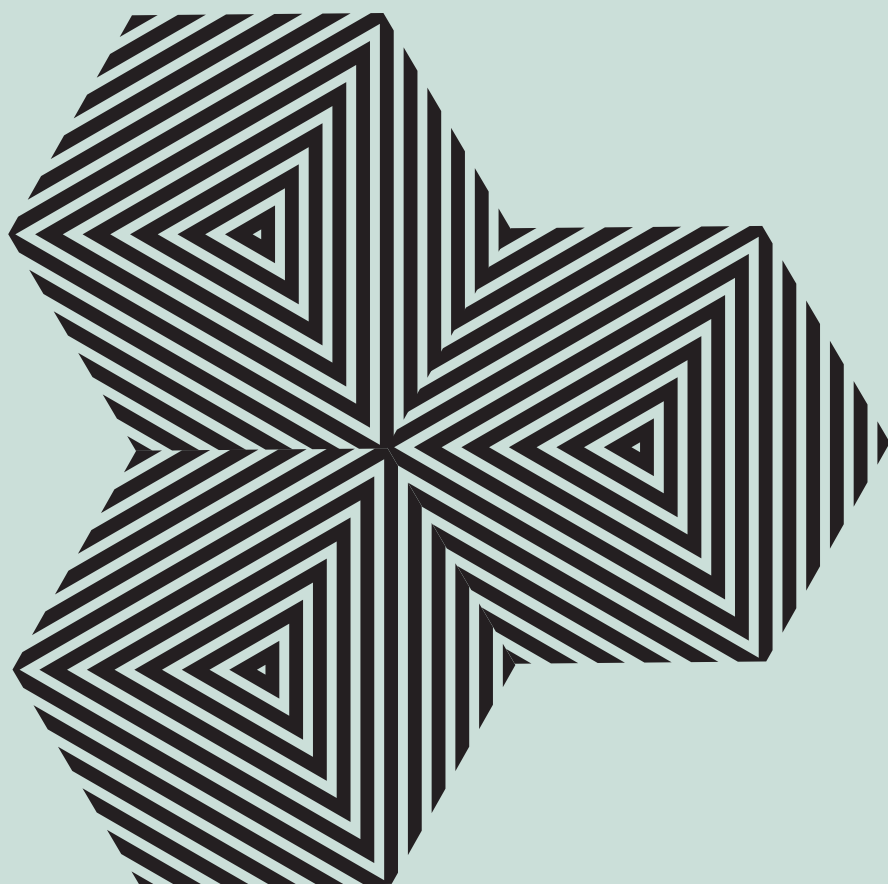
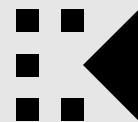


Analiza kulturnega in kreativnega sektorja v Sloveniji



CENTER ZA KREATIVNOST (CZK)
INŠTITUT ZA EKONOMSKA RAZISKOVANJA

OKTOBER 2022

Analiza kulturnega in kreativnega sektorja v Sloveniji

Pripravili

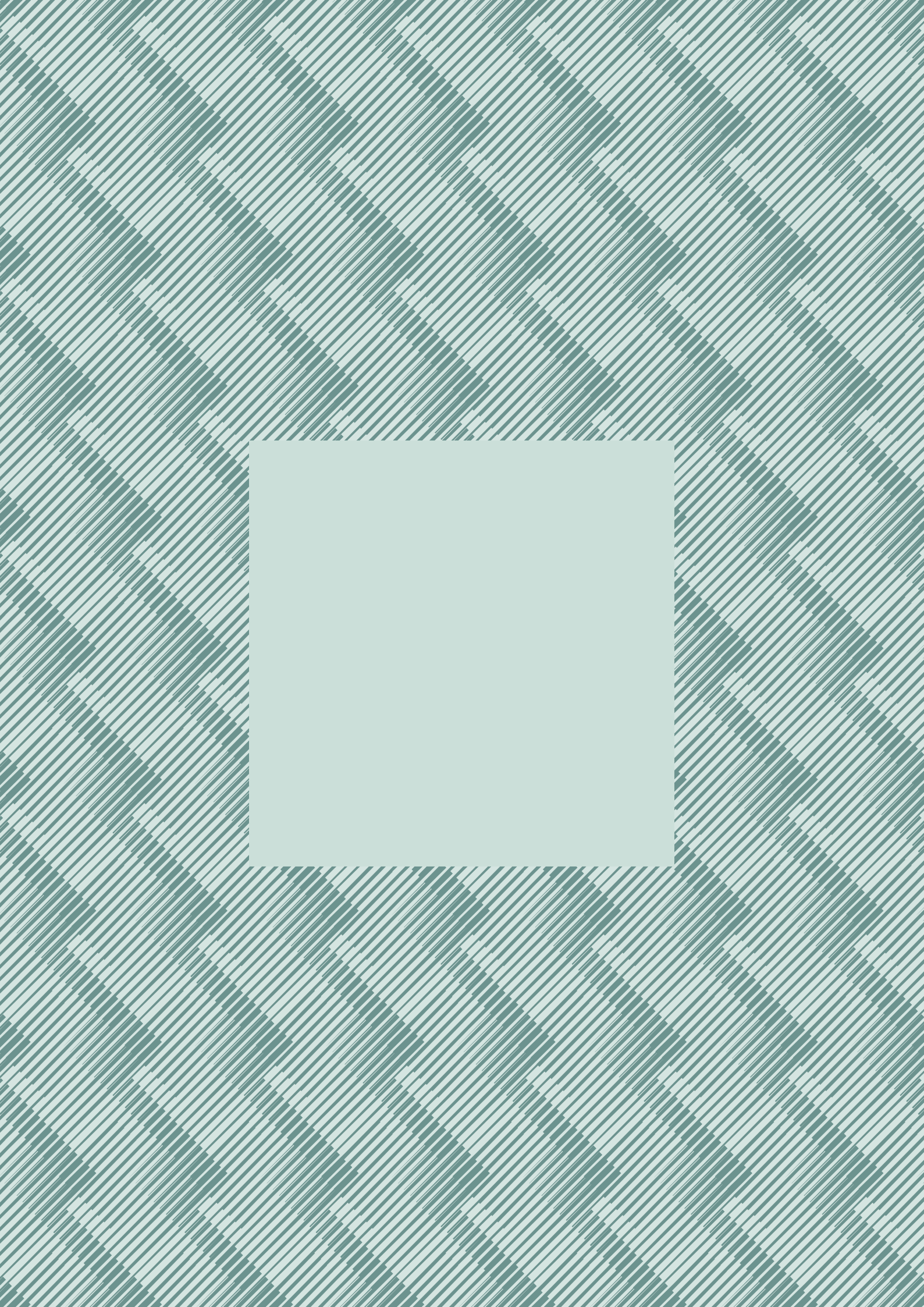
dr. Nika Murovec, dr. Damjan Kavaš, mag. Sonja Uršič,
Inštitut za ekonomska raziskovanja

Strokovni svetovalci

izr. prof. dr. Barbara Predan,
Akademija za likovno umetnost in oblikovanje, UL
mag. Anja Zorko, Center za kreativnost



1.	UVOD	4
2.	OPREDELITEV KKS	8
3.	POMEN KKS	14
4.	STATISTIČNA ANALIZA	18
5.	POPIS GLAVNIH DELEŽNIKOV (MAPPING)	24
5.1	PONUDBA	26
5.2	POVPRAŠEVANJE	28
5.3	IZOBRAŽEVANJE, USPOSABLJANJE, RAZVOJ	30
5.4	PODPORNE ORGANIZACIJE	31
5.5	DRUGE ORGANIZACIJE	33
5.6	OBLIKOVALCI POLITIK	34
6.	VERIGA VREDNOSTI	40
7.	RAZVOJNI POTENCIALI	48
8.	ANALIZA SWOT	57
9.	ZAKLJUČEK	64
10.	LITERATURA IN VIRI	68
11.	PRILOGE	74



Uvod

Kulturni in kreativni sektor (KKS) vključuje vse sektorje, katerih dejavnosti temeljijo na kulturnih vrednotah ali umetniškem in drugem individualnem ali skupinskem ustvarjalnem izražanju. Ti sektorji predstavljajo jedro kreativne ekonomije in so velikega pomena za zagotavljanje trajnega razvoja družbe. Ker gre za sektorje, ki temeljijo na znanju ter ustvarjalnosti in talentu posameznika, soustvarjajo ekonomsko blaginjo in so gonilnik inovacij. Kar je še pomembneje, pa tudi pomembno prispevajo k skupni evropski identiteti, kulturi in vrednotam ter krepijo socialno kohezijo (EU, 2018). Edinstvena razvojna vloga, ki jo ima KKS v gospodarstvu in družbi, je v veliki meri še neizkoriščena.

Kot podrobneje opisujemo v drugem poglavju, se operativne definicije KKS razlikujejo med državami in tudi znotraj njih. Poenotene, splošno uveljavljene definicije KKS ni, kar povzroča težave tako pri samem razumevanju kot tudi pri analizah in oblikovanju podpor- nih politik. Kljub nekaterim navedenim skupnim značilnostim so namreč panoge KKS zelo heterogene. Po eni strani v KKS običajno vključujemo panoge, v katerih je tržna kompo- nenta zelo prisotna (npr. programska oprema in igre ali oglaševanje), medtem ko so na drugi strani panoge, ki so odvisne predvsem od javnih sredstev (npr. kulturna dedišči- na, arhivi ali knjižnice). Prav tako igrajo pomembno vlogo različne pravnoorganizacijske oblike: od podjetij do javnih zavodov, nevladnih organizacij in samozaposlenih v kulturi. V tej analizi kot KKS razumemo predvsem tiste panoge, podjetja, organizacije, ki imajo tržni potencial. Ob tem se kljub temu dotikamo tudi neprofitnega kulturnega sektorja, saj predstavlja nepogrešljivi element kompleksnega sistema, iz katerega se KKS napaja, in je nujen za njegov razvoj.

V Sloveniji se je o kulturnih in kreativnih industrijah, kot je bilo tedaj uveljavljeno poime- novanje za KKS, začelo več govoriti pred dobrim desetletjem. Med prvimi je pomen KKS prepoznala Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije (RRA LUR), ki je bila skupaj z Inštitutom za ekonomska raziskovanja partner v projektu Creative Cities (Inter- reg CE 2007–2013). V okviru tega projekta je leta 2010 Inštitut opravil prvo obsežnejšo ekonomsko analizo sektorja. Sodelovanje z RRA LUR je leta 2017 pripeljalo do še ene pomembnejše, pogosto citirane analize, opravljene v okviru projekta CRE:HUB (Interreg Europe 2014–2020). Že leta 2011 je tudi Ministrstvo RS za kulturo izdalo publikacijo z naslovom Kulturne in kreativne industrije po slovensko (Stepančič, 2011), vendar pa kon- tinuitete analiz pozneje žal ni bilo, prav tako tudi ne celovitih podpornih ukrepov.

KKS je »domovinsko« pravico dobil v Operativnem programu za izvajanje kohezijske poli- tike v programskem obdobju 2014–2020, ki uporablja poimenovanje kulturne in krea- tivne industrije in ga je Evropska komisija odobrila decembra 2014. Operativni program ne analizira samega KKS, temveč poudarja pomen povezovanja KKS z gospodarstvom in tudi z znanostjo. KKS vidi kot vir netehnoloških inovacij. Strategija pametne specializa- cije, sprejeta v Vladi RS septembra 2015, navaja premalo izkoriščen potencial kulturnih in kreativnih industrij kot eno od slabosti ekonomskega, raziskovalno-razvojnega inova- cijskega sistema Slovenije, saj predstavlja KKS, ki se v Sloveniji razvija hitreje kot drugi deli nacionalne ekonomije, eno od konkurenčnih prednosti Slovenije. Povezovanje KKS in drugih sektorjev gospodarstva zato predstavlja pomembno gonilo inovacij, tudi v tistih gospodarskih panogah, v katerih so investicije v raziskave in razvoj majhne, npr. v tradici- onalnih sektorjih in storitvah. Za povezovanje je potrebno ustrezno podporno okolje, zato dokument napove ustanovitev Centra za kreativnost (CzK). Vlada je že leta 2015 uvrstila projekt ustanovitve CzK v Izvedbeni načrt operativnega programa za izvajanje evrop- ske kohezijske politike za programsko obdobje 2014–2020. Leta 2017 je bila ustanov- ljena platforma CzK, ki jo z neposredno potrditvijo operacije v obdobju 2017–2022 izvaja

javni zavod Muzej za arhitekturo in oblikovanje (MAO) kot ena od osrednjih nacionalnih javnih organizacij za področje arhitekture, oblikovanja ter kulturnega in kreativnega sektorja. Zaradi nepogrešljivosti KKS pri spopadanju z ekološkimi, demografskimi, tehnološkimi in drugimi razvojnimi izzivi je CzK kot pomemben del svojih aktivnosti prepoznal tudi zagotavljanje analitičnih podlag za oblikovanje predlogov ustreznih spodbud sektorju, kar omogoča pripravo, izvajanje, spremljanje in vrednotenje politike spodbujanja KKS. Projekt platforme CzK nadgrajujejo javni razpisi CzK v izvedbi Ministrstva za kulturo RS – za spodbujanje podjetništva ter vzpostavljanje močnejšega sodelovanja med gospodarstvom in KKS.

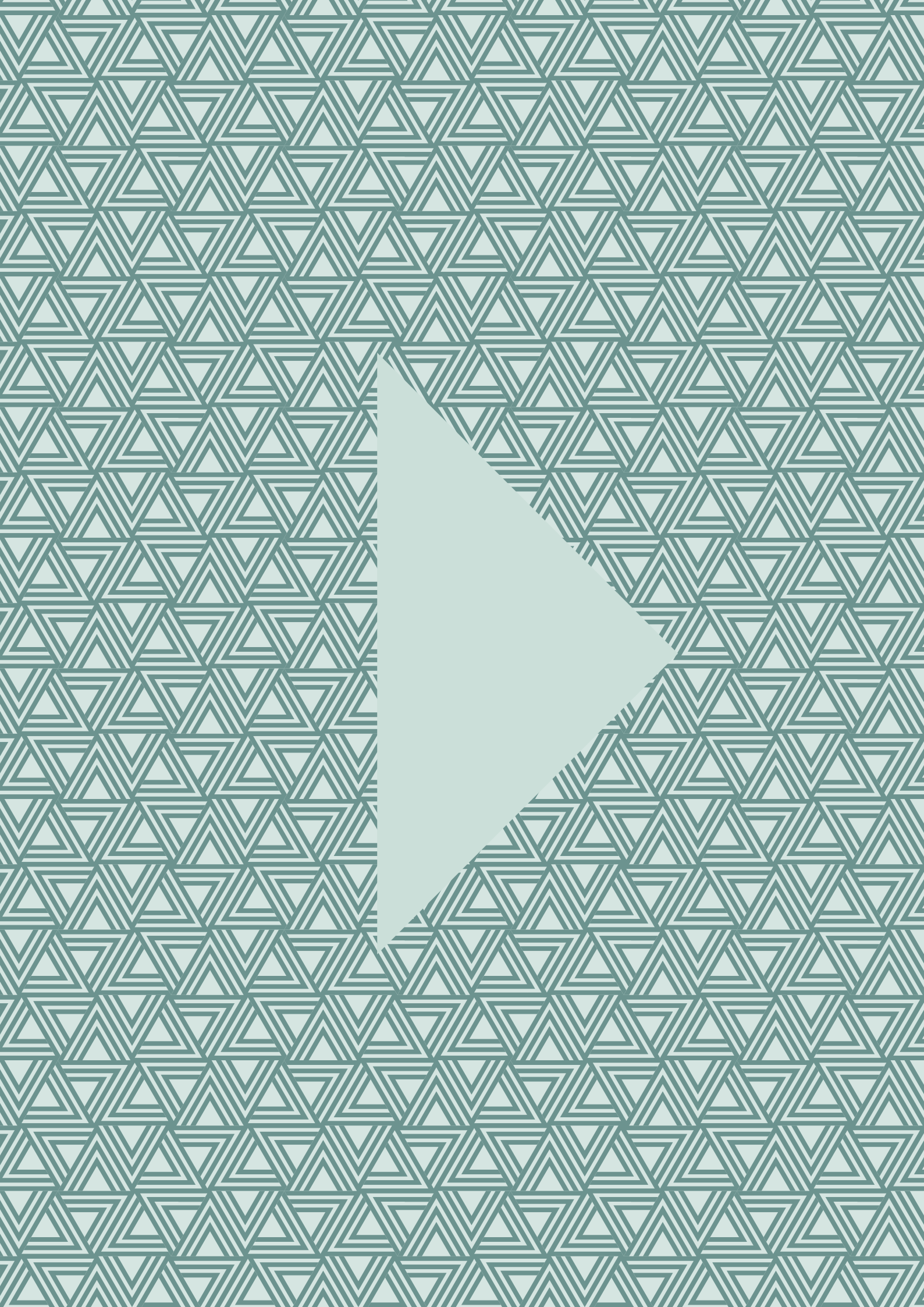
Pričujoča analiza s pregledom glavnih značilnosti KKS v Sloveniji predstavlja prvo fazo. Njen osnovni namen je priprava strokovnih izhodišč za oblikovanje javne politike na področju KKS. Analiza obravnava celoten kulturni in kreativni sektor v skladu z osnovnim poslanstvom Muzeja za arhitekturo in oblikovanje, ki je tudi nosilec projekta CzK, v tej fazi raziskovanja pa dajemo nekoliko večji poudarek panogam arhitektura, oblikovanje in vizualne umetnosti ter muzeji. Končni rezultat prve faze analize je analiza SWOT, ki bo skupaj z analizo javne politike na področju KKS (druga faza) (Kavaš in Predan, 2022) omogočila pripravo predlogov ukrepov javne politike na področju KKS v Sloveniji. V skladu z namenom smo v tej analizi odgovarjali na naslednja vprašanja:

1. Kakšna sta obseg in relativni pomen KKS? Na to odgovarjamo v drugem poglavju. Pri odgovoru na to vprašanje kratko povzemamo glavne rezultate obsežne statistične analize KKS, ki je bila prav tako opravljena v okviru raziskovalnega dela Centra za kreativnost (Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020).
2. Ali skupine deležnikov, ki gradijo ekosistem KKS, ustrezno pokrivajo vse stebre javne politike spodbujanja KKS? Stebri so naslednji: splošni pogoji poslovanja, trg (povpraševanje na trgu), kompetence in usposabljanja, financiranje, internacionalizacija, infrastruktura, ozaveščenost in promocija ter podporne politike (strategije, programi). V tretjem poglavju smo zato opravili analizo ekosistema KKS.
3. Kako deluje veriga vrednosti, ki je temelj ekosistema? Na to vprašanje odgovarjamo v četrtem poglavju.
4. Kakšni so razvojni potenciali na področju KKS? Pri ugotavljanju razvojnih potencialov poleg analize stanja igrata zelo pomembno vlogo tudi spremljanje in napovedovanje trendov. Pri tem gre za trende, ki so pogosto globalni in široki ter niso nujno povezani izključno s KKS, temveč so nekateri tudi širši in povezani s celotnim gospodarstvom in družbo. Opis razvojnih potencialov je podan v petem poglavju.
5. Katere so prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti za KKS? Odgovor na to vprašanje omogoča pripravo ustreznih strategij in javnih politik. Za pripravo analize SWOT, ki je predstavljen v zadnjem poglavju, smo uporabili rezultate vseh drugih delov analize.

