



PRINCÍP FUNGOVANIA FOTOBÁNK

Petra Hollá Bachanová¹

Abstract: The aim of this article is describe the principles of functioning of photobanks (stock) and to provide an overview of the basic differences of the five selected photobanks regarding the registration process, technical and content requirements for uploaded content, license rights, the amount and method of paying commissions or a monthly subscription.

Keywords: Photobank, Photo Stock, Public domain, Royalty-free, Rights-managed.

Fotobanka

Fotobanka je virtuálny priestor, zhromažďujúci fotografie, grafické prvky, videá alebo hudbu, ktoré sú určené na predaj, prípadne bezplatné stiahnutie. Fotobanky môžeme nazvať aj internetovým úložiskom či web stránkou. Obsah fotobáň najčastejšie využívajú vydavatelia, reklamné agentúry, grafickí dizajnéri a firmy na doplnenie článkov, vytváranie plagátov, letákov, potlačí tričiek, pri tvorbe bannerových či tlačených reklám, interiérových a exteriérových tapiet, pozadí, nálepiek a polepov a.t.d. Vektory a iné grafické prvky sú vhodné pre tvorbu log spoločností, na doplnenie reklamných predmetov, ako napríklad odznakov, pier, obalov a iných predmetov. Ikony sú často využívané na web stránkach, čím vznikajú favikony. Videá a hudbu najviac využívajú reklamné agentúry a firmy na tvorbu reklamných slotov alebo správcovia webstránok, ktorí ich implementujú ako doplnok webstránky, s cieľom zatriktívniť alebo spríjemniť užívateľské prostredie. Tento obsah je zákazníkom najčastejšie ponúkaný za peňažné prostriedky alebo kredity.

Vo všeobecnosti rozlišujeme dva typy fotobáň – licencované a free fotobanky. **Licencované fotobanky** zvyčajne ponúkajú obsah na predaj za vopred stanovenú cenu, vyjadrenú v peňažných jednotkách alebo kreditoch, ktorá sa odvíja od veľkosti a kvality fotografie, ilustrácie či vektora, resp. kvality a dĺžky videa alebo zvukového záznamu. Pri kreditovom predaji si zákazníci kupujú kredity vopred za peňažné prostriedky, až následne môžu nakupovať ponúkaný obsah. Licencované fotobanky poskytujú pri kúpe obsahu zákazníkovi licenciáciu, ako výhradné právo na použitie obsahu. Zákazníkmi sú často reklamné agentúry, dizajnéri, návrhári, autori článkov v tlači, či na internete. Práve tu je rozhodujúca kvalita obsahu a cena. Všeobecne platí, že čím je rozlíšenie väčšie, tým je obsah drahší. Z tohto dôvodu je nutnosťou aby zákazník vedel presný účel a využitie obsahu. Výhodou licencovaných fotobáň je z pohľadu autora záruka zárobku a ochrany autorských práv. Na druhej strane tu existuje vysoká konkurencia medzi autormi, náročné podmienky vstupu (registrácie) a schvaľovania obsahu.

Naopak **free fotobanky** ponúkajú obsah na nekomerčné účely zadarmo. Obsah je často sťahovaný študentmi a súkromnými osobami, ktoré nemajú dostatok financií na kúpu

¹ Ing. Petra Hollá Bachanová, PhD., Žilinská univerzita v Žiline, FPEDAS, Katedra spojov, Univerzitná 8215/1, 010 26 Žilina.tel.: +421/41/513 31 18, fax: +421 41 513 56 15
e-mail: petra.bachanova@fpedas.uniza.sk

výhradnej licencie. Sťahované diela používajú často ako podklad pre vlastné kreatívne činnosti. Medzi free fotobanky patrí napríklad Pixabay.com, Flickr.com, Picjumo.com a veľa ďalších. Pri tomto type fotobánk možno ako výhodu vnímať nízku konkurenciu a jednoduché podmienky vstupu a pridávania obsahu. Naopak nevýhodou je nízka kvalita ponúkaného obsahu, častokrát nulový zárobok autora a nižšia návštevnosť. [2, 6]

Čo sa týka licencií, rozlišujeme niekoľko typov:

