ťažko zmapovateľná šedá zóna priamych predajov z ateliérov a ostatných obchodných transakcií (cca 70% - 80%)</li> <li>• prevládajúci priamy predaj z ateliérov, uskutočňovaný prevažne v hotovosti, čo spôsobuje nestálosť trhu</li> <li>• nemožnosť skúmania trhu, presnejšieho vyčíslenia a hľadania potenciálu</li> <li>• zhodnotenie miery podriadenosti bežným daňovým a odvodovým povinnostiam</li> <li>• nízke umelecké nároky na trhu s umením u slovenských zákazníkov</li> <li>• nízka miera internacionalizácie slovenského umenia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zvyšovať povedomie širokej populácie o umení a umeleckej tvorbe prostredníctvom základných kurikul na základných a stredných školách, ale aj prostredníctvom špeciálnych vzdelávacích programov v rámci štátnych kultúrnych inštitúcií a programov prepájajúcich kultúrnych profesionálov a školy.</li> <li>• Podporiť motivačné stimuly pre súkromný sektor (podpora sponzorstva, podpora vystavovania súkromných zbierok).</li> <li>• Podporovať účasť galeristov na veľtrhoch a predajných výstavách.</li> </ul>

#### **d) Scénické umenia**

Do okruhu scénických umení zaraďujeme najmä divadelnú, tanečnú a opernú (operno-koncertnú) činnosť, ktoré svojimi produktmi vstupujú na trh. Do istej miery sa aktivity sledované v tejto časti prelínajú s aktivitami spadajúcimi pod hudobný priemysel (najmä koncertné predvedenia hudobno-divadelných žánrov, ako sú opera, opereta a muzikál). Scénické umenie kladie v mnohých svojich podobách (najmä opera, ale aj iné) vysoké finančné nároky na produkciu, vyžaduje relatívne komplikované technológie a infraštruktúru a je do istej miery obmedzené jazykom (činohra). Preto sú verejné investície pre toto odvetvie neodmysliteľné. Na druhej strane však tieto verejné zdroje umožňujú vznik trhového segmentu, ktorý generuje príjmy a pracovné miesta.

Odvetvie scénického umenia je rozdelené na dve oblasti s odlišným fungovaním, ktoré vyplýva zo spôsobu zriaďovania a financovania jednotlivých inštitúcií. Prvú oblasť tvoria štátom alebo samosprávou zriaďované inštitúcie, ktoré majú štatút príspevkových organizácií štátu, alebo samospráv, a sú priamo financované zriaďovateľom. Druhá oblasť je tvorená súkromnými divadlami a scénickými skupinami, ktoré v prevažnej väčšine fungujú ako neziskové organizácie, menšia časť ako firmy; ich príjmy tvoria tak prostriedky z verejných financií (dotácie), ako aj zisky z predaja vstupeniek a inej činnosti.

Ďalším významným segmentom trhu sú eventové a umelecké agentúry alebo produkčné firmy, ktoré buď organizujú podujatia, alebo programujú špecifické priestory. Súčasťou trhu sú aj rôzne dodávateľské firmy, ktoré zabezpečujú dodávky tovarov a služieb potrebných na fungovanie odvetvia (technológie – svetlá, zvuk; marketing, nosiče, priestory, preprava, ticketing atď.).

Kultúrne festivaly (najmä hudobné, divadelné a multižánrové) patria k ekonomicky významným aktivitám vzhľadom na schopnosť generovať primárne príjmy aj sekundárne pozitívne efekty pre určitú oblasť (mesto, región, štát).

Z hľadiska štruktúry zamestnanosti sa jednotlivé segmenty tohto odvetvia značne líšia. Kým štátom a samosprávami financované inštitúcie (divadlá, kultúrne zariadenia) majú prevažne zamestnancov, zvyšok odvetvia funguje takmer výlučne na báze živnostníkov alebo umelcov

v slobodnom povolani. Veľké štátne inštitúcie sú vzhľadom k počtu zamestnancov dokonca mimo segmentu malých a stredných podnikov, čím sa prakticky vymykajú z celkovej štruktúry kreatívneho priemyslu na Slovensku.

silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• schopnosť generovať primárne príjmy aj sekundárne pozitívne efekty pre určitú oblasť (mesto, región, štát) - najmä kultúrne festivaly</li> <li>• pomerne rovnomerná územná koncentrácia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vysoké finančné nároky na produkciu</li> <li>• relatívne komplikované technológie a infraštruktúra</li> <li>• istá miera obmedzenia jazykom (činohra)</li> <li>• vysoký podiel verejných financií na „trhu“</li> <li>• umelé znížovanie cien vstupného, resp. neochotu zákazníka platiť primerané vstupné</li> <li>• nedostatočný dopyt, vyplývajúci z chýbajúceho vzdelávania, ktoré sa z hľadiska trhu chápe ako výchova zákazníka</li> <li>• nízke povedomie o ochrane autorských práv a duševného vlastníctva</li> <li>• nedostatočne jasné pravidlá organizácií kolektívnej správy pri výbere odmien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vykonať audit v oblasti scénického umenia na Slovensku s podrobným popisom fungovania trhu a verejných zdrojov na ňom a audit činností inštitúcií zriaďovaných štátom a samosprávami, s cieľom lepšie definovať pridanú hodnotu ich financovania z hľadiska verejného záujmu.</li> <li>• Financovanie z verejných dotácií diferencovať na podporu priemyslu a podporu tvorby.</li> <li>• Podporovať prezentáciu v zahraničí a export.</li> <li>• Zvýšiť využívanie ekonomického potenciálu festivalov a kvalitných medzinárodných produkcií ich efektívnym prepojením s cestovným ruchom (produktové balíčky).</li> </ul>

#### e) Hudobný priemysel

Pod hudobným priemyslom rozumieme celý cyklus tvorby a predaja hudby všetkých žánrov v šírke, v ktorej vstupuje na trh. Tento segment trhu sa čiastočne prelína so scénickým umením, najmä v oblasti vážnej hudby a folklóru.