Analizo KKS smo pripravili na podlagi informacij, pridobljenih z drugimi raziskavami, ki smo jih avtorji predhodno že opravili v okviru CzK in tudi zunaj njega, ter na podlagi razpoložljivih sekundarnih virov. Tako zbrane informacije smo v večmesečnem postopku preverjali in dopolnjevali z intervjuji, fokusnimi skupinami (v sodelovanju z mrežo EUNIC Slovenia¹) in delavnicami z različnimi relevantnimi deležniki ter na koncu pripravili sintezo ugotovitev, ki so relevantne za celoten KKS ali vsaj za večji del tega sektorja. Pri tem je treba poudariti, da ugotovitve analize šele odpirajo vpogled v stanje KKS ter hkrati zastavljajo številna nadaljnja vprašanja, ki bi jih bilo treba obravnavati posebej, v ločenih analizah in tudi po posameznih področjih KKS, istočasno pa zagotoviti kontinuirano spremljanje celotnega sektorja.

1

EUNIC – European Union National Institutes for Culture je mreža evropskih organizacij, ki delujejo na področju kulture (eunic.si).



Opređelitev KKS

Opredelitev oz. definicija KKS je zelo pomembna – ne le s teoretskega, temveč tudi s popolnoma praktičnega vidika. Brez jasne definicije namreč težko dobro identificiramo problem in ciljno skupino, naredimo zaupanja vredno analizo ter opredelimo, kaj točno je predmet javne politike. Odsotnost enoznačne, splošno uveljavljene definicije KKS omejuje primerljivost študij tako med različnimi državami kot tudi znotraj posameznih držav in s tem povzroča precej nevšečnosti pri zagotavljanju kakovostnih strokovnih podlag za oblikovanje javne politike. Evropska komisija je zato leta 2020 razpisala pilotni projekt *Measuring the Cultural and Creative Sectors in the EU*, s katerim želi vzpostaviti nov, poenoten statistični okvir za merjenje KKS v EU ter s tem omogočiti tudi redne, primerljive statistične analize sektorja.

Kljub odsotnosti enotne mednarodne definicije je seveda pomembno, da KKS nekako opredelimo. Države tako pri oblikovanju podpornih politik v praksi uporabljajo različne operativne definicije, ki jih prilagodijo lastnemu okolju in interesom, čeprav pogosto sicer izhajajo iz enakih »akademskih« definicij. V literaturi in praksi zasledimo uporabo različnih, med seboj močno povezanih ali istopomenskih izrazov – od kreativne ekonomije do kreativnih industrij, kulturnih industrij, kreativnih in kulturnih industrij (KKI). V EU se je v zadnjih letih uveljavilo predvsem poimenovanje kulturni in kreativni sektor, pojavljati pa se je začel tudi še bolj vključujoč izraz – kulturni in kreativni sektor in industrije. Izraz kulturne in kreativne industrije namreč predstavlja osredinjenost na nadaljnje stopnje v verigi vrednosti, vključno s proizvodnimi in diseminacijskimi fazami industrijskih in proizvodnih dejavnosti, medtem ko izraz kulturni in kreativni sektor daje poudarek tudi samemu ustvarjanju in ustvarjalcem.¹

Poleg vseh že omenjenih izrazov v Sloveniji zasledimo še dodatne različice, pri čemer pa gre pravzaprav za sopomenke, ki izvirajo zgolj iz različnih prevodov (npr. kulturni in ustvarjalni sektor, kulturno-kreativni sektor). Čeprav bomo v skladu s smernicami EU sicer tudi v tej študiji praviloma uporabljali izraz kulturni in kreativni sektor, v pričujočem poglavju o definicijah še ohranjamo različna poimenovanja, ki delno izhajajo tudi iz vsebinskih razlik med definicijami. Ker namen tega poglavja nista popis in analiza vseh obstoječih definicij, se v njem omejujemo zgolj na nekatere pomembnejše definicije.

Nacionalno politično se je pojem kreativnih industrij prvič začel uporabljati v Veliki Britaniji, kjer je **Ministrstvo za kulturo, medije in šport (DCSM) kreativne industrije** definiralo kot tiste panoge, ki »temeljijo na individualni kreativnosti, spretnosti in talentu s potencialom za ustvarjanje blaginje in delovnih mest s pomočjo razvoja intelektualne lastnine«. Takšne panoge naj bi bile naslednje: oglaševanje, arhitektura, umetnost in trgovanje s starinami, domača obrt, oblikovanje, modno oblikovanje, interaktivna prostočasna programska oprema (npr. videoigre), glasba, uprizoritvene umetnosti, založništvo, programska oprema ter televizija in radio (British Council, 2008–2011). Pri tej definiciji gre za sektorski pristop, ki je še vedno najbolj razširjen. V skladu s takšnim pristopom v KKS prištevamo vse zaposlene v določenih panogah, ne glede na to, ali so zaposleni v kreativnih ali podpornih poklicih, ki so prav tako številni. Prednost takšne definicije sta sicer relativno enostavna opredelitev in merjenje sektorja, vendar pa lahko še okrepi obstoječe delitve na sektorje ter s tem ovira integriran pristop.

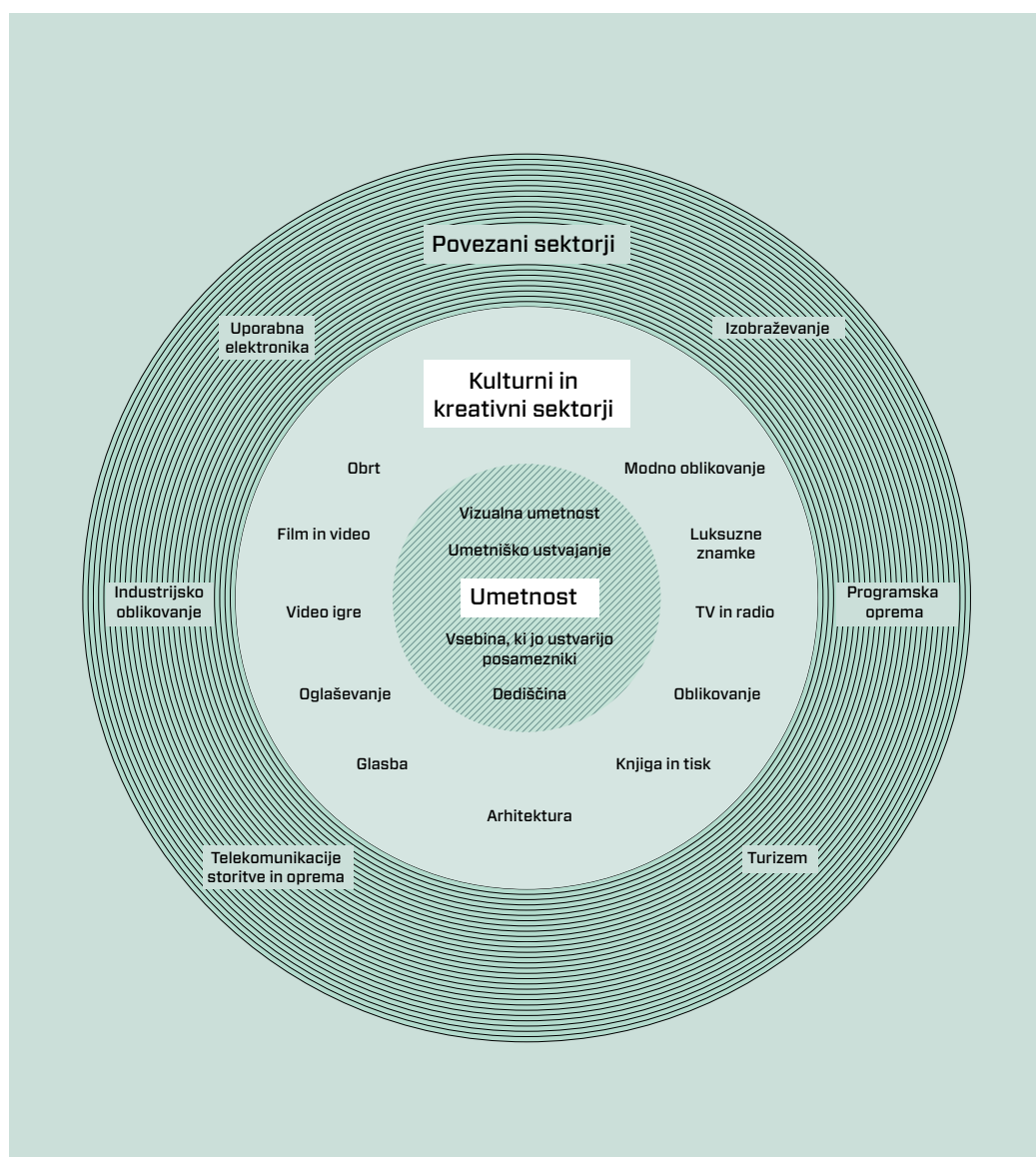
Naslednja zelo prepoznavna definicija je **Unescova definicija** (UNESCO, 2013), ki pomembno razlikuje med kulturnimi in kreativnimi industrijami, čeprav na način nerazdružljive povezanosti. **Kulturne industrije** tako definira kot industrije, ki »združujejo ustvarjanje, proizvodnjo in komercializacijo vsebin, ki so po svoji naravi neopredmetene in

1

Vir : <https://ec.europa.eu/culture/sectors/cultural-and-creative-sectors>

kulturne narave. Te vsebine so običajno zaščitene z avtorskimi pravicami in so lahko v obliki proizvodov ali storitev. Kulturne industrije v splošnem vključujejo tiskanje, založništvo in multimedijo, avdiovizualna področja, fonografske in kinematografske produkcije, pa tudi obrti in oblikovanje» (UNESCO, 2013). **Kreativne industrije** pa UNESCO (2013) opredeljuje kot »širši spekter dejavnosti, ki vključuje kulturne industrije ter vse kulturne ali umetniške produkcije bodisi v živo bodisi proizvedene kot posamezne enote. Kreativne industrije so tiste, v katerih proizvod ali storitev vsebuje znaten element umetniškega ali ustvarjalnega prizadevanja in vključuje dejavnosti, kot sta arhitektura in oglaševanje.« Medtem ko DSCM-jeva definicija navaja širok nabor posameznih področij kreativnih industrij, UNESCO KKI razvršča na podlagi jedra, ki gradi kulturno izraznost, druga področja pa se vežejo na jedrno področje. Na podoben način koncentričnih krogov, ki iz kreativnega jedra prehajajo proti vedno bolj mejnim oz. obrobnim panogam, so KKS opredeljevali tudi nekateri drugi avtorji (npr. Throsby, 2001; KEA, EIF, 2021). Primer takšne opredelitve predstavljamo tudi na naslednji sliki, ki od slovenskega razumevanja KKS odstopa predvsem z uvrstitvijo industrijskega oblikovanja zunaj KKS.

Slika 1: Unescova definicija KKS



Vir: KEA, EIF, 2021

Svetovna organizacija za intelektualno lastnino (World Intellectual Property Organisation – WIPO) je svojo definicijo v skladu s svojim poslanstvom zgradila na osnovi zaščite pravic intelektualne lastnine. Tako je opredelila **avtorske industrije** (angl. *copyright industries*), ki so vpletene v ustvarjanje, izdelavo, proizvodnjo, oddajanje in distribucijo

avtorsko zaščitenih del ali intelektualne lastnine. Kljub velikemu pomenu intelektualne lastnine v KKS pa ne temeljijo vse kreativne panoge na intelektualni lastnini, zato je tudi WIPO pozneje svojo definicijo razširil in v **industrije, osnovane na avtorskih pravicah** (angl. *copyright-based industries*), poleg glavnih avtorskih industrij vključil tudi povezane in podporne panoge.²

Kulturni in kreativni sektor je pritegnil tudi zanimanje OECD, ki je v letu 2018 izdal brošuro *Culture and local development*, v kateri je za namen analize kulturne produkcije oblikoval tri širše metasektorje, in sicer neindustrijske (temeljne) kulturne aktivnosti, kulturne in kreativne industrije ter platforme z digitalnimi vsebinami (angl. *digital content platform*). Vizualno umetnost, uprizoritveno umetnost ter dediščino in muzeje OECD opredeljuje kot glavne neindustrijske oz. temeljne kulturne panoge predvsem zaradi omejenih možnosti reproduciranja in omejene direktne dobičkonosnosti. **Kulturne in kreativne industrije** pa nadalje deli na **kulturne industrije**, pri katerih produkt predstavlja izkušnje s kulturnim pomenom (angl. *culturally meaningful experience*), in **kreativne industrije**, pri katerih je produkt zmes kulturnega pomena ter drugih funkcionalnih elementov, kot so ergonomija, hranilna vrednost, varnost in udobje uporabnika. V skladu z opisanim kriterijem med kulturne industrije prišteva založništvo, glasbo, film, radio in TV ter videoigre, med kreativne industrije pa oblikovanje, modo, industrijo okusa, arhitekturno oblikovanje, komuniciranje in oglaševanje ter resne igre.

Slovenija kot del Evropske unije pri vključevanju kulturnega in kreativnega sektorja v svoje politike izhaja iz dokumentov Evropske unije. Evropska komisija je leta 2010 objavila **zeleno knjigo** – Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij (Evropska komisija, 2010a). V njej je **kulturne industrije** definirala kot tiste industrije, ki se ukvarjajo s proizvodnjo in distribucijo takšnih proizvodov ali storitev, o katerih v času njihovega nastajanja menimo, da imajo določene značilnosti, uporabo ali namen, ki uteleša ali prenaša kulturno izražanje ne glede na njihovo komercialno vrednost. Poleg tradicionalnih umetniških sektorjev (uprizoritvene umetnosti, vizualne umetnosti, kulturna dediščina – vključujoč javni sektor) vključujejo tudi film, DVD in video, televizijo in radio, videoigre, nove medije, glasbo, knjige in tisk. **Kreativne industrije** pa so v zeleni knjigi opredeljene kot tiste industrije, ki kulturo uporabljajo kot vložek (angl. *input*) in imajo kulturno dimenzijo, čeprav so njihovi izločki (angl. *output*) predvsem funkcionalnega značaja. Vključujejo arhitekturo in oblikovanje, ki kreativne elemente integrirata v obsežnejše procese, ter tudi podsektorje, kot je grafično oblikovanje, modno oblikovanje ali oglaševanje.

Na podlagi poročila Eurostata kot dela omrežja ESS za kulturo³ in njegovega dela pri nadaljnji koordinaciji harmonizacije statistike o KKS⁴ so bili v Uredbi EU št. 1295/2013 o programu Ustvarjalna Evropa **kulturni in ustvarjalni sektorji** opredeljeni kot »vsi sektorji, katerih dejavnosti temeljijo na kulturnih vrednotah in/ali umetniških in drugih ustvarjalnih izražanjih, ne glede na to, ali so te dejavnosti tržno ali netržno usmerjene, katera vrsta strukture jih izvaja in kako se ta struktura financira. Te dejavnosti vključujejo razvoj, ustvarjanje, produkcijo, distribucijo ter ohranjanje proizvodov in storitev, ki vsebujejo kulturna, umetniška ali druga ustvarjalna izražanja, ter povezane dejavnosti, kot sta izobraževanje in upravljanje. Kulturni in ustvarjalni sektorji med drugim vključujejo arhitekturo, arhive, knjižnice in muzeje, umetniške veščine, avdiovizualno področje (vključno s filmom, televizijo, videoigami in večpredstavnostnimi vsebinami), snovno in nesnovno kulturno dediščino, oblikovanje, festivale, glasbo, literaturo, uprizoritvene umetnosti, založništvo ter radijske in vizualne umetnosti« (EU, 2013). Poročilo delovne skupine za odprto metodo koordinacije, ki jo sestavljajo strokovnjaki iz držav članic, z naslovom *Vloga javnih politik pri razvoju podjetniškega in inovacijskega potenciala na področju kulturnega in kreativnega sektorja* iz leta 2018 se prav tako sklicuje na to definicijo in hkrati navaja, da naj bi izraz **kulturne in kreativne industrije** imel širši pomen in se bolj osredinjal na nadaljnje faze vrednostne verige, skupaj s proizvodno/distribucijsko fazo industrijskih in proizvodnih procesov (npr. modni tekstilni izdelki in nakit).

V **zadnji študiji KKS**, ki jo je objavila **Evropska komisija** (2016), so **kreativne in kulturne industrije** razdeljene na tri podskupine: modno industrijo, luksuzno industrijo in osrednje KKI (angl. *core CCIs*), ki vključujejo oglaševanje, arhitekturo, arhive, knjižnice in kulturno dediščino, knjige in tisk, kulturno izobraževanje, oblikovanje (skupaj z modnim oblikova-

2

Vir: <https://www.wipo.int>.

3

Vir: https://ec.europa.eu/eurostat/cros/content/essnet-generalities_en.

4

Vir: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture>.

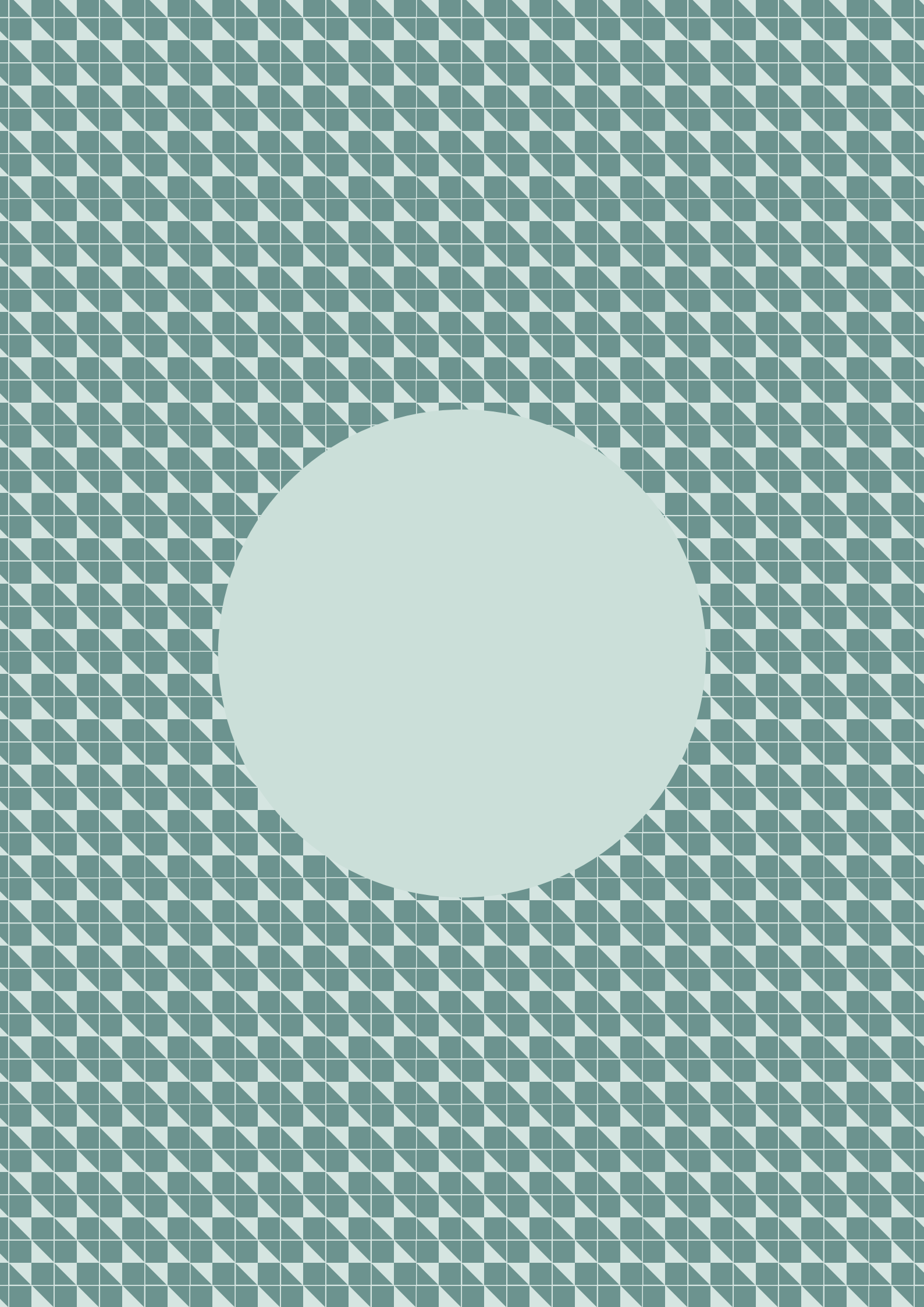
njem) in vizualno umetnost, glasbo, uprizoritveno umetnost in umetniško ustvarjanje, radio in TV, programsko opremo in igre ter video in film.

