

DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-6840-2014-74

ZÁHRADNÁ A KRAJINNÁ ARCHITEKTÚRA Ó TYPICKEÉ ODVETVIE KREATÍVNEJ EKONOMIKY

GARDEN AND LANDSCAPE ARCHITECTURE - SPECIFIC SECTOR OF CREATIVE ECONOMY

DOC. ING. JANA JARÁBKOVÁ, PH.D.

ING. KATARÍNA MELICHOVÁ

ING. UBICA MAJSTRÍKOVÁ

*Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka | Department of Regional and Rural Development
Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja | Fac. of European Studies and Regional Development
Slovenská po nohospodárska univerzita v Nitre | Slovak University of Agriculture in Nitra
✉ Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak republic
E-mail: jana.jarabkova@uniag.sk, xmelichova@is.uniag.sk, xmajstrikova@is.uniag.sk,*

Anotácia

Cie om príspevku je poukáza na špecifiká odvetvia záhradnej a krajinej architektúry ako jedného z kreatívnych odvetví. Odvetvie je charakterizované na základe ve kosti a typu firiem, zamerania ich innosti, štruktúry, lokalizácie a faktorov, ktoré ju ovplyvnili, spolupráce v odvetví a vzájomných väzieb a pozitívnych efektov plynúcich z rozvoja uvedeného odvetvia v Nitrianskom kraji. V príspevku sú prezentované výsledky kvalitatívneho prieskumu aplikovaného vo firmách záhradnej a krajinej architektúry a výsledky detailného interview vo vybraných podnikateľských subjektoch. Realizovaný výskum potvrdil, že odvetvie záhradnej a krajinej architektúry patrí k typickým predstaviteľom kreatívnych odvetví.

K ú ové slová

kreatívne odvetvia, záhradná a krajinná architektúra, špecifické znaky

Annotation

The aim of this article is to highlight the specifics of Garden and Landscape Architecture's sector as one of the creative industries. Sector is characterized by the size and type of companies, orientation their activities, the structure, location and factors that affected the location, cooperation in the sector and their relationship and positive effects resulting from the development of that sector in the Nitra region. This article presents the results of qualitative research applied in firms of Garden and Landscape Architecture and the results of detailed interviews made in selected business entities. The research confirmed that Garden and Landscape Architecture is a typical representative of creative industries.

Key words

creative industries, garden and landscape architecture, specific characteristics

JEL classification: R11

Úvod

Kreatívne odvetvia definovala DCMS (1998) ako odvetvia, ktoré majú svoj pôvod v individuálnej tvorivosti, zručnostiach a talente, a ktoré majú potenciál pre generovanie bohatstva a pracovných

miest prostredníctvom vytvárania a vyuffívania du-evného vlastníctva. Ich vymedzenie a al-ia klasifikácia sa stala predmetom mnohých výskumov najmä z dôvodu deklarovaných ekonomických prínosov (rast zamestnanosti a zvy-ujúci sa podiel na HDP). Pod a vyjadrení niektorých politikov prispievajú kreatívne odvetvia k vä -ej konkurencieschopnosti a sociálnej kohézii miest a regiónov. Ako uvádza Melichová (2014) kreatívne odvetvia sa od ostatných lí-ia viacerými znakmi. Významným atribútom je napríklad vyuffívanie kreativity ako významného vstupného faktora (DCMS, 1998; Howkins, 2001), prepojenos s problematikou ochrany du-evného vlastníctva (Howkins, 2001; WIPO, 2003), charakteristická -truktúra a povaha podnikov (prevaflujú malé a stredné podniky), vysoká miera turbulencie a volality, v zmysle vzniku a zániku podnikov alebo vysoká miera dopytovej neistoty vyvolaná tým, fle podnik produkuje kreatívny, resp. kultúrny obsah nevie vopred ur í reakciu spotrebite a na produkt, o vyús uje do vysokého podnikate ského rizika. Vnímanie a klasifikácia kreatívnych odvetví v príspevku nadväzuje na rie-enie výskumnej úlohy KRENAR. Výstupy výskumu poukázali na nevyhnutnos spresnenia klasifikácie kreatívnych odvetví v podmienkach Slovenska a k typickým predstavite om kreatívnych odvetví boli zaradené: architektúra, digitálne médiá a zábava, hudba, vizuálne a scénické umenie, marketingová komunikácia, módný dizajn, rádio a televízia, vydavate stvo v oblasti softvéru, video, film a fotografia, vydavate stvo, remeslá a umelecké vzdelávanie (Balogh, 2014). Osobitým kreatívnym odvetvím, ktoré reprezentujetvorivé innosti založené na princípoch umeleckých disciplín patrí záhradná a krajinná architektúra. Krajinný architekt je pod a Dobruckej (2014) tvorcom my-lienky, ktorá šdáva hmote zmysel, vná-a do hmoty duchovný rozmer (umenie, filozofiu) a umofl uje pozorovate om zaflí dielo, preflí moment hlbokých pocitov a vnemov. Záhradná architektúra dokáfle významne ovplyvni tvorbu krajiny a tak nepriamo vplýva na potenciál vyuffitia nielen pôdy v zastavaných astiach územia. Tiefl úpravou a tvorbou nových plôch v území môfle významne ovplyvni jej vyuffitie tak ako v pôdohospodárstve, tak aj v iných odvetviach významných pre Slovensko (napríklad cestovný ruch). Záhradná architektúra na rozdiel od umeleckej tvorby sochárov, maliarov, umeleckých remeselníkov vstupuje do flivota obyvate ov cez diela, ktoré sú vystavené pozornosti spo lo nosti a slúflia vä -iemu po tu obyvate ov ako individuálne diela vystavované v galérii alebo na výstave (Petrá-ová a Beresecká, 2013).