Odvetvie tvoria (hudobné) vydavateľstvá (jednak pobočky veľkých nadnárodných spoločností alebo českých vydavateľstiev, ktoré pôsobia na slovenskom trhu, a jednak nezávislé slovenské vydavateľstvá), promotéri (agentúry pôsobiace ako pobočky nadnárodných spoločností, nezávislé agentúry a kluboví promotéri), produkčné a manažment agentúry, individuálni agenti, interpreti (hudobníci, hudobné skupiny, orchestre, DJ), 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 príjmov a je evidentná tendencia ďalšieho rastu. Uvedené súvisí predovšetkým s rozvojom 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 Slovenskej republiky 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 asi desatinu celkového trhu s nadväzujúcimi činnosťami (koncerty, produkcia, merchandising a pod.). Väčšinu odvetvia tvoria individuálni interpreti v slobodnom povolání alebo SZČO. Obchodné spoločnosti a firmy, ktoré v odvetví pôsobia, sú prevažne mikropodniky a MSP.

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

silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zreteľný prudký nárast tzv. digitálnych príjmov (v roku 2012 nárast o 132 %)</li> <li>• rozmach legálnych hudobných online služieb</li> <li>• rozrastanie ponuky digitálnych obchodov a rozvojom nových obchodných modelov</li> <li>• rozvoj „streamingových“ služieb</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mierny pokles celkových príjmov v posledných rokoch</li> <li>• nedostatočné odlíšenie verejných zdrojov na podporu tvorby a na podporu priemyslu</li> <li>• konkurenčná nevýhoda slovenského hudobného trhu voči globálnemu prostrediu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparentné a efektívne fungovanie organizácií kolektívnej správy.</li> <li>• Nástroje na odlíšenie podpory tvorby a na podporu priemyslu.</li> <li>• Efektívna podpora exportu a internacionalizácie.</li> <li>• Stimulácia hudobného vzdelávania populácie</li> </ul>

#### f) Umelecké remeslá, tradičné a ľudové remeslá

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), umelecko-remeselné činnosti zamerané na obnovu pamiatkových hodnôt národných kultúrnych pamiatok alebo nehnuteľností v pamiatkových územiach (objekty národných kultúrnych pamiatok, historických budov alebo evidovaných pamätihodností) a výroba a predaj zabezpečený Ústredím ľudovej umeleckej výroby (ďalej len „ÚĽUV“).

V prípade umelecko-remeselných činností zameraných na obnovu pamiatkových hodnôt národných kultúrnych pamiatok alebo nehnuteľností v pamiatkových územiach ide o mimoriadne dôležité práce zamerané na záchranu, ochranu a obnovu pamiatkových hodnôt pamiatkového fondu. Práve tento fond je historickým dokladom toho, že Slovensko je integrálnou súčasťou európskeho kultúrneho priestoru. Slovensko má v evidencii Ústredného zoznamu pamiatkového fondu SR k decembru 2013 asi 9700 nehnuteľných národných kultúrnych pamiatok a asi 15 tisíc hnutelných národných kultúrnych pamiatok, tiež má 5 lokalít zapísaných v Zozname svetového kultúrneho dedičstva, ktoré sú pre potenciál rozvoja cestovného ruchu nenahraditeľnou súčasťou. Investície do pamiatkového výskumu, do následnej obnovy objektov sú nevyhnutné na zvýšenie efektívnosti ich využitia a na ich atraktivnosť pre kultúrny turizmus. Tieto činnosti sú významne kreatívneho charakteru, vyžadujú individuálny prístup a technologický postup výnimočný vo svojej jedinečnosti.

Podľa údajov ÚĽUV-u je na Slovensku evidovaných asi 1 300 výrobcov (fyzických osôb) aktívne pôsobiacich v oblasti tradičných remesiel a ľudovej umeleckej výroby. V odvetví pôsobia ďalších asi 30 právnických osôb. Existuje kvalifikovaný predpoklad, že v Slovenskej republike sa

touto činnosťou aktívne zaoberá ešte ďalších 500 až 800 fyzických osôb, pre ktoré je ľudové remeslo čiastočnou alebo úplnou formou obživy.

silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• potenciál presahov tradičných remesiel do profesionálneho produktového dizajnu z hľadiska pridanej hodnoty a ekonomického rozvoja</li> <li>• spolupráce remeselníkov s absolventmi vysokých umeleckých škôl</li> <li>• pridaná hodnota pre turizmus, identitu krajiny a lokálny a regionálny rozvoj</li> <li>• prepájanie tradičných ľudových remesiel s moderným dizajnom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nemožnosť autorskoprávnej ochrany niektorých výrobkov</li> <li>• pomalý ekonomický rast v oblasti tradičnej ľudovej výroby</li> <li>• - nízka dynamika turizmu a kultúrnej spotreby v SR</li> <li>• nízka diferenciácia hodnotnej a lacnej trhovej produkcie na rozdiel od zahraničia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podpora podnikateľských aktivít, ktoré spájajú tradičné remeselné postupy a moderný dizajn.</li> <li>• Podpora komplexných turistických produktov, ktoré zahŕňajú aj ponuku tradičných remesiel (remeselné dvory, predvádzanie tradičných výrobných postupov a výučba remesiel).</li> <li>• Podpora lokálnych a regionálnych rozvojových stratégií, ktoré využívajú tradičné ľudové remeslá a zručnosti ako potenciál k ekonomickému rozvoju.</li> <li>• Podpora osobného rozvoja remeselníkov – medzinárodná mobilita mladých autorov, ktorí prirodzene prinesú zahraničné skúsenosti s podnikaním v tejto oblasti.</li> <li>• Podpora infraštruktúry, združovania a sieťovania („networking“) v odvetví – zvýhodnené nájom, podpora činnosti remeselných dvorov a cechov.</li> </ul>

## g) Dizajn

Priemyselný dizajn predáva výrobok, definuje ho v čase a zároveň dokáže reprezentovať krajinu v zahraničí.

Podľa údajov Slovenského centra dizajnu momentálne pôsobí na Slovensku asi 150 firiem, ktoré spolupracujú s dizajnermi alebo využívajú dizajn produktov ako konkurenčnú výhodu.