Slovenski **Nacionalni program za kulturo 2014–2017** se v zvezi z definicijo KKS (v dokumentu sicer poimenovanega **kulturne industrije**) prav tako nanaša na zeleno knjigo, omenja pa sicer tudi Unescovo definicijo. Od panog, ki naj bi jih KKS obsegal, so v skladu z Zeleno knjigo poleg tradicionalnih umetniških področij (skupaj z javnim sektorjem) navedeni še film, DVD in video, televizija in radio, videoigre, novi mediji, glasba, knjige in tisk. Sprejeta Resolucija o **Nacionalnem programu za kulturo 2022–2029** definicije KKS eksplicitno ne navaja, poudarja pa, da je KKS izrazito medsektorski in v več segmentih preči različna področja (gospodarstvo, okolje, znanost, kulturno dediščino in druga). Med posameznimi deli dokumenta lahko opazimo tudi določeno neusklajenost, zaradi katere ni čisto jasno, ali avtorji dokumenta posamezne panoge štejejo kot del KKS ali ne.

Javni razpisi Spodbujanje kreativnih kulturnih industrij – Center za kreativnost, ki jih izvaja Ministrstvo za kulturo RS, vključujejo naslednja področja: arhitekturo; oglaševanje; oblikovanje in vizualne umetnosti; kulturno dediščino, arhivsko dejavnost in knjižnično dejavnost; knjigo; kulturno-umetnostno vzgojo; glasbene umetnosti; uprizoritvene umetnosti; intermedijske umetnosti; medije, radio in televizijo; programsko opremo in igre; film in avdiovizualno dejavnost; kulturni turizem; drugo umetniško ustvarjanje. Vsa ta področja v svoje delovanje vključuje tudi **Center za kreativnost (CzK)**, ki teži k čim večji meddisciplinarnosti. Programi Centra, ki deluje znotraj Muzeja za arhitekturo in oblikovanje, se sicer nekoliko bolj osredinjajo na osnovna področja delovanja muzeja, tj. arhitekturo, oblikovanje, vizualne umetnosti in dediščino, vendar pa z aktivnostmi Partnerske mreže CzK, izobraževanji in drugimi programi pozornost namenjajo tudi drugim področjem kulturnega in kreativnega sektorja.

Kot je razvidno tudi iz nekaterih navedenih definicij KKS, te hitro preidejo na opredeljevanje obsega oz. naštevanje panog, ki naj bi jih KKS vključeval. Ena od težav, ki je skupna različnim definicijam KKS, je namreč tudi ta, da so pravzaprav vse gospodarske panoge do neke mere tudi kreativne, pri čemer poleg tega nimamo neke ustrezne mere za to, kaj ta kreativnost sploh je in kolikšna je (NESTA, 2013). Samo vsebinsko definicijo KKS zato pogosto nadomesti seznam področij. Z vidika analize KKS je pravzaprav zelo pomembna prav takšna **statistična definicija** oz. opredelitev obsega KKS na način, ki je neposredno uporaben za posamezen tip analize.

KKS za analitične namene običajno opredelimo **na podlagi gospodarskih panog** (SKD), ki naj bi v ta sektor sodile (oz. podjetij, katerih glavna registrirana dejavnost sodi v KKS), ali **na podlagi poklicev** (SKP) oz. delovne sile, ki je zaposlena v poklicih, opredeljenih kot kreativni. Glavni razliki med opredelitvijo KKS na podlagi klasifikacije dejavnosti in opredelitvijo KKS na podlagi poklicne klasifikacije sta dve. Kategorizacija na podlagi dejavnosti vključuje vse zaposlene znotraj določenih dejavnosti; tako tiste, ki opravljajo kreativno delo, kot tudi vse preostale zaposlene znotraj te dejavnosti. Poklicna kategorizacija pa na drugi strani vključuje vse kreativne delavce ne glede na panogo, v kateri so zaposleni. Za pridobitev čim realnejše slike je zato smiselno uporabiti oba pristopa, čemur smo sledili tudi v naših predhodno opravljenih analizah KKS (Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020), iz katerih tudi v pričujoči študiji povzemamo glavne statistične rezultate. Natančnejša statistična opredelitev panog KKS in kreativnih poklicev, ki je bila pri tem uporabljena, je v prilogah 1 in 2.



Pomen KKS

Zaradi svojega obsega in hitre rasti je KKS vzbudil tudi veliko zanimanja med nacionalnimi, regionalnimi in mednarodnimi oblikovalci politik, in sicer tako pri tistih, ki se ukvarjajo z urbanim razvojem, regionalnim razvojem, trgom dela, izobraževanjem ali trajnostjo, kot tudi pri tistih, ki se ukvarjajo z inovacijskimi politikami (Evropska komisija, 2010b). Potencial KKS za rast je podprt z več trendi, opisanimi v sedmem poglavju (npr. razvoj tehnologije, digitalizacija, izkustvena ekonomija ...). Gospodarstva, v katerih kreativni poklici predstavljajo velike deleže med zaposlenimi, naj bi bila v prihodnosti tudi bolj odporna proti zmanjševanju števila zaposlenih zaradi digitalizacije gospodarstva in družbe (NESTA, 2015).

KKS je v zadnjih 15 letih tudi v EU postal pomemben sektor. Podpora sektorju je temeljila na pripravi strateških dokumentov in na projektih, ki so se primarno financirali iz sredstev kohezijske politike. Evropska komisija je sektor prepoznala kot pomemben vir inovacij, zato Evropski inštitut za inovacije in tehnologijo (EIT) v skladu s svojo strategijo za obdobje 2021–2027 ustanavlja novo skupnost znanja in inovacij, ki se bo osredinila na kulturni in kreativni sektor ter industrijo (EIT Culture & Creativity) in ki ji bo v naslednjih letih namenjenih 300 milijonov evrov sredstev z možnostjo povečanja finančnih vzvodov iz zasebnega in javnega sektorja. Junija 2022 je bil za vzpostavitev te skupnosti izbran konzorcij ICE, katerega pridruženi partner je, ob podpori Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo RS, Ministrstva za zunanje zadeve RS in Ministrstva za kulturo RS, tudi Center za kreativnost. Z združevanjem kulturnih in kreativnih organizacij iz gospodarstva, visokega šolstva in področja raziskav v vseevropskem inovacijskem ekosistemu bo ta nova skupnost znanja in inovacij prinesla inovativne rešitve, ki bodo tem sektorjem in industrijam pomagale postati močnejše in odpornejše, evropsko, nacionalno, regionalno in lokalno/mestno pa se bo okreplil tudi učinek KKS na druge sektorje in na družbo kot celoto (trajnostni razvoj, socialna vključenost, delovna mesta). KKS ima pomembno vlogo tudi v pobudi Novi evropski Bauhaus, ki jo je predsednica Ursula von der Leyen napovedala septembra 2020 v svojem govoru o stanju v EU. Ime pobude je navdihnjeno po umetniškem gibanju Bauhaus iz leta 1919. Cilj pobude je v prelomnem obdobju velikih sprememb oblikovati nove načine bivanja na stičišču umetnosti, kulture, socialne vključenosti, znanosti in tehnologije.

KKS je torej pomemben z različnih vidikov – eden od teh so pozitivni ekonomski učinki (zaposlenost, ustvarjena dodana vrednost ...), ki jih ustvarja kot sektor sam zase in ki jih podrobneje opisujemo v četrtem poglavju. Glede na tovrstne učinke, poimenovane tudi primarni ekonomski učinki, je KKS v Sloveniji v celoti primerljiv z nekaterimi drugimi gospodarskimi sektorji, kot sta kemična industrija in proizvodnja električnih naprav (Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020). Za Evropo pa ocenjujejo, da KKS ustvari bistveno več dodane vrednosti od industrije jekla, avtomobilske in letalske industrije ali strojne industrije (Söndermann, 2019). Poleg tega pa KKS ustvarja pozitivne ekonomske učinke tudi za druge sektorje in tudi širše družbene, trajnostne in kulturne učinke.

Pri opisu različnih učinkov KKS bomo izhajali iz osnovne razdelitve Evropske komisije (2010), ki jih je razdelila v naslednje osnovne skupine – na primarne, sekundarne, terciarne in kvartarne učinke. Kot že omenjeno, so primarni ekonomski učinki KKS tisti, ki predstavljajo neposredni prispevek panog KKS h gospodarstvu. Primarni učinki so še najlažje merljivi, čeprav v primeru KKS tudi ta naloga ni čisto enostavna. Poleg tega UNCTAD (2010) poudarja, da prispevek KKS k zaposlenosti ne predstavlja le ekonomskega učinka, ampak s prispevkom KKS k zaposlenosti tudi pomemben družbeni učinek. Pri tem je treba opomniti tudi na dejstvo, da KKS ustvarja delovna mesta, ki zaposlenim običajno nudijo višjo raven zadovoljstva v primerjavi z rutinskimi delovnimi mesti. Poleg tega kre-

ativni poklici niso pomembni le danes, temveč so to tudi poklici prihodnosti, saj zahtevajo večšine, ki jih obstoječa in prihajajoča avtomatizacija z robotizacijo in umetno inteligenco še ne opravljata bolje od ljudi. Gre za večšine, ki bodo omogočile boljše sobivanje v prihajajoči četrti industrijski revoluciji. Gospodarstva, v katerih kreativni poklici predstavljajo relativno večje deleže, naj bi tako bila bolj odporna proti izpadom zaposlitev, ki bodo posledica tehnološkega napredka (Predan, 2020; Bakhshi in drugi, 2015).

Pri sekundarnih ekonomskih učinkih gre za prelivanje (angl. *spillover*) učinkov, ki so posledica gospodarske aktivnosti podjetij v KKS, v širše gospodarstvo in tudi na kupce. Primer sekundarnih učinkov je storitev oblikovanja, ki med drugim lahko tudi dvigne vrednost naročnikovih produktov, spodbudi povpraševanje po njih in posledično pospešuje rast podjetij, ki so naročniki. Takšni učinki so težje merljivi že v podjetju, saj ni vedno enostavno oceniti, kolikšen del »zaslug« lahko neposredno pripišemo oblikovalski storitvi, kolikšen pa npr. drugim investicijam, kadrom in znanju v podjetju (npr. inženirji, produktni vodje, poznavanje uporabnikov). Še težje pa so takšni učinki merljivi nacionalno. Z vidika priznavanja in spremljanja sekundarnih učinkov KKS je bila zelo pomembna uvrstitev umetnosti (umetnost, umetnostna zgodovina, uprizoritvene umetnosti, glasba) med področja raziskav in razvoja v priročniku Frascati (OECD, 2015), ki predstavlja mednarodno priznano metodologijo za spremljanje raziskav in razvoja. V Sloveniji Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS pri klasifikaciji raziskovalnih področij tem spremembam še ni ustrezno sledila.

Pri terciarnih ekonomskih učinkih gre za sicer neposredne, vendar pa težko količinsko opredeljive učinke prelivanja, ki jih ima KKS na lastno inovativnost in tudi na inovativnost drugih gospodarskih panog. Pri tem gre lahko za pozitivne učinke, ki so povezani z inovativnimi poslovnimi modeli, razvojem hibridnih trgov, prelivanjem znanja in podobno. Na pomen inovativnosti KKS je NESTA opozorila že v svoji študiji iz leta 2008, v kateri je zapisala, da je KKS zelo inovativen in v ospredju velikih tehnoloških sprememb, ki spodbujajo nove kreativne vsebine, izkušnje uporabnikov in organizacijske spremembe (Miles in Green, 2008). Izziv tako za menedžerje kot tudi za oblikovalce politik je, da so s temi spremembami na tekočem. KKS ponuja storitve, ki lahko predstavljajo osnovo za inovacijske aktivnosti v drugih panogah, hkrati pa je tudi intenziven uporabnik sodobne tehnologije, ki z lastno uporabo sproži potrebo po prilagoditvah, nadaljnjem razvoju in tehnoloških inovacijah (Trüby in drugi, 2008). V skladu s povezavo med KKS in inovativnostjo, ki je že dolgo znana, je tudi novo partnerstvo Evropskega inštituta za inovacije in tehnologijo KIC (Knowledge and Innovation Community) – EIT Culture & Creativity, ki se je začelo v letu 2022, osredinjeno na področje kulturnega in kreativnega sektorja ter industrij (Europe's Cultural and Creative Sectors and Industries).¹

Tako imenovani kvartarni učinki KKS pa sežejo še mnogo širše, saj v njihovem okviru razumemo vpliv KKS na izboljšanje kakovosti življenja in celo življenjske dobe, trajnost, ohranjanje kulturne identitete ter doseganje širokega spektra drugih družbenih ciljev (Evropska komisija, 2010b; UNCTAD, 2010; OECD, 2021). KKS tako podpira družbeno vključenost, saj zajema aktivnosti, ki lahko igrajo pomembno vlogo pri povezovanju različnih družbenih skupin v skupnostih in prispevajo k družbeni koheziji. Kulturne in kreativne aktivnosti so pomembne za fizično zdravje in tudi psihično ravnotežje posameznika, poleg tega se KKS pripisuje tudi pomembna vloga pri spodbujanju ravnotežja med spoloma (še posebej v državah v razvoju), na daljši rok pa z vplivom na izobraževalni sistem tudi povečanje kulturne ozaveščenosti prebivalstva. Ker je prav kulturna vrednost produktov KKS tista, ki jih razlikuje od drugih produktov, so pozitivni učinki KKS na kulturo neizbežni, hkrati pa KKS odlikuje tudi trajnostna naravnost. Glavno sredstvo za KKS je namreč kreativnost, ki je v izobilju po vsem svetu. Proizvodni procesi v KKS so običajno manj odvisni od težke industrijske infrastrukture in so zato kompatibilni z okoljevarstvenimi zahtevami in cilji. K trajnostnemu razvoju pa KKS prispevajo tudi s tem, ko za prihodnje generacije pomagajo ohranjati otipljivi in neotipljivi kulturni kapital skupnosti, naroda ali regije. Kulturna trajnost pomeni proces razvoja, ki ohranja vse vrste kulturnega premoženja, od manjšinskih jezikov in tradicionalnih obredov do umetnin, artefaktov ter stavb in prizorišč kulturne dediščine.

1

Vir: <https://eit.europa.eu/who-we-are/eit-glance/eit-strategy-2021-2027>.

Študija, posvečena prav pregledu učinkov prelivanja KKS (Consultancy, 2015), predlaga nekoliko drugačno razdelitev učinkov KKS v kategorije, vendar pa gre kljub drugačni

kategorizaciji seveda za učinke prelivanja, podobne že opisanim. Prvo kategorijo po tej študiji predstavlja prelivanje znanja. Pri tem gre za nove ideje, inovacije in procese, ki so bili razviti v KKS in ki se prenašajo v širše gospodarstvo in družbo brez neposrednega nagrajevanja tistih, ki so jih ustvarili (od kreativnosti, sodelovanja in odnosa do kulture, inovativnih poslovnih modelov in organizacijskih oblik). V drugo kategorijo učinkov prelivanja sodi sektorsko prelivanje, ki se nanaša na vertikalno verigo vrednosti in horizontalne medsektorske učinke na gospodarstvo in družbo v smislu produktivnosti in inovacij, ki izvirajo iz vpliva dinamičnega KKS (npr. izboljšanje poslovne kulture in spodbujanje podjetništva, učinki na nepremičninski trg, stimulacija investicij, spodbujanje inovacij in digitalne tehnologije). Tretjo skupino pa predstavlja mrežno prelivanje, ki se nanaša na gospodarske in družbene učinke, ki izhajajo iz prisotnosti velike gostote KKS na določeni lokaciji. Tovrstni učinki so povezani z grozdenjem (npr. širjenje tihega znanja) in aglomeracijo in so še posebej široki, vključujejo pa ekonomsko rast in regionalno privlačnost ter identiteto. Poleg pozitivnih učinkov pa študija na tem mestu navaja tudi mogoče negativne učinke prelivanja, kot je ekskluzivna gentrifikacija (Consultancy, 2015).

Zavedanje o pomenu KKS omejujejo predvsem težave z merjenjem vseh teh učinkov, ki so povezane tudi z nekaterimi že omenjenimi težavami z definiranostjo (drugo poglavje), in velika heterogenost sektorja. Medtem ko imamo v KKS na eni strani številne kulturne in umetniške dejavnosti, ki so lahko (ali pa tudi ne) javno financirane, imamo na drugi strani v KKS tudi panoge, ki so usmerjene zelo tržno. Pogosto je zato prisotna želja po ločevanju kulture in umetnosti ter drugih panog KKS, pri čemer pa primanjkuje zavedanja, da gre pravzaprav za kompleksen, medsebojno močno prepleten, povezan sistem talenta, financiranja, vsebin in idej (McNeilly, 2018; Crossick in Kaszynska, 2016). Neprofitni kulturni sektor v tem sistemu pravzaprav prispeva raziskovalnorazvojni del za komercialne ponudnike KKS. Pri tem je prav javno financiranje tisto, ki neprofitnemu delu sektorja omogoča tveganje in eksperimentiranje s kreativno vsebino in idejami, ki sta za delovanje celotnega sistema z vsemi njegovimi pozitivnimi učinki, ki jih na koncu prinaša, nepogrešljiva elementa.

Statistična analiza

V okviru raziskovalnega dela Centra za kreativnost je že bila opravljena obsežna statistična analiza KKS v Sloveniji, objavljena v publikaciji Statistična analiza stanja kulturnega in kreativnega sektorja v Sloveniji 2008–2017 (Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020). V nadaljevanju zato povzemamo zgolj najpomembnejše rezultate te analize, pri čemer pa je pomembno najprej opozoriti tudi na določene omejitve takšnih analiz.

Prva pomembna omejitev je omejena primerljivost rezultatov različnih statističnih analiz. Kot posledica nepoenotnih definicij KKS se namreč včasih bistveno razlikujejo tudi statistične opredelitve, kar onemogoča kakovostno primerjavo. Analiza, iz katere povzemamo glavne rezultate (Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020), je izhajala iz opredelitve kreativnih poklicev in panog KKS, kot jo prikazujemo v prilogah 1 in 2.

