



STARTEGIJA ZA RAZVOJ KREATIVNIH INDUSTRIJ NA ČEZMEJNEM PODROČJU



Inštitut za ekonomska raziskovanja
Institute for Economic Research

dr. Nika Murovec, dr. Damjan Kavaš

Ljubljana, 10. junij 2015

Naložba v vašo prihodnost
Operacijo delno financira Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašu budućnost
Operaciju dijelomično financira Evropska unija
Evropski fond za regionalni razvoj

Kazalo vsebine

1. UVOD	1
2. SWOT MATRIKA KREATIVNIH INDUSTRIJ	3
3. STRATEGIJA ZA RAZVOJ KI NA ČEZMEJNEM OBMOČJU	5
1. Steber – INFRASTRUKTURA	5
2. Steber – MREŽENJE	6
3. Steber - TRŽENJE	7
4. Steber – IZOBRAŽEVANJE IN ZAPOSLOVANJE	8
5. Steber – FINANCIRANJE	9
6. Steber – PRENOS ZNANJA.....	10
4. PREGLED NAČRTOVANIH AKTIVNOSTI	11
PRILOGA – MATRIKE PREDNOSTI IN SLABOSTI PO POSAMEZNIH PANOGAH KI	13

1. UVOD

Strategija je del projekta »Večanje podjetniških kapacitet sektorja kreativnih industrij na čezmejnem področju (Creative start – up)«.

Kreativne in kulturne industrije (KKI) so en najhitreje rastočih sektorjev na svetu, z letnimi stopnjami rasti, ki znašajo med 5 in 20 odstotkov (FORA, 2010). Zaradi svojega obsega in hitre rasti so v zadnjih dveh desetletjih KKI zbudile tudi veliko zanimanja med oblikovalci politik na nacionalnih, regionalnih in mednarodnih ravneh, in sicer tako pri tistih, ki se ukvarjajo z urbanim planiranjem, regionalnim razvojem, trgom dela, izobraževanjem kot v zadnjem času tudi pri tistih, ki se ukvarjajo z inovacijskimi politikami (European Competitiveness Report, 2010). Rast KKI je podprta z več trendi, ki delujejo v prid KKI (glej FORA, 2010; UNCTAD, 2010; European Competitiveness Report, 2010):

1. Skrajševanje delovnega časa, izboljšanje izobrazbe ter rastoči prihodki, so se odrazili v strmem naraščanju povpraševanja po proizvodih in storitvah, ki ponujajo unikatna doživetja, kar predstavlja veliko priložnost za kreativne industrije. Najbolj očitne koristi iz omenjenega trenda imajo področja kot so film, glasba, uprizarjajoče umetnosti ter proizvodi povezani z življenjskim stilom.
2. Razvoj novih tehnologij (posebej IKT inovacije), ki je imel zelo velik vpliv na mnogo področij KKI ter je prispeval k hitri rasti predvsem programskih (software) in multimedijskih storitev. IKT in internet odpirajo nove možnosti za distribucijo, ponujajo potrošnikom več izbire ter omogočajo učinkovitejše proizvodne procese, hkrati pa so sprožili proces korenitega prestrukturiranja tradicionalnega založništva in medijev.
3. Svetovna rast v turizmu in s tem dodatno povečanje povpraševanja po kreativnih proizvodih in kulturnih storitvah na turističnem trgu.

KKI imajo več dimenzij in tako tudi njihov razvoj nima zgolj pozitivnih ekonomskih učinkov kot sektor sam zase, temveč ima tudi mnogo širše učinke; ne le ekonomske, temveč tudi družbene, kulturne in trajnostne. Ekonomske učinke, ki jih imajo KKI, European Competitiveness Report (2010), deli v štiri skupine:

- Primarni ekonomski učinki KKI predstavljajo neposreden prispevek panog KKI k gospodarstvu.
- Sekundarni ekonomski učinki so opredeljeni kot prelivanje (spillover) učinkov, ki so posledica gospodarske aktivnosti podjetij v KKI, izven dotičnih panog v širše gospodarstvo. Primer sekundarnih učinkov so npr. KKI, ki proizvajajo vmesne proizvode za druge gospodarske panoge ter s tem dvigajo vrednost njihovih proizvodov (npr. z ustvarjanjem prepoznavnih blagovnih znamk) in večajo povpraševanje po njih ter posledično pospešujejo tudi rast takšnih podjetij.

- Terciarnih ekonomskih učinkih vključujejo neposredne učinke, ki jih imajo KKI na lastno inovativnost in tudi na inovativnost drugih gospodarskih panog.
- Kvartarni ekonomski učinki KKI predstavljajo vpliv KKI na izboljšanje kvalitete življenja, ohranjanje kulturne identitete ter doseganje širokega spektra drugih družbenih ciljev.

Na projektnem področju potenciali kreativnih industrij niso ustrezno izkoriščeni, zato je glavni namen čezmejne strategije izboljšati izkoriščenost potenciala kreativnega sektorja na čezmejnem območju. Strategija bo predvidela skupne kratkoročne in dolgoročne ukrepe za pospeševanje razvoja sektorja kreativnih industrij na projektnem področju.

IER je kot podizvajalec strategijo pripravil na podlagi sekundarnih podatkov, pridobljenih iz obstoječih projektnih dokumentov (SWOT analiza kreativnih industrij Primorsko-goranske županije i regije Primorska, 2015; Mapiranje kreativnih biznisov v Sloveniji za namene projekta »Creative start up«, 2015), dokumenta SWOT Analysis: Status of the Creative Industries in Ljubljana (IER, 2011) ter na podlagi informacij, pridobljenih na sestankih z naročniki in partnerji projekta.

Na osnovi tako pridobljenih informacij, so bile najprej izdelane matrike prednosti/slabosti po posameznih panogah KI (v prilogi), ki so bile v naslednjem koraku združene v skupno SWOT matriko KI (2. poglavje) za območje Osrednjeslovenske in Obalno-kraške regije ter Primorsko-goranske županije.

Vsebinsko je strategija sestavljena iz šestih stebrov, in sicer:

1. Infrastruktura
2. Mreženje
3. Trženje
4. Izobraževanje in zaposlovanje
5. Finance
6. Prenos znanja

Vsak steber vsebuje najprej uvodni opis pomena posameznega stebra. Temu sledi opis izhodiščnega položaja v vseh treh obravnavanih regijah, ki bazira na že omenjenih dokumentih in SWOT matriki kreativnih industrij. Sledi opis zelenih ciljev v zvezi s posameznim stebrom ter predlog aktivnosti za doseg teh ciljev.

2. SWOT MATRIKA KREATIVNIH INDUSTRIJ

PREDNOSTI			SLABOSTI		
LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<ul style="list-style-type: none"> • Koncentracija inštitucij in podjetij (LJ je glavno mesto) • Močan javni sektor • Obstaja osnovna infrastruktura in nekatere podporne organizacije • Kvalitetna izobrazba in dodatna usposabljanja v nekaterih panogah • Mednarodno sodelovanje (nevladne organizacije) • Dogodki, nagrade • Tradicija • Mednarodno priznani posamezniki 	<ul style="list-style-type: none"> • Močan javni sektor • Obstaja osnovna infrastruktura in nekatere podporne organizacije • Kvalitetna izobrazba in dodatna usposabljanja v nekaterih panogah • Mednarodno sodelovanje (nevladne organizacije) • Dogodki, nagrade • Tradicija • Mednarodno priznani posamezniki 	<ul style="list-style-type: none"> • Močan javni sektor • Obstaja osnovna infrastruktura in nekatere podporne organizacije • Kvalitetna izobrazba in dodatna usposabljanja v nekaterih panogah • Mednarodno sodelovanje (nevladne organizacije) • Dogodki, nagrade • Tradicija • Mednarodno priznani posamezniki 	<ul style="list-style-type: none"> • Majhen trg • Celovita politika za podporo KI ne obstaja • Nezadostno financiranje • Pomanjkljiva infrastruktura v nekaterih panogah (pomanjkanje primernih velikih prostorov in pomanjkanje dostopnih produkcijskih prostorov) • Pomanjkanje specializiranih izobraževalnih programov • »Vsak dela vse« • Pomanjkanje poslovnih in menedžerskih znanj • Pomanjkanje promocije • Neenakovredni odnosi v verigi vrednosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Majhen trg • Celovita politika za podporo KI ne obstaja • Nezadostno financiranje • Pomanjkljiva infrastruktura v nekaterih panogah • Pomanjkanje specializiranih izobraževalnih programov • »Vsak dela vse« • Pomanjkanje poslovnih in menedžerskih znanj • Pomanjkanje promocije • Cenovna konkurenca • Problematika zaščite avtorskih pravic in intelektualne lastnine 	<ul style="list-style-type: none"> • Majhen trg • Celovita politika za podporo KI ne obstaja • Nezadostno financiranje • Pomanjkljiva infrastruktura v nekaterih panogah • Pomanjkanje specializiranih izobraževalnih programov • »Vsak dela vse« • Pomanjkanje poslovnih in menedžerskih znanj • Pomanjkanje promocije • Neenakovredni odnosi v verigi vrednosti • Cenovna konkurenca • Problematika zaščite avtorskih pravic in intelektualne lastnine