- **Public domain:** do slovenského jazyka sa voľne prekladá ako „verejné vlastníctvo“. Ide o licenciu, kde autor poskytuje svoj obsah komukoľvek, na akékoľvek účely, bez nároku na poplatok. Označenie CC0 znamená, že autor, ktorý je držiteľom autorských alebo databázových práv, sa vzdáva svojich existujúcich práv v prospech verejnosti, teda dielo je voľne k dispozícii. Tento typ licencie sa považuje za nevýhodný pre autora diela, nakoľko neposkytuje žiadny príjem. Slúži skôr na zviditeľnenie autora diel.
- **Royalty-free:** pri tomto druhu licencie sa diela predávajú za jednorazový poplatok. Nie sú teda požadované žiadne doplnkové poplatky za ďalšie použitie diela. Pre autora obsahu je tento typ licencie výhodný, nakoľko zaručuje zisk aj zviditeľnenie autora. Obsah s týmto typom licencie je predávaný viacerým zákazníkom s rovnakými právami. Ak chce zákazník exkluzivitu, musí vyhľadať fotobanky, ktoré ponúkajú licenciu Rights Managed.
- **Rights-managed:** tento druh licencie je opakom Royalty-free, nakoľko práva použitia sú prísne manažované. Zákazník si dielo zakúpi len na jedno konkrétne použitie. Ak by chcel obsah opakovane použiť, musí si licenciu zakúpiť znova. Licencia môže a nemusí byť exkluzívna. A práve od exkluzivity sa odvíja aj cena predávaného obsahu. Z pohľadu autora ide o najvýhodnejšiu licenciu, nakoľko poskytuje možnosť najvyšších ziskov. No zákazníci sa tejto licencií vyhýbajú, práve kvôli vysokej cene za dieolo. [1, 2]

Obsah fotobánk

Obsahom fotobanky sa rozumie všetko, čo je umiestnené v úložisku fotobanky a je určené na stiahnutie zo strany zákazníka. Niektoré fotobanky ponúkajú len jeden druh obsahu, napr. fotografie, iné majú svoje portfólio rozšírené napr. o grafický obsah alebo zvukové nahrávky. Každá fotobanka si kladie vlastné technické požiadavky na nahrávaný obsah. Pri snímkach a grafických prvkoch sa najčastejšie uvádza rozlíšenie v pixeloch alebo veľkosť v gigabajtoch. Pri videách a hudbe sa prihliada na dĺžku v sekundách a typ súboru. Vo väčšine fotobánk je obsah zverejnený až po schválení zamestnancom fotobanky alebo komisiou pre schvaľovanie. Hodnotí sa farebnosť, ostrosť, veľkosť, sýtosť, šum, typ súboru a iné technické parametre. Najčastejšie sa môžeme stretnúť s nasledujúcimi formami obsahu.

- **Fotografie:** ide o najčastejšie ponúkaný obsah väčšiny fotobánk. Zákazník má možnosť filtrovať kategórie podľa objektov (budovy, zvieratá, osoby,...), udalostí (svadby, cestovanie, narodeniny) alebo pocitov a emócií (úsmev, smútok, plač, hnev, nadšenie, prekvapenie,...).
- **Vektory:** sú diela často vo forme návrhov bannerov, vektorových vzoriek, pozadí, log bez autorských práv, webových šablón, prípadne elektronických perokresieb nazývaných Clip Art. Vektory umožňujú zmenu veľkosti diela, bez straty kvality. Sú vytvárané v špeciálnych programoch na to určených.
- **Ilustrácie:** od vektorov sa líšia tým, že pri zmene veľkosti dochádza k zmene kvality ilustrácie. Zarádujeme sem napr. kreslené obrázky, farebné pozadia, obrysy alebo fotomontáže. Dajú sa vyhľadávať napr. podľa farby, orientácie, počtu predmetov na ilustrácii a iných parametrov.
- **Ikony:** tento obsah je vnímaný ako malý a neúplný. Často ide o jednoduché kresby predmetov, náčrty známych osobností a postáv.

- **Videá a hudba:** sú vo fotobankách viac menej novou záležitosťou. Čo sa týka videí, sú rozdelené do kategórií podľa rozlíšenia – High Definition Video (HDV), teda video s vysokým rozlíšením, Standard Definition (SD) alebo 4K (video s horizontálnym rozlíšením približne 4000 px). Hudba je ponúkaná vo forme nahrávok zvukov, melódií či mixovaných súborov. [6]