Drugo pomembno omejitev statističnih analiz pa predstavlja nujno prilagajanje obstoječim statističnim klasifikacijam. Obstoječa klasifikacija SKD, ki ji sledimo pri analizi dejavnosti KKS, ne omogoča najboljšega zajetja posameznih dejavnosti KKS. Tako se npr. pri analizi glasbe pokaže, da je ta dejavnost močno podcenjena, saj je precejšen del dejavnosti, povezanih z glasbo, pripisan drugim kategorijam SKD oz. ga iz njih ni mogoče izločiti (npr. koncerti sodijo v okvir širše uprizoritvene umetnosti, glasbena video produkcija ni ločljiva od preostale video produkcije, različne glasbene aplikacije sodijo v okvir različnih kategorij IKT ...). To sicer predstavlja težavo predvsem pri analizi sektorja glasbe samega zase. Ko namreč analiziramo KKS kot celoto, zajamemo tudi vse druge omenjene kategorije, v katere je uvrščen del glasbene dejavnosti, zato sumarno ne prihaja do večjih odstopanj. Naslednji primer je dejavnost oblikovanja, ki je pri analizi dejavnosti SKD prav tako podcenjena. Oblikovanje je namreč pravzaprav bolj poklic, kot industrija sama zase. Oblikovalci prispevajo v podjetjih, ki so kategorizirana v najrazličnejših drugih dejavnostih SKD znotraj ali zunaj obsega KKS. Poleg tega pa klasifikacija SKD, v kateri je oblikovanje zajeto pod šifro 74.10 (oblikovanje, aranžerstvo, dekoraterstvo), pravzaprav sploh ne omogoča izločitve in analize oblikovanja brez aranžerstva in dekoraterstva ali ločene analize različnih oblikovalskih aktivnosti (npr. modno oblikovanje, industrijsko oblikovanje, grafično oblikovanje). Težave pri analizi panog predstavlja tudi področje videoiger, ki je zelo pomemben, hitrorastoči del KKS, vendar pa ga pri klasifikaciji SKD ni mogoče izločiti od drugih aktivnosti IKT. Določene omejitve seveda predstavlja tudi obstoječa standardna klasifikacija poklicev, uporabljena pri analizi kreativnih poklicev. Najpomembnejše je pri tem vprašanje prevedljivosti nekaterih kategorij med klasifikacijo SOC 2010, v skladu s katero je DCSM opredelil kreativne poklice, in klasifikacijo SKP-08, ki je v veljavi pri nas.

Poleg omenjenih omejitev je za ustrezno interpretacijo rezultatov treba poznati tudi glavno razliko med opredelitvijo KKS na podlagi klasifikacije dejavnosti in opredelitvijo KKS na podlagi poklicne klasifikacije. Kategorizacija na podlagi dejavnosti vključuje vse zaposlene v določenih dejavnostih; tako tiste, ki opravljajo kreativno delo, kot tudi vse preostale zaposlene v tej dejavnosti. Poklicna kategorizacija pa na drugi strani vključuje vse kreativne delavce ne glede na panogo, v kateri so zaposleni. Za pridobitev čim realnejše slike je zato smiselno uporabiti oba pristopa, kar smo tudi storili.

Pomembno omejitev statističnih analiz predstavlja tudi dejstvo, da so podatki vedno na voljo z določenim zamikom. Statistična analiza, opravljena v Sloveniji v letu 2019, tako ni mogla zajeti podatkov iz obdobja pandemije covid-19, ki je na nekatere panoge KKS imela drastičen vpliv.

Kljub nekaterim omejitvam statistična analiza seveda predstavlja pomemben del vsake sektorske študije, saj nam le takšna analiza, kljub nekaterim omejitvam, zagotovi celovit

pogled na sektor ter oceno njegovega obsega in trendov. Glavne rezultate statistične analize povzemamo v nadaljevanju.

Obseg KKS

- KKS¹ je v letu 2017 obsegal 9.552 podjetij oz. 8,4 % aktivnih podjetij v celotnem gospodarstvu ter zaposloval 3,3 % vseh zaposlenih (izračun na podlagi baze letnih poročil, SURS).
- KKS je v letu 2017 ustvaril 2,4 milijarde evrov oz. 2,5 % vseh prihodkov od prodaje, ustvarjenih v gospodarstvu, vendar pa le 1,5 % (561 milijonov evrov) vseh prihodkov, ustvarjenih s prodajo na tujem trgu (izračun na podlagi baze letnih poročil, SURS).
- KKS je k skupni ustvarjeni BDV v Sloveniji prispeval 3,5 % oz. 790,6 milijona evrov (izračun na podlagi baze letnih poročil, SURS). BDV na zaposlenega je pri tem v KKS znašala 45.527 evrov, kar je bilo nekoliko nad povprečjem gospodarstva (43.210 evrov). Zaradi relativno velikega deleža samostojnih podjetnikov brez zaposlenih v KKS v primerjavi z gospodarstvom pa takšen izračun ustvarjeno BDV na zaposlenega precenjuje. Alternativna metoda izračuna zato ločeno izračunava BDV na zaposlenega za gospodarske družbe in za samostojne podjetnike, ki jim kot zaposlenega pripiše tudi lastnika podjetja. Po takšni metodi (ki na drugi strani ustvarjeno BDV na zaposlenega za samostojne podjetnike pričakovano podcenjuje) se KKS z ustvarjenimi 42.364 evri BDV na zaposlenega v gospodarskih družbah (celotno gospodarstvo 43.216 evrov) ter 15.963 evri BDV na zaposlenega pri samostojnih podjetnikih (celotno gospodarstvo 18.993 evrov) odreže podpovprečno.
- Podjetja v KKS so v povprečju še manjša kot v celotnem gospodarstvu, in sicer je v KKS kar 80 % podjetij takšnih, v katerih je zaposlena največ ena oseba, medtem ko je v celotnem gospodarstvu takšnih podjetij 70 %. Na drugi strani imajo v KKS zgolj 3 % podjetij deset ali več zaposlenih, medtem ko je v celotnem gospodarstvu takih podjetij še enkrat več.
- V smislu zaposlovanja in ustvarjene BDV je KKS dokaj primerljiv z avtomobilsko industrijo ter je pomembnejši od kemične industrije ali proizvodnje računalnikov, elektronskih in optičnih izdelkov.
- V Sloveniji je v kreativnih poklicih² zaposlenih 35.212 ljudi, kar predstavlja 4,7 % vseh zaposlenih (podatek izračunan za leto 2017 na podlagi Statističnega registra delovno aktivnega prebivalstva, SURS).
- Ob upoštevanju vseh zaposlenih v KKS (v kreativnih in nekreativnih poklicih) in zaposlenih v kreativnih poklicih zunaj KKS je bila zaposlenost v kreativni ekonomiji Slovenije v letu 2017 ocenjena na 51.934 zaposlenih, kar predstavlja 7 % celotne delovne sile (podatek izračunan na podlagi Statističnega registra delovno aktivnega prebivalstva in baze zaključnih računov, oboje SURS).
- Zahodna Slovenija v primerjavi z vzhodno Slovenijo prevladuje po številu podjetij v KKS (62 %), še bolj pa po številu zaposlenih (69 %), ustvarjenih prihodkih od prodaje na domačem trgu (73 %) in tujem trgu (69 %), EBITDA (70 %) ter BDV (70 %) (izračun na podlagi baze letnih poročil, SURS).
- Obseg KKS v EU je Eurostat³ za leto 2017 ocenil na 412,929 milijona ustvarjene bruto dodane vrednosti, kar je predstavljalo 5,5 % celotne ustvarjene bruto dodane vrednosti v evropskem gospodarstvu. KKS je v tem letu zaposloval 6,2 % celotne evropske delovne sile, v številu podjetij pa je predstavljal kar 12,1 % (KEA, EIF, 2021).

1

Za statistično opredelitev panog KKS glej prilogo 1.

2

Za seznam kreativnih poklicev glej prilogo 2.

3

Zaradi drugačne statistične definicije izračuni niso neposredno primerljivi z izračuni za Slovenijo.

Pravnoorganizacijska struktura KKS

- Analiza Statističnega poslovnega registra Slovenije (SURS), ki vključuje vse registrirane organizacijske enote (poleg podjetij tudi samozaposlene v kulturi, NVO, zavode in druge organizacije), je pokazala, da med posameznimi pravnoorganizacijskimi oblikami v KKS močno prevladujejo samostojni podjetniki posamezniki (56 %), katerih delež je relativno višji kot v preostalem gospodarstvu (43 %). Prav tako je v KKS višji njihov prispevek k ustvarjenim prihodkom (12 % KKS, 5 % preostalo gospodarstvo).
- Delež družb z omejeno odgovornostjo je v KKS manjši kot sicer v gospodarstvu (23 % v KKS, 33 % v preostalem gospodarstvu). Tudi v KKS pa so družbe z omejeno odgovornostjo najpomembnejši zaposlovalec (55 % vseh zaposlenih v KKS).
- Javni zavodi imajo v KKS precej večji pomen kot v preostalem gospodarstvu tako z vidika zaposlovanja (32 % v KKS in 17 % v preostalem gospodarstvu) kot z vidika ustvarjenih prihodkov od prodaje (14 % v KKS, 5 % v preostalem gospodarstvu).
- Delniške družbe so v KKS bistveno manjšega pomena kot sicer v gospodarstvu tako v smislu zaposlovanja (6 % v KKS, 14 % preostalo gospodarstvo) kot v smislu ustvarjenih prihodkov (6 % v KKS, 21 % preostalo gospodarstvo).

Trendi

- Analiza vseh kreativnih poklicev je pokazala, da so se v obdobju 2008–2017 stopnje rasti števila zaposlenih v kreativnih poklicih gibale podobno kot stopnje rasti zaposlenih v drugih poklicih (Statistični register delovno aktivnega prebivalstva, SURS). Po letu 2012 so se stopnje upadanja števila zaposlenih tako v KKS kot v celotnem gospodarstvu vztrajno zmanjševale, vse dokler ni po letu 2014 oz. 2015 prišlo do ponovnega naraščanja števila zaposlenih.
- Primerjava med letoma 2008 in 2017 je pokazala, da sta v tem obdobju nadpovprečno upadli predvsem zaposlenost v kreativnih poklicih zunaj KKS ter zaposlenost v nekreativnih, podpornih poklicih znotraj KKS.
- Po letu 2013 je prišlo do povečevanja razkoraka med številom vseh registriranih pravnoorganizacijskih enot v KKS (Statistični poslovni register Slovenije, SURS), ki je še vedno naraščalo, in številom podjetij, ki so zavezana k oddajanju letnih poročil (baza letnih poročil, SURS), ki je začelo upadati. V veliki meri razlog za takšen trend najverjetneje leži v prehodu obstoječih in novih samostojnih podjetnikov na sistem normiranih odhodkov, ki se je uveljavil prav v letu 2013 in v katerem samostojni podjetniki niso zavezani k oddajanju letnih poročil in torej tudi niso vključeni v bazo letnih poročil.
- Poleg števila zaposlenih so po letu 2013 v KKS ponovno začeli naraščati tudi ustvarjeni prihodki, EBITDA in BDV. Prihodki, ustvarjeni na tujih trgih, in BDV na zaposlenega so v KKS v stalnem porastu od leta 2010 (baza letnih poročil, SURS).

Primerjava z EU

- KKS v Sloveniji predstavlja podoben delež podjetij v celotnem gospodarstvu kot v povprečju v EU ter ustvarja tudi podoben delež BDV, pri čemer sicer zaposluje nekoliko manjši delež zaposlenih.
- Analiza podjetij po razredih velikosti je potrdila, da so podjetja v KKS v Sloveniji še nekoliko manjša v primerjavi s podjetji v celotnem gospodarstvu kot v EU. Podatki Eurostata, ki se sicer nanašajo na kulturne industrije, prav tako kažejo, da so po številu zaposlenih slovenska podjetja v tem sektorju med najmanjšimi v EU.⁴
- Tako v Sloveniji kot v EU po obsegu izstopata panogi knjige in tisk ter programska oprema in igre, pri čemer obe panogi v Sloveniji predstavljata še nekoliko večje deleže tako v številu podjetij kot tudi v zaposlenih, prihodkih in ustvarjeni BDV v primerjavi z EU.

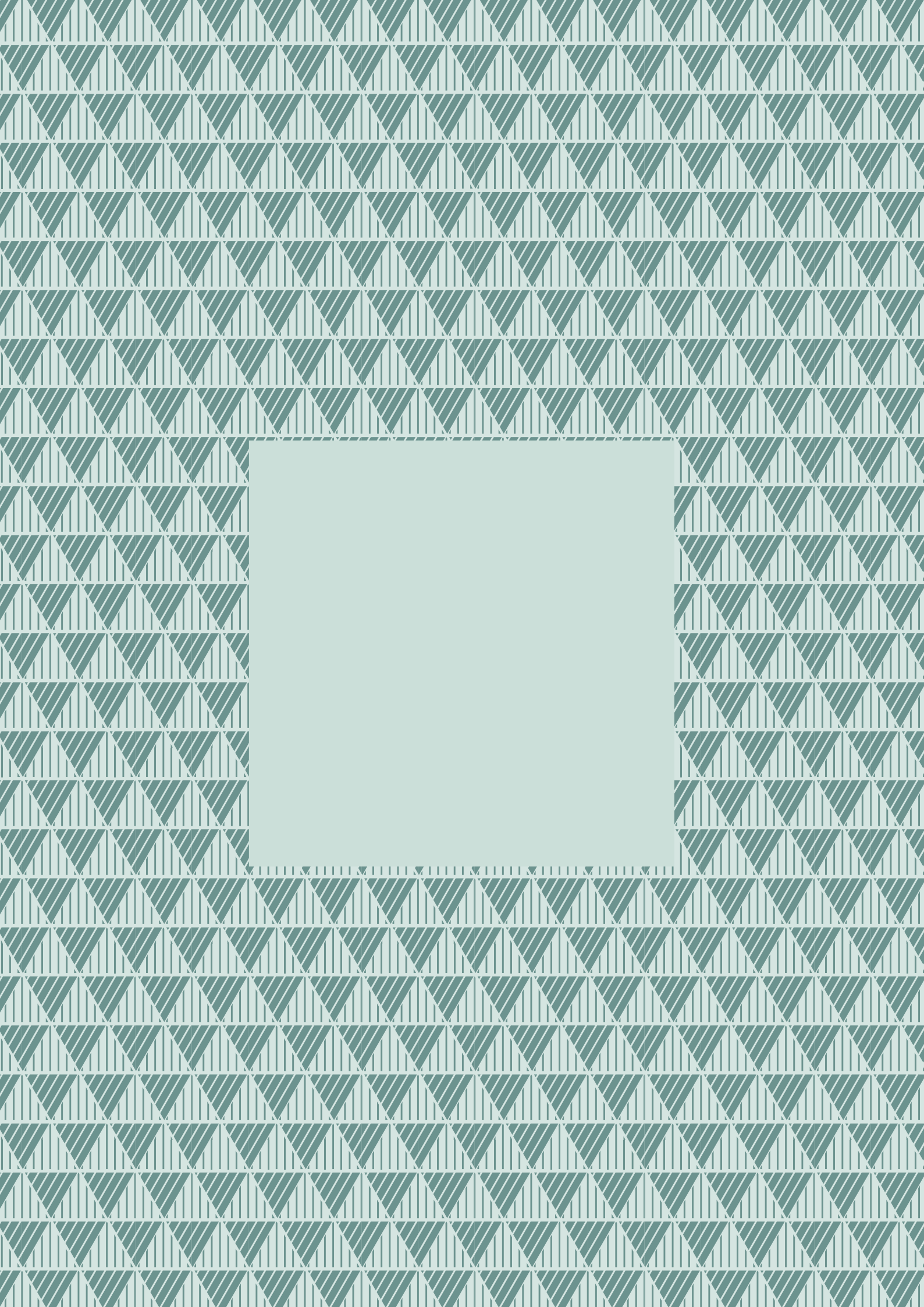
4

Vir: <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

- Do največjih razlik med Slovenijo in povprečjem EU prihaja v panogi uprizoritvena umetnost in umetniško ustvarjanje, ki v EU zavzema znatno večje deleže kot v Sloveniji, še posebej v zaposlenih, prihodkih in BDV. Poleg tega do opaznejših razlik prihaja tudi v panogi radio in TV, saj je v EU bistveno več podjetij v razredih z več kot enim zaposlenim, kljub primerljivemu skupnemu deležu zaposlenih v KKS pa panoga radio in TV v Sloveniji dosega precej manjše deleže v ustvarjenih prihodkih in BDV KKS.
- Primerjavo Slovenije z drugimi državami v EU lahko opravimo tudi na podlagi Eurostatovih podatkov⁵, ki so sicer zajeti na podlagi drugačne metodologije (KEA, EIF, 2018). Iz teh podatkov je razvidno, da je bila povprečna rast dodane vrednosti, ustvarjene v KKS v obdobju 2013–2017, v Sloveniji večja od več kot polovice evropskih držav, a še vedno kar približno petkrat manjša kot na Irskem in tudi bistveno manjša od rasti v Španiji, na Malti, Finskem, Cipru, v Romuniji, Bolgariji, na Češkem in v Latviji.

5

Zaradi drugačne statistične definicije Eurostatovi podatki niso neposredno primerljivi s podatki iz Statistične analize KKS v Sloveniji (Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020), so pa med seboj primerljivi podatki v sami študiji.



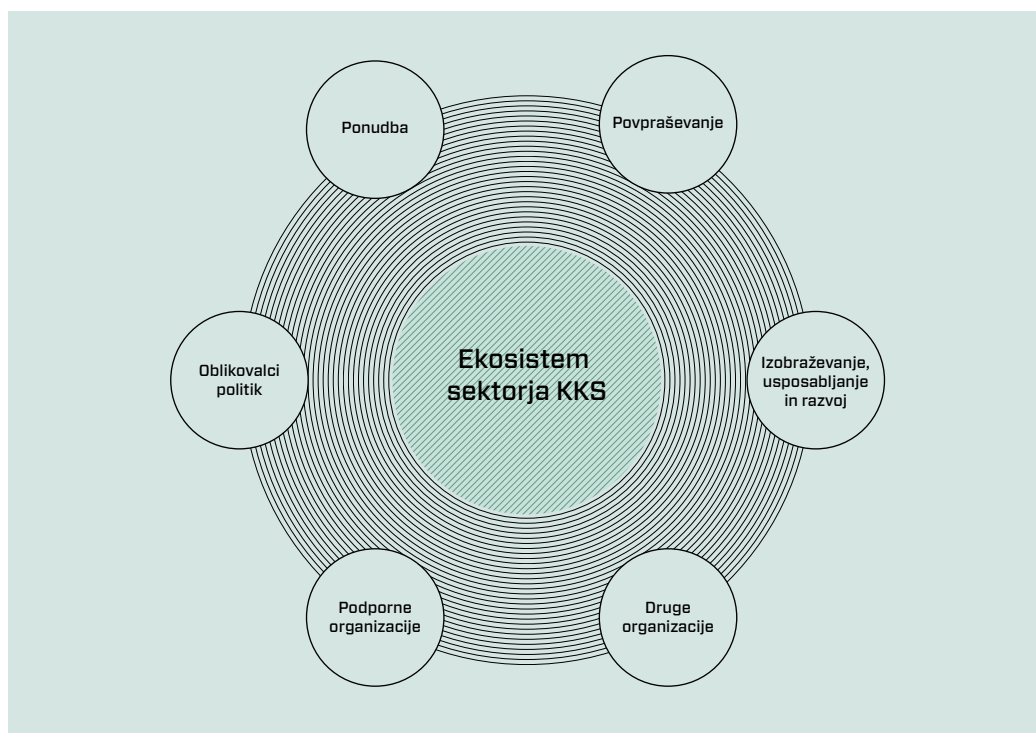
Popis glavnih deležnikov (mapping)

Deležniki (angl. *stakeholders*) so katerakoli skupina ali posameznik, ki lahko vpliva ali pa nanj vpliva podjetje/projekt, ko ta skuša doseči svoje cilje (Freeman, 1984). Analiza deležnikov je zato pomembna faza analize vsake dejavnosti (projekta/programa). Z njo lahko opišemo ekosistem posameznega sektorja. Ekosistem je mreža medsebojno povezanih akterjev (Oksanen in drugi, 2018). To je sistem organizacij, ljudi, tehnologije, platform in vsebin, ki so povezani in soodvisni (Cheinman, 2020). Ekosistemski pristop ima že 30letno tradicijo (inovacijski ekosistem, podjetniški ekosistem, start-up ekosistem, industrijski, storitveni ...) in predstavlja sistemski pristop k analizi posameznega sektorja, regije, države. Omogoča analizo razmerij in povezav med posameznimi elementi sistema, trende in vzorce v delovanju ekosistema, analizo značilnosti posameznega ekosistema (prednosti, slabosti), s tem pa tudi oblikovanje ustreznih politik na podlagi širše slike. Ne obstaja enotna definicija ekosistema niti enoten pristop analize (mapiranja) posameznega ekosistema. Pristop k analizi ekosistema je zato v veliki meri odvisen od namena analize in od pristopa posameznega avtorja. Omogoča boljše razumevanje sektorja in s tem ustrezno oblikovanje javnih politik, saj morajo te biti prilagojene značilnostim posameznega sektorja na določenem območju (Fleming in Erskine, 2011). Analiza ekosistema KKS je zato osredinjena na vprašanje: Ali skupine deležnikov ustrezno pokrivajo vse stebre javne politike spodbujanja KKS v Sloveniji?

