



# STRATEGIJA ZA RAZVOJ KREATIVNIH INDUSTRIJA NA PREKOGRANIČNOM PODRUČJU

---



Inštitut za ekonomska raziskovanja  
*Institute for Economic Research*  
*/Inštitut za ekonomska istraživanja /*

**dr. Nika Murovec, dr. Damjan Kavaš**



**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



**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 sadržaja

1. UVOD.....	1
2. SWOT MATRICA KREATIVNIH INDUSTRIJA.....	3
3. STRATEGIJA ZA RAZVOJ KI NA PREKOGRANIČNOM PODRUČJU.....	5
1. Stup – INFRASTRUKTURA.....	5
2. Stup – UMREŽAVANJE.....	6
3. Stup - MARKETING.....	7
4. Stup – OBRAZOVANJE I ZAPOŠLJAVANJE.....	8
5. Stup – FINANCIRANJE.....	9
6. Stup – PRIJENOS ZNANJA.....	10
4. PREGLED PLANIRANIH AKTIVNOSTI.....	11
PRILOG – MATRICE PREDNOSTI I NEDOSTATAKA PO POJEDINIM GRANAMA.....	13



## 1. UVOD

Strategija je dio projekta »Povećavanje poduzetničkih kapaciteta sektora kreativnih industrija na prekograničnom području (Creative start – up)«.

Kreativne i kulturne industrije (KKI) jedan su od najbrže rastućih sektora u svijetu, s godišnjim stopama rasta između 5 i 20 posto (FORA, 2010). Zbog svoje raširenosti i brzog rasta u posljednja dva desetljeća KKI su privukle veliko zanimanje kreatora politika na nacionalnim, regionalnim i međunarodnim razinama, i to kako onih koji se bave urbanim planiranjem, regionalnim razvojem, tržištem rada, edukacijom, kao i u zadnje vrijeme i onih koji se bave inovacijskim politikama (European Competitiveness Report, 2010). Rast KKI podržava više trendova koji djeluju u korist KKI (vidi FORA, 2010; UNCTAD, 2010; European Competitiveness Report, 2010):

1. Skraćivanje radnog vremena, poboljšanje obrazovanja te rastući prihodi očituju se u strmom rastu potražnje za proizvodima i uslugama koji nude jedinstveno iskustvo, što predstavlja veliku priliku za kreativne industrije. Najočitiije koristi iz spomenutog trenda imaju područja kao što su film, glazba, izvedbene umjetnosti te proizvodi povezani sa životnim stilom.
2. Razvoj novih tehnologija (posebice IKT inovacije) koji je imao vrlo veliki utjecaj na mnogim područjima KKI te je pridonio brzom rastu, prije svega programskih (software) i multimedijских usluga. IKT i internet otvaraju nove mogućnosti za distribuciju, nude potrošačima više izbora te omogućavaju učinkovitije proizvodne procese, a ujedno su pokrenuli proces radikalnog prestrukturiranja tradicionalnog izdavaštva i medija.
3. Svjetski rast u turizmu čime se dodatno povećava potražnja za kreativnim proizvodima i kulturnim uslugama na turističkom tržištu.

KKI imaju više dimenzija pa tako i njihov razvoj nema isključivo pozitivne ekonomske učinke kao zaseban sektor, već ima i puno šire učinke; ne samo ekonomske, već i u području društva, kulture i održivosti. Ekonomske učinke, koje imaju KKI, European Competitiveness Report (2010.) dijeli u četiri skupine:

- Primarni ekonomski učinci KKI predstavljaju izravni doprinos KKI grana gospodarstvu.
- Sekundarni ekonomski učinci definirani su kao prelijevanje (spillover) učinaka koji su posljedica gospodarske aktivnosti tvrtki u KKI, izvan dotičnih grana u šire gospodarstvo. Primjer sekundarnih učinaka su npr. KKI koji proizvode međuproizvode za druge gospodarske grane povećavajući vrijednost njihovih proizvoda (npr. stvaranjem prepoznatljivih robnih marki), povećavaju potražnju za tim proizvodima te time ubrzavaju i rast takvih tvrtki.

- Tercijarni ekonomski učinci uključuju izravne učinke koje imaju KKI na vlastitu inovativnost, a isto tako i na inovativnost drugih gospodarskih grana.
- Kvartarni ekonomski učinci KKI predstavljaju utjecaj KKI na poboljšanje kvalitete života, očuvanje kulturnog identiteta te postizanje širokog spektra drugih društvenih ciljeva.

U projektnom području potencijali kreativnih industrija nisu odgovarajuće iskorišteni, zato je glavna svrha prekogranične strategije poboljšati iskorištenost potencijala kreativnog sektora na prekograničnom području. Strategija će predvidjeti zajedničke kratkoročne i dugoročne mjere za ubrzanje razvoja sektora kreativnih industrija na projektnom području.

IER je kao podizvođač pripremio strategiju na temelju sekundarnih podataka, dobivenih iz postojećih projektnih dokumenata (SWOT analiza kreativnih industrija Primorsko-goranske županije i regije Primorska, 2015.; Mapiranje kreativnih biznisa u Sloveniji za potrebe projekta »Creative start up«, 2015), dokumenti SWOT Analysis: Status of the Creative Industries i Ljubljana (IER, 2011.) te na temelju informacija dobivenih na sastancima s naručiteljima i partnerima projekta.

Na temelju tako dobivenih informacija najprije su bile izrađene matrice snage/slabosti po pojedinim granama KI (u prilogu), koje su u sljedećem koraku udružene u zajedničku SWOT matricu KI (2. poglavlje) za područje Osrednjeslovenske i Obalno-kraške regije te Primorsko-goranske županije.

Sadržajno je strategija sastavljena od šest stupova, i to:

1. Infrastruktura
2. Umrežavanje
3. Marketing
4. Obrazovanje i zapošljavanje
5. Financije
6. Prijenos znanja

Svaki stup najprije sadrži uvodni opis značenja pojedinog stupa. Nakon toga slijedi opis ishodišta u sve tri razmatrane regije, na temelju prethodno navedenih dokumenata i SWOT matrice kreativnih industrija. Slijedi opis željenih ciljeva u vezi pojedinih stupova te prijedlog aktivnosti za postizanje tih ciljeva.