Fotobanky z pohľadu autora

Autorom rozumieme osobu, ktorá nahráva svoj obsah do úložiska fotobanky za účelom jeho predaja. Autorom môže byť profesionál ale aj amatér. Dopyt firiem a jednotlivcov po kvalitnom obsahu nikdy nevyprchá a táto forma zárobku je pomerne jednoduchá a príjemná. Diela v podstate zarábajú samé a pri ich tvorbe nemusí autor vyvíjať namáhavú fyzickú aktivitu. V mnohých prípadoch ide o záľubu autora, relax či voľnočasovú aktivitu. Autor by mal k tvorbe a úprave diel používať kvalitné zariadenia a software, na to určený. Po nahratí diel sa z autora stáva dodávateľ a celý proces ponuky a predaja má na starosti fotobanka. Tá rozhoduje o schválení obsahu, spravuje zobrazenie obsahu, určuje ceny obsahu, spravuje úložisko, zabezpečuje marketingovú komunikáciu a právne záležitosti týkajúce sa licenčných zmlúv.

Ako už bolo spomenuté, vstup autora do fotobanky nie je v niektorých prípadoch jednoduchý. Základom je prejsť cez schvaľovací proces. Schvaľovací proces pri registrácii slúži na vyselektovanie autorov, ktorí by mohli fotobanku zásobovať nekvalitným obsahom a zaplniť tak miesto v úložisku. Vstupný proces zvyčajne začína bezplatnou registráciou, v rámci ktorej autor požiada o prijatie medzi prispievateľov, prostredníctvom zaslania niekoľko kusov obsahu zo svojej tvorby. Tieto sú následne hodnotené podľa požadovaných parametrov. Niektoré fotobanky otestujú autora pomocou testu, za účelom zistenia, či autor chápe funkčnosť systému a právnych záležitostí fotobanky. V procese registrácie sa často požaduje aj kópia preukazu totožnosti, čo je nevyhnutnou súčasťou pre nadviazanie profesionálneho obchodného vzťahu. V prípade zamietnutia žiadosti, by si mal autor pozorne prečítať dôvod. Chyby obsahu je možné vždy odstrániť a znova požiadať o registráciu. Odporúča sa aby autor venoval pridávaniu obsahu dostatok času a úsilia. S množstvom nahrávaného obsahu sa zvyšuje šanca na úspech. Neodporúča sa pridávať veľké množstvo diel z rovnakej série alebo druhu, nakoľko fotobanky zvyčajne akceptujú 2 až 5 podobných príspevkov. Pre autora je lepšie a aj časovo jednoduchšie využívať služby jednej či dvoch fotobánk. Najlepšie tých najväčších na trhu. [6]

V prípade, že sa ponúkaný obsah predá, časť sumy ide na účet fotobanky a zvyšok sa pripíše na účet autora. Zvyčajne sa tak stane po vyžiadaní autora alebo po dosiahnutí stanovenej sumy zárobku, resp. sa čiastky zárobku vyplácajú v pravidelných intervaloch. Ako už bolo spomenuté cena diela sa odvíja od jeho kvality a typu licencie. Autor za nahratie diela neplatí ale ako kompenzáciu za poskytované služby si fotobanka ponechá približne okolo 50 – 80 % z ceny diela. V niektorých prípadoch, ak je autor kvalitný dodávateľ, sa môže jeho podiel na zisku zvyšovať. Príjem z predaja podlieha v Slovenskej republike dani z príjmu a považuje sa za príjem z použitia diela a použitia umeleckého výkonu. Daňovník si pri takomto príjme nemôže uplatniť nezdaniteľnú časť základu dane na a daňovníka ani ďalšie nezdaniteľné časti. Podľa medzinárodnej zmluve o zamedzení dvojitého zdanenia sa určí, v ktorej krajine bude tento príjem zdanený, nakoľko môže podliehať zdaneniu v štáte sídla fotobanky. V tomto prípade môže fotobanka požadovať potvrdenie o daňovej rezidencii a dodávateľovi vypláti celý príjem. Následne dodávateľ tento príjem zdaní v Slovenskej republike. Pokiaľ však nie je medzi krajinami uzavretá zmluva o zamedzení dvojitého zdanenia, môže byť príjem zdanený v oboch štátoch. Pokiaľ tieto príjmy vypláca fotobanka so sídlom v Slovenskej republike, zdanenia sa zrážkou pri výplate. Sadzba dane z príjmov tomto prípade je 19 %. V prípade, že je uzavretá dohoda o nezdanení zrážkou, sa príjmy zdanenia

v daňovom priznaní. Ak je sídlo fotobanky v zahraničí, musia sa zdaňovať v daňovom priznaní. Licenčné príjmy sa nepovažujú za zárobkovú činnosť a dodávateľ obsahu nie je povinný platiť odvody do Zdravotnej a Sociálnej poisťovne. [1,3]