Deležnike, ki sestavljajo ekosistem KKS, povezujemo v naslednje skupine:

- ponudba (izvajalci),
- povpraševanje (podjetja, javni sektor, KKS, prebivalstvo),
- izobraževanje, usposabljanje in razvoj,
- podporne organizacije,
- druge organizacije in
- oblikovalci politik.

Na sliki 2 je ekosistem predstavljen zelo poenostavljeno. Ekosistem analiziramo v določeni časovni točki na določenem teritoriju (država/regija) in/ali v določenem sektorju. Med posameznimi elementi ekosistema so številna razmerja in povezave, ki pa so nadgrajeni z razmerji in povezavami z drugimi ekosistemi (Oksanen in drugi, 2018).



5.1 PONUDBA

V skupino deležnikov *Ponudba* prištevamo vse ponudnike, ki imajo registrirano dejavnost v eni od panog SKD, ki jih prištevamo v KKS (glej prvo poglavje). Glavne značilnosti skupine so naslednje:

- V KKS močno prevladujejo mikropodjetja – še bolj kot tudi sicer v celotnem gospodarstvu. Kar 80 % podjetij v KKS ima manj kot dva zaposlena (v celotnem gospodarstvu 70 %) in le 3 % podjetij v KKS imajo deset ali več zaposlenih (v celotnem gospodarstvu 6 %).
- Mikropodjetja težko ponujajo konstantne, celovite storitve, velik izziv je tudi ustrezno upravljanje finančnega toka.
- Med vsemi registriranimi pravnoorganizacijskimi oblikami močno prevladujejo samostojni podjetniki (56 %), katerih delež je relativno večji kot v preostalem gospodarstvu (43 %).
- Javni zavodi imajo v KKS bistveno večji pomen kot sicer v gospodarstvu, tako z vidika zaposlovanja (32 % v KKS in 17 % v preostalem gospodarstvu) kot tudi z vidika ustvarjenih prihodkov (14 % v KKS, 5 % v preostalem gospodarstvu). V nekaterih panogah (npr. muzeji) so javni zavodi prevladujoča oblika in glavni zaposlovalec. Večinoma so financirani iz javnih sredstev in se kot taki spopadajo s specifično problematiko (Murovec, Kavaš in Koman, 2022). Kljub javnemu financiranju je razvoj javnih zavodov oviran zaradi pomanjkanja sredstev, potrebnih za preboj – velika večina sredstev je namreč namenjena plačam zaposlenih.
- V KKS ima med samostojnimi podjetniki zelo pomembno vlogo tudi status samozaposlenega v kulturi.¹ Po zadnjih podatkih Ministrstva RS za kulturo (december 2020) je v razvid samozaposlenih vpisanih 3.197 ustvarjalcev. Od tega je v povprečju 30 % takšnih, ki si prispevke za socialno varnost plačujejo sami, po posameznih

1

Samozaposleni v kulturi so ustvarjalci na področju kulture, ki samostojno opravljajo specializiran poklic s področja kulture in so kot taki registrirani v posebnem razvidu samozaposlenih v kulturi, ki ga vodi Ministrstvo za kulturo. Samozaposleni v kulturi lahko ob izpolnjevanju pogojev pridobijo pravico do plačila prispevkov za socialno varnost iz državnega proračuna, pri čemer njihov povprečni bruto dohodek v zadnjih treh letih ne sme presegati cenzusa, ki je določen za vsako leto posebej in znaša približno 20.000 evrov na leto (<https://www.gov.si/zbirke/storitve/pridobitev-pravice-do-placila-prispevkov-za-socialno-varnost-iz-drzavnega-proracuna>).

panogah pa se ta delež precej razlikuje. Največji je tako na področju arhitekture in oblikovanja, kjer si v 47 % prispevke plačujejo sami, najmanjši pa na področju vizualnih umetnosti, kjer je takšnih le 18 % (Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020).

- Tako za samozaposlene v kulturi kot tudi za samostojne podjetnike z normiranimi odhodki² velja, da jim ni treba oddajati letnih poročil, zato zanje primerljivi finančni podatki niso dostopni, čeprav bi zaradi občutljivosti in obsežnosti te skupine bili takšni podatki in njihova analiza zelo dobrodošli.
- Pomembno vlogo v ponudbi KKS imajo tudi nevladne organizacije, ki na nekaterih področjih dopolnjujejo javne institucije (npr. uprizoritvena umetnost), na drugih pa imajo ob odsotnosti ustreznih javnih institucij osrednjo vlogo (npr. intermedijske umetnosti, sodobno plesne umetnosti). Iz nevladnega sektorja izhaja tudi precej priznanih ustvarjalcev in ponudnikov. Nevladni sektor je raznovrsten, proaktiven in relativno dobro povezan tako nacionalno kot mednarodno, obstaja pa želja po še večji povezanosti in podpori države za močnejše mednarodno delovanje.
- Status samozaposlenega v kulturi v praksi igra različne vloge. Medtem ko na eni strani omogoča ohranitev nekaterih deficitarnih področij v kulturi (npr. področje kritike) in tudi osnovno preživetje ustvarjalcev (ne nujno le vrhunskih) na drugih področjih (npr. likovna umetnost), je prisotna tudi praksa, da je status samozaposlenega v kulturi le ena od več pravnoorganizacijskih oblik, v katerih posameznik deluje zaradi ugodnosti, povezanih s tem.
- Tudi v KKS je pomembno vprašanje uravnoveženosti spolov. Na nekaterih področjih so v vedno večjem deležu prisotne ženske (feminizacija poklicev), kar je povezano predvsem s slabimi možnostmi za zaslužek (npr. likovna umetnost, menedžment v kulturi). Poleg tega je prisotno tudi prepričanje, da se ženske v nekaterih poklicih težje uveljavijo. Medtem ko je sicer opazno pomanjkanje žensk med prejemniki nagrad (npr. v arhitekturi, vizualni umetnosti, uprizoritveni umetnosti), analiza strokovnega ocenjevanja programov in projektov na področju kulture, financiranih iz državnih sredstev (MK, JSKD, SFC, JAK) razpisov MK in JAK, ne potrjuje domnev o neuravnoveženosti strokovnih komisij, temveč nasprotno, izkazuje veliko uravnoveženost članov komisij po spolu (MAO, 2021).
- Najpomembnejši zaposlovalec v celotnem KKS so družbe z omejeno odgovornostjo (55 % vseh zaposlenih v KKS), sledijo javni zavodi (32 %).
- Tudi prepoznavni, uspešni ponudniki na trgu pogosto ne delujejo v podjetjih z več zaposlenimi, ampak nastopajo kot posamezniki in/ali zaradi davčnih ali drugih razlogov svojo dejavnost razdrobijo med več podjetij (npr. s. p. in d. o. o.), svojo dejavnost podpirajo s študentskim delom, skupno nastopajo in razvijajo blagovno znamko v okviru društev in drugo.
- Poleg KKS in zaposlenih v kreativnih poklicih znotraj KKS so zelo pomembni tudi posamezniki, zaposleni v kreativnih poklicih v podjetjih zunaj KKS, kjer lahko predstavljajo enega od gonilnikov inovativnosti.
- Število zaposlenih v vseh kreativnih poklicih se je v preteklem obdobju gibalo podobno kot število zaposlenih v drugih poklicih. Razlike v stopnjah rasti in upadanja števila zaposlitev so bile majhne in ne omogočajo zaključkov o večji ali manjši odpornosti zaposlitev v kreativnih poklicih v obdobju gospodarske krize na splošno. Opazno pa je, da je število zaposlitev nadpovprečno upadalo pri zaposlenih v kreativnih poklicih v podjetjih zunaj KKS ter pri zaposlenih v drugih, nekreativnih poklicih v podjetjih znotraj KKS.
- Med panogami KKS tako v Sloveniji kot tudi v EU po obsegu izstopata panogi knjige in tisk ter programska oprema in igre, pri čemer obe panogi v Sloveniji v primerjavi z EU zavzemata še nekoliko večja deleža, tako v številu podjetij kot tudi v številu zaposlenih, prihodkih in ustvarjeni BDV.
- Ponudnike nekaterih panog KKS s statistično analizo težje zajamemo. Tako je npr. močno podcenjena panoga glasba, pa tudi oblikovanje, področja videoiger pa pri obstoječi klasifikaciji SKD ni mogoče izločiti od drugih aktivnosti IKT (glej četrto poglavje). Poleg tega tudi ne moremo z istimi (finančnimi) kazalniki med seboj

2

V sistem normiranih odhodkov lahko vstopijo zavezanci, pri katerih letni prihodki ne presegajo 50.000 ali 100.000 evrov, če je pri njem obvezno zavarovana vsaj ena oseba za polni delovni čas neprekinjeno najmanj pet mesecev (https://www.fu.gov.si/fileadmin/Internet/Davki_in_druge_dajatve/Podrocja/Davek_od_dohodkov_pravnih_oseb/Opis/Posebna_ureditev_za_ugotavljanje_davcne_osnove_z_upostevanjem_normiranih_odhodkov_za_davek_od_dohodkov_pravnih_oseb.doc).

primerjati panog, v katerih prevladuje neprofitna kulturna dejavnost s panogami, v katerih je prevladujoča tržna dejavnost.

- Poseben problem v KKS predstavljata zaščita in tudi uveljavljanje pravic intelektualne lastnine, še posebej avtorskih pravic. Ustvarjalcem namreč na tem področju pogosto primanjkuje znanj in tudi sredstev za ustrezno zaščito, medtem ko pri drugih akterjih in tudi v splošni javnosti primanjkuje ozaveščenosti in spoštovanja teh pravic.
- V več panogah KKS problem za ponudnike predstavlja podcenjenost dela, ki tudi otežuje zaposlovanje in vlaganje v zaposlene. Nekateri naročniki storitve KKS razumejo kot (nepotreben) strošek, ki ga skušajo čim bolj zmanjšati. Dodaten pritisk na cene ustvarja prisotnost nizkocenovnih in nizkokakovostnih ponudnikov. Konkurriranje na podlagi cene je v nekaterih panogah (arhitektura, oblikovanje) dodatno spodbujeno tudi s sistemom javnega naročanja.
- Ponudba je raznovrstna, a razdrobljena. Sodelovanja in povezovanja med različnimi ponudniki je premalo.
- Rezultati ankete slovenskih kulturno-kreativnih delavcev v času covida-19 (Matjaž in drugi, 2020) so pokazali, da se je že tako slab položaj slovenskega kulturno-kreativnega delavca v času epidemije zaradi pomanjkanja dela še dodatno poslabšal. Več kot tretjina anketiranih oseb je imela že pred krizo mesečni neto dohodek med 500 in 1.000 evri. Tisti z najmanjšimi dohodki delajo na področju vizualne umetnosti, krajinske arhitekture, uprizoritvenih umetnosti in ustvarjalnih obrti. Anketa, ponovljena v maju 2021, je pokazala, da več kot polovica vprašanih razmišlja o tem, da bi sektor zapustila (Matjaž in drugi, 2021).
- Ustvarjalci morajo za svoje preživetje na trgu pogosto opravljati več poklicev ali funkcij v verigi vrednosti, vloge so pogosto pomešane.
- Primanjkuje neodvisnih produkcijskih prostorov, ki omogočajo eksperimentiranje in dopuščajo napake.
- KKS v primerjavi z industrijo in drugimi storitvami izkazuje precej višjo stopnjo inovacijske dejavnosti, zlasti na področju netehnološkega inoviranja postopkov in storitev. Za KKS je značilno tudi, da večino raziskovalno-razvojne dejavnosti izvede v lastnih podjetjih, medtem ko industrija in druge storitve za to pogosteje najemajo zunanje strokovnjake. KKS na ta način izkazuje velik servisni potencial za obravnavanje izzivov inoviranja v gospodarstvu (Kozina, 2021).
- Vpetost ponudnikov iz KKS v druge gospodarske ali raziskovalne sektorje je majhna, povezovanja, sodelovanja in mreženja je premalo.
- Izvozna usmerjenost ponudnikov KKS je v splošnem relativno majhna, se pa med panogami močno razlikuje. Statistična analiza je pokazala, da je najbolj izvozno usmerjena panoga programska oprema in igre, pri kateri izvoz predstavlja skoraj polovico vseh prihodkov. Sledi glasba s 33 % izvoza v vseh prihodkih. V vseh drugih panogah KKS izvoz predstavlja manj kot petino prihodkov (Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020). Rezultati ankete, izvedene med predstavniki KKS v Sloveniji (Kavaš in Murovec, 2019), so pokazali, da 85 % anketiranih oseb želi povečati svojo prisotnost na tujih trgih. Glavno oviro jim pri tem predstavlja pomanjkanje lastnih sredstev, znanj/informacij in podpore ministrstev oz. drugih organizacij.

5.2 Povpraševanje

V skupino deležnikov *Povpraševanje* prištevamo vse segmente kupcev storitev, ki so jih ustvarili ponudniki v KKS. Pri tem gre lahko za individualne naročnike oz. prebivalstvo, organizacije iz drugih gospodarskih panog ali iz KKS in tudi za naročnike iz javnega sektorja. Glavne značilnosti skupine so naslednje:

- Eurostat za leti 2010 in 2015 razpolaga s podatki o izdatkih gospodinjstev za kulturne proizvode in storitve. Po teh podatkih se Slovenija s 787 porabljenimi evri na

gospodinjstvo v letu 2015 uvršča v prvo polovico evropskih držav. Za nami precej zaostajajo predvsem balkanske in vzhodnoevropske države, medtem ko zahodnoevropske in severnoevropske države bistveno prednjačijo. Zelo neugoden trend pa se pokaže pri primerjavi podatkov za obe leti, ki razkrije, da so se ob približno enakem znesku skupne potrošnje posameznikov (za najrazličnejše namene) izdatki za kulturo v Sloveniji med letoma 2010 in 2015 pomembno zmanjšali (z 913 na 787 evrov).

- Za KKS so zelo pomembne vse skupine kupcev, največji delež povpraševanja pa sicer predstavljajo individualni naročniki (27 %), kot drugi največji povpraševalec pa sledi javni sektor (22 %) (Kavaš in Murovec, 2019).
- Kozina (2021) na podlagi analize podatkovne zbirke Inovacijska dejavnost v industriji in izbranih storitvenih dejavnosti (SURIS) ugotavlja, da je treba storiti več za prepoznavnost servisnih zmožnosti KKS za obravnavanje inovacijskega potenciala drugih delov gospodarstva. Anketa GZS (Ugovšek, 2021), ki jo je izpolnilo 241 podjetij, je sicer pokazala, da 36 % anketiranih podjetij razvojno in inovacijsko sodeluje s KKS; 32 % anketiranih podjetij pri tem sodeluje z domačim KKS, 4 % pa s tujim. Ta delež ni velik, če ga primerjamo z 82 %, kolikor znaša delež podjetij, ki sodelujejo z domačimi raziskovalno-razvojnimi organizacijami. Poleg tega je pri interpretaciji rezultatov ankete nujno treba poudariti tudi dejstvo, da so se na anketo odzvala predvsem podjetja, ki so inovacijsko zelo aktivna – domnevamo torej lahko, da so v populaciji vseh podjetij ti deleži bistveno manjši.
- Skladno s pomenom javnega sektorja kot povpraševalca po storitvah KKS predstavlja težavo tudi obstoječ sistem javnega naročanja. Kompleksni, zahtevni postopki in odsotnost ustreznih strokovnjakov (pravna služba, strokovnjaki iz specifičnega področja razpisa) pri pripravi se pogosto odražajo v kriterijih izbora, ki dajejo prevelik poudarek nizki ceni in premalo temeljijo na izboru kakovostnih, inovativnih storitev. Javni sektor posledično ne služi drugim naročnikom kot zgled, ampak še dodatno povečuje pritisk na cene ustvarjalcev.
- Splošna premajhna ozaveščenost o pomenu različnih storitev KKS (Kavaš in Murovec, 2019) in omejena zmožnost presoje njihove kakovosti, ki je posledica nepoznavanja oz. v primeru organizacij in javnega sektorja tudi pomanjkanja ustreznega notranjega sogovornika. Storitve KKS so posledično pogosto neustrezno ovrednotene in pritisk na cene je velik. Tudi zmanjšanje sredstev za javne zavode se hitro odrazi prav na zmanjšanju sredstev za ustvarjalce.
- Povpraševanje na tujih trgih je pomembno in kar 59 % anketiranih ponudnikov je prisotnih tudi na tujih trgih, pri čemer pa so med posameznimi panogami KKS velike razlike, kar je povezano tudi z njihovimi specifikami (Murovec in Kavaš, 2019).
- Trg umetnin ni razvit, označuje ga izrazito pomanjkanje zbirateljev in mecenov. Tudi ukrep o umetniškem deležu v javnih investicijskih projektih, ki je bil sprejet v letu 2017, za zdaj ni prinesel zelenih učinkov in se izvaja le v zelo omejenem obsegu.
- Nekateri ustvarjalci so preveč osredinjeni le na slovenski trg. Poleg izredne majhnosti trga preživetje na njem po mnenju ustvarjalcev včasih otežujejo tudi »vratarji« (npr. posredniki, kustosi, galerije), ki določajo, kaj je zanimivo in dobro. Kljub njihovi zavrtnitvi imajo na globalnem trgu realne možnosti odkritja niše z zadostnim tržnim potencialom.
- Kupci oz. uporabniki lahko z nakupom/uporabo določenega produkta KKS izkazujejo tudi svojo individualno in družbeno identiteto, saj ti produkti v sebi nosijo tudi veliko simbolno vrednost, družbeni in kulturni pomen. Za spodbujanje povpraševanja je pomembna tudi ozaveščenost trga o pomenu podpiranja lokalnih ustvarjalcev in gospodarstva.

5.3 Izobraževanje, usposabljanje, razvoj

V skupino deležnikov *Izobraževanje, usposabljanje, razvoj* prištevamo vse ponudnike izobraževanj in usposabljanj ter tudi raziskovalne organizacije, ki podpirajo razvoj sektorja.