Cie a metódy

Cie om príspevku je zhodnoti -pecifiká jedného z odvetví kreatívnej ekonomiky ó záhradnej a krajinskej architektúry na vybranej vzorke firiem v Nitrianskom kraji a jeho prínosy pre analyzované územie. Osobitosti odvetvia sme identifikovali vzh adom na typ podniku, dôvody pre jeho založenie, lokalizáciu, ekonomickú innos , ktorú realizujú, vyuffívanie ochrany du-evného vlastníctva, zdroj in-pirácie pre tvorbu, dodávate sko-odberate ské vz ahy, miesto podnikania, vzájomné väzby na vzdelávacie in-titúcie a profesijné zväzy, osobné motívy pre podnikanie na sú asnom mieste a problémy spojené s podnikaním v tomto odvetví. Údaje o po te podnikate ských subjektov a ich -truktúre sme získali z Registra ekonomických subjektov SR (TÚSR) a na základe spo lo nej metodiky (výskumná úloha APVV Kreatívna ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly) sme uskuto nili interview v 20 firmách NSK, ktoré sa zameriavajú na podnikanie v záhradnej a krajinskej architektúre. Interview sa realizovalo osobne vo vybraných obciach Nitrianskeho samosprávneho kraja, s vyuffitím -truktúrovaného dotazníka, rozdeleného na -tyri hlavné asti, ktorých cie om bolo identifikova charakteristické znaky firiem, faktory ovplyv újúce lokalizáciu a spoluprácu firiem, osobné motívy, ktoré viedli k rozhodnutiu podnika v danom odvetví a na danom mieste, bariéry v podnikaní a reálne mofnosti podpory podnikania v odvetví záhradnej a krajinskej architektúry.

Respondovanie prebiehalo v období október ó december 2013. Pre ú ely spracovania prípadovej -túdie o vybraných firmách sme absolvovali al-ie dopl újúce interview v troch firmách.

Výsledky

Vybraná vzorka firiem v odvetví záhradnej a krajinej architektúry pozostávala z 20 podnikateľských subjektov lokalizovaných v Nitrianskom kraji. Najstaršia respondovaná firma bola založená v roku 1995 a najmladšia v roku 2012. Z hľadiska právnej formy podnikania medzi firmami prevládali fyzické osoby (70 %), ktoré podnikajú na základe živnostenského oprávnenia. 30 % respondentov tvorili obchodné spoločnosti, v rámci ktorých bola zastúpená len jedna forma, a to spoločnosť s rušením obmedzeným. Počas respondovania sme sa stretli aj s prípadmi duplicitnej právnej formy (podnikateľ podniká ako fyzická a zároveň ako právnická osoba) z dôvodu naplnenia legislatívnych podmienok pre podnikanie (výška obratu, platba DPH) a získania výhod vyplývajúcich z právnej formy podnikania. Pre 3/4 podnikateľov je práca vo firme jediným zamestnaním a hlavným zdrojom príjmov. Typickým znakom respondovaných firiem je ich rodinný charakter. Rodinný podnik vedú manželia ako spoločne, alebo jeden z manželov a jednotlivé manažérske kompetencie majú vzájomne oddelené. Zamestnancami podniku sú často aj rodinní príslušníci alebo pracovníci z blízkeho okolia, o ktorých majú majitelia firmy dobré referencie.