			<ul style="list-style-type: none"> • Cenovna konkurenca • Problematika zaščite avtorskih pravic in intelektualne lastnine • Pomanjkanje kritične mase (osredotočenost na domači trg) 		
PRILOŽNOSTI			NEVARNOSTI		
LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<ul style="list-style-type: none"> • Naraščanje povpraševanja po kreativnih proizvodih • Celovita podporna politika za KI na državni in lokalni ravni • Povezovanje kulture z drugimi sektorji • Uporaba KI za prestrukturiranje slovenskega poslovnega sektorja 	<ul style="list-style-type: none"> • Naraščanje povpraševanja po kreativnih proizvodih • Celovita podporna politika za KI na državni in lokalni ravni • Povezovanje kulture z drugimi sektorji • Uporaba KI za prestrukturiranje hrvaškega poslovnega sektorja 	<ul style="list-style-type: none"> • Naraščanje povpraševanja po kreativnih proizvodih • Celovita podporna politika za KI na državni in lokalni ravni • Povezovanje kulture z drugimi sektorji • Uporaba KI za prestrukturiranje slovenskega poslovnega sektorja 	<ul style="list-style-type: none"> • Gospodarska kriza (težave v zasebnem sektorju in pomanjkanje javnih sredstev) • Hitro spreminjajoče se tehnologije • Močna konkurenca iz drugih držav • Emigracija talentov • Vsebine je enostavno kopirati 	<ul style="list-style-type: none"> • Gospodarska kriza (težave v zasebnem sektorju in pomanjkanje javnih sredstev) • Hitro spreminjajoče se tehnologije • Močna konkurenca iz drugih držav • Emigracija talentov • Vsebine je enostavno kopirati 	<ul style="list-style-type: none"> • Gospodarska kriza (težave v zasebnem sektorju in pomanjkanje javnih sredstev) • Hitro spreminjajoče se tehnologije • Močna konkurenca iz drugih držav • Emigracija talentov • Vsebine je enostavno kopirati

3. STRATEGIJA ZA RAZVOJ KI NA ČEZMEJNEM OBMOČJU

1. Steber – INFRASTRUKTURA

Pri KI imata prostor in infrastruktura poseben pomen. Kreativni posamezniki so od nekdaj bili zgoščeni in delovali na določenih območjih, kreativna podjetja pa so jim sledila. Po prepoznavi njihove vrednosti, so kreativce določena mesta želela privabiti, pri čemer pa je njihova uspešnost bila precej omejena. Se je pa zato kot toliko uspešnejša izkazala lokalna podpora obstoječim KI. Pri tem je infrastruktura, s čimer mislimo tako trde kot mehke dejavnike lokacije KI in kreativnih posameznikov, ključnega pomena.

Izhodiščni položaj:

- Obstaja osnovna infrastruktura
- Obstajajo določene podporne organizacije
- Pomanjkanje cenovno sprejemljivega produkcijskega prostora
- Pomanjkanje večjih, primerno opremljenih prostorov
- Pomanjkanje sodobne opreme, tehnologije

Cilj:

- Zagotavljanje zadostne ponudbe cenovno dostopnih delovnih prostorov za kreativne industrije na ravni regij in čezmejnega območja
- Dostopna ustrezna, sodobna oprema/tehnologija

Aktivnosti:

1. Povečanje ponudbe cenovno sprejemljivih produkcijskih prostorov: Sodelovanje obeh slovenskih regij ter županije s kreativci v smislu boljšega izkoriščanja obstoječih prostorov in tudi boljše informiranosti o razpoložljivosti, čezmejna izmenjava informacij
2. Regeneracija opuščanih objektov v čezmejnem področju: Najprej je v vseh treh območjih potrebna identifikacija takšnih objektov (lastništvo, načrti, potencialne težave) in izbor objektov, primernih za kreativno, nizkoprorračunsko regeneracijo. Sodelovanje obstoječih, izmenjava izkušenj.
3. Predlogi oblikovalcem politik, naj sprejmejo politike, ki bi podpirale povečanje obsega cenovno sprejemljivih prostorov za kreativne posameznike

Boljša izkoriščenost obstoječe opreme/tehnologije ter skupne investicije: Čezmejno območje bi se lahko bolje povežalo tako v smislu investicij v opremo/tehnologijo kot tudi njenega izkoristka. Potrebna je identifikacija obstoječe opreme ter popis potreb po opremi/tehnologiji v čezmejnem območju.

2. Steber – MREŽENJE

V KI prevladujejo samozaposleni in mikro podjetja, ki jim primanjkuje človeških, tehničnih in finančnih virov za izvedbo velikih in pomembnih projektov. Mreženje je zato v KI ključnega pomena za njihovo konkurenčnost. Mreže poleg tega zagotavljajo tudi boljšo vidljivost mikro podjetij ter omogočajo lažjo komunikacijo z odločevalci. Na mednarodni ravni mreže omogočajo razširitev poslovanja preko nacionalnih meja, kar je ključnega pomena še posebej v primeru majhnih tržišč kot je slovensko ali tudi hrvaško.

Mreženje je sicer aktivnost, pri kateri se morajo predstavniki KI sami angažirati, vendar pa jim je za to potrebno omogočiti čim ugodnejše pogoje za vzpostavljanje kontaktov in ustvarjanje mrež.

Izhodiščni položaj:

- Obstajajo nacionalna združenja znotraj panog
- Obstajajo podporne organizacije, ki skrbijo tudi za mreženje (regionalno, nacionalno in mednarodno)
- Dobra vključenost v mednarodne mreže (posebej NVO)
- Obstajajo določeni mednarodni dogodki, delavnice, seminarji
- Sodelovanje med panogami je pomanjkljivo
- Mreženje je nekoordinirano, neusklajeno

Cilj:

Institucionalizirana podpora čezmejnemu mreženju različnih kreativnih posameznikov, podjetij in drugih deležnikov kot so univerza, javni sektor, itd.

Aktivnosti:

- Identifikacija in čezmejna izmenjava informacij o dobrih praksah, politikah
- Podpora obstoječim in delujočim omrežjem in bazam
- Podpora različnim delavnicam in dogodkom
- Lokalno in čezmejno povezovanje (»matching«) akterjev
- Vzpostavitev strateških skupin, ki bodo skrbele za boljšo opaženost posamezne mreže, spodbujale druge k mreženju ter skrbele za komunikacijo z odločevalci ter z drugimi sektorji in deležniki

3. Steber - TRŽENJE

Tako kot tudi pri vseh drugih panogah, je trženje izjemnega pomena tudi za KI. Pri tem gre najprej za trženje KI ali posameznih panog KI kot celote na regionalni oziroma nacionalni ravni, v smislu dvigovanja osveščenosti in večjega prepoznavanja pomena KI. Poleg tega pa je seveda pomembno tudi trženje posameznih predstavnikov KI na nacionalni in mednarodni ravni.