Glavne značilnosti skupine so naslednje:

- Programov, povezanih s KKS, je zelo veliko. Najdemo jih lahko na vseh treh javnih univerzah: na Univerzi v Ljubljani, Univerzi v Mariboru in Univerzi na Primorskem. Poleg tega obstajajo tudi številne zasebne univerze ter samostojni višje- in visokošolski zavodi, ki nudijo programe s teh področij.
- Zaradi relativne majhnosti oz. majhnega števila študentov primanjkuje nekaterih specializiranih programov in tudi nabor izbirnih predmetov posledično ni zelo širok. Med širšimi področji, na katerih je opazen primanjkljaj ponudbe programov, sta predvsem kulturni menedžment in muzeologija. Prav tako v Sloveniji nimamo celovitih in meddisciplinarnih študijskih programov, kot je študij kulturnih in kreativnih industrij na ustanovah King's College v Londonu in Erasmus University v Rotterdamu, ki ponujata znanja za prihodnje oblikovalce politik, raziskovalce, menedžerje ali podjetnike na tem področju.
- Splošna kakovost izobraževalnih programov na področju KKS je z vidika pridobitve strokovnih znanj zadovoljiva, kar potrjujejo tudi rezultati ankete (Kavaš in Murovec, 2019).
- Prostor za izboljšave je predvsem na področju posodobitve programov in pri zagotavljanju aktualnih študijskih vsebin, še posebej pa poslovnih znanj (menedžment, trženje, finančna znanja, zaščita intelektualne lastnine ...) ter meddisciplinarnosti študija (Kavaš in Murovec, 2019). Določene možnosti in ponudba sicer obstajajo, vendar pa je težava predvsem v zelo majhni implementaciji zaradi različnih ovir (izvedba predmetov na drugi lokaciji, težave z usklajevanjem urnikov, okrnjena ponudba izbirnih vsebin zaradi majhnega interesa študentov ali vodstva fakultet ...).
- Akterji, ki v okviru različnih univerz delujejo tudi v smeri spodbujanja sodelovanja med študenti, gospodarstvom in tudi raziskovalnim sektorjem, so predvsem službe, centri oz. pisarne za prenos znanja.
- Neizkoriščen je potencial dodatnih izobraževanj (z možnostjo pridobitve certifikata), ki bi jih za izkušene strokovnjake, delujoče v KKS, ponujale visokošolske institucije s področja KKS, ki lahko ponudijo tudi zanje relevantna, kakovostna dodatna znanja.
- Visokošolske institucije na področju KKS imajo pomembno vlogo tudi pri internacionalizaciji, saj poleg vpetosti v mednarodne mreže sodelujejo v programih, ki skrbijo za mednarodno izmenjavo študentov, pedagogov in raziskovalcev. Poleg izobraževalne vloge imajo visokošolske institucije lahko pomembno vlogo pri dvigu ozaveščenosti in promociji KKS (predavanja, razstave, okrogle mize ...).
- Zelo pomembna je tudi ustrezna umeščenost kulturnih in kreativnih vsebin v obvezni predšolski, osnovnošolski in srednješolski izobraževalni program. Mnogo vsebin trenutno ni sistemsko vključenih (npr. oblikovanje, arhitektura). Predvsem nove vsebine težko prodirajo v obvezne programe, opazno je tudi pomanjkanje spodbujanja in razvijanja ustvarjalnosti. Šele spoznavanje področij v kombinaciji z ustvarjanjem pripelje do ustreznega razvoja potencialov, ki jih KKS potrebuje na trgu.
- Strokovni delavci v vrtcih in šolah se med svojim formalnim izobraževanjem niso sistematično srečevali s kulturno-umetnostno vzgojo, čeprav so spoznavali posamezna področja umetnosti. Na fakultetah, ki izobražujejo prihodnje strokovne delavce s področja izobraževanja in kulture, bi zato bilo treba omogočiti spoznavanje elementov kulturno-umetnostne vzgoje, za tiste, ki so študij že zaključili, pa bi bilo potrebno dodatno strokovno usposabljanje na tem področju. Prav tako je pomembno sodelovanje šol s specialisti za kulturno-umetnostno vzgojo na posameznih področjih.

- Poleg kulturno-umetnostne vzgoje v šolah je zelo pomembna tudi kakovostna ponudba tovrstnih vsebin v prostem času. Kulturno-umetnostna vzgoja mora presegati samo konzumacijo kulturnih vsebin ali zgolj tehnično izpopolnjevanje na določenem področju. Pri ponudbi na tem področju imajo pomembno vlogo predvsem različne nevladne organizacije in javni zavodi. Na področju glasbe ima posebno vlogo javno glasbeno šolstvo, ki ima že več kot dvestoletno tradicijo.
- Raziskovalno delo na področju KKS se izvaja v omejenem obsegu predvsem v okviru fakultet in raziskovalnih institucij. V veliki meri ga ovira tudi dejstvo, da Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS umetnosti ni ustrezno umestila med raziskovalna področja. Primanjkljaj raziskav je precejšen, za nekatera področja KKS tudi še niso bile opravljene ustrezne celovite raziskave, ki bi lahko služile kot strokovne podlage za oblikovanje ustreznih podpornih ukrepov (npr. vizualne umetnosti, uprizoritvena umetnost). V postopku akreditacije je nov meddisciplinarni doktorski program, ki se bo ukvarjal z raziskovanjem na področju umetnosti in ki ga pripravlja več fakultet in akademij na UL, nosilka pa je ALUO.

5.4 Podporne organizacije

Med *Podporne organizacije* štejemo le tiste organizacije, ki ciljnim skupinam nudijo kontinuirano podporo in v katerih ima Vlada RS ustanoviteljske pravice in obveznosti in/ali njihove podporne naloge izhajajo iz zakonske podlage.

Nekatere panoge KKS nimajo ustreznih podpornih organizacij (npr. oblikovanje, vizualna umetnost, uprizoritvene umetnosti, glasba), identificirali pa smo naslednje podporne organizacije (po panogah):

- **Arhitektura:** Zbornica za arhitekturo in prostor (ZAPS) opravlja z zakonom in statutom določene naloge za zagotavljanje kakovosti strokovnega dela na področju arhitekture, za ureditev razmer na trgu, ki so pogoj za kakovost dela, ter za izobraževanje in izvajanje javnih pooblastil. Organizacija, katere osnovni namen sicer ni podpora panogi arhitektura, je pa zanjo prav tako relevantna, je Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije (ZVKDS).
- **Kulturna dediščina (muzeji):** Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije (ZVKDS) v skladu z nalogami, opredeljenimi v Ustavi RS in ZVKD-1, skrbi za pravno varstvo (evidentiranje, dokumentiranje in vrednotenje dediščine), ohranjanje dediščine in prenos znanja. Služba za premično dediščino in muzeje pri Narodnem muzeju Slovenije je profesionalni vezni člen med financerjem in izvajalci javne službe v slovenskih muzejih. Ustanovljena je bila z namenom doseči dolgoročne kakovostne strategije razvoja slovenskih muzejev, njene naloge pa so prav tako opredeljene z ZVKD-1.
- **Arhivska dejavnost in knjižnična dejavnost:** Strokovno podporo razvoju knjižnic v sodelovanju z drugimi oddelki Narodne in univerzitetne knjižnice zagotavlja Oddelek za izobraževanje, razvoj in svetovanje (IRIS). Od 1. januarja 2020 je ukinjen Center za razvoj knjižnic. Arhiv Republike Slovenije je organ v sestavi Ministrstva za kulturo in skrbi za enotno strokovno izvajanje javne arhivske dejavnosti.
- **Knjiga:** Javna agencija za knjigo RS. Javna agencija za knjigo Republike Slovenije je oseba javnega prava, ki jo je ustanovila Republika Slovenija. Agencija je bila ustanovljena za opravljanje strokovnih, razvojnih in izvršilnih nalog, povezanih z izvajanjem strateških dokumentov in usmeritev na področju knjige, poleg tega pa tudi dejavnosti, ki spodbujajo razvoj na področju knjige, ter naloge v javnem interesu, določene z zakonom. Njen namen sta tudi zagotavljanje stabilnih pogojev za razvoj področja knjige in strokovno, neodvisno odločanje o izbiri programov in projektov, ki se financirajo iz državnega proračuna.
- **Film in avdiovizualna dejavnost:** Slovenski filmski center, javna agencija Republike Slovenije. Slovenski filmski center je začel delovati januarja 2011 kot naslednik Filmskega sklada Republike Slovenije, javnega sklada. Ustanoviteljica agencije je

Republika Slovenija. Slovenski filmski center spodbuja ustvarjalnost na filmskem in avdiovizualnem področju v Republiki Sloveniji z ustvarjanjem ustreznih pogojev za filmsko, avdiovizualno in kinematografsko dejavnost.

- **Kulturni turizem:** Slovenska turistična organizacija (STO), osrednja nacionalna agencija za promocijo turizma. Aktivnosti Slovenske turistične organizacije so usmerjene v povečanje prepoznavnosti Slovenije kot zelene butične destinacije za petzvezdična doživetja. S sistematičnim načrtovanjem, razvojnimi in promocijskimi aktivnostmi ter sodobnimi metodami umeščanja Slovenije na svetovni turistični zemljevid je Slovenska turistična organizacija v zadnjih letih povečala prepoznavnost in ugled naše države.
- **Drugo umetniško ustvarjanje:** Javni sklad Republike Slovenije za kulturno dejavnost je bil ustanovljen leta 1996. Z ustanovitvijo sklada je bila postavljena pomembna kulturna mreža 59 območnih izpostav sklada, ki pokriva celotno ozemlje Slovenije, sega pa tudi v zamejstvo in mednarodni prostor ter tako omogoča dostop do pomembnejših kulturnoumetniških dosežkov tudi zunaj večjih urbanih središč. Celovita profesionalna mreža za vsestranski razvoj ustvarjalnih potencialov v kulturi s programi omogoča osebno rast in kulturno povezovanje, spodbuja programe kulturne vzgoje in vseživljenjskega učenja ter krepi kompetence, znanja in sposobnosti. JSKD organizira kulturne prireditve in izobraževalne oblike, izdaja revije in druge publikacije, strokovno in organizacijsko pomaga kulturnim društvom in njihovim zvezam v Sloveniji in zamejstvu.

Med podporne organizacije prištevamo tudi organizacije, ki na podlagi dovoljenja pristojnega organa izvajajo določene naloge, npr. kolektivne organizacije na področju avtorskih pravic:

- **Združenje skladateljev, avtorjev in založnikov za zaščito avtorskih pravic Slovenije – Združenje SAZAS** je osrednja kolektivna organizacija na področju glasbe, ki skrbi za kolektivno zaščito glasbenih avtorskih pravic. SAZAS pridobiva avtorske honorarje in jih posreduje avtorjem. Pravice domačih avtorjev oz. imetnikov pravic uveljavlja tudi v tujini, skladno z mednarodnimi dogovori.
- **Združenje avtorjev in nosilcev malih in drugih avtorskih pravic Slovenije – Društvo ZAMP** je kolektivna organizacija, ki v skladu z Zakonom o kolektivnem upravljanju avtorske in sorodnih pravic kolektivno varuje in upravlja avtorske pravice avtorjev in imetnikov iz del s področij književnosti, znanosti in publicistike ter njihovih prevodov.
- **Zavod za uveljavljanje pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov Slovenije – Zavod IPF** je kolektivna organizacija, ki deluje na področju zaščite sorodnih pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov. Sklepa tarifne sporazume z uporabniki ter zaračunava nadomestila za uporabo in jih dodeljuje imetnikom pravic. Podpira in izvaja projekte, namenjene promociji in spodbujanju priljubljenosti domače glasbene industrije (npr. projekt lestvica največkrat predvajanih skladb na radijskih postajah).
- **Slovenska avtorska in založniška organizacija za pravice reproduciranja – SAZOR GIZ, k. o.**, ima dovoljenje za kolektivno upravljanje pravice reproduciranja avtorskih del s področij književnosti, znanosti in publicistike ter njihovih prevodov za privatno in drugo lastno uporabo ter njihovega fotokopiranja, ki presega obseg, določen v 50. členu ZASP. V praksi to pomeni, da združenje zbira in deli nadomestila od fotokopiranja ter reproduciranja na praznih nosilcih besede, zvoka in slike.
- **Zavod za uveljavljanje pravic avtorjev, izvajalcev in producentov avdiovizualnih del Slovenije – Zavod AIPA** izvaja kolektivno uveljavljanje in zaščito pravic soavtorjev avdiovizualnih del, izvajalcev, katerih izvedbe so uporabljene v avdiovizualnih delih, in filmskih producentov. Za navedene upravičence v skladu z Zakonom za avdiovizualna dela kolektivno upravlja naslednji dve pravici: reproduciranje avtorskih (avdiovizualnih) del za zasebno ali lastno uporabo in kabelsko retransmisijo avtorskih (avdiovizualnih) del.
- **Društvo KOPRIVA** je julija 2019 pridobilo dovoljenje za kolektivno upravljanje pra-

vice do pravičnega nadomestila za tonsko ali vizualno snemanje, ki se izvrši pod pogoji privatne ali druge lastne uporabe in ki pripada avtorjem, izvajalcem, proizvajalcem fonogramov in filmskim producentom. Dovoljenje se glede delitve nadomestil nanaša na delitev nadomestil kolektivnim organizacijam, ki imajo dovoljenje za razdeljevanje nadomestil med upravičene imetnike pravic.

5.5 Druge organizacije

V skupino *Druge organizacije* prištevamo vse organizacije (javne in zasebne), ki prav tako nudijo pomembno podporo KKS, vendar se financirajo iz članarin (združenja) ali domačih in tujih projektov.

Podporno vlogo obstoječih organizacij lahko strnemo v naslednje ugotovitve:

- Obstaja veliko število organizacij, ki nudijo podporo, vendar pa je obseg podpore, ki jo posamezne organizacije nudijo, precej različen tako z vidika panog, ki jih posamezna organizacija pokriva, kot z vidika področij same podpore. Velika večina teh organizacij je organizirana kot nevladne organizacije.
- Glavni prispevek drugih organizacij je predvsem v povezovanju, skrbi za dvig strokovne ravni z organizacijo raznovrstnih strokovnih predavanj, izobraževanj in delavnic, mednarodnem mreženju in promociji ter sodelovanju z lokalnimi in nacionalnimi organi pri oblikovanju zakonodaje in strateških dokumentov.
- Pomembno podporo drugim akterjem na področju KKS nudijo tudi nekateri javni zavodi, medtem ko druge javne zavode označujeta premajhna odprtost in slabo sodelovanje z drugimi (predvsem nevladnimi) organizacijami in posamezniki.
- Stanovske organizacije predstavljajo pomembno skupino drugih organizacij, ki nudijo podporo posameznim panogam znotraj KKS (npr. društva arhitektov, društva likovnih umetnikov, Društvo oblikovalcev Slovenije).
- Zelo malo je organizacij, ki so bolj horizontalne in nudijo podporo več panogam ali celotnemu KKS. To so predvsem MAD s Centrom za kreativnost, Motovila, ki izvaja dejavnosti Centra Ustvarjalna Evropa v Sloveniji (CED Slovenija), in Asociacija, ki je organizacija za zagovorništvo nevladnih organizacij in samostojnih ustvarjalcev v umetnosti in kulturi. MAD in Motovila izvajata podporo celotnemu KKS na podlagi projektnega financiranja, zato bi bilo pomembno, da bi podporo celotnemu KKS institucionalizirali.
- V posebno skupino lahko umestimo tudi subjekte inovativnega okolja (inkubatorje, tehnološke parke) in druge organizacije podpornega okolja za podjetništvo, ki nudijo podporo tudi KKS, čeprav za to niso specializirani.
- Nekatero organizacije, ki so prav tako bile zelo aktivne na področju podpore KKS, so zaradi pomanjkanja ustreznih prostorskih rešitev svoje delovanje morale omejiti (npr. Poligon, Zavod Big, Kreativna cona Šiška – vsi v Ljubljani; Riiba – v Izoli; Punkt – v Trbovljah). V prihodnosti se podpori KKS sicer obetajo novi prostori tudi v mestnem zavodu Center Rog MOL, ki pa širšega pomanjkanja produkcijskih in delovnih prostorov za ustvarjalce še vedno ne bodo rešili.
- Med naštetimi organizacijami, ki so prenehale delovati zaradi pomanjkanja ustreznih prostorov in podpore, je tudi večina prostorov za sodelo, ki imajo sicer v KKS pomembno vlogo, saj poleg souporabe prostorov nudijo tudi druge podporne storitve (izmenjava izkušenj in znanj, usposabljanje, svetovanje ...). Pomen takšnih prostorov za razvoj KKS je potrdila tudi anketa (Kavaš in Murovec, 2019), v kateri so anketirane osebe poleg tega poudarile tudi pomen produkcijskih prostorov. Na mnogo področjih KKS obstajajo specializirane revije (npr. Outsider, Likovne besede, Maska, Fotografija), prav tako so posameznim področjem namenjeni spletni portali (npr. portal Kritika, Sigledal, Music Slovenia), za informiranost in ozaveščenost pa so pomembni tudi spletni portali, ki pokrivajo več področij (npr. kulturnik.si).
- Na področju KKS imamo v Sloveniji tudi veliko uveljavljenih prireditev in nagrad,

vendar tudi zanje velja, da so namenjene predvsem posameznim panogam KKS. Širši spekter pokriva Prešernova nagrada, ki pa je namenjena dosežkom na področju kulture. Nagrad, ki bi bile namenjene celotnemu KKS in hkrati tudi bolj tržno usmerjene, kot je britanska nagrada za kreativnega podjetnika leta, za zdaj nimamo.

5.6 OBLIKOVALCI POLITIK

V skupino *Oblikovalci politik* prištevamo predvsem nacionalne oblikovalce politik in občine. Nacionalni oblikovalci politik imajo v Sloveniji zaradi odsotnosti pokrajin (regionalna raven) in velikega števila finančno šibkih občin (lokalna raven) odločilno vlogo. Pri tem omenjamo predvsem izvršilno oblast (ministrstva), čeprav ima pri oblikovanju poslovnega okolja pomembno vlogo tudi zakonodajna oblast.

Pri definiranju oblikovalcev politik je treba ločiti med ministrstvi, organi v sestavi in izvajalskimi institucijami.

Med ministrstvi imajo največji vpliv na oblikovanje javnih politik na področju KKS v zadnjih letih naslednja¹:

- Ministrstvo za kulturo,
- Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo,
- Ministrstvo za javno upravo,
- Ministrstvo za zunanje zadeve,
- Ministrstvo za okolje in prostor,
- Ministrstvo za infrastrukturo,
- Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport,
- Služba vlade za razvoj in evropsko kohezijsko politiko in
- Služba vlade za digitalno preobrazbo.

Med izvajalskimi organizacijami, ki imajo pomembno vlogo pri izvajanju javnih politik na področju KKS, izstopajo Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (SPIRIT Slovenija), Slovenski podjetniški sklad in Slovenska turistična organizacija. Med izvajalskimi organizacijami pa so tudi organizacije, ki nudijo strokovno podporo posamezni panogi, kot so Javna agencija za knjigo, Javni sklad za kulturne dejavnosti in Slovenski filmski center.

Od organov v sestavi bi omenili Urad RS za intelektualno lastnino (UJL), ki je posredno namenjen tudi podpori KKS (avtorske pravice).

Pomembno vlogo pri spodbujanju KKS imajo tudi občine, še posebej mestne občine. Občine z lokalnimi programi kulture financirajo javne zavode na področju kulture (program, upravljanje, tekoče vzdrževanje, investicije), podpirajo nevladni sektor na področju kulture, organizirajo turistične dogodke, omogočajo dostop do občinskih prostorov in imajo pomembno vlogo pri prostorskem načrtovanju (vpliv na panogo arhitektura) in javnem naročanju. Podporo KKS izvajajo tudi regionalne razvojne agencije in druge podporne regionalne in lokalne organizacije. Večinoma se financira iz sredstev EU (npr. programi Interreg), zato je podpora vezana na trajanje projekta in vsebino programov, financiranih iz sredstev EU (Operativni program, programi Interreg). Regionalna in lokalna podpora KKS tako v Sloveniji nista sistematični, temveč projektni in v veliki meri koncentrirani na območje zahodne kohezijske regije.

Analizi obstoječih podpornih ukrepov za KKS se bomo podrobneje posvetili v drugi fazi analize (Kavaš in Predan, 2022), v kateri bodo predstavljeni tudi predlogi ukrepov prihodnje podpore KKS v Sloveniji.