Majitelia firiem pozitívne hodnotia na svojich zamestnancoch najmä ich flexibilitu, ochotu učiť sa a získavať skúsenosti a u firiem, ktoré pôsobia na trhu dlhšiu dobu aj vernosť a skúsenosť anagafovaných pracovníkov. V nedostatkoch zamestnancov rezonovala často chýbajúca kvalifikácia zamestnancov, pričom majitelia firiem paradoxne neuvádzali vyššiu úroveň vzdelania, ale neodpovedajúcu dosiahnutú kvalifikáciu zamestnancov potrebám praxe, najmä na úrovni stredoškolského vzdelania. Zaujímavé je tiež, že prax poukazuje na potrebu získavania univerzálnejších vedomostí a zručností, nie na úzkošpecializované odbory. V mnohých prípadoch by privítali organizovanie vzdelávacích kurzov, školení zamestnancov alebo odborných praxí. Prehľad predností a nedostatkov zamestnancov, ktoré uviedli firmy podnikajúce v záhradnej a krajinej architektúre uvádza tabuľka 1.

Tab. 1: Prednosti a nedostatky zamestnancov firiem záhradnej a krajinej architektúry

Prednosti zamestnancov firiem	Nedostatky zamestnancov firiem
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jednoduchá štruktúra spoločnosti ▪ zodpovednosť, vernosť, skúsenosť sú asných zamestnancov ▪ flexibilita v rámci pracovnej doby, ▪ rýchla adaptácia na vybrané inštitúcie ▪ vzťahy na vek, ▪ vzdelanie v odbore a kvalifikovaní. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nezodpovedný prístup k práci ▪ Chýbajúca sebareflexia ▪ neodpovedajúca kvalifikácia zamestnancov, ▪ vysoká potreba variabilných kvalifikačných predpokladov pre výkon prác (univerzálnosť) - záhradnícke, murárske, inštalačné práce, a pod. ▪ príliš úzka špecializácia zamestnancov, ▪ manuálne náročné práce, ▪ nedostatok tvorivosti u zamestnancov v realizácii, ▪ chýbajúca sebakontrola v rámci výkonu, ▪ chýbajúce skúsenosti, ▪ "niekedy príliš veľa a informácií - kódí", ▪ vzájomná komunikácia pri práci znižuje výkon, ▪ vedomosti získané štúdiom na strednej škole nie sú adaptované na potreby praxe, pričom vysokoškolské vzdelanie na výkon daných inštitúcie nie je potrebné, ▪ chýba vzdelávanie pre pomocné práce v odbore.

Zdroj: Vlastné zisťovanie, 2013.

Prevažne uvádzaným dôvodom pre založenie firmy je dosiahnutie vzdelania (stredoškolského alebo vysokoškolského) v odbore záhradná a krajinná architektúra a získanie praktických skúseností majiteľov firiem. Vzhľadom na osobné záujmy a snahu podnikateľov, overiť si získané vedomosti a zručnosti v praxi, boli viaceré firmy založené ufl počas štúdia. Ojedinele boli dôvodmi pre založenie firmy aj strata alebo zmena pracovného miesta.

Sídlo firem sú najmä mestá Nitra, Zlaté Moravce, Nové Zámky, Topo any a Vráble ale as firem je lokalizovaná aj vo vidieckych obciach Topo ianky, fiitavce, Svätoplukovo, Tekovské Nemce a Nevidzany. K lokalizácii podniku v mestách a na vidieku viedli podnikateľské subjekty zhodne najmä rodinné dôvody, osobné väzby a kontakty, ktoré podnikateľom pomohli v za iatkoch podnikania (znalos lokálneho trhu, referencie pri získavaní zákaziek) a vhodné podmienky pre podnikanie (sociálna a technická infra-štruktúra). Osobitným dôvodom pre lokalizáciu firem na vidieku sú najmä vlastníctvo nehnute nosti (rodinný dom, záhrada, pôda), v niektorých prípadoch lokalizácia skladových priestorov (Milotová - Chrenková, 2012).

Ekonomická innos firem sa zameriava predov-ťkým na služby v odbore záhradníctvo konkrétne návrhy okrasných záhrad, údržba a realizácia záhrad, predaj produktov pre záhrady, realizácia drobných stavebných prác. Služby sú určené majiteľom rodinných domov, objektov individuálnej rekreácie a firmám. Okrem uvedených aktivít uvádzajú niektoré firmy aj al-ie innosti: projekcia v oblasti sadových úprav, realizácia úprav verejnej a súkromnej zelene, pasport a inventarizácia zelene, návrhy úprav verejných priestranstiev, údržba verejných priestranstiev a miestnych komunikácií, ve koobchodný a maloobchodný predaj záhradnej techniky a tovaru rastlinného pôvodu, predaj a montáž závlahových systémov, poradenské služby, služby súvisiace s výzdobou exteriérov a interiérov.