## 2. SWOT MATRICA KREATIVNIH INDUSTRIJA

SNAGE			SLABOSTI		
LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koncentracija institucija i tvrtki (LJ je glavni grad)</li> <li>• Snažan javni sektor</li> <li>• Postoji osnovna infrastruktura i neke potporne organizacije</li> <li>• Kvalitetno obrazovanje i dodatna osposobljavanja u pojedinim granama</li> <li>• Međunarodna suradnja (nevladine organizacije)</li> <li>• Događanja, nagrade</li> <li>• Tradicija</li> <li>• Međunarodno priznati pojedinci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Snažan javni sektor</li> <li>• Postoji osnovna infrastruktura i neke potporne organizacije</li> <li>• Kvalitetno obrazovanje i dodatna osposobljavanja u pojedinim granama</li> <li>• Međunarodna suradnja (nevladine organizacije)</li> <li>• Događanja, nagrade</li> <li>• Tradicija</li> <li>• Međunarodno priznati pojedinci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Snažan javni sektor</li> <li>• Postoji osnovna infrastruktura i neke potporne organizacije</li> <li>• Kvalitetno obrazovanje i dodatna osposobljavanja u pojedinim granama</li> <li>• Međunarodna suradnja (nevladine organizacije)</li> <li>• Događanja, nagrade</li> <li>• Tradicija</li> <li>• Međunarodno priznati pojedinci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maleno tržište</li> <li>• Cjelovita politika za podršku KI ne postoji</li> <li>• Nedovoljno financiranje</li> <li>• Nedostatna infrastruktura u pojedinim granama (nedostatak odgovarajućih velikih prostora i nedostatak dostupnih produkcijskih prostora)</li> <li>• Nedostatak specijaliziranih obrazovnih programa</li> <li>• »Svatko radi sve«</li> <li>• Nedostatak poslovnih i menadžerskih znanja</li> <li>• Nedostatak promocije</li> <li>• Nejednaki odnosi u lancu vrijednosti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maleno tržište</li> <li>• Cjelovita politika za KI podršku ne postoji</li> <li>• Nedovoljno financiranje</li> <li>• Nedostatna infrastruktura u pojedinim granama</li> <li>• Nedostatak specijaliziranih obrazovnih programa</li> <li>• »Svatko radi sve«</li> <li>• Nedostatak poslovnih i menadžerskih znanja</li> <li>• Nedostatak promocije</li> <li>• Cjenovna konkurencija</li> <li>• Problematika zaštite autorskih prava i intelektualnog vlasništva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maleno tržište</li> <li>• Cjelovita politika za KI podršku ne postoji</li> <li>• Nedovoljno financiranje</li> <li>• Nedostatna infrastruktura u pojedinim granama</li> <li>• Nedostatak specijaliziranih obrazovnih programa</li> <li>• »Svatko radi sve«</li> <li>• Nedostatak poslovnih i menadžerskih znanja</li> <li>• Nedostatak promocije</li> <li>• Nejednaki odnosi u lancu vrijednosti</li> <li>• Cjenovna konkurencija</li> <li>• Problematika zaštite autorskih prava i intelektualnog vlasništva</li> </ul>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cjenovna konkurencija</li> <li>• Problematika zaštite autorskih prava i intelektualnog vlasništva</li> <li>• Nedostatak kritične mase (usredotočenost na domaće tržište)</li> </ul>		
<b>MOGUĆNOSTI</b>			<b>PRIJETNJE</b>		
<b>LUR</b>	<b>PGŽ</b>	<b>PP</b>	<b>LUR</b>	<b>PGŽ</b>	<b>PP</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rastuća potražnja za kreativnim proizvodima</li> <li>• Sveobuhvatna politika poticanja KI na državnoj i lokalnoj razini</li> <li>• Povezivanje kulture s drugim sektorima</li> <li>• Korištenje KI za prestrukturiranje slovenskog poslovnog sektora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rastuća potražnja za kreativnim proizvodima</li> <li>• Sveobuhvatna politika poticanja KI na državnoj i lokalnoj razini</li> <li>• Povezivanje kulture s drugim sektorima</li> <li>• Korištenje KI za prestrukturiranje hrvatskog poslovnog sektora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rastuća potražnja za kreativnim proizvodima</li> <li>• Sveobuhvatna politika poticanja KI na državnoj i lokalnoj razini</li> <li>• Povezivanje kulture s drugim sektorima</li> <li>• Korištenje KI za prestrukturiranje slovenskog poslovnog sektora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodarska kriza (problemi u privatnom sektoru i nedostatak javnih sredstava)</li> <li>• Tehnologije koje se brzo mijenjaju</li> <li>• Jaka konkurencija iz drugih država</li> <li>• Emigracija talenata</li> <li>• Sadržaje je jednostavno kopirati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodarska kriza (problemi u privatnom sektoru i nedostatak javnih sredstava)</li> <li>• Tehnologije koje se brzo mijenjaju</li> <li>• Jaka konkurencija iz drugih država</li> <li>• Emigracija talenata</li> <li>• Sadržaje je jednostavno kopirati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodarska kriza (problemi u privatnom sektoru i nedostatak javnih sredstava)</li> <li>• Tehnologije koje se brzo mijenjaju</li> <li>• Jaka konkurencija iz drugih država</li> <li>• Emigracija talenata</li> <li>• Sadržaje je jednostavno kopirati</li> </ul>



### 3. STRATEGIJA ZA RAZVOJ KI NA PREKOGRANIČNOM PODRUČJU

#### 1. Stup – INFRASTRUKTURA

Za KI prostor i infrastruktura imaju posebno značenje. Kreativni pojedinci su oduvijek bili koncentrirani i djelovali na određenim područjima, a kreativne tvrtke su ih pratile. Nakon prepoznavanja njihove vrijednosti, kreativce su određena mjesta željela privući, dok je njihova uspješnost bila prilično ograničena. Zato se puno uspješnijom pokazala lokalna podrška postojećim KI. Pritom je od ključnog značenja infrastruktura, pod kojom podrazumijevamo kako tvrde, tako i meke čimbenike lokacije KI i kreativnih pojedinaca.

#### Ishodište:

- Postoji osnovna infrastruktura
- Postoje određene potporne organizacije
- Nedostatak cjenovno prihvatljivog produkcijskog prostora
- Nedostatak većih, odgovarajuće opremljenih prostora
- Nedostatak suvremene opreme, tehnologije

#### Cilj:

- Osiguravanje dovoljne ponude cjenovno dostupnih radnih prostora za kreativne industrije na razini regija i prekograničnog područja
- Dostupna odgovarajuća, suvremena oprema/tehnologija

#### Aktivnosti:

1. Povećanje ponude cjenovno prihvatljivih produkcijskih prostora: Suradnja obiju slovenskih regija te županije s kreativcima u smislu bolje iskorištenosti postojećih prostora, kao i bolje informiranosti o raspoloživosti, prekogranična razmjena informacija
2. Regeneracija zapuštenih objekata u prekograničnom području: Najprije je u sva tri područja potrebna identifikacija takvih objekata (vlasništvo, planovi, potencijalni problemi) i odabir objekata pogodnih za kreativnu, niskoproračunsku regeneraciju. Sudjelovanje postojećih razmjena iskustava.
3. Prijedlozi kreatorima politika da usvoje politike koje bi podržavale povećanje ponude cjenovno prihvatljivih prostora za kreativne pojedince

Bolja iskoristivost postojeće opreme/tehnologije te zajedničke investicije: Prekogranično područje bi se moglo bolje povezati u smislu investicija u opremu/tehnologiju, kao i smislu njenog iskorištavanja. Potrebna je identifikacija postojeće opreme te popis potreba za opremom/tehnologijom u prekograničnom području.

## 2. Stup – UMREŽAVANJE

U KI prevladavaju samozaposleni i mikro tvrtke, kojima nedostaje ljudskih, tehničkih i financijskih resursa za izvedbu velikih i važnih projekata. Zato je umrežavanje u KI od ključnog značenja za njihovu konkurentnost. Osim toga mreže osiguravaju i bolju vidljivost mikro tvrtki te omogućavaju lakšu komunikaciju s donositeljima odluka. Na međunarodnoj razini mreže omogućavaju širenje poslovanja preko nacionalnih granica, što je od ključnog značenja posebice u slučaju malenih tržišta kao što je slovensko, ali isto tako i hrvatsko.

Umrežavanje je inače aktivnost u kojoj se moraju predstavnici KI sami angažirati, ali im je za to potrebno omogućiti čim povoljnije uvjete za uspostavljanje kontakata i umrežavanje.

### Ishodište:

- Postoje nacionalne udruge unutar gospodarskih grana
- Postoje potporne organizacije koje vode brigu o umrežavanju (regionalno, nacionalno i međunarodno)
- Dobra uključenost u međunarodne mreže (posebice NVO)
- Postoje određeni međunarodni događaji, radionice, seminari
- Suradnja između gospodarskih grana je nedovoljna
- Umrežavanje je nekoordinirano, neusklađeno

### Cilj:

Institucionalizirana podrška prekograničnom umrežavanju različitih kreativnih pojedinaca, tvrtki i drugih dionika kao što su sveučilište, javni sektor, itd.