1

Pri definiranju oblikovalcev politik je treba izhajati s področja delovanja in pristojnosti posameznega ministrstva, saj se sestava in delovanje vlade, število, pristojnosti in organizacija ministrstev s posamezno vlado spreminjajo.

V tabeli 1 sumarno prikazujemo vse že predstavljene skupine deležnikov v ekosistemu, pri čemer skušamo na kratko navesti tudi njihove glavne vplive na posamezne podporne stebre javne podporne politike na področju podpore kulturnega in kreativnega sektorja. Opredeljeni podporni stebri so naslednji: splošni pogoji poslovanja, trg (povpraševanje na trgu), kompetence in usposabljanja, financiranje, internacionalizacija, infrastruktura, ozaveščenost in promocija, podporne politike (strategije, programi). Tako npr. v prvi vrstici v tabeli vidimo, da ponudba (izvajalci), ki predstavlja prvo skupino deležnikov v ekosistemu, nima bistvenega vpliva na splošne pogoje poslovanja, financiranje, infrastrukturo in podporne politike, ima pa seveda pomemben vpliv na trg, pa tudi na kompetence in usposabljanja, internacionalizacijo ter na ozaveščenost in promocijo. Hkrati lahko iz prvega stolpca razberemo, da imajo od vseh skupin deležnikov na splošne pogoje poslovanja vpliv zgolj oblikovalci politik, medtem ko npr. na internacionalizacijo vplivajo vse skupine deležnikov, kar je pri oblikovanju ustreznih podpornih ukrepov treba upoštevati.

Sumarni pregled po vseh skupinah deležnikov razkrije, da deležniki načeloma pokrivajo vse stebre javne politike na področju KKS, torej ni nobenega podpornega stebra, na katerega ne bi imela vpliva nobena od skupin deležnikov, kar je pri oblikovanju javne politike spodbujanja KKS pomembno. Seveda se je pri tem nujno treba vprašati tudi, kakšna je realna podpora (vsebinsko, finančno) in kakšna so razmerja med posameznimi skupinami deležnikov. Ravno razmerja med posameznimi deležniki pa posredno analiziramo v okviru analize verige vrednosti, ki je predstavljena v naslednjem poglavju.

Tabela 1: Deležniki in njihove funkcije

Deležniki:	Splošni pogoji poslovanja	Trg (povpraševanje na trgu)	Kompetence in usposabljanja
Ponudba (izvajalci)	Nima relevantnega vpliva na splošne pogoje poslovanja.	Heterogena ponudba (kvalificiranost, kakovost, cena); promocija lastnih storitev; pobude za projekte; povezovanje in povpraševanje po storitvah drugih panog KKS; servisni potencial za inovacije v gospodarstvu.	(Samo) usposabljanje zaposlenih in samozaposlenih.
Povpraševanje			
	Nima relevantnega vpliva na splošne pogoje poslovanja.	Podjetja predstavljajo pomemben del povpraševanja v vlogi naročnika in tudi pri skupnih projektih (sodelovanje, partnerstvo); javni sektor vpliva na povpraševanje z javnimi naročili, razpisi, natečaji; sistem javnega naročanja pogosto spodbuja cenovno konkurenco.	Nima relevantnega vpliva na kompetence in usposabljanja.

	Financiranje	Interna- cionalizacija	Infrastruktura	Ozaveščenost in promocija	Podporne politike (strategije, programi)
	Nima relevantnega vpliva na financiranje.	Spodbujanje internacionalizacije drugih s sodelovanjem pri mednarodnih projektih in deljenjem pridobljenih izkušenj. Upravljanje javnih prireditvenih prostorov (predvsem nevladne organizacije).	Nima relevantnega vpliva na infrastrukturo.	Promocija in ozaveščanje z lastno aktivnostjo in odmevnimi projekti (doma, v tujini); medijsko udejstvovanje; sodelovanje pri organizaciji razstav, prireditev.	Nima relevantnega vpliva na podporne politike.
	Nima relevantnega vpliva na financiranje.	Podjetja oz. naročniki, ki nastopajo na mednarodnih trgih, posredno prispevajo tudi k internacionalizaciji ustvarjalcev, ki sodelujejo z njimi.	Javni sektor ima na voljo razstavne in prireditvene prostore.	Zadovoljni naročniki širijo dobro besedo; dobre, uspešne prakse uporabe oz. sodelovanja s KKS prispevajo k promociji in ozaveščenosti drugih; javni sektor KKS oglašuje z različnimi javnimi prireditvami, ki so pogosto tudi medijsko spremljane.	Nima relevantnega vpliva na podporne politike.

Izobraževanje, usposabljanje in razvoj	Nimajo relevantnega vpliva na splošne pogoje poslovanja.		Kakovostni izobraževalni programi, tudi s priznanimi mednarodnimi akreditacijami.
Podporne organizacije	Nimajo relevantnega vpliva na splošne pogoje poslovanja.	Nimajo relevantnega vpliva na trg.	Različna usposabljanja (delavnice, predavanja, konference) in svetovanja.
Druge organizacije	Nimajo relevantnega vpliva na splošne pogoje poslovanja.	Nimajo relevantnega vpliva na trg.	Različna krajša usposabljanja (delavnice, predavanja, konference), predvsem na prireditvah, ki jih organizirajo.
Oblikovalci politik	Priprava in izvedba zakonodaje (davčna, delovna, specifična za posamezna področja).	Javno naročanje.	Financiranje visokošolskih programov.

Nimajo relevantnega vpliva na financiranje.	Različni programi, ki omogočajo mednarodno izmenjavo študentov in pedagogov.	Nimajo relevantnega vpliva na infrastrukturo.	Promocija KKS s kakovostnimi študijskimi dosežki študentov v slovenskem in mednarodnem prostoru; organizacija in sodelovanje pri različnih prireditvah (delavnice, razstave, predavanja itd.).	Nimajo relevantnega vpliva na podporne politike.
Razpisi (sodelovanje z MK).	Razstave in sejmi.	Na voljo imajo razstavne prostore.	Promocija KKS in ozaveščanje javnosti; organizacija različnih prireditev (konference, razstave, nagrade, predavanja itd.).	Nimajo relevantnega vpliva na podporne politike.
Nimajo relevantnega vpliva na financiranje.	Sodelovanje v različnih mednarodnih mrežah; organizacija srečanj s podobnimi organizacijami v tujini.	Nekatere organizacije imajo na voljo razstavne prostore.	Ozaveščanje javnosti in promocija KKS z organizacijo različnih izobraževalnih in promocijskih prireditev, podeljevanjem nagrad, širjenjem dobrih praks ...	Nimajo relevantnega vpliva na podporne politike.
Finančne spodbude.	Promocija v tujini, pomoč pri internacionalizaciji.	Ustanavljanje in finančna podpora za program, upravljanje, vzdrževanje, investicije.	Promocija.	Strateški dokumenti.

Veriga vrednost

Da bi lahko določili optimalne točke za intervencijo in spodbujanje kreativne ekonomije, je pomembno, da razumemo verigo vrednosti proizvodnje in distribucije kreativnih proizvodov in storitev. Pri tem je potrebno sistematično razumevanje tega, kdo so deležniki in kakšni so odnosi med njimi. Kot pomembno analitično orodje se je pri tem poleg analize ekosistema (peto poglavje) izkazala tudi analiza verige vrednosti, ki prikazuje napredovanje kreativnih proizvodov od začetne ideje do končne potrošnje (UNCTAD, 2008).

Veriga vrednosti je skupina deležnikov, ki sestavljajo vertikalno povezano verigo ali mrežo, v kateri obstajajo komplementarnosti pri raziskavah, razvoju in inovacijah (povezovanje več tehnologij in produktnih smeri), trženju in/ali poslovanju, ki se odražajo bodisi v obliki prodaje končnih produktov bodisi v prodaji vmesnih produktov v mednarodnih verigah in mrežah vrednosti. Tako analiza verige vrednosti omogoča analizo vloge posameznih partnerjev v verigi vrednosti, analizo razmerij med posameznimi partnerji (način in intenzivnost sodelovanja, medsebojna razmerja, delitev vrednosti), analizo upravljanja posamezne verige vrednosti in oceno konkurenčnosti posamezne verige vrednosti (UNIDO, 2009). Položaj v verigi vrednosti v veliki meri določa možnost doseganja ustreznega plačila in nedelujoče verige vrednosti (niso vzpostavljene, »nepošteni« odnosi v verigi vrednosti) vodijo k uničenju partnerjev.

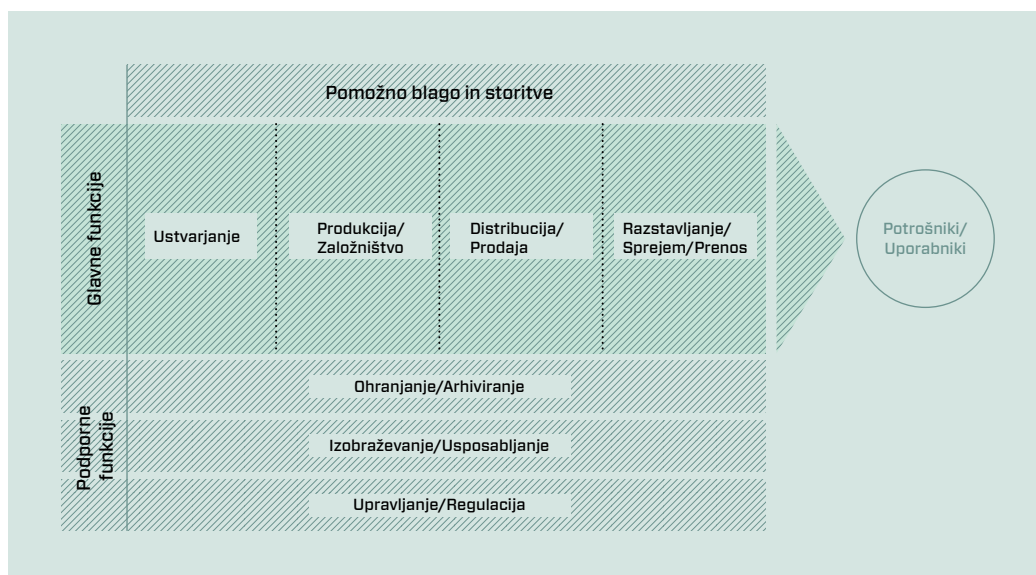
Temeljna vprašanja, s katerimi se pri analizi verige vrednosti ukvarjamo, so naslednja:

- Kateri akterji sodelujejo v verigi vrednosti?
- Kakšni so odnosi med posameznimi akterji?
- Katere pomanjkljivosti ima veriga vrednosti?
- Kako lahko z javno politiko podpiramo verigo vrednosti?

Analiza verige vrednosti je eden od pristopov k pripravi ukrepov javne politike, saj lahko z javno politiko izboljšamo delovanje posamezne verige vrednosti in s tem tudi vključenih partnerjev/panog. Predlog ukrepov javne politike na področju KKS, ki bodo izhajali iz opravljene analize, bo pripravljen v drugi fazi analize in predstavljen v ločeni publikaciji.

Pri opisu verige vrednosti smo uporabili in prilagodili metodologijo, ki so jo uporabili De Voldere in drugi (2017) pri pripravi študije Mapping the Creative Value Chains – A study on the economy of culture in the digital age. Študijo je konzorcij organizacij, ki so ga sestavljali IDEA Consult, imec-SMIT-VUB in KEA, pripravil za Evropsko komisijo. Metodologijo prikazujemo in kratko pojasnjujemo v nadaljevanju.

Slika 3: Veriga vrednosti - metodologija



Vir: De Voldere in drugi, 2017

Glavne funkcije

- **Ustvarjanje:** Funkcija ustvarjanja se nanaša na dejavnosti, povezane z izdelavo umetniških idej, vsebin in izvirnih kulturnih in kreativnih izdelkov/storitev.
- **Produkcija/objava (založništvo):** Proizvodnja kulturnih in kreativnih izdelkov in storitev se nanaša na dejavnosti, ki pomagajo izvirno delo spremeniti v razpoložljivo delo. Produkcija in založništvo sta povezana na isti stopnji cikla, vendar je proizvodnja povezana z nereproduciranimi izdelki, medtem ko je objavlanje povezano z reproduciranimi. Produkcija in objava vključujeta različne formate in metode: knjižna izdaja knjige je založniška zadeva; tako je tudi z izdelavo elektronskih knjig.
- **Distribucija/prodaja:** Funkciji distribucije sta zagotavljanje ustvarjenih in proizvedenih del ter dostava množično proizvedenih kulturnih in kreativnih izdelkov/storitev potrošnikom in razstavljavcem (npr. trgovina na debelo, drobno in izposoja posnetih glasbenih del in računalniških iger, distribucija filmov). Z drugimi besedami, distribucija vključuje dejanja komuniciranja in trženja, tako da so kulturni in kreativni izdelki in storitve na voljo potrošnikom. Po drugi strani so kulturne in kreativne trgovske dejavnosti tiste, ki vključujejo nakup kulturnih in kreativnih dobrin od tretje osebe, da bi jih prodali brez sprememb (ali z zelo malo spremembami). Kulturne in kreativne trgovske dejavnosti se včasih le delno ujemajo s klasifikacijo kulturne in kreativne statistike (npr. prodaja časopisov, povezanih s pisarniškim materialom), včasih pa se v celoti štejejo za kulturne oz. kreativne (npr. prodaja knjig). Z nastopom elektronskega trgovanja se distribucijska omrežja spreminjajo, v koncept kulturnih in kreativnih dejavnosti pa je vključena tudi spletna trgovina.
- **Razstavljanje/sprejem/prenos:** Ta funkcija se nanaša na zagotavljanje živih in/ali nepovezanih kulturnih in kreativnih izkušenj občinstvu z odobritvijo ali prodajo dostopa do porabe/sodelovanja v časovno zasnovanih kulturnih in kreativnih dejavnostih (npr. organizacija festivalov in produkcija, operne hiše, gledališča, muzeji, (digitalni) kino. Sprejem je postopek, s katerim se izdelek oz. storitev dostavi končnemu uporabniku (digitalni kino, 3D, predstava v živo ali oddajanje). Razstava/sprejem/prenos vključuje prenos znanja in spretnosti (neformalno učenje) s kulturno ali kreativno izkušnjo, včasih v soustvarjalnem procesu z uporabniki (npr. prenos nesnovne kulturne dediščine iz roda v rod).

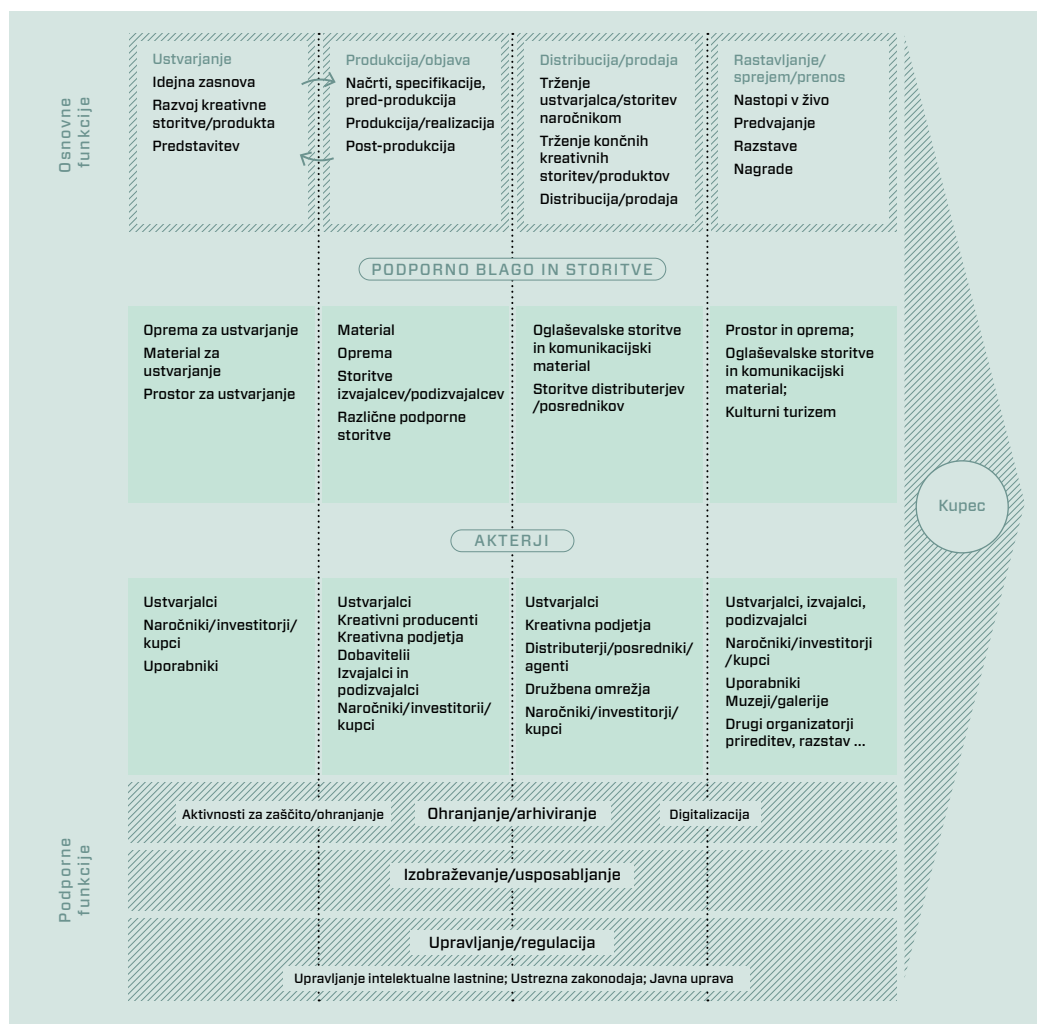
- **Ohranjanje:** Ohranjanje vključuje vse dejavnosti, ki ščitijo, obnavljajo in ohranjajo kulturno dediščino (ESSnet, 2009). Digitalizacija velja predvsem za del ohranjanja dejavnosti, zlasti za založniški podsektor, čeprav ima tudi funkcijo razširjanja.
- **Izobraževanje/usposabljanje:** Izobraževanje se razume kot formalno in neformalno izobraževanje na področju kulture ali kreativnosti. Omogoča razvoj in prenos znanj v priznanih kulturnih in kreativnih dejavnostih ter funkcijo ozaveščanja na kulturnih področjih.
- **Upravljanje/regulacija:** Funkcija upravljanja se nanaša na dejavnosti, ki jih izvajajo institucionalne, javne ali zasebne organizacije, katerih poslanstvo je ponuditi sredstva in ugodno okolje za kulturne in kreativne dejavnosti, upravljavce in prostore. To zajema administrativne dejavnosti in dejavnosti tehnične podpore za podporo kulturi oz. kreativnosti. Regulacija je potrebna tako za spodbujanje kulturnih in kreativnih dejavnosti kot za opredelitev in podelitev avtorskih pravic.

Pomožno blago in storitve

Blago in storitve, ki niso neposredno povezane s kulturno in kreativno vsebino, temveč omogočajo ustvarjanje, produkcijo, distribucijo ali razstavo kulturnih in kreativnih del (npr. elektronske naprave, kot so e-bralniki in glasbeni instrumenti).

Na podlagi predhodno opisane metodologije v nadaljevanju predstavljamo shematski prikaz in analizo verige vrednosti KKS v Sloveniji.

Slika 4: Veriga vrednosti KKS v Sloveniji



Shema verige vrednosti KKS v Sloveniji (slika 3) predstavlja poenostavljen linearni prikaz verige vrednosti, zato vse (povratne) povezave iz sheme niso razvidne. Tudi meje med posameznimi funkcijami so v vsakodnevni poslovni realnosti seveda bolj zabrisane. Zaradi velike heterogenosti KKS gre seveda tudi za zelo posplošen prikaz – razlike v verigah vrednosti med posameznimi panogami KKS so namreč precejšnje.