Fotobanky z pohľadu zákazníka

Zákazník je každý kto prehliada a sťahuje diela autorov umiestnené na fotobankách. Pri výbere diel je dôležité aby vedel aký obsah, v akej kvalite, v akom množstve a na aký účel hľadá. Na základe toho vyberá typ fotobanky. Pri výbere fotobanky by si mal zákazník prečítať užívateľské recenzie. Dáva do pomeru cenu, originalitu a kvalitu obsahu a na základe toho volí pre neho najlepšie riešenie. Najdôležitejším kritériom je častokrát cena. Najčastejšie spôsoby platby sú prostredníctvom PayPal, kreditnou kartou alebo využitím kreditov. Tie sa kupujú v balíkoch a majú platnosť jeden rok. Čím väčší balík, tým je cena výhodnejšia. Často je však minimálny objem kreditov zo strany fotobanky stanovený, čo je nevýhodné ak si zákazník chce zakúpiť len malé množstvo diel. Ďalšou možnosťou je predplatné, ktoré sa opláti v prípade, že zákazník nakupuje väčší objem diel mesačne. Predplatné sú pravidelné mesačné poplatky fotobanke a od jeho výšky sa odvíja denný limit sťahovania obsahu. Táto forma platby je vhodná pre väčšie spoločnosti, reklamné agentúry alebo dizajnérov. Pri vyhľadávaní obsahu môže zákazník filtrovať výsledky na základe kategórií a parametrov ako napríklad počet osôb figurujúcich v diele, ich pôvod, vek, pohlavie, prevládajúca farba, rozlíšenie, orientácia diela (na výšku, na šírku, do štvorca), dátum pridania, licencia a.t.d'. [4, 5]

Komparácia zahraničných fotobáň

Dnešný zákazník hľadajúci zaujímavý obsah má k dispozícii množstvo fotobáň, ktoré častokrát pôsobia celosvetovo. Tieto sa od seba líšia menšími či väčšími rozdielmi. Za účelom sprehľadniť tieto rozdiely bolo do procesu komparácie vybraných 5 najväčších svetových fotobáň. Tabuľky uvedené v nesledujúcom texte poskytujú prehľad porovnávaných kritérií, vybraných fotobáň. Cieľom bolo prezentovať rozdiely, týkajúce sa procesu vstupu tvorcu obsahu do fotobáň, technické a obsahové požiadavky na nahrávanie obsahu, licenčné práva, či výška provízie a iné dôležité atribúty, ktoré sú rozhodujúce v procese výberu konkrétnej fotobanky. Asi najznámejšou a svetovo najpoužívanejšou je fotobanka **Shutterstock**, ktorú založil jej súčasný generálny riaditeľ Jon Oringer v roku 2003, za účelom ponúkať tisíce svojich snímok s licenciou. Vytvoril tak prvý celosvetový trh s predplatenými snímkami. Ide o spoločnosť, ktorá ponúka licencované obsah ako snímky, videá, hudbu a grafické materiály, ktoré možno často vidieť na reklamných banneroch, billboardoch, logách a iných médiách. V súčasnosti sa na stránke nachádza viac ako 257 miliónov snímok, videoklipov a skladiet určených pre zákazníkov a verejnosť. Tieto čísla sa však neustále zvyšujú. Ďalšou veľmi významnou fotobankou, ktorá patrí do Top5 fotobáň je **Fotolia**. Je to americká fotobanka, ktorá ponúka fotografie, grafiku a videá. Bola založená v roku 2005. Sídlo spoločnosti je v New Yorku a európske sídlo sa nachádza v Paríži. 28. januára 2015 získala fotobanku spoločnosť Adobe a do online ponuky integrovala program Adobe Creative Cloud. Adobe súbežne prevádzkuje aj fotobanku Adobe Stock, ktorá sa rozvíja o niečo progresívnejšie. Je veľký predpoklad, že sa tieto fotobanky zlúčia. K tejto zmene by podľa všetkého malo dôjsť v novembri 2019. Fotobanka **Dreamstime** je vysoko kvalitná fotobanka, ktorá síce nemá až taký veľký obsah ako Shutterstock alebo Fotolia, ale svoje miesto na trhu si drží už od svojho založenia v roku 2004. Je jednoduchšou verziou Fotolie. Je vhodná aj pre začiatočníkov, pretože registrácia nevyžaduje žiadne zložité procesy. Tvorcovia jej často vyčítajú nedostatočnú komunikáciu. Schvaľovanie diel a vyplácanie odmien v tejto fotobanke trvá dlhšiu dobu. **iStock** patrí k prvým fotobankám vo svete, ktorá sa veľmi úspešne drží na trhu