Podľa odhadov Slovenského centra dizajnu pôsobí v súčasnosti v Slovenskej republike 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 v Slovenskej republike pracuje pre zahraničné spoločnosti. Približne 70 % aktívnych dizajnérov je mladších ako 40 rokov.



silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kvalifikovaná pracovná sila</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• približne štvrtina vyštudovaných dizajnérov odchádza pre nedostatok príležitostí pracovať do zahraničia</li> <li>• chýbajúce efektívne prepojenie na priemyselnú výrobu</li> <li>• vysoká cena technologického vybavenia a materiálov</li> <li>• problematický prístup ku kapitálu</li> <li>• nedostatočné chápanie významu dizajnu ako generátora konkurenčnej výhody zo strany výrobcov</li> <li>• nedostatočná rozvojová politika vrátane politiky exportu a internacionalizácie dizajnu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Štruktúrované opatrenia na úrovni vzdelávacích a priemyselných politík, ktoré by umožnili užšie prepojenie škôl a priemyslu, príp. dizajnérskeho ateliérov a priemyslu.</li> <li>• Podpora rizikových a rozvojových kapitálových fondov (napr. verejno-súkromné), ktoré sú zamerané na oblasť dizajnu.</li> <li>• Podpora začínajúcich dizajnérov – inkubátory, poradenstvo.</li> <li>• Zvýšenie povedomia a chápania dizajnu ako významného nástroja na podporu priemyslu, vývozu a prezentácie krajiny v zahraničí.</li> <li>• Špecifické programy na podporu exportu a internacionalizácie – podpora vystavovania v zahraničí, štruktúrované programy zamerané na umiestňovanie slovenských dizajnérskeho produktov a služieb na medzinárodných trhoch atď.</li> </ul>

#### **h) Odevný a textilný dizajn a priemysel**

Podobne ako priemyselný a produktový dizajn, aj oblasť módného dizajnu je priamo spojená s vývojom a stavom textilného a odevného priemyslu. Analýza Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky (ďalej len „Ministerstvo hospodárstva SR“) potvrdila, že kým ešte v období rokov 2004 – 2007 patrili výroba textilu a najmä odevov medzi silných zamestnávateľov, po roku 2007 sa podiel tejto výroby na zamestnanosti výrazne prepadol, pre porovnanie z rokov 2004 a 2010 v úhrne poklesol o 5,8 %.

Z hľadiska štruktúry zamestnanosti je oblasť módného dizajnu postavená na individuálnych živnostníkoch, príp. jednotlivcoch, ktorí sa dizajnu venujú popri inej činnosti. Typické je portfólio viacerých zamestnaní, plynulé prechody medzi rôznymi činnosťami, práca bez pevného pracovného času, ktorá tvorcom dáva flexibilitu a nezávislosť.

Jestvujúca textilná a odevná výroba je hlavne v segmente MSP, ktorý zamestnáva odborných pracovníkov väčšinou na trvalý pracovný pomer. To do veľkej miery určuje aj jeho závislosť od zákaziek, ktoré generujú stabilný príjem a mzdy.

silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>práca bez pevného pracovného času, ktorá tvorcom dáva flexibilitu a nezávislosť</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>výrazný prepád na zamestnanosti od roku 2007</li> <li>chýbajúce priemyselné väzby a chýbajúce možnosti exportu či prerazenia na medzinárodné trhy</li> <li>absencia pravidelnej tvorby kolekcií vo výrobnom cykle dizajnér - priemysel - zákazník</li> <li>nutnosť vyrábať kolekcie vlastnou kusovou výrobou bez systému časového plánovania podľa módného kalendára</li> <li>zameranie existujúcej priemyselnej výroby predovšetkým na čiastkové výrobné zákazky bez napojenia na dizajn</li> <li>nízka flexibilita pri výrobe a schopnosť rentabilne vyrábať aj malé série</li> <li>nízka flexibilita na strane dizajnérov v prispôbení sa potrebám priemyslu a chápania jeho potrieb</li> <li>problematika predaja a neschopnosť slovenských textilných dizajnérov efektívne vstupovať do štandardných komerčných vzťahov</li> <li>absencia systému veľkoobchodných kontrakčných prezentácií, ktoré by reflektovali potreby súčasnosti (týždeň módy, módné prehliadky)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zavedenie opatrení na podporu prepájania priemyslu a dizajnu (poradenstvo).</li> <li>Programy zamerané na podporu exportu a internacionalizácie (podpora účasti na veľtrhoch, strategické chápanie módného dizajnu pri exportnej politike a prezentácii krajiny v zahraničí).</li> <li>Podpora vnútornej organizácie odvetvia a jeho združovania do klastrov, podpora propagácie a vzdelávania dizajnérov (Fashion Weeks, Showrooms atď.).</li> <li>Podpora začínajúcich podnikateľov (inkubátory, technologické dielne, poradenstvo atď.).</li> <li>Zmena vzdelávacích programov zameraných na dizajn – väčšia orientácia na priemysel, podpora prepájania technických a umeleckých smerov, výučba zručností pre trhovú ekonomiku.</li> </ul>

## i) Architektúra

Architektúra je jediným odvetvím kreatívneho priemyslu, ktorá má v Slovenskej republike vlastnú profesijnú komoru (Slovenská komora architektov), oprávnenú vydávať osvedčenia o odbornej spôsobilosti. Základné vzťahy, ovplyvňujúce činnosť architekta, sú dané trojuholníkom investor – architekt – dodávateľ. Činnosť architekta je teda priamo viazaná na celkový stav trhu s realitami, kúpyschopnosť obyvateľstva a kumuláciu kapitálu, ale takisto na úroveň a zacielenie verejných investícií a spôsob ich realizácie.

Štruktúru odvetvia tvoria ateliéry (veľké inžinierske, menšie architektonické do 10 ľudí), samostatní architekti a projektantské kancelárie. Architekti pôsobia v samostatnom pracovnom statuse autorizovaného architekta alebo ako SZČO. Mnoho architektov sa uplatňuje aj v nadväzujúcich profesiách (projektovanie, predaj interiérov, reality a pod.). V rámci architektúry pôsobia aj ďalšie profesie, ktoré vo svojej činnosti prezentujú vo vysokej miere kreativitu a individuálny prístup, ako napríklad reštaurátori a osoby s osobitnou odbornou spôsobilosťou na vykonávanie pamiatkových výskumov.