Izhodiščni položaj:

- Osveščenost o KI in njihovem pomenu se v zadnjih letih dviguje
- Majhno tržišče
- Prevelik vpliv posameznega ali nekaj večjih igralcev
- Prisotna cenovna konkurenca
- Pomanjkanje trženjskih znanj
- Obstajajo različni dogodki (uveljavljeni festivali, sejmi,...)
- Promocija številnih dogodkov je neustrezna
- Nerešeno vprašanje avtorskih pravic in honorarjev (posebej v glasbi)

Cilj:

- Osveščanje na nacionalni in čezmejni ravni
- Uveljavljanje KI na mednarodni ravni

Aktivnosti:

- Izdelava in izvedba regionalnih in čezmejnega trženjskega in komunikacijskega koncepta
- Promocija KI na regionalni, nacionalni in čezmejni ravni (skupne publikacije, internetne platforme,...)
- Skupno sodelovanje na domačih in tujih trgih

4. Steber – IZOBRAŽEVANJE IN ZAPOSLOVANJE

Ker sta za KI značilni raznolikost in razdrobljena struktura skupaj s pomanjkanjem znanj, človeških ali finančnih virov, imajo predstavniki KI le redko priložnost za igranje pomembne vloge v lokalnem gospodarstvu ali na lokalnem trgu dela. Rešitev takšne situacije leži v izobraževanju prilagojenemu potrebam ter premišljeni organizaciji procesa zaposlovanja.

Izhodiščni položaj:

- Univerzitetne izobrazbene možnosti, vendar pa pomanjkanje posameznih specialističnih študijev
- Izobraževanje, ki se izvaja, pogosto ne ustreza potrebam gospodarstva
- Pomanjkanje podjetniških in managerskih znanj
- Nezadostna izobrazba in število strokovnih kadrov za prijavo in izvedbo EU projektov (PGŽ)
- Organizirana usposabljanja, delavnice, seminarji,...
- Slabe možnosti zaposlovanja, še posebej izven največjih mest
- Težko prebijanje, še posebej za neodvisne umetnike

Cilj:

- Mreženje izobraževalnih in znanstvenih inštitucij na eni strani ter kreativnih industrij na drugi
- Spodbujanje trga delovne sile v kreativnem gospodarstvu

Aktivnosti:

- Čezmejna analiza potreb izobraževalnega sektorja ter evalvacija obstoječih izobraževalnih programov
- Podpora izboljšanju čezmejnega sodelovanja izobraževalnih inštitucij
- Nadaljevanje in podpora obstoječih ter organizacija novih lokalnih in čezmejnih programov usposabljanja za deležnike KI s ciljem povečanja njihove strokovne kompetentnosti (npr. pravice intelektualne lastnine, trženje, podjetništvo,...)
- Čezmejni sezname raziskav in razpoložljive opreme s ciljem spodbujanja sodelovanja med KI in izobraževalnimi institucijami; možnosti skupne uporabe razpoložljive opreme
- Storitve zaposlovanja, predvsem posredovanje med kreativnimi zaposlovalci in zaposlenimi

5. Steber – FINANCIRANJE

Dostop do ustreznih finančnih virov je za samozaposlene in mikro podjetja, ki prevladujejo v KI, še težji kot v nekaterih drugih panogah in zanje predstavlja eno največjih ovir pri njihovem poslovanju. Do težav s financiranjem prihaja iz več razlogov. Na eni strani zaradi investorjev, ki imajo težave z vrednotenjem KI (neopredmetena sredstva, intelektualna lastnina, nezadostna opredmetena sredstva), poleg tega pa nezadostna poslovna znanja v KI povzročajo težave pri vrednotenju tveganj in priložnosti. Nadalje se predstavniki KI pogosto zanašajo na podporo iz javnih sredstev ter so zato pasivni pri iskanju zasebnih virov kapitala. Kreativna podjetja imajo poleg tega pogosto predsodke do finančnega sektorja ter z njim težko komunicirajo. Nenazadnje pa obstaja tudi malo takšnih finančnih instrumentov, ki bi odgovarjali potrebam KI.

Izhodiščni položaj:

- Obstajajo določeni podporni ukrepi in sofinanciranje s strani državne/lokalne oblasti
- Primanjkuje sredstev za investicije v sodobno opremo in tehnologijo
- Ni posebej prilagojenih instrumentov za odzivanje na specifične potrebe KI

Cilj:

- Spodbujanje investicij v podjetja KI
- Sheme prilagojene potrebam KI

Aktivnosti:

- Priprava skupnih projektov (kohezijska politika, Creative Europe, COSME, Obzorja 2020, nacionalna, lokalna in zasebna sredstva)

6. Steber – PRENOS ZNANJA

Prenos znanja je ena od pglavitnih prednosti mednarodnih projektov, zato ima tudi v projektu Creative Startup nadvse pomembno vlogo. Projektni partnerji omogočajo in spodbujajo transfer znanja s ciljem izmenjave izkušenj ter uporabe in nadgradnje prenesenega znanja. Permanentna izmenjava in prenos znanja med partnerji bosta omogočila vzajemno učenje, identifikacijo dobrih praks ter izboljšane lokalne politike KI.

Izhodiščni položaj:

- Na nacionalni in še posebej lokalni ravni primanjkuje tečajev, namenjenih strokovnjakom s področja KI
- Pomanjkanje poslovne usposobljenosti
- Hiter tehnološki razvoj
- Pisarne za prenos tehnologij

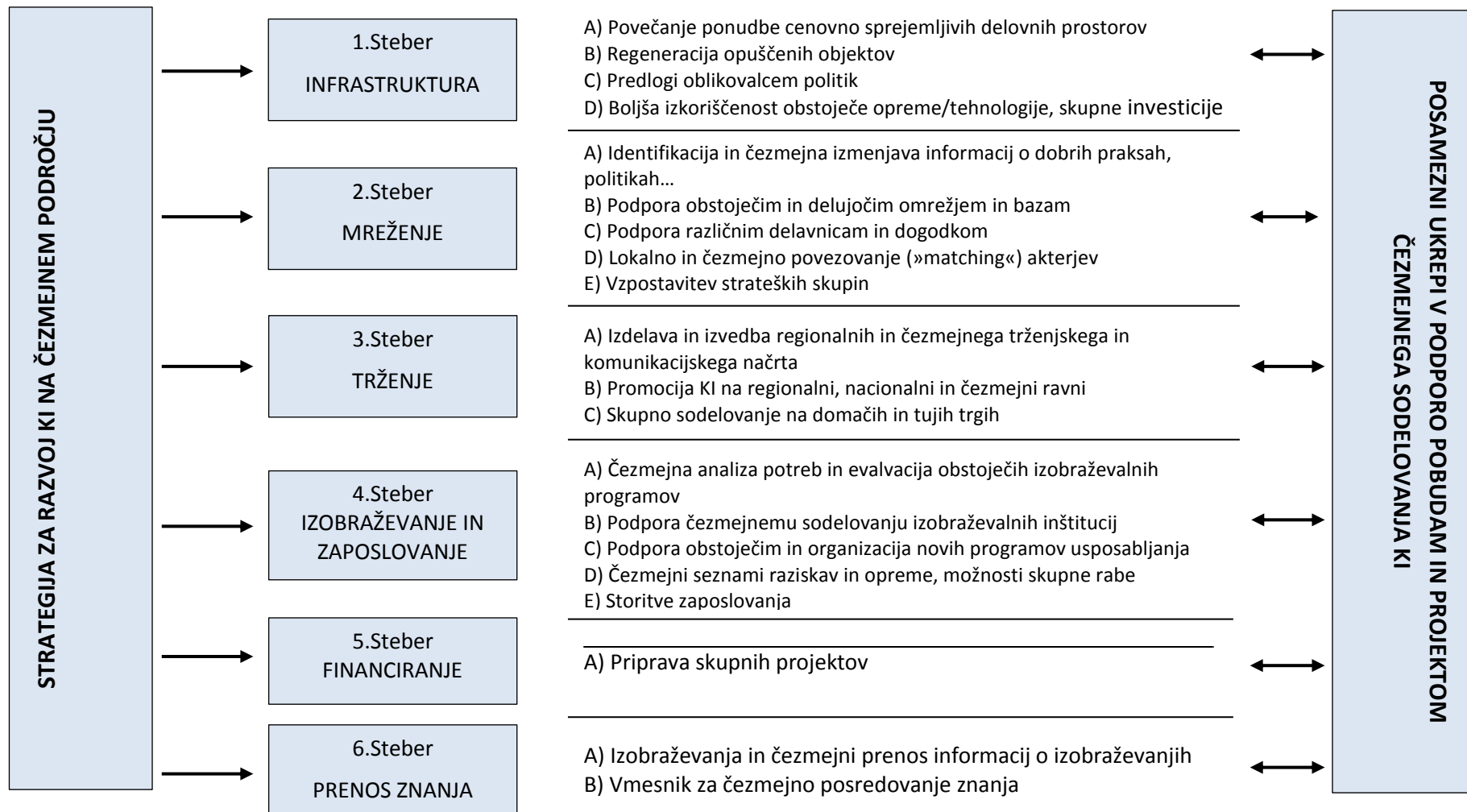
Cilj:

- Vzpostaviti čezmejno omrežje znanja
- Spodbujati čezmejno sodelovanje

Aktivnosti:

- Zagotavljanje izobraževanj (poslovna znanja, tehnološki trendi, strokovna znanja...) s sodelovanjem čezmejnih partnerjev in njihovih omrežij ter čezmejni prenos informacij o teh izobraževanjih
- Zagotavljanje vmesnika na obeh straneh za čezmejno posredovanje znanja

4. PREGLED NAČRTOVANIH AKTIVNOSTI





Naložba v vašo prihodnost
Operacijo delno financira Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašu budućnost
Operaciju dijelomično financira Europska unija
Europski fond za regionalni razvoj

PRILOGA – MATRIKE PREDNOSTI IN SLABOSTI PO POSAMEZNIH PANOGAH KI

1. Steber: Infrastruktura

Področje	PREDNOSTI			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
UMETNOST in UMETNIŠKO USTVARJANJE	Koncentracija infrastrukture v LUR	Obstoječa infrastruktura	Nekateri akterji razpolagajo z dovolj kvalitetnega prostora	- Pomanjkanje primernih prostorov (velike razstave, akustični in opremljeni prostori, prostori za vaje, dogodke in druženje...) - Pomanjkanje sodobne opreme, tehnologije	- Nesposobnost konkuriranja na mednarodni sceni - Pomanjkanje velikih, primernih prostorov (za razstave, glasbene dogodke, delo umetnikov, interakcijo...)	Zastarele tehnologije in infrastruktura
FILM in AVDIO-VIZUALNA UMETNOST	Obstaja filmska infrastruktura	Obstaja določena osnovna infrastruktura	Del primerne infrastrukture in kulturna dediščina	- Infrastruktura ni optimalno izrabljena, še posebej obstoječi kinematografi - Radijske frekvence so bile razdeljene brez strategije ali kriterijev	- Nezadostna infrastruktura - Pomanjkanje kino dvoran	Del infrastrukture ni ustrezen
NOVINARSTVO in TISK	- Obstoječa infrastruktura (knjižnice praktično v vsaki vasi)	- Obstoječa infrastruktura - Bibliobus		- Mreža knjigarn je slabo razvita	- Slabi prostori (GK Rijeka, GK Crikvenica)	
MUZEJI in RAZSTAVE	- Bogata kulturna dediščina - Koncentracija infrastrukture v LJ	- Bogata kulturna dediščina	- Bogata kulturna dediščina	- Neprimerna infrastruktura (pomanjkanje prostorov, zastarelost objektov)	- Zastarelost objektov - Pomanjkanje zasebnih muzejev - Nezadovoljivo mestno stanje kulturne dediščine	
PRODAJA KULTURNIH	- Prodajna mreža v LJ je boljša kot v drugih	- Razvejana mreža knjigarn v mestih		- Ni neodvisnih distributerjev		

DOBRIN	delih Slovenije					
ARHITEKT- URA	- Bogata tradicija in kulturna dediščina	- Bogata kulturna dediščina	- Bogata kulturna dediščina	- Pomanjkanje velikih arhitekturnih birojev		
OBLIKO- VANJE	- Obstajajo določene podporne organizacije	- Co-working prostori v Rijeki	- Dva co-working prostora v pokrajini	- Podporne organizacije delujejo nekoordinirano		
OGLAŠEVA- NJE	- Obstajajo podporne organizacije (Slovenska oglaševalska zbornica, Društvo za marketing)					
SOFTWARE IN RAČUNALNI ŠKE IGRE	- Dostopnost in razširjenost interneta	- Dostopnost in razširjenost interneta - Možnost dela od doma	- Dostopnost in razširjenost interneta - Možnost dela od doma			



Področje	PREDNOSTI			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
UMETNOST in UMETNIŠKO USTVARJANJE	Dobra vključenost umetnikov in producentov v mednarodne mreže	Povezanost z mednarodnimi organizacijami	- Dobro mednarodno sodelovanje umetnikov in ustanov		- Nizka raven mednarodnega sodelovanja na kolektivni ravni - Neučinkovita komunikacija občin in mest	
FILM in AVDIO-VIZUALNA UMETNOST	- Vzpostavljeno mednarodno sodelovanje - Organizacija domačih in udeležba na tujih filmskih festivalih in sejmih	Vzpostavljeno mednarodno sodelovanje	- Vzpostavljeno mednarodno sodelovanje - Filmski festivali	- Omejenost mednarodnega sodelovanja	- Slabo sodelovanje na mednarodnih festivalih	
NOVINARSTVO in TISK	- Nacionalna novinarska združenja		- Mreženje za razjasnjevanje novinarjev o negativnih trendih u medijih - Načrtovanje pravnih podlag za podporo		- Nezadostno mreženje - Slabo sodelovanje med izobraževalnimi ustanovami in delodajalci	
MUZEJI in RAZSTAVE	- Zelo dobro mednarodno sodelovanje in izmenjava znanja - Sodelovanje med muzeji spodbuja Ministrstvo za kulturo	- Vzpostavljena mreža muzejev - razvoj Sistema muzejev je v procesu	- Mednarodno mreženje	- Pomanjkanje sodelovanja med kulturo in turizmom	- Neustrezna izobrazba	
PRODAJA KULTURNIH DOBRIN						
ARHITEKTURA	- Mednarodno sodelovanje in prenos	- Močne organizacije arhitektov	- Festivali in nagrade - Podporne inštitucije	- Pomanjkanje ravnotežja med		

Naložba v vašo prihodnost
Operacijo delno financira Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašu budućnost
Operacijo dijelomično financira Evropska unija
Evropski fond za regionalni razvoj

	<p>znanja preko mednarodne izmenjave študentov, profesorjev in arhitektov</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inicijativa za sodelovanje in prepoznavanje sinergij (DESSA, IPOPOP) - Festivali in nagrade 		(npr. Društvo primorskih arhitektov)	odprtostjo do tujih vplivov in potrebo po ohranjanju nacionalne identitete		
OBLIKOVANJE	<ul style="list-style-type: none"> - Nacionalna združenja in vključenost v mednarodne mreže - Mednarodni dogodki 	- Močna oblikovalska združenja	- Močne organizacije oblikovalcev	- Slaba izmenjava informacij in povezanost aktivnosti, ki potekajo v LUR z drugimi deli Slovenije	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje skupne strategije - Nekoordiniranost institucij 	- Nekoordiniranost vseh akterjev ki sodelujejo v oblikovalski industriji
OGLAŠEVANJE	<ul style="list-style-type: none"> - Mednarodno priznani dogodki, ki sicer niso locirani v LJ - Združenja in podporne inštitucije 	<ul style="list-style-type: none"> - Vzpostavljene podporne organizacije na ravni RH - Veliko število manifestacij - Mnogo mednarodno priznanih dogodkov (na področju cele HR) 	- Mednarodno priznani dogodki		- Slabo mreženje na nivoju PGŽ	
SOFTWARE IN RAČUNALNIŠKE IGRE	<ul style="list-style-type: none"> - Nacionalne mreže (ICT združenje, ICT tehnološka mreža) 		- Dobra mednarodna povezanost		<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje co-working prostorov izven Rijeke - Slabi podjetniški inkubatorji 	