už niekoľko rokov. Ponúka veľmi kvalitný obsah a kvôli exkluzivite sa na tejto fotobanke oplatí pôsobiť asi najviac. Nie je moc vhodná pre začiatočníkov a amatérov. Ponúka fotografie, ilustrácie, videá, animácie, efekty a hudbu. **Bigstock** je fotobanka, ktorú bola založená v Davise v Kalifornii, v jeseni 2004 a rýchlo sa rozrástla na jednu z najväčších fotobánk poskytujúcich svojim členom obsah zadarmo. Neskôr, v roku 2009 ju odkúpila spoločnosť Shutterstock, z čoho vyplynula pre úspešných dodávateľov Shutterstocku výhoda automatického nahrávania diel aj na Bigstock. Ponúka fotografie, ilustrácie, 3D a vektory. Komparácia týchto fotobánk je priblížená v nasledujúcom texte. [6]

1. Proces vstupu tvorcu do fotobanky

Proces vstupu do fotobánk je častokrát veľmi náročný a líši sa najmä v počte vstupných a schválených snímok a nutnosti absolvovania vstupného testu. Registrácia je u všetkých porovnávaných fotobánk bezplatná. Na **Shutterstocku** je k úspešnej registrácii nutné nahráť 10 vstupných fotografií, z ktorých minimálne 7 musí prejsť schvaľovacím procesom. V prípade neúspechu je možné obsah nahráť opätovne ale až o mesiac. Proces registrácie je pomerne náročný aj na **iStocku**. Po zvládnutí vstupného testu (kvízu), ktorý preverí vedomosti užívateľa, týkajúce sa zásad, požiadaviek a znalosti právnych otázok, musia byť dodávateľovi schválené minimálne 3 z dodaných fotografií. V prípade neúspešného schválenia obsahu pri registrácii je možné v stanovenom limite nahráť nový. Vstupný test je potrebné absolvovať pri registrácii aj vo fotobanke **Dreamstime**. Schválené musia byť minimálne dva diela. V **Bigstocku** autor musí absolvovať výučbový program, ktorý zahŕňa pár odporúčaní a rád, týkajúcich sa nahrávania obsahu, správneho umiestnenia obsahu a voľby kľúčových slov. Jeho hlavnou úlohou je overiť znalosti potenciálnych prispievateľov o fungovaní fotobanky. Nakoľko je **Fotolia** pod správou spoločnosti Adobe, obsah dodávateľov schvaľuje komisia Adobe Stock.

Tabuľka 1. Proces vstupu tvorcu do fotobanky

Shutterstock	<ul style="list-style-type: none"> • Bezplatná registrácia • Schvaľovanie vzorového obsahu (10 vstupných fotografií, 7 musí prejsť schvaľovaním) • Viac ako 18 rokov
Fotolia	<ul style="list-style-type: none"> • Bezplatná registrácia • Schvaľovanie vzorového obsahu schváli komisia Adobe Stock. • Viac ako 18 rokov
Dreamstime	<ul style="list-style-type: none"> • Bezplatná registrácia • Schvaľovanie vzorového obsahu (minimálne 2 diela) • Test o používaní fotobanky
iStock	<ul style="list-style-type: none"> • Bezplatná registrácia • Schvaľovanie vzorového obsahu (minimálne 3 diela) • Krátky kvíz o fungovaní fotobanky (zásady, požiadavky, znalosť právnych otázok)
Bigstock	<ul style="list-style-type: none"> • Bezplatná registrácia • Výučbový program pre autorov

Zdroj: vlastné spracovanie podľa [6]