Reštaurovanie národnej kultúrnej pamiatky alebo jej časti je osobitným druhom obnovy. Reštaurátorská činnosť je špecifická výtvarná činnosť, ktorá je súhrnnom vykonávaných prác na národných kultúrnych pamiatkach alebo zbierkových predmetoch, ktoré sú výtvarnými dielami maliarskeho, sochárskeho alebo úžitkového umenia. Reštaurovanie zahŕňa najmä výskum diela, návrh na jeho reštaurovanie, jeho konzerváciu, interpretáciu estetickéj hodnoty diela a výskumnú



dokumentáciu. Reštaurovanie výtvarných diel maliarskeho, sochárskeho alebo úžitkového umenia, ktoré sú zbierkovými predmetmi, môžu vykonávať len reštaurátori, ktorí sú členmi stavovskej organizácie Komory reštaurátorov. Iba členovia Komory reštaurátorov môžu realizovať obnovu národných kultúrnych pamiatok, ktoré sú evidované v Ústrednom zozname pamiatkového fondu SR. Komora reštaurátorov registruje svojich členov a vytvára podmienky pre ich prax i odborný rast a vývoj, sleduje ich profesionálnu činnosť. Komora reštaurátorov je odborným garantom kvality reštaurovania na Slovensku. Jej vnútorný orgán, skúšobný senát, prideľuje osvedčenia podľa jednotlivých špecializácií, preberá zodpovednosť a garantuje kvalitu činnosti a výkonu svojich členov. Komora spolupracuje s orgánmi štátnej správy na ochranu pamiatkového fondu – s Pamiatkovým úradom Slovenskej republiky, s Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky a s ďalšími odbornými inštitúciami.

Pamiatkový výskum je odborná činnosť zameraná na získavanie poznatkov o národných kultúrnych pamiatkach, pamiatkových územiach, archeologických nálezoch a archeologických náleziskách. Pamiatkový výskum môžu vykonávať len fyzické osoby s osobitnou odbornou spôsobilosťou na vykonávanie pamiatkového výskumu. Osvedčenie je vydávané orgánom štátnej správy na ochranu pamiatkového fondu - Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky v týchto odboroch pamiatkového výskumu: umelecko-historický, architektonicko-historický, urbanisticko-historický a archeologický výskum.

<b>silné stránky / príležitosti</b>	<b>slabé stránky / ohrozenia</b>	<b>potreby rozvoja</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• jediné odvetvie kreatívneho priemyslu, ktoré má v SR vlastnú profesionálnu komoru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• chýbajúce koncepcie rozvoja verejného priestoru na úrovni verejných politík</li> <li>• nedostatočné povedomie o verejnom priestore a jeho štandardoch</li> <li>• nedostatočné docenenie duševnej práce a kreatívnej časti samotnej architektonickej práce</li> <li>• časté zamieňanie architektúry s projektantskými činnosťami zo strany klientov a investorov</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podpora rozvoja a propagácie architektúry – podpora výstav, prezentácií a pod.</li> <li>• Podpora internacionalizácie a exportu – účasť na medzinárodných výstavách a fórach, architektúra ako súčasť prezentácie krajiny.</li> <li>• Motivačné programy a legislatíva, ktorá by podporila konanie súkromných investorov vo verejnom záujme (kultivácia verejného priestoru prislúchajúceho k súkromným stavbám a pod.).</li> </ul>

## **j) Reklamný priemysel**

Reklamný priemysel v Slovenskej republike 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 propagáciu a marketing prostredníctvom podujatí a produkčné spoločnosti. Druhú oblasť tvoria mediálne agentúry, ktorých hlavnou činnosťou je nákup mediálneho trhu.

Väčšinu odvetvia 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.) dodávajú tovary a služby rôznym segmentom reklamného priemyslu, pričom tieto činnosti tvoria len časť ich pracovného portfólia.

silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• investície do internetovej reklamy aj v čase celkových poklesov reklamných rozpočtov v posledných rokoch výrazne rastú</li> <li>• štandardný trh, bez zásadného vstupu verejných financií v ktorejkoľvek fáze cyklu tovarov a služieb</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• klesajúci trend od roku 2009</li> <li>• práca pre reklamný priemysel je zdrojom príjmu pre kreatívnych profesionálov, ktorí sa zároveň venujú umeleckej tvorbe a iným kreatívnym činnostiam</li> <li>• absencia právnej úpravy reflektujúcej vývoj na trhu s reklamou, predovšetkým pokiaľ ide o digitálne prostredie</li> <li>• absencia právnej úpravy pre korporátny sponzoring</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Úprava legislatívy v nadväznosti na definované slabé stránky.</li> </ul>

#### k) Kreatívne odvetvia v digitálnom prostredí (počítačové hry, softvér, on-line marketing)

Podľa údajov zo štúdie „Online šanca pre Slovensko (Ako internet mení slovenskú ekonomiku)“, ktorú pre spoločnosť Google vypracovala spoločnosť Boston Consulting Group v roku 2012, dosahuje veľkosť internetovej ekonomiky na Slovensku cca 3,3 % HDP. Očakáva sa, že slovenská internetová ekonomika bude rásť do roku 2016 o 12 % ročne a dosiahne 4,5 % HDP. Hlavnými „ťahúňmi“ očakávaného rastu budú osobná spotreba, export služieb, IKT a softvéru. Podľa uvedenej štúdie má Slovensko predpoklady stať sa krajinou s nadpriemerne výkonnou internetovou ekonomikou za predpokladu, že Slovensko bude investovať do špecializovaného ľudského kapitálu, vzdelávania v oblasti IKT, zefektívni inovačnú politiku a viac investuje do vedy a výskumu.

Štruktúra odvetvia a zamestnanosti sa vzhľadom k premenlivosti a rýchlemu vývoju trhu neustále mení a jednotliví profesionáli sa preskupujú medzi existujúcimi subjektmi či zakladajú nové. Veľkú časť odvetvia tvoria SZČO a malé firmy (do 20 zamestnancov), ale nájdeme tu aj veľké spoločnosti (s viac ako 100 zamestnancami a externými spolupracovníkmi). Odvetvie vyžaduje veľa externej a nárazovej práce a veľkú flexibilitu aktérov, ktorí plynulo prechádzajú medzi rôznymi činnosťami a projektmi.

silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dostatočný počet firiem pôsobiac v danej oblasti</li> <li>• potenciál digitálnych hier a technológií v sekundárnych odvetviach, ako sú vzdelávanie, ľudské zdroje, stratégie, bezpečnostná politika a iné</li> <li>• firmy zaoberajúce sa dizajnom webu ako jediné výrazne rastú</li> <li>• penetrácia širokopásmového pripojenia k internetu, záujem o on-line predaj a vzťah k spotrebiteľom a digitalizácia verejnej správy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• neustále sa meniaci štruktúra odvetvia a zamestnanosti vzhľadom k premenlivosti a rýchlemu vývoju trhu</li> <li>• absencia strategického chápania a uchopenia témy internetovej ekonomiky v rámci národného hospodárstva</li> <li>• chýbajúce vzdelávacie moduly a kvalifikácie či odchod pracovnej sily do zahraničia</li> <li>• absencia vnútornej kategorizácie odvetvia a pochopenie jeho jednotlivých segmentov z hľadiska ich možného prínosu pre ekonomiku a spoločnosť</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vytvoriť nástroje na podporu investícií do internetovej ekonomiky a jej kreatívnej časti (rizikový a rozvojový kapitál, investičné fondy kombinujúce verejné a súkromné zdroje a pod.).</li> <li>• Podporiť inovatívne podnikateľské nápady aj formou sieťovania medzi kreatívnym, technologickým a podnikateľským sektorom</li> <li>• Podporovať nové spôsoby a formy vzdelávania, ktoré by umožňovali väčšie prieniky medzi kreatívnymi a technologickými zručnosťami, podporovať kreatívne vzdelávanie na všetkých stupňoch škôl.</li> <li>• Podporovať zvyšovanie povedomia o odvetví prostredníctvom súťaží, značiek, propagovania úspešných riešení, cien a pod.</li> <li>• Podporovať export a internacionalizáciu nápadov a subjektov v tomto odvetví prostredníctvom podpory účasti na veľtrhoch, výstavách, fórach a pod.</li> </ul>

## 1) Pamäťové a fondové inštitúcie

Toto odvetvie je tvorené najmä knižnicami, múzeami, galériami, pracoviskami na ochranu pamiatkového fondu, špecializovanými odbornými ústavmi, špecializovanými odbornými pracoviskami v oblasti kultúry a pod. Pamäťové a fondové inštitúcie sa zaoberajú uchovávaním, ochranou a sprístupňovaním kultúrneho a historického obsahu, ktorý spravujú pre účely spoločenského poznania, zaoberajú sa zhromažďovaním, uchovávaním, ochranou a sprístupňovaním poznatkov o kultúrnom dedičstve, o umení a kultúre ako jedinečných informácií a predmetov pre odbornú a laickú verejnosť.

Pamäťové a fondové inštitúcie zohrávajú nezastupiteľnú úlohu pri sprostredkovaní a prezentovaní poznatkov o hnutel'nom kultúrnom dedičstve, ktoré spravujú, a to formou najrôznejších prezentačných aktivít pre výchovno-vzdelávací proces, záujmové aktivity občanov, podnikateľský sektor, verejnú správu a výskumno-vývojové pracoviská a pod.

V tomto odvetví sa inštitucionálne zabezpečuje ochrana, sprístupňovanie a prezentovanie kultúrneho dedičstva, a to prostredníctvom komplexnej siete národných, regionálnych a miestnych pamäťových a fondových inštitúcií, pričom rozhodujúcu úlohu v tomto odvetví zohrávajú národné kultúrne inštitúcie ako napríklad: Slovenská národná knižnica, Slovenské národné múzeum, Slovenská národná galéria, Slovenský národný archív, štátne archívy, Slovenský filmový ústav, Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, Národné osvetové centrum, špecializované odborné a vedecké pamäťové a fondové inštitúcie a iné. Inštitúcie v tomto odvetví sú predovšetkým rozpočtovými alebo príspevkovými organizáciami zriaďovanými ústrednými orgánmi štátnej správy, verejnej alebo miestnej správy, a taktiež sú zriaďované aj inými právnickými osobami.

silné stránky / príležitosti	slabé stránky / ohrozenia	potreby rozvoja
<ul style="list-style-type: none"> <li>vytvorená silná už existujúca sieť pamäťových a fondových inštitúcií</li> <li>kvalifikované odborné pracovné kapacity a zázemie</li> <li>pridaná hodnota pre turizmus, identitu krajiny a lokálny a regionálny rozvoj</li> <li>hnuteľné kultúrne dedičstvo s potenciálom dlhodobého využitia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>v súčasnosti nízka dynamika turizmu a kultúrnej spotreby v SR</li> <li>efektívnosť napojenia na využitie možností, ktoré rozvoj turizmu nielen v jednotlivých regiónoch SR prináša</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podpora rozvoja a propagácie pamäťových inštitúcií a kultúrneho dedičstva v ich správe – podpora výstav, prezentačných aktivít a pod.</li> <li>Podpora rozvoja a propagácie pamäťových inštitúcií a kultúrneho dedičstva v ich správe v zahraničí podpora mobility zamestnancov a zbierkových predmetov.</li> <li>Podpora komplexných turistických produktov, ktoré zahŕňajú aj ponuku pamäťových a fondových inštitúcií (prezentačné aktivity a podujatia „múzeum shop“: predaj spomienkových predmetov, suvenírov).</li> <li>Podpora lokálnych a regionálnych rozvojových stratégií, ktoré využívajú danosti kultúrneho dedičstva v správe pamäťových a fondových inštitúcií ako potenciál k ekonomickému rozvoju.</li> <li>Podpora budovania infraštruktúry, združovania, spolupráce a sieťovania v odvetví</li> </ul>

## Systém podpory na Slovensku

Na Slovensku zatiaľ neexistuje systematizovaná podpora kreatívnej ekonomiky, avšak predpoklady rozvoja kreatívneho priemyslu vytvára strategický materiál Poznatkami k prosperite – Stratégia výskumu a inovácií pre inteligentnú špecializáciu Slovenskej republiky, ktorú schválila vláda Slovenskej republiky uznesením č. 665/2013 dňa 13.11.2013. Stratégia, ktorá je ex ante kondicionalitou pre čerpanie európskych štrukturálnych a investičných fondov v rokoch 2014 – 2020, definuje kreatívny priemysel ako jedno z perspektívnych odvetví. V mixe nástrojov je gestorom rozvoja kreatívneho priemyslu Ministerstvo hospodárstva SR.

Veľmi rozdielna je aj doterajšia reálna podpora kreatívnych a kultúrnych odvetví, pričom je možné pozorovať v prístupe k nim značné rozdiely. Kým kultúra patrí medzi tradične podporované odvetvia, trhové kreatívne služby sú výrazne v tieni podpornej politiky zameranej najmä na priemysel. Koncentrácia kreatívnych odvetví, ako aj niektoré teoretické východiská, ako koncepcia kreatívnych miest podporuje najmä lokálny a regionálny prístup k ich rozvoju. V Slovenskej republike je podpora na tejto úrovni ešte veľmi obmedzená a len veľmi zriedka priamo zameraná na kreatívne odvetvia.