Področje	PREDNOSTI			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
UMETNOST in UMETNIŠKO USTVARJANJE	<ul style="list-style-type: none"> - Raznolika in kakovostna produkcija - Dogodki (uveljavljeni festivali) - Povečano povpraševanje in ponudba dogodkov za otroke 	<ul style="list-style-type: none"> - Raznolika ponudba - Dobra kvaliteta - Številni dogodki - Večanje povpraševanja in ponudbe dogodkov za mlajše občinstvo - povezanost s turizmom 	<ul style="list-style-type: none"> - Raznolika ponudba - Vzpostavljena dogajanja (festivali) - Povečano povpraševanje in ponudba dogodkov za otroke 	<ul style="list-style-type: none"> - Slaba prepoznavnost specifičnih glasbenih in plesnih projektov zaradi neustrezne promocije - Nerešeno vprašanje avtorskih pravic in honorarjev v glasbi - Pomanjkanje tržišča za sodobno umetnost 	<ul style="list-style-type: none"> - Nezadostno razvita ponudba - Nezadostna promocija dogodkov - Slab mednarodni doseg festivalov/manifestacij - Fragmentiranost in pomanjkanje večjih dogodkov, temveč večje število manjših (posebej glasba) - Majhno tržišče - Nerazumevanje publike - Nekoordiniranost ponudbe mest in občin znotraj PGŽ - Konkuranje znotraj regije z istočasnimi manifestacijami in dogodki - Slabša ponudba izven sezone 	<ul style="list-style-type: none"> - Nezadostna promocija in trženje ki bi zagotavljalo prepoznavnost in dalo značaj specifičnim plesnim in glasbenim ustvarjanjem
FILM in AVDIO-VIZUALNA UMETNOST	<ul style="list-style-type: none"> - Raznolika in kakovostna produkcija (posebej kratki film) - Podpora za mednarodno sodelovanje v ko-produkcijah - Promocija na 			<ul style="list-style-type: none"> - Visoka koncentracija radijskih in TV aktivnosti se odraža v visoki odvisnosti vsebine od lastnikovih osebnih interesov in interesov najpomembnejših 	<ul style="list-style-type: none"> - Slaba filmska produkcija 	

	domačih in mednarodnih festivalih in sejmi			oglaševalcev - Vpliv majhnega števila velikih sponzorjev in oglaševalcev na vsebino TV in radijskih postaj		
NOVINARSTVO in TISK	<ul style="list-style-type: none"> - Ukrepi za spodbujanje (subvencionirano založništvo, subvencionirane knjižnice, ki so pomembni kupec) - Raznolika ponudba knjig (per capita) - Številne knjižne nagrade - Knjižni sejem s tradicijo 	<ul style="list-style-type: none"> - Raznolikost publikacij - Sprejemanje novih tehnologij 	<ul style="list-style-type: none"> - Tradicionalni knjižni sejmi 	<ul style="list-style-type: none"> - Majhen, neprofiten trg - Založniki so pogosto tudi distributerji in prodajalci - Promocije za izdane knjige skoraj ni - Monopol enega založnika - Slaba mreža knjigarn - Neustrezna kakovost novinarstva - Večja ponudba kot povpraševanje po novinarjih 	<ul style="list-style-type: none"> - Založniške težave (prehod na e-knjige, odsotnost distribucije, kiosk založništvo, sejmi) - Nerazvite bralne navade domače publike - Interes publike slabi, še posebej mladih - Majhno tržišče 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje prodajnih kanalov in večje prodaje - Pomanjkanje mednarodnega tržišča - Pomanjkanje akcijskega programa za pospeševanje prodaje knjig - Monopol enega založnika - Večja ponudba od povpraševanja - Pomanjkanje ustrezne promocije - Knjižarne imajo vlogo konkurenta namesto partnerja (založniki skušajo sami prodajati)
MUZEJI in RAZSTAVE	<ul style="list-style-type: none"> - Muzeji so obiskani s strani različnih skupin in so zaznavani kot vir izobrazbe - Poletna muzejska noč je privlačen promocijski dogodek 	<ul style="list-style-type: none"> - Veliko število raznolikih muzejev - Del turistične ponudbe - Etabilirana manifestacija Noč muzejev - Usmerjanje na ciljne skupine izven turizma – npr. študente 	<ul style="list-style-type: none"> - Relativno velika obiskanost muzejev - Sodelovanje z in podpora s strani Ministrstva za kulturo - Promocijski dogodki kot npr. Muzejska noč 	<ul style="list-style-type: none"> - Naslanjanje na šolske skupine in pomanjkanje prepoznavanja potreb in ciljanja drugih skupin - Muzejski turizem ni dobro razvit - Pomanjkanje trženjskih in upravljalških znanj v muzejih - Slaba prodaja v muzejskih trgovinah in njihovo neprofesionalno upravljanje 	<ul style="list-style-type: none"> - Slaba obiskanost s strani prebivalstva v regiji - Naslanjanje na šolske skupine - Slab promet muzejskih trgovin 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje strategije upravljanja in promocije - Pomanjkanje znanja o ciljnih skupinah in storitvah, ki jih te skupine potrebujejo

PRODAJA KULTURNIH DOBRIN	<ul style="list-style-type: none"> - Nekateri kvalitetni avtorji - Trud majhnih neodvisnih prodajalcev - Maloprodajna mreža v Ljubljani je precej boljša kot drugje v Sloveniji 	<ul style="list-style-type: none"> - Uvedba enotne cene knjig 	<ul style="list-style-type: none"> - Fiksne cene knjig 	<ul style="list-style-type: none"> - Majhen, neprofiten trg - »Vsak počne vse« - Ni neodvisnih distributerjev - Prevladujoč položaj na trgu s strani enega ali nekaj ključnih igralcev - Visoka stopnja piratstva - Nerešeno vprašanje avtorskih pravic in honorarjev 	<ul style="list-style-type: none"> - Majhno, neprofitno tržišče - Nerazvijanje kulture kupovanja in branja knjig - Rušenje cen knjig s kioski založništva - »Vsak dela vse« v trgovini - Nesamostojna distribucija - Dominira par velikih igralcev - Slaba promocija - Nerazvita vloga agentov za umetnike 	<ul style="list-style-type: none"> - Mreža maloprodaje ni dobro razvita - Monopol enega podjetja - Multidisciplinarno poslovanje enega podjetja, namesto specializiranih - Pomanjkanje neodvisnih distributerjev
ARHITEKT-URA	<ul style="list-style-type: none"> - Mednarodno priznani posamezni arhitekti in biroji, tudi iz mlajše generacije - Obstoječe nagrade za arhitekturo - Kvantiteta (arhitektura zaposluje največji delež zaposlenih v KKI, koncentrirana je v LJ) 	<ul style="list-style-type: none"> - Veliko število subjektov - Rijeka kot primer mesta z izraženo osveščenostjo za vrednost izgrajenega okolja 		<ul style="list-style-type: none"> - Mikro podjetja, mali biroji in posamezniki, ki ne morejo ponuditi celotne storitve, temveč so specializirani za posamezne segmente; pomanjkanje velikih arhitekturnih birojev, ki bi lahko konkurirali na mednarodnih tržiščih - Pomanjkanje promocijskih aktivnosti, usmerjenih na dvigovanje zavesti splošne javnosti - Nerazvit in neustrezen splošen odnos do arhitekture - Arhitektura se doživlja kot strošek, ne kot 	<ul style="list-style-type: none"> - Nizka arhitekturna produkcija (centralizirana predvsem v LJ) - Pomanjkanje ponudbe vseh vrst arhitekturnih storitev 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje kritične mase, posebej velikih birojev, ki bi lahko konkurirali na mednarodnih trgih s celovito storitvijo - Kljub izjemnim posameznikom, je splošna kvaliteta še vedno nizka - Arhitekturne rešitve so pogosto neprimerne ali celo nelegalne - Ni strategije ali podpornih ukrepov za arhitekturo - Pomanjkanje promocijskih aktivnosti namenjenih osveščanju širše javnosti