2. Technické a obsahové požiadavky na nahrávaný obsah

Čo sa týka technických a obsahových požiadaviek na nahrávaný obsah, jednotlivé fotobanky majú špecifikované vlastné parametre určené pre fotografie, vektory, videá a zvukové nahrávky. Je veľmi dôležité aby sa s nimi autor obsahu oboznámil a pri tvorbe obsahu ich dodržiaval. Pri dielach, na ktorých sú zobrazené osoby je potrebný ich písomný súhlas so zverejnením a predajom. Minimálna hranica pre grafické rozlíšenie obsahu začína na 3000 px, citlivosť na ISO400. Okrem týchto parametrov sú udávané požadované formáty súborov, objem naraz pridávaného obsahu, veľkosti v GB/MB, dĺžka videí, či potvrdenia na

zverejnenie obsahu alebo počet kľúčových slov. Prehľad niektorých vybraných parametrov je uvedený v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka 2. Technické a obsahové požiadavky na nahrávaný obsah

Shutterstock	<ul style="list-style-type: none"> • Grafický obsah rozlíšenie od 3000-40000 px, max. 50MB (foto a ilustrácie), 100 MB (EPS) • Citlivosť ISO400 až ISO500 • Video (audio): 5 – 60 sekúnd, maximálne 4 GB, QuickTime, .mov, Mp4, SD, HD, 4K • 30 kľúčových slov
Fotolia	<ul style="list-style-type: none"> • Grafický obsah rozlíšenie od 5600 px (minimálne 2400 x 1600 px), maximálne 30MB (foto a ilustrácie) • Citlivosť ISO400 až ISO500 • Video: 5 – 60 sekúnd, maximálne 3,9MB, 4K, .mov, MP4, AVI • Potvrdenie na zverejnenie a predaj
Dreamstime	<ul style="list-style-type: none"> • Grafický obsah rozlíšenie 3000 px • Obrázky a ilustrácie veľkosť 1 GB • Videá od minimálne 30 sekúnd, maximálne 60 sekúnd • Zvukové súbory formátu WAV a FLAC s dĺžkou 600 sekúnd
iStock	<ul style="list-style-type: none"> • Grafický obsah rozlíšenie od 3000 px • Citlivosť minimálne ISO500 • Formáty jpeg, rgb, jpeg • Vektory vo formátoch .ai, .eps, .cdr, .svg
Bigstock	<ul style="list-style-type: none"> • Grafický obsah minimálne 600 px, maximálne 10MB, 3000 px (EPS, AI) • Veľkosť súborov 25 MB • Naraz je možné nahráť 10 grafických prvkov • Formát jpg, .ai, .eps

Zdroj: vlastné spracovanie podľa [6]

3. Licenčné práva

Všetky porovnávané fotobanky poskytujú licencie typu Royalty free. Licenciu Rights-managed s exkluzivitou poskytujú všetky fotobanky, okrem Bigstocku. Dreamstima a iStock navyše poskytujú licenciu Rights-managed aj bez exkluzivity.

Tabuľka 3. Licenčné práva

Shutterstock	<ul style="list-style-type: none"> • Royalty-free • Rights-managed s exkluzivitou
Fotolia	<ul style="list-style-type: none"> • Royalty-free • Rights-managed s exkluzivitou • Public domain
Dreamstime	<ul style="list-style-type: none"> • Royalty-free • Rights-managed s exkluzivitou alebo bez exkluzivity
iStock	<ul style="list-style-type: none"> • Royalty-free • Rights-managed s exkluzivitou alebo bez exkluzivity
Bigstock	<ul style="list-style-type: none"> • Royalty-free

Zdroj: vlastné spracovanie podľa [6]

4. Výška provízie

Na výšku provízie má vplyv množstvo faktorov. Prvým významným je veľkosť a obľúbenosť fotobanky medzi užívateľmi. Čím viac užívateľov, tým je väčšia pravdepodobnosť vzhľadnutia a stiahnutia obsahu. Veľký vplyv na výšku provízie má kvalita obsahu a typ poskytovanej licencie. Provízia je určená ako percentuálny podiel z predajnej ceny diela. Často sa líši na základe druhu obsahu (obrázky, vektory, videá,...). Provízie **Shutterstock** začínajú na úrovni 20% z predaja pre neexkluzívnych prispievateľov. Podľa histórie zárobkov dodávateľa sa provízia zvyšuje na 25 %, 28 % a 30 %. Za stiahnutie videa dostane dodávateľ obsahu 30 % z predajnej ceny. Aj keď je počiatková výška provízie