V súčasnosti existuje systém mechanizmov prispievajúcich, v istej obmedzenej miere, k rozvoju kreatívnych a kultúrnych odvetví realizovaných Ministerstvom hospodárstva SR v časti rozvoja podnikateľských aktivít a Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky (ďalej len „Ministerstvo kultúry SR“) v oblasti kultúrnych aktivít.

Ministerstvo hospodárstva SR plánuje v novom programovom období rokov 2014 – 2020 zefektívniť celkový podporný systém. Pozornosť, okrem legislatívnych úprav, chce venovať napr. aj efektívnejšiemu a cielenejšiemu poskytovaniu poradenstva, zefektívneniu činnosti inkubátorov, vytváraniu optimálnych podmienok na vznik a rozvoj inovatívnych firiem, ochrane práv duševného

vlastníctva, rozvoju klastrov, podpore technologického transferu a projektov výskumu a vývoja, stimulácii internacionalizácie podnikov, podpore medzinárodnej spolupráce najmä v rámci Dunajskej stratégie, ale aj zlepšení prístupu k financiám. Práve obmedzený prístup k finančným zdrojom je jedným z inhibítorov pre komercializáciu vysoko inovatívnych projektov. Riešenie poskytne pripravovaný systém nástrojov finančného inžinierstva.

### 3. SWOT analýza

SWOT analýza bola zostavená na základe charakteristiky kreatívnych odvetví v Slovenskej republike a na základe záverov verejnej diskusie, ktorá sa konala dňa 9. 10. 2014 v priestoroch Ministerstva kultúry SR, a na ktorej sa zúčastnili zástupcovia podnikateľského sektora a zástupcovia kreatívnych odvetví.

#### INTERNÉ PROSTREDIE (SEKTORY KKP)

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Kultúrne dedičstvo</li><li>▪ Rozvinutý IKT sektor</li><li>▪ Existujúca kultúrna infraštruktúra</li><li>▪ Ľudský potenciál aktívnych aktérov</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Slabá / chýbajúca podnikateľská infraštruktúra</li><li>▪ Povedomie o ochrane duševného vlastníctva</li><li>▪ Chýbajúce / nedostatočne validné dáta</li><li>▪ Nedostatočná spolupráca aktérov KKP</li><li>▪ Vnímanie kultúry výlučne ako prijímateľa financií</li><li>▪ Absencia podnikateľského prístupu aktérov KKP</li><li>▪ Nedostatočné nástroje na prezentáciu smerom do zahraničia</li></ul>

#### EXTERNÉ PROSTREDIE

PRÍLEŽITOSTI	OHROZENIA
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Politická priorita / zmena paradigmy vnímania kultúry v slovenskej spoločnosti</li><li>▪ Možnosti financovania z EÚ</li><li>▪ Globálna podpora rozvoja informačnej spoločnosti</li><li>▪ Prebiehajúca rekodifikácia autorského práva</li><li>▪ Systémové riešenia financovania z verejných zdrojov (Audiovizuálny fond, Fond na podporu umenia)</li><li>▪ Vzdelaná a internacionalizovaná mladá generácia</li><li>▪ Zväčšenie trhu pre jednotlivé sektory KKP</li><li>▪ Rastúci záujem o produkty kreatívneho priemyslu</li><li>▪ Nové strategické segmenty</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Prístup ku kapitálu</li><li>▪ Decentralizácia a regionálna asymetria v prístupe k verejným zdrojom</li><li>▪ Odliv „mozgov“</li><li>▪ Nedostatočné povedomie/informovanosť verejnosti o KKP</li><li>▪ Hospodárska recesia</li><li>▪ Silná nadnárodná konkurencia</li></ul>

## 4. Strategický cieľ

### *Zvýšiť podiel kreatívneho priemyslu na tvorbe HDP.*

Slovenský kreatívny priemysel má potenciál na zvýšenie svojho podielu na tvorbe HDP. Vytvorením vitálneho systémového rámca na podporu tvorby, kreativity, inovácií a investícií v oblastiach kreatívneho a kultúrneho priemyslu je možné dosiahnuť stav, aby sa kreativita a s ňou súvisiace aktivity, stali súčasťou čo najväčšieho množstva podnikateľských aktivít, najmä v prostredí MSP a synchronizovať podporu kreatívneho priemyslu s ostatnými podpornými schémami s cieľom dosiahnuť synergie v ekonomickom rozvoji.

## 5. Priority Stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike

Kreatívne odvetvia často produkujú výstupy, ktoré predstavujú významné vstupy do inovačného procesu iných sektorov. Priority Stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike reagujú na hlavné nedostatky vyplývajúce z nedostatočnej **cielenej podpory napomáhajúcej** rozvoju kultúrnych a kreatívnych odvetví pri rešpektovaní kľúčových strategických dokumentov na národnej úrovni, najmä Partnerskej dohody SR na roky 2014-2020 a Stratégie výskumu a inovácií pre inteligentnú špecializáciu SR.

- Efektívny systém pre rozvoj kreatívneho priemyslu
- Kvalitné ľudské zdroje
- Vytváranie podmienok priaznivého trhu
- Podporné nástroje

### **Priorita č. 1: Efektívny systém pre rozvoj kreatívneho priemyslu**

**Zámer:** *Vytvoriť systém určený na experimentovanie a rozvoj kreativity, generujúci unikátne koncepty a riešenia.*

Hlavný dôraz bude kladený na vytvorenie podmienok pre rozvoj kreatívneho priemyslu a efektívne sieťové fungovanie. Je nevyhnutné navrhnúť otvorený systém vhodných podporných nástrojov, ktorý bude v celom svojom spektre pravidelne monitorovaný a dosahované výsledky hodnotené, s cieľom maximalizovať jeho efektívnosť a účinnosť.