				investicija, vlada pri razpisih za javne investicije ne daje zgleda		- Neprimeren odnos javnosti do arhitekture; arhitektura je zaznana kot strošek, vlada pri razpisih za javne investicije ne daje ustreznega zgleda - Funkcionalen odnos med arhitekti in potencialnimi uporabniki je precej redek
OBLIKOVANJE	- Posamezni mednarodno priznani primeri in posamezniki - Zadostno število oblikovalcev - Koncentracija dogodkov in kvalitetne ponudbe v LJ	- Izboljšanje percepcije oblikovanja - Uporaba interneta in socialnih omrežij	- Napredna kultura oblikovanja	- Pomanjkanje tradicije in razvite kulture oblikovanja, še posebej industrijskega - Nепrepoznavanje potenciala oblikovanja - Pogosto zaznavanje oblikovanja kot stroška in zgolj estetskega dejavnika - Heterogenost kvalitete in cene ponudbe oblikovalskih storitev - Nekateri oblikovalci ne spoštujejo pravic intelektualne lastnine	- Pomanjkanje tradicije in razvite kulture oblikovanja - Pogosto zaznavanje oblikovanja kot stroška - Nепrepoznavanje potenciala oblikovanja - Raznolika kvaliteta ponudbe	- Pogosto zaznavanje oblikovanja kot stroška - Nепrepoznavanje potenciala oblikovanja - Raznolika kvaliteta ponudbe
OGLAŠEVANJE	- Nekateri kvalitetni ponudniki - Določena podjetja razumejo vlogo oglaševanja in tržnega komuniciranja - Mednarodno priznani dogodki, ki sicer niso	- Izboljšano razumevanje potrebe po oglaševanju in trženjskem komuniciranju - Izboljšano razumevanje pomena učinkovitosti	- Izboljšano razumevanje potrebe po oglaševanju in trženjskem komuniciranju - Izboljšano razumevanje pomena učinkovitosti	- Slaba splošna raven kvalitete storitev - Trg se še vedno razvija (diferenciacija, profesionalni standardi...) - Koncentracija trga (največje agencije)	- Majhen trg - Koncentracija velikih klientov v Zagrebu - Nekaj največjih agencij pokriva večji del tržišča - Pogosto konkuriranje na podlagi cene, ne	- Majhnost trga - Koncentracija velikih klientov v Ljubljani - Nekaj največjih agencij pokriva večino tržišča - Pogosto konkuriranje na podlagi cene, ne kvalitete/učinkovitosti

	locirani v LJ (Golden Drum, Magdalena) - Koncentracija največjih odjemalcev in ponudnikov v LJ - Pričakovanje, da si bo trg po krizi ponovno opomogel - V krizi so se odjemalci začeli bolj zavedati pomena učinkovitosti, ne le cene	oglaševanja	oglaševanja	obvladujejo trg, novi se težko prebijejo zaradi dolgoročnih partnerskih odnosov) - Pogosto gre za cenovno konkurenco, kriza je še povečala pritisk na znižanje stroškov - Neprimeren odnos odjemalcev to trženja in oglaševanja, neprepoznavanje vloge in pomena, javni sektor ne razume potrebe po marketinških strategijah	kvalitete/učinkovitosti (še posebej javni sektor)	(še posebej javni sektor)
SOFTWARE IN RAČUNALNIŠKE IGRE	- Odprtost ljudi do novih tehnologij - Znanje in informacije o novih trgih, ki se odpirajo na jugu	- Prodaja izven RH (99% izvoz)	- Prodaja izven Slovenije	- Majhnost trga - Pomanjkanje simboličnih znanj in prepoznavnih blagovnih znamk - Tuje multinacionalke imajo glavni delež na domačem SW tržišču - Visoka stopnja piratstva - Velika tržna moč kupcev - Podjetja nerada sprejemajo nove SW rešitve - Nezaupanje do inovativnih storitev, ki jih ponujajo domači ponudniki - Veliko SW podjetij	- Majhnost trga - Šibke blagovne znamke - Tuje multinacionalke imajo velik delež na domačem tržišču - Podjetja v RH nerada sprejemajo nove SW rešitve	- Majhnost trga - Šibke blagovne znamke - Velika konkurenca multinacionalk

				temelji na licenčnih proizvodih, le malo se jih ukvarja z najnovejšimi tehnologijami in konkurira na globalnem trgu		
--	--	--	--	---	--	--

Naložba v vašo prihodnost
Operacijo delno financira Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašu budućnost
Operacijo dijelomično financira Europska unija
Europski fond za regionalni razvoj

4. Steber: Izobraževanje in zaposlovanje

	PREDNOSTI			SLABOSTI		
Področje	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
UMETNOST in UMETNIŠKO USTVARJANJE	<ul style="list-style-type: none"> - Možnost kvalitetne univerzitetne izobrazbe - Triletni program financiranja nevladnih organizacij (omogoča lažje načrtovanje večjih projektov) 	<ul style="list-style-type: none"> - Možnost pridobivanja osnovne glasbene in likovne izobrazbe 	<ul style="list-style-type: none"> - Dobra kvaliteta - Porast števila predstav v 2013 - Porast števila naslovov slovenske poezije v 2013 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje specialističnih študijev (npr. lutkarstvo) - Nezadostna znanja o podjetništvu, managementu in marketingu - Težko prebijanje, še posebej za neodvisne umetnike 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje možnosti za izobraževanje v določenih smereh (drama, glasba) - Nezadostna znanja o podjetništvu, managementu in marketingu - Nezadostna izobrazba in število strokovnih kadrov za prijavo in izvedbo EU projektov 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje specialističnih študijev - Pomanjkanje managerskih znanj
FILM in AVDIO-VIZUALNA UMETNOST	<ul style="list-style-type: none"> - Več izobrazbenih možnosti (AGRFT, SAE institute, IAM...) - Razviti različni žanri (še posebej kratki film, tradicija v dokumentarnih filmih) - Kreativni pristopi - Tradicija filmskega ustvarjanja - Organizirana dodatna usposabljanja, delavnice, seminarji... 	<ul style="list-style-type: none"> - Vzpostavljene osnove filmske produkcije različnih žanrov - Veliko število radijskih postaj - Nekaj aktivnih subjektov 	<ul style="list-style-type: none"> - Razviti različni žanri - Kreativni pristop - Tradicija filmskega ustvarjanja - Organizirana usposabljanja, delavnice, seminarji 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje specializiranih študijskih programov - Pomanjkanje ustreznih znanj lastnikov radijskih postaj, radio so videli le kot novo poslovno priložnost 	<ul style="list-style-type: none"> - V Županiji ni šole za filmsko, video in avdio produkcijo - Majhno število subjektov – koncentracija v Zagrebu - Nezadostna znanja o podjetništvu, managementu in marketingu 	<ul style="list-style-type: none"> - V regiji ni šol za filmsko, video in avdio produkcijo - Pomanjkanje specializiranih šol - Centralizacija različnih akterjev filmske in avdio industrije v LJ
NOVINARSTVO in TISK	<ul style="list-style-type: none"> - Mnogo izobraženih novinarjev 	<ul style="list-style-type: none"> - Izobraževalne možnosti za književnost - Zadostno število književnikov in novinarjev 		<ul style="list-style-type: none"> - Slabe možnosti zaposlovanja (veliki pritiski, zmanjševanje stroškov, zaposlovanje študentov in neizobraženih) 		<ul style="list-style-type: none"> - Neustrezna strategija upravljanja z založništvom in tržiščem - Pomanjkanje izobraženega in specializiranega kadra