### Aktivnosti:

- Identifikacija i prekogranična razmjena informacija o dobrim praksama, politikama
- Podrška postojećim i funkcionalnim mrežama i bazama
- Podrška različitim radionicama i događajima
- Lokalno i prekogranično povezivanje (»matching«) aktera
- Uspostava strateških skupina koje će voditi brigu o boljoj uočljivosti pojedine mreže, poticati druge na umrežavanje te brinuti o komunikaciji s donositeljima odluka te s drugim sektorima i dionicima

### 3. Stup - MARKETING

Kao i u svim drugim granama, marketing je od iznimne važnosti i za KI. Pritom se u prvom redu radi o marketingu KI ili pojedinim granama KI kao cjeline na regionalnoj odnosno nacionalnoj razini, u smislu podizanja svijesti i većeg prepoznavanja značenja KI. Osim toga svakako je važna i promocija pojedinih predstavnika KI na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

#### Ishodište:

- Svijest o KI i njihovom značenju zadnjih se godina povećava
- Maleno tržište
- Prevelik utjecaj jednog ili nekoliko većih igrača
- Prisutna cjenovna konkurencija
- Nedostatak marketinških vještina
- Postoje različiti događaji (poznati festivali, sajmovi,...)
- Promocija brojnih događaja je neadekvatna
- Neriješeno pitanje autorskih prava i honorara (posebice u glazbi)

#### Cilj:

- Podizanje svijesti na nacionalnoj i prekograničnoj razini
- Etabliranje KI na međunarodnoj razini

#### Aktivnosti:

- Izrada i izvedba regionalnih i prekograničnog marketinškog i komunikacijskog koncepta
- Promocija KI na regionalnoj, nacionalnoj i prekograničnoj razini (zajedničke publikacije, internet platforme,...)
- Zajednička suradnja na domaćim i inozemnim tržištima

#### 4. Stup – OBRAZOVANJE I ZAPOŠLJAVANJE

Budući da su za KI karakteristični raznolikost i fragmentirana struktura zajedno s nedostatkom znanja, ljudskih ili financijskih resursa, predstavnici KI imaju vrlo rijetko priliku odigrati važnu ulogu u lokalnom gospodarstvu ili na lokalnom tržištu rada. Rješenje takve situacije leži u obrazovanju koje je prilagođeno potrebama te promišljenoj organizaciji procesa zapošljavanja.

##### Ishodište:

- Sveučilišne obrazovne mogućnosti, ali nedostatak pojedinih specijalističkih studija
- Obrazovanje, koje se provodi, često ne odgovara potrebama gospodarstva
- Nedostatak poduzetničkih i menadžerskih vještina
- Nedovoljna izobrazba i broj stručnih kadrova za prijavu i izvedbu EU projekata (PGŽ)
- Organizirana osposobljavanja, radionice, seminari,...
- Loše mogućnosti zapošljavanja, posebice izvan najvećih gradova
- Teško probijanje, posebice za neovisne umjetnike

##### Cilj:

- Umrežavanje obrazovnih i znanstvenih institucija s jedne strane te kreativnih industrija s druge
- Poticanje tržišta radne snage u kreativnom gospodarstvu

##### Aktivnosti:

- Prekogranična analiza potreba sektora obrazovanja te ocjena postojećih obrazovnih programa
- Poticanje poboljšanja prekogranične suradnje obrazovnih institucija
- Nastavak i podrška postojećih te organizacija novih lokalnih i prekograničnih programa osposobljavanja za dionike KI u cilju povećanja njihove stručne kompetencije (npr. prava intelektualnog vlasništva, marketing, poduzetništvo,...)
- Prekogranični popisi istraživanja i raspoložive opreme s ciljem poticanja suradnje između KI i obrazovnih institucija; mogućnosti zajedničkog korištenja raspoložive opreme
- Usluge zapošljavanja, prije svega posredovanje između kreativnih poslodavaca i zaposlenika

## 5. Stup – FINANCIRANJE

Pristup odgovarajućim finansijskim resursima za samozaposlene i mikro tvrtke, koje prevladavaju u KI, još je teži nego u nekim drugih granama i za njih predstavlja jednu od najvećih prepreka u njihovom poslovanju. Do problema s financiranjem dolazi iz više razloga. S jedne strane zbog investitora, koji imaju problema s vrednovanjem KI (nematerijalna imovina, intelektualno vlasništvo, nedovoljna materijalna sredstva), a osim toga nedovoljna poslovna znanja u KI stvaraju probleme u procjeni rizika i mogućnosti. Nadalje se predstavnici KI često oslanjaju na potporu iz javnih sredstava te su zato pasivni u traženju privatnih izvora kapitala. Osim toga, kreativne tvrtke imaju često predrasude prema finansijskom sektoru te s njime teško komuniciraju. U konačnici zapravo postoji malo takvih finansijskih instrumenata koji bi odgovarali potrebama KI.

### Ishodište:

- Postoje određene poticajne mjere i sufinansiranje od strane državne/lokalne vlasti
- Nedostaje sredstava za investiranje u suvremenu opremu i tehnologiju
- Nema posebno prilagođenih instrumenata za odgovor na specifične potrebe KI

### Cilj:

- Poticanje investicija u tvrtke KI
- Sheme prilagođene potrebama KI

### Aktivnosti:

- Priprema zajedničkih projekata (kohezijska politika, Creative Europe, COSME, Obzorja 2020, nacionalna, lokalna i privatna sredstva)

## 6. Stup – PRIJENOS ZNANJA

Prijenos znanja jedna je od glavnih prednosti međunarodnih projekata, zato ima nadasve važnu ulogu i u okviru projekta Creative Startup. Projektni partneri omogućavaju i potiču transfer znanja s ciljem razmjene iskustava te primjene i nadogradnje prenesenog znanja. Permanentna razmjena i prijenos znanja među partnerima omogućit će uzajamno učenje, identifikaciju dobrih praksi te poboljšane lokalne politike KI.

### Ishodište:

- Na nacionalnoj i posebice lokalnoj razini nedostaje tečajeva namijenjenih stručnjacima iz područja KI
- Nedostatak poslovnih vještina
- Brz tehnološki razvoj
- Uredi za prijenos tehnologija

### Cilj:

- Uspostaviti prekograničnu mrežu znanja  
Poticati prekograničnu suradnju

### Aktivnosti:

- Organiziranje edukacija (poslovne vještine, tehnološki trendovi, stručna znanja...) uz suradnju prekograničnih partnera i njihovih mreža te prekogranični prijenos informacija u vezi tih edukacija
- Prisutnost sučelja s obje strane za prekogranični prijenos znanja

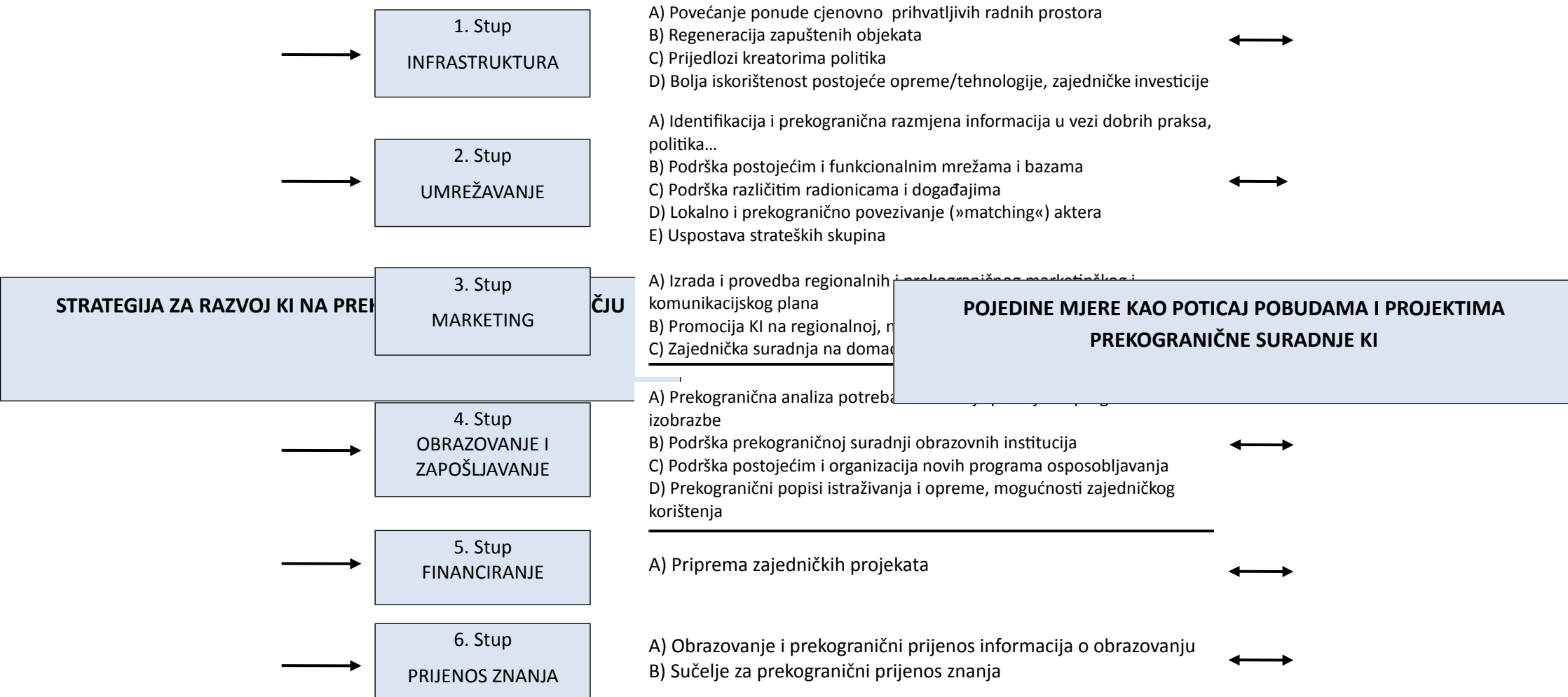
**Naložba v vašo prihodnost**  
Operacijo delno financira Evropska unija  
Evropski sklad za regionalni razvoj