### **Priorita č. 2: Kvalitné ľudské zdroje**

**Zámer:** *Kreovať profesionálne ľudské zdroje s medzinárodnými skúsenosťami, prispievajúce k rozvoju kreativity*

Hlavný dôraz bude kladený na efektívnu podporu rozvoja ľudského kapitálu ako základu tvorby kreativity a inovácií. Pre naplnenie zámeru je nevyhnutné zabezpečiť vhodné podmienky a nástroje na podporu stimulovania kreativity a záujmu o odborné vzdelanie už na základných školách, vytvoriť podmienky na ďalší odborný rast a tvorivé myslenie. Prioritnou oblasťou tejto stratégie preto musí byť vzdelávanie a prenos získaných vedomostí a skúseností vo forme inovácií do podnikateľskej praxe a na trh. Okrem toho bude potrebné posilniť vzdelávacie väzby medzi Slovenskou akadémiou vied a vysokými školami, respektíve univerzitami doma i v zahraničí a hospodárskou praxou.

### **Priorita č. 3: Zvyšovanie absorpčnej kapacity trhu**

**Zámer:** *Zvýšiť konkurencieschopnosť tradičných priemyselných odvetví, ale aj nových produktov a služieb*

Dôležitou súčasťou vytvárania podmienok pre rozvoj trhu budú opatrenia cielené na vytváranie dopytu a podporu exportu. Integrácia kreatívnych odvetví do širokého spektra priemyslu a služieb významnou mierou zvyšuje schopnosť podnikov inovovať a zvyšovať ekonomickú hodnotu ich produktov.

Prepojenia medzi jednotlivými priemyselnými odvetviami a mechanizmy umožňujúce medzisektorovú spoluprácu a medzisektorovú mobilitu tak, aby iné odvetvia vo väčšej miere využívali potenciál kreatívnych odvetví často chýbajú.

Cieľom aktivít bude dosiahnuť zvýšený odbyt kreatívnych produktov a služieb, zvyšovanie pridanej hodnoty iných produktov, ako aj konkurenčnú výhodu pri ich umiestňovaní na trhu.

### **Priorita č. 4: Podporné nástroje financovania**

**Zámer:** *Vytvoriť účinný efektívny systém nástrojov podporujúcich individuálnu tvorbu a kreativitu, ako aj zavedenie konceptu na trh a podporu podnikateľských ideí*

Pre naplnenie cieľov stratégie bude nevyhnutné podnecovať aktivity prispievajúce k rozvoju kreatívneho priemyslu prostredníctvom priamych i nepriamych podporných nástrojov umožňujúce lepší prístup subjektov k finančným zdrojom, najmä pokiaľ ide o MSP, rovnako však aj z hľadiska aktivít pamäťových a fondových inštitúcií o oblasti kreatívneho priemyslu. Na splnenie vyššie uvedeného zámeru je potrebné rovnako aktivizovať verejné i súkromné zdroje.



## 6. Opatrenia Stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu SR

Strategické priority budú napĺňané nižšie uvedenými opatreniami. Zároveň je v programovom období 2014 – 2020 podpora kreatívneho a kultúrneho priemyslu možná aj z európskych štrukturálnych a investičných fondov, v rámci Integrovaného regionálneho operačného programu 2014 – 2020 a Operačného programu Výskum a vývoj, pri rešpektovaní deliacich línií týchto operačných programov.

### OPATRENIA V RÁMCI PRIORITY Č. 1

#### **Opatrenie 1.1: Rozvoj fyzickej infraštruktúry**

Cieľ opatrenia: *Využiť potenciál fyzickej infraštruktúry pri tvorbe, šírení a ekonomickom zhodnocovaní kreatívnych činností*

Fyzická infraštruktúra je základom pre fungovanie tvorby, kultúrnych činností, ale aj kreatívneho priemyslu. Osobitne významnou je iniciačná infraštruktúra pre podporu podnikania, vznik nových a inovačných nápadov a sieťovanie (inkubátory, technologické huby, dielne, laboratóriá). Moderná infraštruktúra kultúry a podnikania má významný vplyv na regeneráciu miest a rozvoj regiónov, keďže často využíva a revitalizuje nefunkčné budovy či postindustriálne komplexy. Rozvoj infraštruktúry by sa mal realizovať selektívne aj na základe regionálneho potenciálu.

Budovaná infraštruktúra bude zahŕňať celý cyklus tvorby v danom odvetví – od podpory tvorby cez jej transformáciu na kultúrne a kreatívne produkty a služby až po distribučné kanály. Prístup bude umožnený všetkým subjektom kultúrnej a kreatívnej sféry vrátane klastrov.

Zodpovední: Ministerstvo kultúry SR  
Ministerstvo hospodárstva SR

Termín: priebežne 2020

## OPATRENIA V RÁMCI PRIORITY Č. 2

### Opatrenie 2.1: Vzdelávanie v oblasti kreativity a tvorivosti

Cieľ opatrenia: *Zvýšiť potenciál ľudských zdrojov pri tvorbe, šírení a ekonomickom zhodnocovaní kreatívnych činností*

. Z hľadiska generovania dopytu po produktoch kreatívneho priemyslu je nevyhnutné vzdelávanie populácie v oblasti zvyšovania kreativity na všetkých stupňoch vzdelávania (predškolské zariadenia, základné, stredné a vysoké školy) a tiež mediálna a digitálna výchova. Takisto je nevyhnutné posilňovať účasť dospelých na vzdelávacích programoch zameraných na rozvoj kreatívnych zručností v IKT.

Zodpovední: Ministerstvo kultúry SR  
Ministerstvo hospodárstva SR  
Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR

Termín: priebežne 2020

### Opatrenie 2.2: Ďalšie vzdelávanie v oblasti kreatívnych činností

Cieľ opatrenia: *Zvýšiť príspevok vzdelávania k zhodnocovaniu kreatívnych nápadov a generovaniu dopytu po produktoch kreatívneho priemyslu*

Chýbajúce zručnosti v oblasti manažmentu, podnikateľských činností, marketingu, získavania kapitálu a celkového konceptu kapitalizácie na vlastnej kreativite a talente boli identifikované ako základný problém pri uplatňovaní sa kreatívnych profesií na trhu. Preto budú organizované špecializované tréningové a poradenské programy, ktoré umožnia pracujúcim profesionálom zvyšovať ich konkurencieschopnosť

Zodpovední: Ministerstvo kultúry SR  
Ministerstvo hospodárstva SR

Termín: priebežne 2020

### Opatrenie 2.3: Podpora rastu kvality ľudského kapitálu prostredníctvom mobility a prenosu vedomostí

Cieľ opatrenia: *Zabezpečiť efektívnu podporu získavanie skúseností a nových poznatkov v oblasti kreativity*

Opatrenie je zamerané na podnikateľov, pracovníkov, študentov s výnimočným kreatívnym potenciálom, ktorí by boli podporovaní prostredníctvom štipendií, vzdelávacích poukazov podporujúcich vzdelávanie a pobyty v zahraničí za účelom získavania skúseností a nových poznatkov, či nových inovačných metód realizovaných v podnikateľskej i verejnej sfére. Opatrenie rieši pretrvávajúcu nízku mobilitu pracovníkov, podnikateľov a ich zamestnancov vo vzťahu ku kreatívnemu priemyslu.