Naložba v vašo prihodnost
Operacijo delno financira Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašo budućnost
Operacijo dijelomično financira Evropska unija
Evropski fond za regionalni razvoj

				novinarjev...) - Večja ponudba kot povpraševanje po novinarjih		- Neustrezna kvaliteta (kratka tradicija novinarstva) - Pomanjkanje izobraževalnih in študijskih programov - Potreba po izpopolnjevanju znanj
MUZEJI in RAZSTAVE	- Možnost univerzitetne izobrazbe - Dobro strokovno znanje, mednarodno priznani strokovnjaki zaposleni kot kustosi - Gostovanja številnih mednarodno priznanih govorcev - Veliko priložnosti za dodatna izobraževanja	- Možnost izobraževanja na Filozofski fakulteti - Višek delovne sile	- Kvalitetno izobraženo osebje (npr. kustosi) - Zaposleni eksperti	- Nefleksibilna politika zaposlovanja v javnem sektorju - Nezadostna znanja o podjetništvu, managementu in marketingu	- Nezadostna znanja o podjetništvu, managementu in trženju - Nezadostna izobrazba in število strokovnih kadrov za prijavo in izvedbo EU projektov	- Nefleksibilna politika zaposlovanja v javnem sektorju - Muzejske trgovina nimajo ustrezno izobraženega managementa
PRODAJA KULTURNIH DOBRIN	- Kvalitetni avtorji	- Zadostno število kvalitetnih avtorjev - Možnost izobraževanja znotraj županije	- Kvalitetni avtorji	- Vsak se ukvarja z vsem, ni specializacije - Nerešeno vprašanje avtorskih pravic in honorarjev	- Nizka usposobljenost prodajnega osebja	
ARHITEKT-URA	- Fakulteta z močno tradicijo in mednarodno primerljivo kvaliteto - Mednarodno sodelovanje (izmenjava in pretok znanja) - Arhitektura zaposluje največji delež zaposlenih v KKI, koncentracija v LJ	- Fakulteti z močno tradicijo v Zagrebu in Splitu - Močna tradicija - Mednarodno priznani posamezni arhitekti in biroji - Specialistična znanja	- Močna tradicija - Vključenost arhitekture v nacionalni program za kulturo - Povečanje zaposlovanja v arhitekturi	- Pomanjkanje kritične mase oz. velikih, mednarodno konkurenčnih birojev - Pomanjkanje znanj o organizaciji dela - Pomanjkanje specializacije za urbanistično planiranje	- Splošna raven kvalitete je povprečna, nogo arhitektov brez ambicij - Pomanjkanje fakultet v PGŽ - Pomanjkanje znanj o organizaciji dela	- Pomanjkanje izobrazbe in specializacije za urbanistično planiranje in industrijsko oblikovanje - Pomanjkanje študija v regiji
OBLIKO-	- Več izobrazbenih	- Prisotna kritična masa	- Kvantiteta (veliko	- Pomanjkanje nišnih	- Koncentracija	- Koncentracija industrije

VANJE	<p>možnosti (ALUO, FD, Arhitektura, NTF)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kvantiteta (veliko število podjetij in zaposlenih, koncentracija v LJ) 	<p>dobrih oblikovalcev v RH</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posamezni oblikovalci so mednarodno priznani 	<p>število podjetij in zaposlenih)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oblikovanje je vključeno v Nacionalni program za kulturo - Izobraženi kvalitetni strokovnjaki - Močne izobraževalne inštitucije 	<p>znanj, preveč splošna izobrazba s poudarkom na estetiki</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nепрепозnavanje vrednosti in potrebe po oblikovanju s strani gospodarstva - Spremembe na trgu in v tehnologiji so pripeljale do nazadovanja določenih disciplin oblikovanja, ki so bile razvite v preteklosti 	<p>industrije in izobraževalnih ustanov v ZG</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neustrezno izobraževanje - Preslaba podlaga za oblikovanje v osnovnem in srednješolskem programu - Nezadostna izobrazba in število strokovnih kadrov za prijavo in izvedbo EU projektov 	<p>v LJ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nizki osebni prihodki
OGLAŠEVA-NJE	<ul style="list-style-type: none"> - Univerzitetna izobrazba (EF, FDV) - Nekateri naročniki razumejo vlogo oglaševanja in tržnega komuniciranja in predstavljajo dober zgled - Veliko izobraženih strokovnjakov z različnim zaledjem 	<ul style="list-style-type: none"> - Dobra kvaliteta storitev večjega števila agencij - Znatno število strokovnjakov 	<ul style="list-style-type: none"> - Dobra kvaliteta storitev večjega števila agencij - Znatno število strokovnjakov 	<ul style="list-style-type: none"> - Splošna kvaliteta je povprečna zaradi velikega števila slabših ponudnikov - Trg je prizadela kriza (pritisk na nižanje stroškov), vendar se pričakuje okrevanje - Gospodarstvo ne razume dobro pomena in vloge oglaševanja in trženjskih strategij 	<ul style="list-style-type: none"> - Slabo znanje mladih kadrov - Pomanjkanje kadrov (oblikovalcev) - Koncentracija agencij v ZG, majhno število v PGŽ, največ v Rijeki 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje kadrov, izobraženih v regiji - Koncentracija agencij v LJ
SOFTWARE IN RAČUNALNIŠKE IGRE		<ul style="list-style-type: none"> - Kvalitetna baza izobrazbe tako v RH kot tudi v PGŽ - Možnost izobraževanja v regiji - Nekaj podjetij v PGŽ z razvitimi video igricami in SW - Veliko število SW 	<ul style="list-style-type: none"> - Možnost pridobivanja izobrazbe v Sloveniji - Nekaj SW podjetij v regiji - Kvaliteta in fleksibilnost 		<ul style="list-style-type: none"> - Majhno število podjetij v PGŽ - Pomanjkanje strokovnjakov z znanjem o SW in specifični dejavnosti - Pomanjkanje specializiranih izobraževalnih 	<ul style="list-style-type: none"> - Ni možnosti za izobraževanje znotraj regije - Majhno število SW podjetij v regiji - Pomanjkanje strokovnjakov z znanjem o SW in specifični dejavnosti

		podjetij v celi HR - Fleksibilnost SW podjetij - Dobra analitična znanja			programov (ni študija za razvoj iger) - Število vpisanih na fakultete ne zadostuje potrebam	- Pomanjkanje specializiranih izobraževalnih programov (ni študija za razvoj iger) - Število vpisanih na fakultete ne zadostuje potrebam
--	--	--	--	--	---	---