Innosti spojené so záhradnou a krajinou architektúrou sú tvorivé innosti založené na princípoch umeleckých disciplín, najmä na princípe priestorovej kompozície. Vzh adom k tomu je nevyhnutné my-šlienku a dielo chráni . V praxi si mnohí majitelia firem neuvedomujú potrebu ochrany du-ševného vlastníctva, o om sved í aj fakt, že len jedna z firem používa ako zna ku originality registrovanú ochrannú známku. Za ochranu du-ševného vlastníctva možno považovať v záhradnej a krajinnej architektúre aj autorizáciu diela krajinným architektom, ktorý je registrovaný v Zozname autorizovaných krajinných architektov vedeným Slovenskou komorou architektov. K 30.11.2013 bolo v uvedenom Zozname registrovaných na Slovensku celkom 46 autorizovaných krajinných architektov, z toho 7 (15,22 %) v Nitrianskom kraji a medzi respondovanými firmami 3 (6,52 %). Registráciou získava krajinný architekt v zmysle § 4a benefity v podobe oprávnenia vykonáva niektoré innosti ako napr. predprojektová innos , spracúva krajinoekologické plány, asti územných plánov, vykonáva komplexnú projektovú dokumentáciu, odborný autorský dozor alebo vyhotovova odborné posudky. Slab-í záujem o registráciu v Zozname autorizovaných krajinných architektov súvisí najmä s náro nými kritériami na absolvovanie autoriza nej skú-ky (preukázanie min. 3 ro nej odbornej praxe, predloženie portfólia prác , ktorých je uchádza autorom alebo spoluautorom, absolvovanie písomného testu a verejnej rozpravy) a vý-ku príspevkov, ktoré je povinný autorizovaný architekt odvádza Slovenskej komore architektov za kalendárny rok (základný príspevok vo vý-ke 60 EUR a al-í príspevok vo vý-ke 1 % základu dane z príjmov fyzických osôb za práve uplynulé zda ovacie obdobie).

Tab. 2: Preh ad o po te autorizovaných krajinných architektov v SR

Kraj	Po et autorizovaných krajinných architektov	Podiel autorizovaných krajinných architektov
NR kraj	7	15,22%
BA kraj	19	41,30%
PE kraj	5	10,87%
KE kraj	3	6,52%
TT kraj	6	13,04%
TN kraj	2	4,35%
ZA kraj	3	6,52%
BB kraj	1	2,17%
Spolu	46	100,00%

Zdroj: Slovenská komora architektov, 2013.

Námety pre svoju tvorivú innos erpajú záhradní a krajinní architekti prekvapujúco najmä zo sekundárnych zdrojov ó webové stránky, knižné publikácie, odborné asopisy, výstavy, práce

–studentov a firemní partneri. Len malá as respondentov uviedla, fle erpá námety priamo z prírody, in–piruje sa samotným miestom pre tvorbu alebo na základe diel iných autorov, ktoré mali možnosť vidie po as odborných exkurzií, ktoré organizuje Spolo nos pre záhradnú a krajinnú tvorbu. lenmi uvedeného profesijného zväzu je 1/5 respondentov a výhodou lenstva je pod a ich vyjadrenia šokrem in–pirácie pre tvorbu, najmä diskusné fórum na odbornej úrovni, získanie aktuálnych informácií z odboru, o medzinárodných trendoch a organizovanie in–piratívnych odborných exkurzií.õ

Z h adiska dodávate sko–odberate ských vz ahov firmy z oblasti záhradnej a krajinnej architektúry spolupracujú s relatívne homogénnou skupinou dodávate ských firiem, ktoré im poskytujú materiál a zabezpe ujú nevyhnutné innosti súvisiace s projek nými a realiza nými prácami. V rámci projek nej innosti spolupracujú firmy najmä s al–ími projek nými firmami , autorizovanými architektmi a geodetickými firmami. Pri realizácii projektov s firmami z oblasti stavebníctva, firmami zabezpe ujúcimi aflbu kame a, dopravnými firmami, firmami zabezpe ujúcimi zemné práce, drobnými remeselníkmi, umelcami, firmami zaoberajúcimi sa výsadbou, pestovaním a predajom rastlín, obchodnými firmami so sortimentom záhradnej techniky a ve koobchodnými skladmi. Tretina firiem pôsobí prevafne na lokálnom trhu a spolupracuje s dodávate mi a odberate mi z blízkyh obcí a miest. Pôsobnosť ostatných firiem presahuje hranice Nitrianskeho kraja a podnikateľské subjekty spolupracujú v rámci dodávate sko–odberate ských vz ahov s firmami , domácnos ami a obcami asto v Bratislavskom kraji a v Trnavskom kraji. Výnimko ne spolupráca firiem presahuje hranice SR (Rakúsko a Ma arsko v rámci odberate ských vz ahov) a eská republika, Holandsko, Belgicko a Po sko najmä v rámci dodávate ských vz ahov (nákup záhradnej techniky a rastlinných polotovarov). Kone nými zákazníkmi ó odberate mi sluffieb firiem záhradnej a krajinnej architektúry sú obce, firmy a domácnosti. Ich –truktúra je rôznorodá a nie je možné ju ufl–ie vymedzi . V rámci distribúcie produktu sa vyuffívajú najmä priame odbytové cesty. V niektorých prípadoch vyuffívajú firmy aj nepriame odbytové cesty, a to Internet ó vlastné webové stránky firiem, objednávkový systém sluffieb a produktov alebo virtuálne predajne záhradníckeho sortimentu. Ojedinele sa zú ast ujú firmy regionálnych a národných výstav a ve trhov, ktoré podporujú predov–etkým predaj tovarov, nie sluffieb.