Zodpovední: Ministerstvo kultúry SR  
Ministerstvo hospodárstva SR

Termín: priebežne 2020

### OPATRENIA V RÁMCI PRIORITY Č. 3

#### **Opatrenie 3.1: Zvyšovanie povedomia o kreatívnom priemysle**

Cieľ opatrenia: *Zvýšiť spoločenské povedomie a chápanie kreativity ako významného nástroja na podporu priemyslu, vývozu a prezentácie krajiny v zahraničí.*

Kreatívny priemysel stále čelí nedostatočnému povedomiu zo strany širokej verejnosti. Nedostatočná pozornosť sa venuje príkladom dobrej praxe a úspešným projektom, ktoré na Slovensku vznikli a fungujú. Preto je potrebné venovať viac pozornosti cielenej činnosti na zvyšovanie povedomia o tomto sektore.

Zodpovední: Ministerstvo kultúry SR  
Ministerstvo hospodárstva SR  
Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR  
Úrad priemyselného vlastníctva SR

Termín: priebežne 2020

#### **Opatrenie 3.2: Podpora exportu a internacionalizácie tovarov a služieb v kreatívnom priemysle**

Cieľ opatrenia: *Zvýšiť podiel kreatívneho priemyslu na exporte*

Aktivity zamerané na podporu prerazenia na medzinárodné trhy, a propagácia slovenských produktov a služieb v zahraničí môžu zásadným spôsobom naštartovať väčšinu odvetví kreatívneho priemyslu. Opatrenie bude riešiť podporu zapájania slovenských subjektov do medzinárodných organizácií / projektov a organizáciu podujatí na Slovensku za účasti zahraničných subjektov relevantných pre kreatívny priemysel.

Zodpovední: Ministerstvo hospodárstva SR  
Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR  
Ministerstvo kultúry SR

Termín: priebežne 2020

#### **Opatrenie 3.3: Vytváranie podmienok priaznivých pre podnikanie**

Cieľ opatrenia: *Premietnutie špecifík kreatívneho priemyslu do štandardných nástrojov na podporu podnikania*

Vzhľadom k tomu, že väčštinová časť sektora predstavujú SZČO a MSP, prípadne umelci v slobodnom povolání, je dôležité klásť dôraz na aktivity citlivé voči takýmto typom podnikateľov na znižovanie administratívnej záťaže a odstránenie legislatívnych prekážok.

Zodpovední: Ministerstvo hospodárstva SR

Termín: priebežne 2020

#### **Opatrenie 3.4: Podpora klastrov**

Cieľ opatrenia: *Podporiť sieťovanie medzi kreatívnym, technologickým a podnikateľským sektorom*

Opatrenie bude zamerané na rozvoj kreatívnych sietí a klastrov, prostredníctvom ktorých sa vytvoria podmienky pre medzisektorovú spoluprácu v kreatívnych odvetviach priemyslu a službách v nadväznosti na rozvojový potenciál v regiónoch a podmienky na spoluprácu s investormi.

Zodpovední: Ministerstvo kultúry SR  
Ministerstvo hospodárstva SR

Termín: priebežne 2020

### **Opatrenie 3.5: Ochrana a využívanie duševného vlastníctva**

Cieľ opatrenia: *Vytvoriť účinný systém všetkých foriem ochrany práv duševného vlastníctva, ktorý je treba dôslednejšie využívať v rámci už existujúcej infraštruktúry a nástrojov ako aj zvýšenie povedomia o jeho význame*

Duševné vlastníctvo je pevnou súčasťou kreatívnej ekonomiky. Garancia, ochrana a vymožiteľnosť práv duševného vlastníctva v súvislosti s ekonomickým zhodnocovaním a exploatáciou výsledkov duševnej tvorivej činnosti je jedným zo základných stimulov pre tvorbu samotnú a následný rozvoj kreatívneho priemyslu, preto budú realizované aktivity prispievajúce k zvyšovaniu využívania práv duševného vlastníctva.

Zodpovední: Ministerstvo kultúry SR  
Ministerstvo hospodárstva SR  
Úrad priemyselného vlastníctva SR

Termín: priebežne 2020

## **OPATRENIA V RÁMCI PRIORITY Č. 4**

### **Opatrenie 4.1: Dotácie**

Cieľ opatrenia: *Rozvíjať kreativitu a tvorbu unikátnych diel a konceptov*

Dotácie budú podporným nástrojom pre stimuláciu tvorby a kreatívnych činností a aktivít vrátane tvorby pracovných miest, technologického vybavenia, poradenstva, ako aj účasti na konferenciách, seminároch, špecializovaných výstavách zameraných na kreatívny priemysel, štipendií, podpory vzdelávacích pobytov, či podpory vzdelávania.

Zodpovední: Ministerstvo kultúry SR  
Ministerstvo hospodárstva SR

Termín: priebežne 2020

### **Opatrenie 4.2: Prístup ku kapitálu**

Cieľ opatrenia: *Vytvoriť nástroje a programy umožňujúce väčší prístup ku kapitálu pre sektor kreatívneho priemyslu*

Prístup k základnému kapitálu (rizikový a rozvojový kapitál) je problémom podnikania vo všeobecnosti, osobitne v sektore malých a stredných podnikov. V oblasti kreatívneho priemyslu je získavanie zdrojov na rozvoj podnikateľských aktivít skomplikované aj faktom, že prevažná časť aktív firiem a jednotlivcov spočíva v duševnom vlastníctve, ktoré nie je zo strany bánk a finančných inštitúcií považované za dostatočnú záruku pôžičiek a úverov a subjekty sú vnímané ako rizikové a nestabilné.

Zodpovedný: Ministerstvo hospodárstva SR

Termín: priebežne 2020