Področje	PREDNOSTI			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
UMETNOST in UMETNIŠKO USTVARJANJE	<ul style="list-style-type: none"> - Podporni ukrepi (področje je vključeno v kulturno politiko države in mesta ter kot tako tudi sofinancirano) - Triletno programsko financiranje nevladnih organizacij (poleg programskega financiranja) 	<ul style="list-style-type: none"> - Vzpostavljene osnovne finančne podpore (sofinanciranje s strani mesta in Župnije) - Vzpostavljena podpora za nevladne organizacije 	<ul style="list-style-type: none"> - Vzpostavljeni finančni ukrepi za podporo (obstoječi strateški dokumenti, razvoj kulturne politike, razvoj ukrepov za KI) - Vzpostavljene podpore tudi za nevladne organizacije - Možnosti financiranja nevladnih organizacij preko projektov (v trajanju 3 let) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje financiranja (javne inštitucije, ki so bile ustanovljene s strani MOL in so sofinancirane od države ne dobijo dovolj sredstev za investicije v opremo; razdrobljena sredstva za NVO zaradi velikega števila projektov) 	<ul style="list-style-type: none"> - Visoki stroški za redno delovanje - Odvisnost inštitucije od nacionalnega pomena (HNK) o proračunu Mesta Rijeke – neustrezen zakon RH - Nezadostno financiranje za nabavo nove opreme – zastarela tehnologije - Usmerjenost dostopnih virov na osnovna sredstva 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje finančnih sredstev - Parcialno financiranje (še posebej v primeru nevladnih org., ki se morajo prijaviti na več projektov ali pridobiti sponzorje, da bi dosegli svoje cilje) - Neenakomerno razporejena finančna sredstva regije in občin
FILM in AVDIO-VIZUALNA UMETNOST	<ul style="list-style-type: none"> - Podpora mednarodnim koprodukcijam 			<ul style="list-style-type: none"> - Močne kritike dela in porazdelitve sredstev Slovenskega filmskega sklada - Vpliv majhnega števila velikih oglaševalcev in sponzorjev na vsebino TV in radijskih postaj 	<ul style="list-style-type: none"> - Nezadostno financiranje - Usmerjenost dostopnih virov na osnovna sredstva 	<ul style="list-style-type: none"> - Neustrezna porazdelitev sredstev iz strani filmskega sklada in države - Pomanjkanje alternativnih virov zaslužka (prevladuje prodaja oglasov) - Pomanjkanje finančnih sredstev
NOVINARSTVO in TISK				<ul style="list-style-type: none"> - Problem vpliva majhnega števila oglaševalcev na vsebino periodičnega tiska, zaradi finančne odvisnosti od njih - Problem vpliva politike 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje finančnih sredstev 	

				preko oglaševalcev se je odrazil v zmanjšanju kredibilnosti in naklad, posledično pa tudi v zmanjšanju prihodkov od oglaševanja		
MUZEJI in RAZSTAVE				- Pomanjkanje sredstev in garancij s strani vlade ali mesta - Lastna sredstva muzejev predstavljajo le majhen delež njihovega proračuna, pri zasebnih muzejih je ta delež včasih še manjši	- Majhni proračuni - Usmerjenost dostopnih virov na osnovna sredstva	- Pomanjkanje finančnih sredstev - Prenizki prihodki muzejev z njihovimi aktivnostmi in storitvami
PRODAJA KULTURNIH DOBRIN			- Finančna podpora zasebnih knjižnic s strani Ministrstva za kulturo - Aktivnosti zasebnih knjižnic in galerij za izboljšanje prodaje (organizacija različnih dogodkov)	- Nerešena problematika avtorskih pravic in honorarjev	- Omejene možnosti financiranja iz EU skladov	
ARHITEKTURA	- Področje je bilo v 2010 vključeno v Nacionalni program za kulturo			- Ni strategije ali podpornih ukrepov za arhitekturo	- Pomanjkanje dolgoročnejsše finančne podpore	
OBLIKOVANJE	- Področje je bilo v 2010 vključeno v Nacionalni program za kulturo - Prepoznan pomen razvoja KKI tudi na državnem in lokalnem	- Vzpostavljene podpore za industrijsko oblikovanje, čeprav majhne vrednosti in vezane na posamezno mesto	- Fundacija Brumen - Prepoznan pomen razvoja KKI tudi na državnem in lokalnem nivoju	- Pomanjkanje politične podpore (ni strategij ali podpornih ukrepov)	- Pomanjkanje dolgoročnejsše finančne podpore	

	nivoju					
OGLAŠEVA-NJE	- Pričakovanje, da si bo trg opomogel po krizi	- Obeti za zmanjšanje trenda upadanja vlaganja v oglaševanje (zmanjšanja krize)	- Pričakovanje, da si bo trg opomogel	- Cenovna konkurenca je pogosta - Odnos do oglaševanja kot nepotrebne stroška		
SOFTWARE IN RAČUNALNIŠKE IGRE		- Nizki zagonski stroški - Koriščenje crowdfundinga	- Nizki zagonski stroški - Koriščenje crowdfundinga	- Visoki stroški razvoja SW - Kvalificirani in izkušeni programerji so dragi - Nerazumevanje zelo inovativnih idej s strani evalvatorjev - Birokratiziranost postopkov prijav za R&D podporna sredstva	- Visoki stroški razvoja SW - Kvalificirani in izkušeni programerji so dragi - Nerazumevanje zelo inovativnih idej s strani evalvatorjev - Birokratiziranost R&D podpornih sistemov	- Visoki stroški razvoja SW - Kvalificirani in izkušeni programerji so dragi - Nerazumevanje zelo inovativnih idej s strani evalvatorjev - Birokratiziranost R&D podpornih sistemov



Področje	PREDNOSTI			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
UMETNOST in UMETNIŠKO USTVARJANJE	- Vključenost v mednarodne mreže in mednarodno sodelovanje		- Povezovanje različnih akterjev na regionalnem nivoju v razvojne namene	- Nerešeno vprašanje zaščite avtorskih pravic	- Problem zaščite intelektualne lastnine - Nezdosten prenos znanja v gospodarstvo	
FILM in AVDIO-VIZUALNA UMETNOST	- Mednarodno sodelovanje in koprodukcije - Organizirana različna izpopolnjevanja, seminarji, delavnice...					
NOVINARSTVO in TISK					- Slabo medsektorsko sodelovanje	- Vpliv politike na medije
MUZEJI in RAZSTAVE	- Dober prenos ekspertnega znanja iz tujine	- Izobraževalne vsebine			- Nezdostna dokumentiranost - Premalo raziskane možnosti uporabe in razvoja ohranjanja kulturne dediščine v funkciji razvoja turizma ter nezadostno razumevanje potreb turistov	- Pomanjkanje sodelovanja med turizmom in muzeji (muzejski turizem)
PRODAJA KULTURNIH DOBRIN						
ARHITEKTURA	- Preliv znanja in idej skozi mednarodne	- Preliv znanja in idej skozi mednarodne	- Iniciative in prepoznavanje sinergij	- Ni ravnotežja med potrebo po ohranjanju	- Vprašanje družbene in etične odgovornosti	- Pomanjkanje arhitekturne kritike

	izmenjave študentov, profesorjev in arhitektov - Inicijativa in prepoznavanje sinergije, ki izvira iz sodelovanja	izmenjave študentov, profesorjev in arhitektov - Inicijativa in prepoznavanje sinergije, ki izvira iz sodelovanja		nacionalne identitete in odprtostjo do vplivov iz tujine - Pomanjkanje arhitekturne kritike	arhitekture - Pomanjkanje arhitekturne kritike - Slab odnos med arhitekti in potencialnimi koristniki njihove arhitekture (javnosti, lokalnega prebivalstva,...)	- Neprimerne ali celo nelegalne arhitekturne rešitve - Pomanjkanje zaščite nacionalne identitete (vpliv drugih držav)
OBLIKOVANJE		- Vzpostavitev programov ozaveščanja o zaščiti intelektualne lastnine, usmerjenih na širšo javnost - Močnejše povezovanje z drugimi sektorji in gospodarstvom	- Močnejše povezovanje z drugimi sektorji in gospodarstvom	- Ni dobrega prenosa informacij med LJ in drugimi deli Slovenije	- Problem zaščite avtorskih pravic	- Problem zaščite avtorskih pravic
OGLAŠEVANJE						
SOFTWARE IN RAČUNALNIŠKE IGRE	- Prenos znanja in informacij o rastočih trgih na jugu - Pisarne/centri za prenos tehnologij (IJS, Univerza v LJ ...)	- Pisarne za prenos tehnologij (Sveučilište Rijeka) - Vzpostavljeno sodelovanje z drugimi panogami in področji KI	- Pisarne za prenos tehnologij (Univerza na Primorskem)		- Visoka stopnja piratstva	- Manjši del podjetij uporablja nove tehnologije - Visoka stopnja piratstva