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



#### 4. PREGLED PLANIRANIH AKTIVNOSTI



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



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



**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

## PRILOG – MATRICE PREDNOSTI I NEDOSTATAKA PO POJEDINIM GRANAMA KI

### 1. Stup: Infrastruktura

Područje	SNAGE			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<b>UMJETNOST i UMJETNIČKO STVARALAŠTVO</b>	Koncentracija infrastrukture u LUR	Postojeća infrastruktura	Neki akteri raspolazu s dovoljno kvalitetnog prostora	- Nedostatak odgovarajućih prostora (velike izložbe, akustični i opremljeni prostori, prostori za vježbe, događanja i druženje...) - Nedostatak suvremene opreme, tehnologije	- Nesposobnost konkuriranja na međunarodnoj sceni - Nedostatak velikih, odgovarajućih prostora (za izložbe, glazbene događaje, rad umjetnika, interakciju...)	Zastarjela tehnologija i infrastruktura
<b>FILM i AUDIO-VIZUALNA UMJETNOST</b>	Postoji filmska infrastruktura	Postoji određena osnovna infrastruktura	Dio odgovarajuće infrastrukture i kulturna baština	- Infrastruktura nije optimalno iskorištena, posebice postojeća kina - Radijske frekvencije su bile raspoređene bez strategije ili kriterija	- Nedovoljna infrastruktura - Nedostatak kino dvorana	Dio infrastrukture nije adekvatan
<b>NOVINARSTVO I TISAK</b>	- Postojeća infrastruktura (knjižnice praktički u svakom selu)	- Postojeća infrastruktura - Bibliobus		- Mreža knjižara je slabo razvijena	- Loši prostori (GK Rijeka, GK Crikvenica)	
<b>MUZEJI I IZLOŽBE</b>	- Bogata kulturna baština - Koncentracija infrastrukture u LJ	- Bogata kulturna baština	- Bogata kulturna baština	- Neadekvatna infrastruktura (nedostatak prostora, zastarjeli objekti)	- Zastarjeli objekti - Nedostatak privatnih muzeja - Nezadovoljavajuće stanje urbane kulturne	

**Naložba v vašu prihodnost**  
Operaciju delno financira Evropska unija  
Evropski sklad za regionalni razvoj



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

					baštine	
<b>PRODAJA KULTURNIH DOBARA</b>	- Prodajna mreža u LJ je bolja nego u drugim dijelovima Slovenije	- Razgranata mreža knjižara u gradovima		- Nema neovisnih distributera		
<b>ARHITEKTURA</b>	- Bogata tradicija i kulturna baština	- Bogata kulturna baština	- Bogata kulturna baština	- Nedostatak velikih arhitektonskih biroa		
<b>DIZAJN</b>	- Postoje određene potporne organizacije	- Co-working prostori u Rijeci	- Dva co-working prostora u regiji	- Potporne organizacije djeluju nekoordinirano		
<b>OGLAŠAVANJE</b>	- Postoje potporne organizacije (Slovenska komora za oglašavanje, Društvo za marketing)					
<b>SOFTWARE I RAČUNALNE IGRE</b>	- Dostupnost i raširenost interneta	- Dostupnost i raširenost interneta - Mogućnost rada od kuće	- Dostupnost i raširenost interneta - Mogućnost rada od kuće			



## 2. Stup: Umrežavanje

Područje	SNAGE			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<b>UMJETNOST i UMJETNIČKO STVARALAŠTVO</b>	Dobra uključenost umjetnika i producenata u međunarodne mreže	Povezanost s međunarodnim organizacijama	- Dobro međunarodna suradnja umjetnika i ustanova		- Niska razina međunarodne suradnje na kolektivnoj razini - Neučinkovita komunikacija između općina i gradova	
<b>FILM i AUDIO-VIZUALNA UMJETNOST</b>	- Uspostavljena međunarodna suradnja - Organizacija domaćih i prisustvovanje na stranim filmskim festivalima i sajmovima	Uspostavljena međunarodna suradnja	- Uspostavljena međunarodna suradnja - Filmski festivali	- Ograničenost međunarodne suradnje	- Loša suradnja na međunarodnim festivalima	
<b>NOVINARSTVO i TISAK</b>	- Nacionalna novinarska udruženja		- Umrežavanje za izjašnjavanje novinara o negativnim trendovima u medijima - Planiranje pravnih podloga za potporu		- Nedostatno umrežavanje - Loša suradnja između obrazovnim institucijama i poslodavcima	
<b>MUZEJI i IZLOŽBE</b>	- Vrlo dobra međunarodna suradnja i razmjena znanja - Suradnja između muzeja potiče Ministarstvo	- Uspostavljena mreža muzeja - razvoj Sustava muzeja je u procesu	- Međunarodna umrežavanje	- Nedostatak suradnje između kulture i turizma	- Neadekvatno obrazovanje	

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



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

	kulture					
<b>PRODAJA KULTURNIH DOBARA</b>						
<b>ARHITEKTURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Međunarodna suradnja i prijenos znanja putem međunarodne razmjene studenata, profesora i arhitekata</li> <li>- Inicijativa za suradnju i prepoznatljivost sinergija (DESSA, IPOP)</li> <li>- Festivali i nagrade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moćne organizacije arhitektov</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Festivali i nagrade</li> <li>- Potporne institucije (primjerice, Društvo primorskih arhitektov)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak ravnoteže između otvorenosti do stranih utjecaja i potrebe za održavanje nacionalnog identiteta</li> </ul>		
<b>DIZAJN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionalna udruženja i uključenost u međunarodne mreže</li> <li>- Međunarodni događaji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moćna udruženja dizajnera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moćne organizacije dizajnera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Loša razmjena informacija i povezanost aktivnosti koje su u tijeku LUR s ostalim dijelovima Slovenije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak skupne strategije</li> <li>- Nekoordiniranost institucija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nekoordiniranost svih aktera koji surađuju u dizajnerskoj industriji</li> </ul>
<b>OGLAŠAVANJE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Međunarodno priznati događaji koji inače nisu locirani u LJ</li> <li>- Udruženja i potporne institucije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostavljene potporne organizacije na razini RH</li> <li>- Veliki broj manifestacija</li> <li>- Puno međunarodnih priznatih događaja (na području cijele HR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Međunarodno priznati događaji</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Loše umrežavanje na razini PGŽ</li> </ul>	



<b>SOFTWARE I RAČUNALNE IGRE</b>	- Nacionalne mreže (ICT udruženja, ICT tehnološka mreža)		- Dobra međunarodna povezanost		- Nedostatak co-working prostora izvan Rijeke - Loši poduzetnički inkubatori	
----------------------------------	--	--	--------------------------------	--	---	--