Shutterstocku z pomedzi porovnávaných fotobánk najnižšia, jeho prispievatelia tu generujú najvyššie zisky. U **Dreamstime** sa cena obsahu odvíja nielen od veľkosti a kvality diela ale aj od predajnosti. Čím je predajnosť vyššia, tým sa zvyšuje aj výška predajnej ceny a teda v konečnom dôsledku aj zisk autor. Provízie pre neexkluzívnych prispievateľov začínajú od 25% z predajnej ceny. Exkluzívny obsah je odmenený dodatočným bonusom 10 %. Pokiaľ je prispievateľ označený ako exkluzívny, jeho podiel z predajnej ceny dosahuje 60 %. K nemu sa ešte pripočíta bonus 0,2 USD za každé schválené podanie. Výška provízie v **iStock** sa odvíja nielen od dĺžky pôsobenia autora vo fotobanke ale aj od exkluzivity diel (pri exkluzívnych dielach provízia stúpa). Provízie začínajú na úrovni 15% z predaja pre neexkluzívnych prispievateľov. Fotolia ponúka za fotografie a vektory 33 %. Provízia za video a hudbu je o niečo málo vyššia - 35 %. Bigstock je jediná fotobanka z porovnávaných, ktorá neponúka exkluzivitu. Výška provízie dosahuje 30 % z predajnej ceny, bez ohľadu na typ diela.

Tabuľka 5. Výška provízie

Shutterstock	<ul style="list-style-type: none"> • 20 % a viac z predajnej ceny, zvyšuje sa na 25 %, 28 % a 30%
Fotolia	<ul style="list-style-type: none"> • 33 % provízia z predajnej ceny fotografie a vektora • 35 % provízia z predajnej ceny videa a hudby
Dreamstime	<ul style="list-style-type: none"> • 25 – 60 % provízia z predajnej ceny • Exkluzívne súbory dostávajú dodatočný bonus 10 % • Exkluzívny prispievateľ má 60 % podiel na zisku počítaný z ceny obsahu a bonus 0,20 USD za každé schválené podanie
iStock	<ul style="list-style-type: none"> • Provízia od 15 do 40 % • Provízia závisí aj od dĺžky pôsobenia vo fotobanke a exkluzivity diel
Bigstock	<ul style="list-style-type: none"> • 30 % z predajnej ceny

Zdroj: vlastné spracovanie podľa [6]

5. Vyplatenie provízie a minimálny limit výplaty

Vyplatenie provízie častokrát závisí od dosiahnutie minimálneho limitu, ktorý si fotobanka stanoví. Provízia sa vypláca na žiadosť autora kedykoľvek po dosiahnutí tejto finančnej hranice. Jedinou výnimkou je Shutterstock, ktorý províziu vypláca automaticky mesačne na bežný účet autora. U všetkých porovnávaných fotobánk musí byť pre vyplatenie provízie tento limit splnený. Najnižší minimálny limit má Bigstock, vo výške 30 USD. Fotolia vypláca odmeny na základe autorovej úspešnosti, tzv. rank-u, ktorý je uvedený v účte autora po prihlásení a tiež medzi štatistikami. Nevýhodou je, že fotobanka zvykne meniť podmienky odmien aj bez upozornenia dodávateľa. Za Bigstokom nasleduje Fotolia s minimálnym limitom pre vyplatenie 50 USD a Shutterstock s limitom 75 €. Dreamstime a iStock požadujú ako hranicu pre vyplatenie provízie 100 USD.

Tabuľka 6. Vyplatenie provízie a minimálny limit výplaty

Shutterstock	<ul style="list-style-type: none"> • Automatické mesačné vyplácanie na bežný účet autora • Minimálny limit výplaty 75 USD
Fotolia	<ul style="list-style-type: none"> • Provízia sa vypláca na žiadosť autora kedykoľvek po dosiahnutí minimálneho limitu • Minimálny limit výplaty 50 USD
Dreamstime	<ul style="list-style-type: none"> • Provízia sa vypláca na žiadosť autora kedykoľvek po dosiahnutí minimálneho limitu • Minimálny limit výplaty 100 USD
iStock	<ul style="list-style-type: none"> • Provízia sa vypláca na žiadosť autora kedykoľvek po dosiahnutí minimálneho limitu • Minimálny limit výplaty 100 USD
Bigstock	<ul style="list-style-type: none"> • Provízia sa vypláca na žiadosť autora kedykoľvek po dosiahnutí minimálneho limitu • Minimálny limit výplaty 30 USD

Zdroj: vlastné spracovanie podľa [6]

6. Mesačné predplatné pre zákazníka

Na fotobanky je potrebné sa pozrieť aj z pohľadu zákazníka. Nasledujúca tabuľka ponúka prehľad výšky mesačného predplatného u jednotlivých fotobánk. Výška tohto minimálneho limitu je najvyššia v Shutterstock a dosahuje až 126 €. Naopak najnižšia výška je v Bigstocku. Všetky fotobanky majú denný limit sťahovania nastavený na 25 diel. Predplatné je možné uhradiť prostredníctvom platobnej karty alebo PayPal.