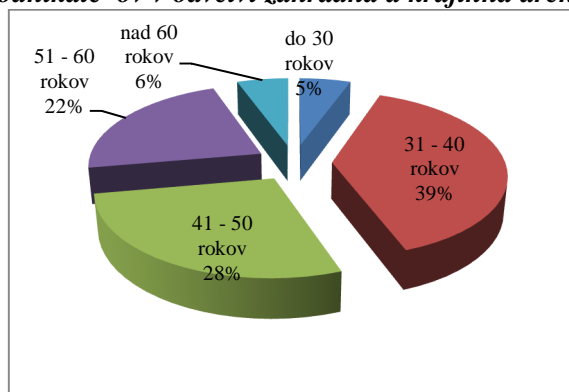
Takmer v–etky podnikateľské subjekty uviedli, fle obec alebo mesto, v ktorom podnikajú im vyhovuje, pritom za najvýznamnej–ie faktory pre svoju innos ozna íli zhodne dostupnosť dodávate ských firiem, ve kos a dynamiku lokálneho trhu a blízkos al–ích trhov.

Tvorbu kreatívneho obsahu (produktu) firiem zaoberajúcich sa záhradnou a krajinnou architektúrou ovplyv ujú aj vzdelávacie in–titúcie a profesijné a odvetvové zväzy. V Nitrianskom kraji pôsobí Fakulta záhradníctva a krajinného inffinierstva Slovenskej po nohospodárskej univerzity v Nitre, ktorá pripravuje odborníkov v –tudijnom odbore záhradná a krajinná architektúra a dve stredné odborné –koly so zameraním na –tudijný odbor záhradníctvo (Kravany nad Dunajom, Topo any). Získané vysoko–kolské a stredo–kolské vzdelanie v odbore má priamy vplyv na tvorbu v záhradnej a krajinnej architektúre. Po ukon ení –túdia je dôleffité by informovaný o trendoch v danej oblasti, ma možnosť komunikova s odborníkmi a firmami podobného zamerania, in–pirova sa a konfrontova svoje my–lienky a nápady s praxou. Dôleffitú úlohu v tomto procese zohrávajú profesijné a odvetvové zväzy. Za významnú považujú respondované firmy najmä Spolo nos pre záhradnú a krajinnú tvorbu, ktorá má 119 lenov, z nich je 23 (19,3 %) lokalizovaných NSK. Profesijné zväzy tak zohrávajú významnú úlohu v celoflivotnom vzdelávaní svojich lenov. Osobitné postavenie v tvorbe kreatívneho produktu v záhradnej a krajinnej architektúre má Slovenská komora architektov, ktorá odborne garantuje aktivity krajinných architektov. Zárove vytvára priestor pre ich vzájomnú spoluprácu a tiefl prispieva k postupnému posil ovaníu kvality sluffieb v odbore.

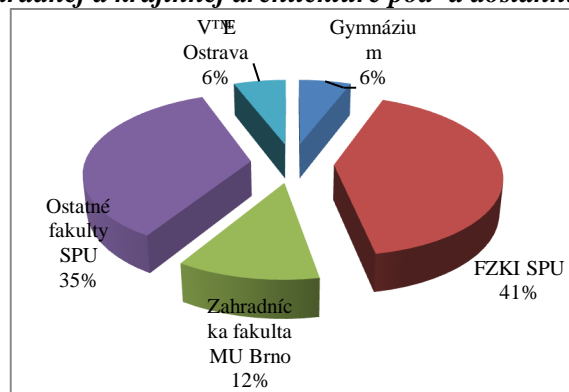
Tab. 3: Vzdelávacie in-titúcie so zameraním na záhradníctvo, záhradnú a krajinnú architektúru v Nitrianskom kraji