### 3. Stup: Marketing

Područje	SNAGE			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<b>UMJETNOST i UMJETNIČKO STVARALAŠTVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raznolika i kvalitetna produkcija - Događaji (etablirani festivali)</li> <li>- Povećano potraživanje i ponuda događaja za djecu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raznolika ponuda</li> <li>- Dobra kvaliteta</li> <li>- Brojni događaji</li> <li>- Povećano potraživanje i ponuda događaja za mlađu publiku</li> <li>- povezanost s turizmom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raznolika ponuda</li> <li>- Uspostavljeni događaji (festivali)</li> <li>- Povećano potraživanje i ponuda događaja za djecu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Loša prepoznatljivost specifičnih glazbenih i plesnih projekata zbog neadekvatne promocije</li> <li>- Neriješeno pitanje autorskih prava i honorara u glazbi</li> <li>- Nedostatak tržišta za suvremenu umjetnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedovoljno razvita ponuda</li> <li>- Nedovoljna promocija događaja</li> <li>- Loši međunarodni doseg festivala/manifestacija</li> <li>- Fragmentacija i nedostatak većih događaja, no veći broj manjih (posebno glazba)</li> <li>- Maleno tržište</li> <li>- Nerazumijevanje publike</li> <li>- Nekoordiniranost ponude gradova i općina unutar PGŽ</li> <li>- Konkuriranje unutar regije s istovremenim manifestacijama i događajima</li> <li>- Loša ponuda van sezone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatna promocija i marketing koji bi osigurao prepoznatljivost i dao specifičan karakter specifičnim plesnim i glazbenim stvaralaštvom</li> </ul>

**Naložba v vašu prihodnost**  
 Operaciju delno financira Evropska unija  
 Evropski sklad za regionalni razvoj



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

<b>FILM i AUDIO-VIZUALNA UMJETNOST</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raznolika i kvalitetna produkcija (posebno kratki film)</li> <li>- Potpora za međunarodnu suradnja u ko-produkcijama</li> <li>- Promocija na domaćim i međunarodnim festivalima i sajmovima</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka koncentracija radijskih i TV aktivnosti odražava se u visokoj ovisnosti sadržaja od vlasnikovih osobnih interesa i interesa najvažnijih oglašivača</li> <li>- Utjecaj malog broja velikih sponzora i oglašivača na sadržaj TV i radijskih postaja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Slaba filmska produkcija</li> </ul>	
<b>NOVINARSTVO i TISAK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mjere za poticanje (subvencioniran o izdavaštvo, subvencionirane knjižnice koje su bitan kupac)</li> <li>- Raznolika ponuda knjiga (per capita)</li> <li>- Brojne knjižne nagrade</li> <li>- Knjižni sajam s tradicijom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raznolikost publikacija</li> <li>- Prihvatanje novih tehnologija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tradicionalni knjižni sajmovi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maleno, neprofitno tržište</li> <li>- Izdavači su često i distributeri i prodavači</li> <li>- Promocija novoizdanih knjiga praktički nema</li> <li>- Monopol jednog izdavača</li> <li>- Loša mreža knjižara</li> <li>- Neadekvatna kvaliteta novinarstva</li> <li>- Veća ponuda novinara od potraživanja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Problemi u izdavaštvu (prijelaz na e-knjige, odsutnost distribucije, kiosk izdavaštvo, sajmovi)</li> <li>- Nerazvijene čitalačke navike domaće publike</li> <li>- Interes publike slabi, posebice mlađih ljudi</li> <li>- Maleno tržište</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak prodajnih kanala i veće prodaje</li> <li>- Nedostatak međunarodnog tržišta</li> <li>- Nedostatak akcijskog programa za ubrzanje prodaje knjiga</li> <li>- Monopol jednog izdavača</li> <li>- Ponuda veća od potraživanja</li> <li>- Nedostatak adekvatne promocije</li> <li>- Knjižare imaju ulogu konkurenta umjesto partnera (izdavači pokušavaju sami prodavati)</li> </ul>
<b>MUZEJI i IZLOŽBE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muzeje posjećuju različite grupe te</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veliki broj različitih muzeja</li> <li>- Dio turističke ponude</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relativno velika posjećenost muzeja</li> <li>- Suradnja i potpora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oslanjanje na školske grupe i nedostatak prepoznavanja potreba i</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Slaba posvećivanost od strane stanovnika u regiji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak strategije upravljanja i promocije</li> <li>- Nedostatak znanja o</li> </ul>





	<p>su percipirani kao izvor edukacije</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ljetna muzejska noć je privlačan promocijski događaj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etabilirana manifestacija Noć muzeja</li> <li>- Usmjeravanje na ciljane grupe izvan turizma – primjerice, studente</li> </ul>	<p>Ministarstva kulture</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocijski događaji, ako primjerice Muzejska noć</li> </ul>	<p>ciljanosti drugih grupa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Muzejski turizam nije dobro razvijen</li> <li>- Nedostatak tržišnih i upraviteljskih znanja u muzejima</li> <li>- Loša prodaja u muzejskim dućanima i njihovo neprofesionalno upravljanje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oslanjanje na školske grupe</li> <li>- Loš promet muzejskih dućana</li> </ul>	<p>ciljanim grupama i uslugama koje su tim grupama potrebne</p>
<p><b>PRODAJA KULTURNIH DOBARA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Neki kvalitetni autori</li> <li>- Trud malih nezavisnih prodavača</li> <li>- Maloprodajna mreža u Ljubljani je puno bolja nego drugdje u Sloveniji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uvođenje jedinstven cijene knjiga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiksne cijene knjiga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maleno, neprofitno tržište</li> <li>- »Svatko radi sve «</li> <li>- Nema neodvisnih distributera</li> <li>- Prevladavajući položaj na tržištu od strane jednog ili nekoliko ključnih igrača</li> <li>- Visoki stupanj piratstva</li> <li>- Neriješeno pitanje autorskih prava i honorara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maleno, neprofitno tržište</li> <li>- Nerazvijanje kulture kupovanja i čitanja knjiga</li> <li>- Rušenje cijena knjiga s kioska izdavaštvom</li> <li>- »Svatko radi sve« u dućanu</li> <li>- Nesamostalna distribucija</li> <li>- Dominira nekoliko velikih igrača</li> <li>- Loša promocija</li> <li>- Nerazvijena uloga agenata za umjetnike</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mreža maloprodaje nije dobro razvijena</li> <li>- Monopol jednog poduzeća</li> <li>- Multidisciplinarno poslovanje jednog poduzeća, umjesto specijaliziranih</li> <li>- Nedostatak nezavisnih distributera</li> </ul>
<p><b>ARHITEKTURA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Međunarodno priznati pojedinačni arhitekti i uredi, također iz mlađe generacije</li> <li>- Postojeće nagrade za arhitekturu</li> <li>- Kvantiteta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veliki broj subjekata</li> <li>- Rijeka kao primjer grada s izraženom osviještenošću za vrijednost izgrađenog okoliša</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mikro poduzeća, mali uredi i pojedinci koji ne mogu ponuditi cjelokupne usluge, nego su specijalizirani za pojedinačne segmente; nedostatak velikih arhitektonskih ureda koji bi mogli konkurirati na međunarodnim tržištima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niska arhitekturna produkcija (centralizirana naročito u LJ)</li> <li>- Nedostatak ponude svih vrsti arhitektonskih usluga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak kritičke mase, naročito velikih ureda koji bi mogli konkurirati na međunarodnim tržištima s cjelokupnom uslugom</li> <li>- Usprkos iznimnim pojedincima, opća je kvaliteta još uvijek niska</li> <li>- Arhitektonska rješenja</li> </ul>