Tabuľka 7. Mesačné predplatné pre zákazníka

Shutterstock	• 126 € (140 USD) - denný limit 25 diel (mesačná tarifa maximálne 50 snímok)
Fotolia	• 76 € (84 USD) - denný limit 25 diel (mesačná tarifa maximálne 25 snímok)
Dreamstime	• 35 € (39 USD) - denný limit 25 diel (mesačná tarifa maximálne 10 snímok)
iStock	• 87 € (96 USD) - denný limit 25 diel
Bigstock	• 61 € (55 USD) - denný limit 25 diel

Zdroj: vlastné spracovanie podľa [6]

Záver

S rozvojom možností uplatnenia klasických ako aj on-line marketingových komunikačných nástrojov, sa zvýšil aj dopyt po vizuálnom ale aj zvukovom obsahu, ktorý dotvára celkový dojem a atmosféru produktu. Ale nejde len o marketingovú komunikáciu ako takú. Ľudia sa radi obklopujú estetickými prvkami, či už ide o vizuálne alebo zvukové vnemy. Tento dopyt podnietil vznik fotobánk a otvoril tak možnosti nielen pre tvorcov obsahu, v zmysle vlastnej realizácie a získania príležitostného príjmu z predaja obsahu ale aj samotným zákazníkom, ktorým v mnohých smeroch zjednodušuje prácu pri tvorbe nielen reklamného obsahu. Tento trh rýchlo rastie a rozvíja sa. Pôsobia na ňom mnohé fotobanky, častokrát s celosvetovou pôsobnosťou, ktoré sa môžu líšiť podľa typu obsahu, ktorý ponúkajú, licenčnými podmienkami, či výškou provízie, ktorú dodávatelia môžu získať. Pre účely porovnania týchto odlišností bola vykonaná komparácia vybraných fotobánk, ktorá priniesla prehľad základných rozdielov, týkajúcich sa procesu vstupu autora do fotobanky, technických a obsahových požiadaviek na nahrávaný obsah, licenčných práv, výšky provízie a minimálneho výplatného limitu ako aj limitov týkajúcich sa mesačného predplatného pre zákazníka.

Literatúra

- [1] URBAN, F.: Staňte sa prispievateľom do fotobaniek a nechajte svoje fotky zarábať. Touchit.sk, 2017. [online]. [s.s.]. [Citované 2019-09-5]. Dostupné na: <<https://touchit.sk/stante-sa-prispievatelom-do-fotobaniek-a-nechajte-svoje-fotky-zarabat/106089>>.
- [2] HAVRAN, R.: Free fotobanky – ako nekradnúť obrázky. Grafika.sk, 2016. [online]. [s.s.]. [Citované 2019-09-1]. Dostupné na: <<https://grafika.sk/clanok/free-fotobanky-nekradnut-obrazky/>>.
- [3] SOLÍKOVÁ, V.: Ako zdaňiť príjem z fotobanky. Podnikajte.sk, 2016. [online]. [s.s.]. [Citované 2019-09-3]. Dostupné na: <<https://www.podnikajte.sk/dan-z-prijmov/zdanenie-prijmu-z-fotobanky>>.
- [4] Srovnání fotobank při nákupu jedné fotky / ilustrace. 2016. Fotobanky.cz, 2016. [online]. [s.s.]. [Citované 2019-09-6]. Dostupné na: <<http://fotobanky.cz/srovnani-fotobank-nakup-za-kredity>>.
- [5] VÁCLAVEK, P.: 4 kritéria, podle kterých vyberte fotobanku. Podnikatel.cz, 2016. [online]. [s.s.]. [Citované 2019-09-6]. Dostupné na: <<https://www.podnikatel.cz/clanky/4-kriteria-podle-kterych-vybirejte-fotobanku/>>.
- [6] ŠUHAJDOVÁ, V.: Fotobanky – online predaj obsahu ako potenciálny zdroj príjmu. Bakalárska práca. Žilinská univerzita v Žiline, 2019. Evidenčné číslo: 28330420191042.