Názov in-titúcie	Študijný odbor	Obec/mesto
FZKI SPU v Nitre	Odbory: Záhradníctvo, Krajinné inžinierstvo, Záhradná a krajinná architektúra, Krajinné plánovanie a tvorba krajiny	Nitra
Stredná odborná škola	3-ročné učebné odbory: Viazaný aranžér kvetín, Pracovník pre záhradnú tvorbu a zeleň, Vinohradník, 2-ročné nadstavbové štúdium: Záhradníctvo	Kravany nad Dunajom
Stredná odborná škola	4-ročný študijný odbor Agropodnikanie zamerané na Záhradnícku výrobu 3-ročný učebný odbor Záhradník	Topoľčany

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Obr. 1: Vekové zloženie podnikateľov v odvetví záhradná a krajinná architektúra

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014

Obr. 2: Podnikatelia v záhradnej a krajinskej architektúre podľa dosiahnutého vzdelania

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014

Vzdelanostná štruktúra respondentov potvrdila, že Slovenská poľnohospodárska univerzita zohráva významnú úlohu pri príprave odborníkov, ktorí sa uplatnia v praxi v odbore záhradná architektúra. Z respondovaných firiem až 76 % majú podnikateľov s ukončeným vysokoškolským štúdiom 2. stupňa a na SPU v Nitre. Z nich na Fakulte záhradníctva a krajinného inžinierstva 41 %. V odbore záhradná architektúra ukončením vysokoškolského štúdia má 12 % podnikateľov na Záhradníckej fakulte MU Brno. Možno konštatovať, že majitelia firiem v odvetví záhradnej a krajinskej architektúry sú prevažne kvalifikovaní odborníci s vysokoškolským vzdelaním v odbore.

Z hľadiska vekovej štruktúry prevažujú podnikatelia v produktívnom veku, medzi respondentmi bola najviac zastúpená skupina vo veku 31 - 40 rokov (39 %). Vo vzorke respondentov boli rovnakou mierou zastúpení muži a ženy.

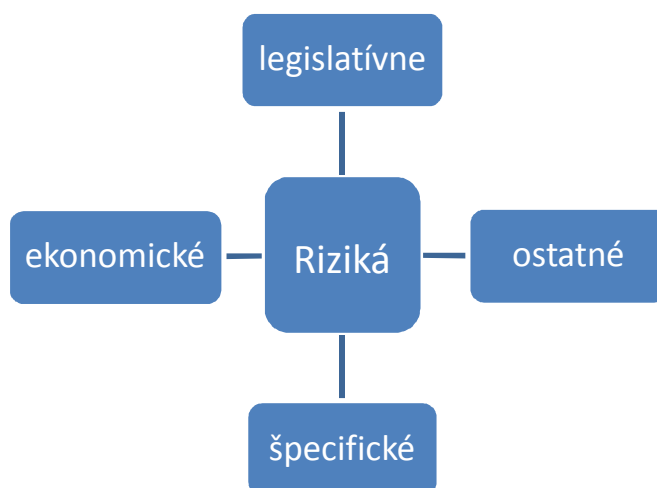
Vä –ina respondentov (83 %) pochádza z Nitrianskeho kraja. Z toho 39% respondentov uvádza, že sa narodila v Nitre, 11 % v Zlatých Moravciach a a –í v mestách Vráble, Topo any, Topo ianky, TMrany, Levice, Nová Ba a a obci Topo ianky. Miesto narodenia je v mnohých prípadoch (75 %) zároveň miestom podnikateľskej aktivity respondentov. Dôvodom pre o sa podnikatelia rozhodli íí v danom meste resp. obci je najmä rodinné zázemie, ktoré je dôleffité najmä pre mladé rodiny s de mi. Blízka rodina pomáha podnikateľom vytvára dostato ný asový priestor pre podnikanie. Osobné väzby na miesto narodenia u ah ujú za iatok podnikania (mnohé firmy v záhradnej architektúre za ínali so spracovaním projektov a ich realizáciou pre príbuzných a známych), umofl ujú rýchlejšie sa presadi na lokálnom trhu, ktorý dôverne poznajú. Vybraní respondenti uviedli, že ich rozhodovanie o mieste, kde sa usadia a za nú podnika , ovplyvnilo aj vlastníctvo nehnute nosti v obci alebo príleffitos zamestna sa.