	(arhitektura zapošljava najveći udio zaposlenih u KKI, koncentrirana je u LJ)			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak promocijskih aktivnosti, usmjerenih u podizanje savjeti opće javnosti</li> <li>- Nerazvijen i neadekvatan opći odnos prema arhitekturi</li> <li>- Arhitektura se doživljava kao trošak, a ne kao investicija, vlada kod raspisivanja javnih natječaja za investicije nije uzor</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>često su neprimjerene ili čak nelegalne</li> <li>- Nema strategije ili potpornih mjera za arhitekturu</li> <li>- Nedostatak promocijskih aktivnosti namijenjenih osviještenosti šire javnosti</li> <li>- Neadekvatan odnos javnosti prema arhitekturi; arhitektura je percipirana kao trošak, vlada kod raspisivanja javnih natječaja za investicije nije adekvatan uzor</li> <li>- Funkcionalni odnos između arhitekta i potencijalnih korisnika je prilično rijedak</li> </ul>
<b>DIZAJN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pojedinačno međunarodno priznati primjeri i pojedinačni</li> <li>- Dovoljno broj dizajnera</li> <li>- Koncentracija događaja i kvalitetne ponude u LJ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poboljšanje percepcije dizajna</li> <li>- Upotreba interneta i društvenih mreža</li> </ul>	- Napredna kultura oblikovanja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak tradicije i razvoja kulture dizajna, naročito industrijskog</li> <li>- Neprepoznatljivost potencijala dizajna</li> <li>- Česta percepcija dizajna kao troška i samo estetskog čimbenika</li> <li>- Heterogenost kvalitete i cijene ponude dizajnerskih usluga</li> <li>- Neki dizajneri ne poštuju prava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak tradicije i razvijene kulture dizajna</li> <li>- Dizajn se često percipira kao trošak</li> <li>- Neprepoznatljivost potencijala dizajna</li> <li>- Raznolika kvaliteta ponude</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dizajn se često percipira kao trošak</li> <li>- Neprepoznatljivost potencijala dizajna</li> <li>- Raznolika kvaliteta ponude</li> </ul>



				intelektualnog vlasništva		
<b>OGLAŠAVANJE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Neki kvalitetni ponuđači</li> <li>- Određena poduzeća razume ulogu oglašavanja i marketinškog komuniciranja</li> <li>- Međunarodno priznati događaji koji nisu locirani u LJ (Golden Drum, Magdalena)</li> <li>- Koncentracija najvećih klijenata i ponuđača u LJ</li> <li>- Očekivanje da će se nakon krize tržišta ponovno oporaviti</li> <li>- Za vrijeme krize klijenti su sve više svjesni važnosti učinkovitosti, a ne samo cijene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poboljšano razumijevanje potrebe za oglašavanjem i marketinškim komunikacijama</li> <li>- Poboljšano razumijevanje značaja učinkovitosti marketinga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poboljšano razumijevanje potrebe za oglašavanjem i marketinških komunikacija</li> <li>- Poboljšano razumijevanje značaja učinkovitosti marketinga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Loša opća razina kvalitete usluge</li> <li>- Tržište se još razvija (diferencijacija, profesionalni standardi...)</li> <li>- Koncentracija tržišta (najveće agencije dominiraju tržištu, nove se teško probiju zbog dugoročnih partnerskih odnosa)</li> <li>- Često je u pitanju cjenovna konkurencija, kriza je još povećala pritisak na sniženje troškova</li> <li>- Neprijemljen odnos klijenata prema marketingu i oglašavanju, neprepoznatljivost uloge i značaja, javni sektor ne shvaća potrebu za marketinškim strategijama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maleno tržište</li> <li>- Koncentracija velikih klijenata u Zagrebu</li> <li>- Nekoliko najvećih agencija pokriva veći dio tržišta</li> <li>- Često konkuriranje na temelju cijene, a ne kvalitete/učinkovitosti (naročito javni sektor)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maleno tržište</li> <li>- Koncentracija velikih klijenata u Zagrebu</li> <li>- Nekoliko najvećih agencija pokriva veći dio tržišta</li> <li>- Često konkuriranje na temelju cijene, a ne kvalitete/učinkovitosti (naročito javni sektor)</li> </ul>
<b>SOFTWARE I RAČUNALNE IGRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Otvorenost ljudi prema novim tehnologijama</li> <li>- Znanje i</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prodaja van RH (99 % izvoz)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prodaja van Slovenije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maleno tržište</li> <li>- Nedostatak simboličkih znanja i prepoznatljivih robnih maraka</li> <li>- Strane multinacionalne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maleno tržište</li> <li>- Slabe robne marke</li> <li>- Strane multinacionalne kompanije imaju velik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maleno tržište</li> <li>- Slabe robne marke</li> <li>- Velika konkurencija multinacionalnih kompanija</li> </ul>



	informacije o novim tržištima koji se otvaraju prema jugu			kompanije imaju glavni udio na domaćem SW tržištu - Visoki stupanj piratstva - Velika tržišna moć kupaca - Poduzeća nerado prihvaćaju nova SW rješenja - Nepovjerenje prema inovativnim rješenjima usluga koje nude domaći ponuđači - Puno SW poduzeća temelji na licenciranim proizvodima, a malo njih bavi se najnovijim tehnologijama i konkurrira na globalnom tržištu	udio na domaćem tržištu - Poduzeća u RH nerado prihvaćaju nova SW rješenja	
--	---	--	--	---	---	--



#### 4. Stup: Obrazovanje i zapošljavanje

Područje	SNAGE			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<b>UMJETNOST i UMJETNIČKO STVARALAŠTVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mogućnost kvalitetne sveučilišne naobrazbe</li> <li>- Trogodišnji program financiranja nevladinih organizacija (omogućava lakše planiranje većih projekata)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mogućnost stjecanja osnovne glazbene i likovne naobrazbe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dobra kvaliteta</li> <li>- Porast broja predstava u 2013. g</li> <li>- Porast broja naslova slovenske poezije u 2013. g.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak specijalističkih studija (primjerice lutke)</li> <li>- Nedostatna znanja o poduzetništvu, menadžmentu i marketingu</li> <li>- Teški proboj, naročito za nezavisne umjetnike</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak mogućnosti obrazovanja u određenih smjerova (drama, glazba)</li> <li>- Nedostatna znanja o poduzetništvu, menadžmentu i marketingu</li> <li>- Nedostatno obrazovanje i broj stručnih kadrova za prijavu i izvedbu EU projekata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak specijalističkih studija</li> <li>- Nedostatak menadžerskog znanja</li> </ul>
<b>FILM i AUDIO-VIZUALNA UMJETNOST</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Više obrazovnih mogućnosti (AGRFT, SAE institute, IAM...)</li> <li>- Razvijeni različiti žanrovi (naročito kratki film, tradicija u dokumentarnim filmovima)</li> <li>- Kreativni pristupi</li> <li>- Tradicija filmskog stvaralaštva</li> <li>- Organizirana dodatna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostavljene osnove filmske produkcije različitih žanrova</li> <li>- Veliki broj radijskih stanica</li> <li>- Nekoliko aktivnih subjekata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Razvijeni različiti žanrovi</li> <li>- Kreativni pristup</li> <li>- Tradicija filmskog stvaralaštva</li> <li>- Organizirana osposobljavanja, radionice, seminari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak specijaliziranih studijskih programa</li> <li>- Nedostatak adekvatnih znanja vlasnika radijskih stanica, radio im predstavlja samo novu poslovnu priliku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- U Županiji ne postoji škola za filmsku, video i audio produkciju</li> <li>- Mali broj subjekata – koncentracija u Zagrebu</li> <li>- Nedostatna znanja o poduzetništvu, menadžmentu i marketingu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- U regiji ne postoje škole za filmsku, video i audio produkciju</li> <li>- Nedostatak specijaliziranih škola</li> <li>- Centralizacija različitih aktera filmske i audio industrije u LJ</li> </ul>

#### Naložba v vašo prihodnost

Operaciju delno financira Evropska unija  
Evropski sklad za regionalni razvoj



#### Ulaganje u vašu budućnost

Operaciju dijelomično financira Evropska unija  
Evropski fond za regionalni razvoj

	osposobljavanja, radionice, seminari...					
<b>NOVINARSTVO i TISAK</b>	- Puno obrazovanih novinara	- Obrazovne mogućnosti za književnost - Dovoljni broj književnika i novinara		- Slabe mogućnosti zapošljavanja (veliki pritisci, smanjenja troškova, zapošljavanje studenata i neobrazovanih novinara...) - Ponuda je već od potražnje novinara		- Neprimjerena strategija upravljanja izdavaštvom i tržištem - Nedostatak obrazovanog i specijaliziranog kadra - Neadekvatna kvaliteta (kratka tradicija novinarstva) - Nedostatak obrazovnih i studijskih programa - Potreba za usavršavanjem znanja
<b>MUZEJI i IZLOŽBE</b>	- Mogućnost sveučilišne naobrazbe - Dobro stručno znanje, međunarodno priznati stručnjaci zaposleni kao kustosi - Gostovanja brojnih međunarodno priznatih govornika - Puno prilika za dodatno obrazovanje	- Mogućnost obrazovanja na Filozofskom fakultetu - Višak radne snage	- Kvalitetno obrazovano osoblje (primjerice kustosi) - Zaposleni eksperti	- Nefleksibilna politika zapošljavanja u javnom sektoru - Nedostatna znanja o poduzetništvu, menadžmentu i marketingu	- Nedostatna znanja o poduzetništvu, menadžmentu i marketingu - Nedostatno obrazovanje i broj stručnog kadra za prijavu i izvedbu EU projekata	- Nefleksibilna politika zapošljavanja u javnom sektoru - Muzejski dućani nemaju adekvatno obrazovanog menadžmenta
<b>PRODAJA KULTURNIH DOBARA</b>	- Kvalitetni autori	- Dovoljni broj autora - Mogućnost obrazovanja unutar županije	- Kvalitetni autori	- Svatko se bavi svime, nema specijalizacije - Neriješeno pitanje autorskih prava i honorara	- Niska osposobljenost prodajnog osoblja	



<b>ARHITEKTURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fakultet s moćnom tradicijom i kvalitetom koja se može uspoređivati na međunarodnoj razini</li> <li>- Međunarodna suradnja (razmjena i protok znanja)</li> <li>- Arhitektura zapošljava najveći udio zaposlenih u KKI, koncentracija v LJ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fakulteti s moćnom tradicijom u Zagrebu i Splitu</li> <li>- Moćna tradicija</li> <li>- Međunarodno priznati pojedini arhitekti i uredi</li> <li>- Specijalistička znanja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moćna tradicija</li> <li>- Uključenost arhitekture u nacionalni program za kulturo</li> <li>- Povećanje zapošljavanja u arhitekturi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak kritičke mase odnosno velikih, međunarodnih konkurencijskih ureda</li> <li>- Nedostatak znanja o organizaciji rada</li> <li>- Nedostatak specijalizacije za urbanističko planiranje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opća razina kvalitete je prosječna, puno arhitekata bez ambicija</li> <li>- Nedostatak fakulteta u PGŽ</li> <li>- Nedostatak znanja o organizaciji rada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak naobrazbe i specijalizacije za urbanističko planiranje i industrijsko oblikovanje</li> <li>- Nedostatak studija u regiji</li> </ul>
<b>DIZAJN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Više obrazovnih mogućnosti (ALUO, FD, Arhitektura, NTF)</li> <li>- Kvantiteta (veliki broj poduzeća i zaposlenih, koncentracija u LJ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prisutna kritična masa dobrih dizajnera u RH</li> <li>- Pojedini dizajneri međunarodno su priznati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kvantiteta (veliki broj poduzeća i zaposlenih)</li> <li>- Dizajn je uključen u Nacionalni program za kulturu</li> <li>- Obrazovani kvalitetni stručnjaci</li> <li>- Moćne obrazovne institucije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak nižih znanja, previše opće obrazovanje s naglaskom na estetici</li> <li>- Nепреpoznatljivost vrijednosti i potrebe za dizajnom od strane gospodarstva</li> <li>- Promjene na tržištu i u tehnologiji dovele su do nazadovanja određenih disciplina dizajna, koje su bile razvijene nekoć</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Koncentracija industrije i obrazovnih ustanova u ZG</li> <li>- Neadekvatno obrazovanje</li> <li>- Preslaba podloga za dizajn u osnovnom i srednjoškolskom programu</li> <li>- Nedostatno obrazovanje i broj stručnih kadrova za prijavu i izvedbu EU projekata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Koncentracija industrije u LJ</li> <li>- Niski osobni prihodi</li> </ul>
<b>OGLAŠAVANJE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sveučilišno obrazovanje (EF, FDV)</li> <li>- Neki naručitelji razumiju ulogu oglašavanja i tržišnog komuniciranja i</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dobra kvaliteta usluga većeg broja agencija</li> <li>- Veliki broj stručnjaka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dobra kvaliteta usluga većeg broja agencija</li> <li>- Veliki broj stručnjaka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opća kvaliteta je prosječna zbog velikog broja lošijih ponuđača</li> <li>- Tržište je povrijedila kriza (pritisak na smanjenje troškova), ali se očekuje oporavak</li> <li>- Gospodarstvo ne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Loše znanje mladih kadrova</li> <li>- Nedostatak kadrova (dizajnera)</li> <li>- Koncentracija agencija u ZG, mali broj u PGŽ, najviše u Rijeci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak kadrova, obrazovanih u regiji</li> <li>- Koncentracija agencija u LJ</li> </ul>



	predstavljaju dobar uzor - Puno obrazovanih stručnjaka različitih zaleđa			razumije dobro značenja i uloge oglašavanja i marketinških strategija		
<b>SOFTWARE I RAČUNALNE IGRE</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kvalitetna baza obrazovanja kako u RH tako i u PGŽ</li> <li>- Mogućnost obrazovanja u regiji</li> <li>- Nekoliko poduzeća u PGŽ s razvijenim video igricama i SW</li> <li>- Veliki broj SW poduzeća u cijeli HR</li> <li>- Fleksibilnost SW poduzeća</li> <li>- Dobra analitička znanja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mogućnost stjecanja obrazovanja u Sloveniji</li> <li>- Nekoliko SW poduzeća u regiji</li> <li>- Kvaliteta i fleksibilnost</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mali broj poduzeća u PGŽ</li> <li>- Nedostatak stručnjaka sa znanjem o SW i specifičnoj djelatnosti</li> <li>- Nedostatak specijaliziranih obrazovnih programa (nema studija za razvoj igrica)</li> <li>- Broj upisanih na fakultete nije dovoljna u usporedbi s potrebama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nema mogućnosti za obrazovanje unutar regije</li> <li>- Mali broj SW poduzeća u regiji</li> <li>- Nedostatak stručnjaka sa znanjem o SW i specifičnoj djelatnosti</li> <li>- Nedostatak specijaliziranih obrazovnih programa (nema studija za razvoj igrica)</li> <li>- Broj upisanih na fakultete nije dovoljan u usporedbi s potrebama</li> </ul>