Za významné atribúty mesta alebo obce pre svoj osobný íivot považujú opýtaní najmä znalos prostredia a osobné kontakty. V závislosti od lokalizácie bydliska a miesta podnikania (mesto alebo vidiecka obec) uvádzajú aj atribúty ako špohoda vidieckeho prostredia, šnezdevastované prostredie, in–piratívne okolie, príroda, dobrá komunika ná dostupnos obce a blízkos miest s ob ianskou infra–truktúrou. V mestách sa javia ako dôleffité pre osobný íivot respondentov predov–etkým ob ianska vybavenos a mofnosti kultúrneho vyíitia. Kvalitu obce a mesta ako miesta pre osobný íivot hodnotili respondenti podobne, skôr spokojnej–í sú respondenti íijúci vo vidieckych obciach, ktorí hodnotili kvalitu íivota v obci mierne vy–ie ako v mestách (v bodovom rozpätí 6-8, priemerne afl nadpriemerne). V mestách sa hodnotenie pohybovalo v rozpätí bodov 5-8. Za dôleffité pre svoj osobný íivot a záujmovú innos považujú respondenti mofnos komunika s u mi s podobnými hodnotami a záujmami, estetickú hodnotu obce/mesta, in–piratívno okolitej prírody a parkov pre tvorbu. V mestách oce ujú najmä ob iansku vybavenos a mofnosti kultúrneho íivota. Pre 2/3 respondentov je dôleffitá aj tolerantnos prostredia k ich tvorbe. Z uvedených faktorov najvä –í význam prikladajú okolitému prostrediu (príroda a parky), estetickému hodnote obce/mesta a ob ianskej vybavenosti obce.

Problémy súvisiace s podnikaním v odbore záhradná a krajinná architektúra a o akávania z poh adu respondovaných firiem

Za najvýznamnej–ie bariéry v podnikaní v odbore záhradnej a krajinej architektúry ozna íli majtelia firiem v skupine ekonomických faktorov najmä hospodársku krízu, ktorá zaprí ínala pokles dopytu po sluffbách, tlak na zniflovanie cien za sluffby a uprednost ovanie nízkej ceny pred kvalitou produktu. Vo v–eobecnosti za problematikké tiefl považujú: limitovaný trh, konkuren ný tlak, slabú podporu malých podnikateľov zo strany –átu, nedostato né stimuly pre mladé firmy, vysoké da ové a odvodové za afenie malých podnikateľov a vo vybraných firmách aj reallívne vysokú investí nú náro nos na vybavenie firmy záhradnou technikou. V tejto súvislosti firmy o akávajú posilnenie podpory podnikania malých firiem, spravodlivejšiu politiku podpory podnikania pre samostatne zárobkovo inné osoby, zníflenie da ového a odvodového za afenia a výraznej–ie stimuly predov–etkým pre šmladé firmy.

Z legislatívneho h adiska vnímajú podnikatelia negatívne predov–etkým nejednoznané právne normy (napr. príkazná zmluva problematikké aplikovate ná v praxi) a frekvenciu zmien v legislatíve. Absentuje aj systém celofíivotného vzdelávania a poradenstvo v odbore. Rie–ením by mohlo by : roz–írenie ponuky doplnkového vzdelávania (kurzy), celofíivotné vzdelávanie v odbore, a vybudovanie systému odborného poradenstva na regionálnej úrovni.

Obr. 3: Riziká spojené s podnikáním v odvětví záhradnej a krajinnej architektúry

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Podnikanie v záhradnej a krajinnej architektúre komplikujú aj špecifické podmienky pre realizáciu aktivít, ktorým sa realizujú inosti vo firmách nevyhnutne prispôsobujú, a to zmeny klimatických podmienok a sezónnosť. Nakoľko sa realizácia prevážne väčšiny diel v záhradnej a krajinnej architektúry uskutočňuje v exteriéri, závisí priamo od uvedených faktorov. Každé podnikateľské povahy sa ohrozuje svojou existenciou nedostatkom ochrany duševného vlastníctva o vytvoreného diela (projektu) zo strany štátu, nakoľko dielo podľa vyhotoveného návrhu realizuje iný podnikateľský subjekt. Uvedené vnímanie je špecifické pre firmy podnikajúce v záhradnej a krajinnej architektúre (na rozdiel napr. od stavebnej architektúry) vzhľadom na úzku prepojenosť návrhovej a realizovanej inosti v tomto odvetví. Firmy, ktoré sa zaoberajú najmä údržbou zelenej krajiny, klesajúci záujem samospráv o odbornú starostlivosť a údržbu verejnej zelene, o spájajú s hospodárskou recesiou a obmedzovaním výdavkov obcí na uvedené aktivity v rámci ich rozpočtov. Podnikatelia v tejto súvislosti odkávajú od obcí zvýšenú angažovanosť v iniciatíve LEADER, ktorá v minulosti obciam vytvorila priestor pre financovanie revitalizácie verejných priestranstiev a umožnila firmám v záhradnej a krajinnej architektúre uchádzať sa o verejné zdroje. Potenciálnu pomoc zo strany samosprávy vidia firmy aj v konkrétnych podporných aktivitách ako napr. špeciálne zakázky miestnej samosprávy na služby firiem záhradnej a krajinnej architektúry alebo špecifické výhodnej likvidácie bioodpadu zo strany obce.