## 5. Stup: Financiranje

Područje	SNAGE			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<b>UMJETNOST i UMJETNIČKO STVARALAŠTVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potporne mjere (područje je uključeno u kulturnu politiku države i grada te je kao takvo i sufinancirano)</li> <li>- Trogodišnje programsko financiranje nevladinih organizacija (uz programsko financiranje)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostavljene osnovne financijske potpore (sufinanciranje od strane grada i Županije)</li> <li>- Uspostavljena potpora za nevladine organizacije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostavljene financijske mjere za potporu (postojeći strateški dokumenti, razvoj kulturne politike, razvoj mjera za KI)</li> <li>- Uspostavljene potpore također za nevladine organizacije</li> <li>- Mogućnosti financiranja nevladinih organizacija preko projekata (u trajanju 3 godine)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak financiranja (javne institucije, koje su bile ustanovljene od strane MOL te su sufinancirane od države, ne dobivaju dovoljno sredstava za investiranje u opremu; razdobljena sredstva za NVO zbog velikog broja projekata)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoki troškovi redovito djelovanje</li> <li>- Ovisnost institucije od nacionalne važnosti (HNK) o proračunu Grada Rijeke – neadekvatan zakon RH</li> <li>- Nedostatno financiranje za nabavu nove opreme – zastarjele tehnologije</li> <li>- Orijentiranost dostupnih izvora na osnovna sredstva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak financijskih sredstava</li> <li>- Parcijalno financiranje (naročito u slučaju nevladinih org. koje se moraju prijaviti na više projekata ili privući sponzor, da bi mogli postići svoje ciljeve)</li> <li>- Neujednačena raspodjela financijskih sredstava regije i općina</li> </ul>
<b>FILM i AUDIO-VIZUALNA UMJETNOST</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potpora međunarodnim koprodukcijama</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jake kritike rada i podjele sredstava Slovenskog filmskog fonda</li> <li>- Utjecaj malog broja velikih oglašivača i sponzora na sadržaj TV i radijskih stanica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatno financiranje</li> <li>- Orijentiranost dostupnih izvora na osnovna sredstva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Neadekvatna podjela sredstava od strane filmskog fonda i države</li> <li>- Nedostatak alternativnih izvora zarade (prevladava prodaja oglasa)</li> <li>- Nedostatak financijskih sredstava</li> </ul>
<b>NOVINARSTVO i TISAK</b>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Problem utjecaja malog broja oglašivača na sadržaj periodičnog tiska zbog financijske</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak financijskih sredstava</li> </ul>	

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



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

				ovisnosti o njima - Problem utjecaja politike preko oglašivača reflektira se u smanjenju kredibilitnosti i naklada, a posljedično i u smanjenju prihoda od oglašavanja		
<b>MUZEJI i IZLOŽBE</b>				- Nedostatak sredstava i garancija od strane vlade ili grada - Vlastita sredstva muzeja predstavljaju samo mali udio njihovog proračuna, a kod privatnih muzeja taj je udio nekada još manji	- Mali budžeti - Orijentiranost dostupnih izvora na osnovna sredstva	- Nedostatak finansijskih sredstava - Preniski prihodi muzeja od njihovih aktivnosti i usluga
<b>PRODAJA KULTURNIH DOBARA</b>			- Financijska potpora privatnih knjižnica od strane Ministarstva kulture - Aktivnosti privatnih knjižnica i galerija s ciljem poboljšanja prodaje (organizacija različitih događaja)	- Neriješena problematika autorskih prava i honorara	- Ograničene mogućnosti financiranja iz EU fondova	
<b>ARHITEKTURA</b>	- Područje je u g. 2010. bilo uključeno u Nacionalni program za kulturu			- Nema strategije ili potpornih mjera za arhitekturu	- Nedostatak dugoročne finansijske potpore	
<b>DIZAJN</b>	- Područje je u g. 2010. bilo uključeno u Nacionalni	- Uspostavljene potpore za industrijski dizajn, iako male vrijednosti i iste vezane	- Fondacija Brumen - Prepoznata značajnost razvoja KKI i na državnoj i lokalnoj	- Nedostatak političke potpore (nema strategija ili potpornih mjera)	- Nedostatak dugoročnije finansijske potpore	



	program za kulturu - Prepoznata značajnost razvoja KKI također na državnoj i lokalnoj razini	uz pojedinačni grad	razini			
<b>OGLAŠAVANJE</b>	- Očekivanje da će se tržište nakon krize oporaviti	- Izgledi za smanjenje trenda upadanja ulaganja u oglašavanje (smanjenje krize)	- Očekivanje da će se tržište oporaviti	- Cjenovna konkurencija je česta - Shvaćanje oglašavanja kao nepotrebnog troška		
<b>SOFTWARE I RAČUNALNE IGRE</b>		- Niski početni troškovi - Korištenje crowdfundinga	- Niski početni troškovi - Korištenje crowdfundinga	- Visoki troškovi razvoja SW - Kvalificirani i iskušeni programeri su skupi - Nerazumijevanje vrlo inovativnih ideja od strane evaluatora - Birokratiziranost postupaka prijava za R&D potporna sredstva	- Visoki troškovi razvoja SW - Kvalificirani i iskušeni programeri su skupi - Nerazumijevanje vrlo inovativnih ideja od strane evaluatora - Birokratiziranost postupaka prijava za R&D potporna sredstva	- Visoki troškovi razvoja SW - Kvalificirani i iskušeni programeri su skupi - Nerazumijevanje vrlo inovativnih ideja od strane evaluatora - Birokratiziranost postupaka prijava za R&D potporna sredstva



**6. Stup: Transfer znanja**

Područje	SNAGE			SLABOSTI		
	LUR	PGŽ	PP	LUR	PGŽ	PP
<b>UMJETNOST i UMJETNIČKO STVARALAŠTVO</b>	- Uključenost u međunarodne mreže i međunarodna suradnja		- Povezivanje različitih aktera na regionalnoj razini u razvojne svrhe	- Neriješeno pitanje zaštite autorskih prava	- Problem zaštite intelektualnog vlasništva - Nedostatan prijenos znanja u gospodarstvo	
<b>FILM i AUDIO-VIZUALNA UMJETNOST</b>	- Međunarodna suradnja i koprodukcije - Organizirana različita usavršavanja, seminari, radionice...					
<b>NOVINARSTVO i TISAK</b>					- Loša međusektorska suradnja	- Utjecaj politike na medije
<b>MUZEJI i IZLOŽBE</b>	- Dobar prijenos ekspertnog znanja iz inozemstva	- Obrazovni sadržaji			- Nedostatna dokumentiranost - Nedovoljno istražene mogućnosti uporabe i razvoja zaštite kulturne baštine u funkciji razvoja turizma te nedostatan razumijevanje potreba turista	- Nedostatak suradnje između turizma i muzeja (muzejski turizam)
<b>PRODAJA</b>						



<b>KULTURNIH DOBARA</b>						
<b>ARHITEKTURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pretakanje znanja i ideja kroz međunarodne razmjene studenata, profesora i arhitekta</li> <li>- Inicijativa i prepoznatljivost sinergije čiji izvor je u suradnji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pretakanje znanja ideja kroz međunarodne razmjene studenata, profesora i arhitekta</li> <li>- Inicijativa i prepoznatljivost sinergije čiji izvor je u suradnji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inicijative i prepoznatljivost sinergija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nema ravnoteže između potrebe za očuvanjem nacionalnog identiteta i otvorenosti prema utjecajima iz inozemstva</li> <li>- Nedostatak arhitekturne kritike</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pitanje društvene i etične odgovornosti arhitekture</li> <li>- Nedostatak arhitekturne kritike</li> <li>- Loš odnos između arhitekata i potencijalnih korisnika njihove arhitekture (javnosti, lokalnog stanovništva,...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak arhitekturne kritike</li> <li>- Neadekvatna ili čak nelegalna arhitekturna rješenja</li> <li>- Nedostatak zaštite nacionalnog identiteta (utjecaj drugih zemalja)</li> </ul>
<b>DIZAJN</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostava programa osvještenja o zaštiti intelektualnog vlasništva, usmjerenih na širu javnost</li> <li>- Jače povezivanje s drugim sektorima i gospodarstvom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jače povezivanje s drugim sektorima i gospodarstvom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nema dobrog prijenosa informacija između LJ i drugih dijelova Slovenije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Problem zaštite autorskih prava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Problem zaštite autorskih prava</li> </ul>
<b>OGLAŠAVANJE</b>						
<b>SOFTWARE I RAČUNALNE IGRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prijenos znanja i informacija o rastućim tržištima na jugu</li> <li>- Pisarne/centri za prijenos tehnologija (IJS, Sveučilište u LJ ...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pisarne za prijenos tehnologija (Sveučilište Rijeka)</li> <li>- Uspostavljena suradnja s drugim granama i područjima KI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uredi za prijenos tehnologija (Sveučilište u Primorskoj regiji)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoki stupanj piratstva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manji dio poduzeća koristi nove tehnologije</li> <li>- Visoki stupanj piratstva</li> </ul>