Záver

Realizovaný výskum potvrdil, že odvetvie záhradnej a krajinnej architektúry patrí k typickým predstaviteľom kreatívnych odvetví. V súlade s atribútmi charakteristickými pre kreatívne odvetvia (DCMS, 1998; Howkins, 2001) sú inosti záhradnej a krajinnej architektúry tvorivé inosti založené na pricipoch umeleckej tvorby. I keď je výstup tvorivej inosti súvoľne autorsky chránený, firmy v odbore záhradnej a krajinnej architektúry ochrane duševného vlastníctva neprikladajú väčšiu dôležitosť. Z hľadiska štruktúry firiem reprezentujú odvetvie prevážne malé podniky (s počtom stálych zamestnancov do 3), rodinného typu, ktorých aktivita je priamo závislá na angažovaných jednotlivcoch. Majitelia firiem zaoberajúcich sa záhradnou a krajinnou architektúrou sú vzdelaní v príslušnom odbore ale od svojich zamestnancov vyžadujú skôr univerzálne zručnosti, čo súvisí s veľkosťou firmy a charakterom pracovných iností, ktoré vykonávajú. Tvorivá inosť sa vo firme koncentruje do návrhov projektov a s realizáciou diela podiel tvorivosti klesá. Ekonomická inosť respondovaných firiem sa zameriava najmä na návrhy okrasných záhrad, údržbu a realizáciu záhrad, predaj produktov pre záhrady a realizáciu drobných stavebných prác. Z hľadiska dodávateľského odberateľských vzťahov firmy z oblasti záhradnej a krajinnej architektúry spolupracujú s relatívne homogénnou skupinou dodávateľských firiem, ktoré im poskytujú materiál a zabezpečujú nevyhnutné inosti súvisiace s projektovými a realizovateľnými prácami. Často ide o lokálne firmy. Odberateľmi ich

služieb sú obce, firmy a domácnosti. Lokalizáciu firiem v priestore ovplyvnili najmä rodinné dôvody, osobné väzby a kontakty, ktoré podnikateľom pomohli v začiatkoch podnikania (znalosť lokálneho trhu, referencie pri získavaní zákaziek) a vhodné podmienky pre podnikanie (sociálna a technická infraštruktúra). Mierne rozdiely v lokalizačných faktoroch sa prejavili medzi mestom a vidieckou obcou. Bariéry v podnikaní vnímajú predovšetkým v ekonomickej a legislatívnej oblasti ale aj v zmenách klimatických podmienok, sezónnosti odvetvia ako aj v ďalších externých faktoroch, ktoré ovplyvňujú podnikanie v záhradnej a krajinnej architektúre.

Literatúra

- [1] BALOGH, M. a kol., (2014). *Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku*. Slovenská inovačná a energetická agentúra: Bratislava. ISBN 978-80-88823-57-5.
- [2] Department for Culture, Media, and Sport (DCMS), (1998). *Creative Industries Mapping Document*. London: Department for Culture, Media, and Sport.
- [3] DOBRUCKÁ, A., (2014). Autorizovaní krajinní architekti sa predstavujú.[online]. [cit. 2014-2-15]. Dostupné z: <<http://www.archinet.sk/>>.
- [4] HOWKINS, J., (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin Global, ISBN: 978-014028794. 270 p.
- [5] MELICHOVÁ, K., (2014). *Priestorová dimenzia kreatívnej ekonomiky a jej aspekty vo vidieckych a periférnych regiónoch*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita.
- [6] MILOTOVÁ, B., CHRENEKOVÁ M., (2012). Kreativita na vidieku. In *National and regionaleconomics IX*. Košice: Technical University, pp. 309-317. ISBN 978-80-553-1215-6.
- [7] PETRÁŠOVÁ, V., BERESECKÁ, J., (2013). Záhradná architektúra - príležitosti zvyšovania zamestnanosti na vidieku. In *Význam ľudského potenciálu v regionálnom rozvoji*. Podhájska: Východoeurópska agentúra pre rozvoj n.o., pp. 63-74. ISBN 978-80-89608-13-3.
- [8] World Intellectual Property Organisation (WIPO), (2003). *Guide on Surveying the Economic Copyright-based Industries*. Geneva: WIPO.

Tento príspevok vznikol v rámci riešenia výskumnej úlohy na tému Kreatívna ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly s podporou Agentúry pre vedu a výskum SR -APVV-0101-10.