Veriga vrednosti KKS temelji na ustvarjanju, produkciji in distribuciji unikatnih vsebin, katerih posledica so tako načrtovana kot tudi nepričakovana sodelovanja, partnerstva in povezovanja. Za delovanje teh procesov so potrebni različni viri, ki jih je treba ustrezno razviti in uveljaviti. Ti viri so po naravi raznovrstni in obsegajo tako znanje in veščine kot tudi financiranje in infrastrukturo. Zaradi potrebe po sodelovanju številnih akterjev (posledica novih tehnologij, povečane vloge uporabnika, krajših razvojnih ciklov ...) so se verige vrednosti pravzaprav spremenile v mreže vrednosti in ekosistemov (Oksanen in drugi, 2018). Ekosistema ob zavedanju medsebojne povezanosti v shemi verige vrednosti kljub temu ne prikazujemo podrobneje. Zaradi prevelike kompleksnosti skupnega prikaza ekosistem analiziramo posebej v petem poglavju, medtem ko se na tem mestu posvečamo zgolj osrednjemu delu tega ekosistema, torej verigi vrednosti.

Pomembna značilnost verige vrednosti v KKS je, da **ustvarjalec oz. avtor, ki v prvi osnovni funkciji ustvari osnovni kreativni produkt in pogosto nastopa kot posameznik, ni vedno neposredno vpleten tudi v vse druge funkcije, v katerih se sicer prav**

tako ustvarja dodana vrednost. Posledično tudi končni produkt ter avtorske in sorodne pravice niso nujno ustrezno povezani z dobičkom, ki ga končni produkt dosega. To predstavlja eno glavnih pomanjkljivosti verige vrednosti v KKS tako v Sloveniji kot tudi drugod po svetu (De Voldere in drugi, 2017), saj je **ustvarjalec pogosto v neprimerno šibkejšem položaju v primerjavi z drugimi, velikimi akterji v verigi vrednosti.** Poleg tega je v Sloveniji še vedno precej prisotna **kultura podizvajalstva** (odnos, v katerem se kupi storitev), v kateri skupni cilji niso enakopravni, še posebej ko gre za bistveno večja, močnejša podjetja v odnosu do ustvarjalca. Na tej točki lahko zato zelo pomemben element predstavljajo različni podporni ukrepi. Subjektom kulturnega in kreativnega sektorja je treba pomagati, da se začnejo bolj zavedati svoje vrednosti in pravic intelektualne lastnine, ter jim omogočiti lažjo, hitrejšo zaščito, da bodo tako lahko bolj uživali koristi produkta, ki so ga pomagali ustvariti in prodati in ki je v skladu s pričakovanji kupcev. **Pomembno je torej, da znajo svoje storitve ustrezno ovrednotiti in tudi tržiti oz. da opravljanje tega dela zaupajo komu, ki je za to primerno usposobljen.** Javni sektor bi v svojem delovanju in na razpisih moral predstavljati zgled ustreznega vrednotenja.

Ob vprašanju ustvarjenega dobička in njegove ustrezne delitve se je istočasno nujno treba zavedati, da **imajo nekateri kulturnokreativni produkti zelo omejene možnosti za neposredno dobičkonosnost.** To seveda nikakor ne pomeni, da so brez vrednosti, saj lahko (poleg same umetniške vrednosti) predstavljajo tudi osnovo za nadaljnjo inovativnost in so kot del ekosistema KKS nepogrešljivi. Izredno pomembno vlogo ima zato na tem mestu javno financiranje oz. **zagotavljanje takšnih ustvarjalnih pogojev, ki omogočajo tudi prostor za tveganje in eksperimentiranje s kreativno vsebino,** brez nenehnega pritiska doseganja dobičkonosnosti in vnaprej določenih rezultatov.

Medtem ko je šibkejši položaj ustvarjalca v splošnem značilen za verige vrednosti v KKS, je posebnost Slovenije v tem, da **v mnogo panogah KKS tudi akterji, sicer tipično prisotni pri drugih osnovnih funkcijah (produkcija/objava, distribucija/prodaja, razstavljanje/sprejem/prenos), niso bistveno večji od ustvarjalcev ali pa ustreznih specializiranih akterjev sploh nimamo.** Posamezni ustvarjalci tako pogosto **sami skušajo poskrbeti za vse** ali vsaj za večino osnovnih funkcij (zaradi pomanjkanja/nedostopnosti specializiranih akterjev, nezaupanja ali zaradi izboljšanja lastnih možnosti za preživetje na trgu), za kar pa jim seveda **primanjkuje ustreznih znanj in izkušenj,** poleg tega pa to od njih terja tudi veliko energije, ki bi jo sicer lahko usmerili na ustvarjanje. **Osrednji problem verige vrednosti v KKS tako pogosto predstavlja odsotnost ustreznih akterjev in mehanizmov, s katerimi bi kreativne produkte uspešno in učinkovito spravili do kupcev, pri tem pa poskrbeli tudi za ustrezno ovrednotenje končnega izdelka in primerno razdelitev vrednosti, realizirane na trgu, med sodelujoče akterje.** Za posamezne ustvarjalce seveda v tem smislu lahko postanejo relevantne tudi velike mednarodne korporacije, ki same prevzamejo večino funkcij v verigi vrednosti, vendar pa so te dostopne le zelo ozkemu krogu ustvarjalcev. Poleg tega v mednarodnih korporacijah ustvarjen dobiček odteka iz države in ni ponovno investiran v domače ustvarjalce, s čimer je lokalna veriga prekinjena.

Za ustvarjalce je vsekakor dobro, če se med seboj povezujejo in vzdržujejo tesne stike in sodelovanje z dobavitelji in kupci, saj so, kot rečeno, v verigo vrednosti vpletena po moči zelo raznovrstna podjetja. Posamezni ustvarjalci, ki v verigi vrednosti želijo prevzeti različne funkcije, imajo **zaradi majhnosti težave tako s pridobivanjem ustreznih dobaviteljev kot tudi izvajalcev in podizvajalcev, distributerjev in drugih akterjev,** ki bi jim lahko pomagali na poti do realizacije ideje na trgu. Sodelovanje ustvarjalcev z drugimi akterji sicer otežujejo tudi nekatere značilnosti kreativnega procesa, ki vključujejo avtonomnost (ustvarjalci potrebujejo dovolj prostora za lastno neodvisno presojo), nekonformnost (v načinu komuniciranja, dela, oblačenja ...) in nedoločenost (kreativne storitve in tudi cilji pogosto ne morejo biti vnaprej jasno določeni, saj se izoblikujejo šele v kreativnem procesu) (Davis in Scase, 2000). V slovenskem prostoru (pa tudi širše) so poleg tega prisotni tudi **majhna kultura sodelovanja in povezovanja, nezaupljivost ter strah pred izgubo zaznane umetniške vrednosti** ob večji usmeritvi na trg.

V drugi fazi verige vrednosti (produkcija/objava) je vpletenost ustvarjalca lahko različna. Do razlik prihaja tako med posameznimi panogami KKS kot tudi znotraj njih. Medtem ko

se v nekaterih panogah veriga vrednosti pravzaprav pogosto začne šele s to fazo (npr. uprizoritvene umetnosti), se lahko v drugih primerih na začetku te faze vpletenost ustvarjalca že zaključi (npr. vizualna umetnost) ali pa je prav on tisti, ki nastopi tudi kot kreativni podjetnik in igra glavno vlogo tudi v fazi produkcije oz. sodeluje pri njej z drugimi akterji ali kreativnimi producenti. Ustvarjalec je lahko tudi zgolj eden od zaposlenih v kreativnem podjetju in je njegova glavna naloga ustvarjanje, medtem ko drugi zaposleni prevzamejo druge naloge, še posebej takrat, ko je potrebna večja investicija v produkcijo in posledično tudi večja koordinacija projekta. **Za kreativna podjetja je zelo pomembno, da imajo poleg ustvarjalcev tudi tehnološke strokovnjake, vodje projektov z ustreznimi poslovnimi znanji in seveda distributerje**, ki pa so predmet naslednje faze verige vrednosti. V fazi produkcije/objave pogosto pride tudi do sodelovanja s kreativnimi podjetji ali ustvarjalci iz drugih panog KKS (npr. glasba za film, kostumi za predstavo, ilustracije).

Rezultati ankete med predstavniki KKS v Sloveniji (Kavaš in Murovec, 2019) so pokazali, da težavo v njihovi verigi vrednosti predstavlja tudi **neustrezna razpoložljivost kompetentnih posrednikov. Faza distribucije/prodaje** tudi sicer **pogosto predstavlja največjo težavo v KKS**. V verigo vrednosti lahko takrat vstopijo akterji, ki pri ustvarjanju kreativnega produkta niso sodelovali, vendar so prav tako pomembni za realizacijo ustvarjene dodane vrednosti, saj skrbijo za uspešno diseminacijo in distribucijo produkta končnim kupcem. Za trženje produkta lahko poleg tega skrbijo tudi agenti, ki so v Sloveniji prisotni le redko, pa tudi sicer so v evropskem prostoru manj običajni. Družbena omrežja lahko pri trženju igrajo osrednjo vlogo, še posebej za ustvarjalce oz. kreativne podjetnike posameznike, kot enega od pomembnih kanalov za komuniciranje in distribucijo pa jih uporabljajo tudi večji akterji. Za učinkovito, uspešno uporabo družbenih omrežij pa so prav tako potrebna posebna znanja, ki posameznikom pogosto primanjkujejo. **V panogah KKS, za katere so značilni relativno preprosti produkcijski procesi, je celotna veriga vrednosti** toliko bolj **pod vplivom trendov na področju distribucije**. Ti gredo po eni strani v smeri izpuščanja posrednikov, kar z neposrednim dostopom in cenejšo distribucijo omogoča digitalizacija. S tem **tradicionalni posredniki izgubljajo moč, čemur pa pogosto sledi vstop novih, drugačnih posrednikov** (večinoma spletnih platform), ki pridobijo veliko moč. Poleg pomanjkanja/nedostopnosti ustreznih akterjev in pomanjkanja znanj **dodatno težavo v fazi prodaje predstavlja majhnost domačega trga, zato je zelo pomembna usmerjenost na mednarodni trg**, pri čemer pa ustvarjalci prav tako potrebujejo pomoč.

Faza razstavljanja/sprejema/prenosa za nekatere kreativne produkte sicer ni tako relevantna oz. lahko predstavlja zgolj dodatno trženjsko aktivnost, je pa ta faza osrednjega pomena za tiste kreativne storitve, pri katerih gre za izkušnje (npr. predstave, koncerti, razstave). Ker še posebej **mladi ustvarjalci težko pridejo do priložnosti za tovrstno predstavitev svojih del**, je zelo pomembno, da za ustrezne možnosti s pozivi za mlade ustvarjalce poskrbijo javne institucije. V fazi razstavljanja/sprejema/prenosa je zelo **pomembna tudi navezava s storitvami kulturnega turizma**, ki je v obojestransko korist.

Kupci so akterji, pri katerih se pomen vpletenosti v različnih fazah verige vrednosti v praksi prav tako zelo razlikuje v odvisnosti od posamezne panoge oz. značilnosti kreativnega produkta. V nekaterih panogah (npr. oglaševanje, arhitektura, oblikovanje) je zelo pomembna vpletenost kupcev in/ali naročnikov že v prvih fazah, saj prvi impulz za kreativne ideje pride od njih. Do precejšnjih razlik pri vpletenosti kupcev prihaja tudi v odvisnosti od posameznega ustvarjalca/ponudnika. Kljub razlikam pa lahko trdimo, da **sodelovanje s kupci v vseh fazah verige vrednosti za vse panoge lahko predstavlja potencial** in je pogosto tisti dejavnik, ki ustvari glavno razliko med posameznimi ponudniki kreativnih proizvodov/storitev.

Pri podporni funkciji ohranjanje/arhiviranje je **treba poudariti digitalizacijo, ki ima poleg same funkcije ohranjanja velik vpliv na celotno verigo vrednosti**. Investicije v digitalno infrastrukturo so zato nujno potrebne, saj dostop KKS (fizični in cenovni) do hitrih internetnih povezav ter kakovostne strojne in programske opreme predstavlja osnovo za njihovo delovanje. Digitalizacija namreč v vseh panogah KKS (ne pa v vseh v enaki meri) vpliva tako na samo ustvarjanje kot tudi na produkcijo, najbolj korenito pa, kot že omenjeno, spreminja verige vrednosti v fazi distribucije. Akterjem v vseh fazah

omogoča uporabo novih orodij za avtomatizacijo in organizacijo obstoječih aktivnosti na učinkovitejši način, raziskovanje novih tržnih priložnosti (skupaj z novimi vlogami v verigi vrednosti), prevzemanje popolnoma novih aktivnosti, skupaj z novimi poslovnimi modeli (De Voldere in drugi, 2017). Digitalizacija omogoča tudi pomembne ekonomije obsega na tistih področjih, na katerih je kreativne produkte enostavno reproducirati z majhnimi mejnimi stroški. Pri tem je seveda pomembno, da se vrednost takšnih produktov s tem bistveno ne zmanjša, kar pa ni značilno za vsa področja KKS. Kljub raznovrstnim učinkom, ki jih digitalizacija na verige vrednosti v KKS ima, pa teh verig pravzaprav ni tako drastično spremenila. Obstoječim akterjem so se pridružili novi, s čimer se je kompleksnost verig povečala. Prav tako so se spremenila tudi razmerja moči, vendar pa nobena vrsta akterjev ni postala odvečna. V okviru podpornih funkcij je poleg digitalizacije **treba poudariti tudi zakonske podlage in predpise, ki so na nekaterih področjih neustrezno urejeni** (npr. arhitektura, avdiovizualna umetnost), kar se med drugim odraža v dolgotrajnih, nejasnih postopkih pridobivanja dovoljenj in kot ovira za razvoj področja.

Razvojni potenciali

Pri ugotavljanju razvojnih potencialov igrata poleg analize stanja, na katero so se osredinjala predhodna poglavja, zelo pomembno vlogo tudi spremljanje in napovedovanje tehnoloških, političnih, demografskih, okoljskih in drugih trendov. Pri tem gre za trende, ki so običajno globalni in široki ter so povezani s celotnim KKS, ne zgolj s posameznimi panogami, pogosto pa tudi širše, s celotnim gospodarstvom in družbo. Za izkoriščanje razvojnih potencialov sta pomembna spremljanje takšnih trendov in čim hitreje odzivanje na priložnosti in nevarnosti, ki jih novi trendi prinašajo. KKS seveda poleg tega lahko nekatere nove trende vzpostavlja tudi sam.

V Sloveniji žal nimamo sistematičnih raziskav družbenih, tehnoloških ali uporabniških trendov. Ker pa so trendi po svetu dokaj podobni, se v pomanjkanju specifičnih slovenskih raziskav opiramo na analize različnih mednarodnih organizacij, ki se s tem ukvarjajo. V nadaljevanju navedena dejstva o glavnih mednarodnih trgih, trendih, priložnostih za razvoj in najpomembnejših znanjih, povezanih s tem, so tako predvsem rezultat analize obstoječih mednarodnih in nekaterih domačih virov, pa tudi ankete, intervjujev ter delavnic z različnimi deležniki s področja KKS.

Mednarodni trgi:

- Bogata kulturna dediščina na mednarodnem trgu predstavlja konkurenčno prednost Evrope, ki pa zaradi pomanjkanja strateškega pristopa in podpore ni dobro izkoriščena, še zlasti v primerjavi z državami Daljnega vzhoda, kot so Južna Koreja, Hongkong, Singapur in Kitajska, ali ambicioznimi manjšimi državami Srednjega vzhoda, kot sta Katar in Abu Dabi. Trendi porabe za kulturne in kreativne vsebine nakazujejo, da se bo zaradi tega zaostanek EU za azijsko-pacifiškimi državami poglabljal (Sacco in drugi, 2018).
- Kljub številnim izzivom za globalno gospodarstvo se je KKS v preteklih letih izkazal za precej odporen, rastoč sektor. V obdobju 2003–2015 so ustvarjanje, produkcija in distribucija kreativnih dobrin v svetovnem merilu izkazovali 7,34% povprečno letno rast (UNCTAD, 2018).
- Med letoma 2002 in 2015 se je skoraj podvojila vrednost izvoza kreativnih dobrin iz razvitih držav, vrednost izvoza iz držav v razvoju pa se je več kot potrojila ter tudi v absolutnem znesku preseгла izvoz razvitih držav. Največji izvoznik kreativnih dobrin na svetu je Kitajska (168,5 milijona ameriških dolarjev v 2015), sledijo ji ZDA (40,5 milijona ameriških dolarjev), Francija (34,4 milijona ameriških dolarjev), Hongkong (27,9 milijona ameriških dolarjev), Italija (26,7 milijona ameriških dolarjev), Velika Britanija (25,9 milijona ameriških dolarjev) in Nemčija (25,9 milijona ameriških dolarjev) (UNCTAD, 2018).
- V obdobju 2002–2015 se je podvojila tudi vrednost svetovnega uvoza kreativnih dobrin. Povpraševanje po kreativnih dobrinah je letno rastlo s povprečno stopnjo 5,1% (UNCTAD, 2018). Največji uvozniki kulturnih dobrin so ZDA (105 milijard ameriških dolarjev v 2015), Francija (41 milijard ameriških dolarjev), Hongkong (33 milijard ameriških dolarjev), Velika Britanija (31 milijard ameriških dolarjev) in Nemčija (25 milijard ameriških dolarjev) (UNCTAD, 2018).
- V razvitih gospodarstvih (še posebej v Evropi in Severni Ameriki) največji delež med uvoženimi kreativnimi dobrinami predstavljajo oblikovalski proizvodi, novi mediji in umetniški izdelki. Podobno tudi v državah v razvoju, še posebej azijskih, največji

delež predstavljajo oblikovalski proizvodi in novi mediji, sledijo pa avdiovizualne dobrine ter vizualna umetnost (UNCTAD, 2018).

- Podatke za kreativne storitve je težje spremljati in so na voljo le za nekatere razvite države. V teh državah so kreativne storitve izkazovale večjo rast od drugih storitvenih sektorjev, in sicer je bila med letoma 2011 in 2015 povprečna letna stopnja rasti 4,3% (UNCTAD, 2018).
- Pri interpretiranju podatkov o izvozu in uvozu v EU je potrebna previdnost, saj gre za enotni trg, na katerem se v odsotnosti drugih podatkov o pretoku blaga in storitev podatki o izvozu in uvozu zbirajo zgolj za izbran vzorec vključenih največjih izvoznikov oz. uvoznikov. Velika večina predstavnikov KKS v te podatke posledično ni vključena, zato prave slike glede internacionalizacije KKS nimamo. Natančnejši pregled podatkov o izvozu in uvozu KKS bi zahteval ločeno analizo. Metapodatki Eurostata kažejo, da je največji uvoznik kulturnih proizvodov iz Slovenije Hrvaška, ki letno iz Slovenije uvozi kulturne proizvode v vrednosti od 14 do 16 milijonov evrov. Od leta 2018 se takšni vrednosti približuje tudi Italija, sledijo pa še Nemčija, Francija in Nizozemska. Hkrati pa je precej velik tudi izvoz kulturnih proizvodov iz teh držav v Slovenijo, še posebej iz Nemčije in Italije. Slovenija ima posledično pozitivno zunanjetrgovinsko bilanco predvsem s Hrvaško.
- Pri kulturnih in kreativnih storitvah, za katere Eurostat spremlja podatke (z že omejenimi pomembnimi omejitvami), daleč najpomembnejši izvozni trg predstavlja Švica, ki letno za uporabo slovenske intelektualne lastnine odšteje več kot 40 milijonov evrov. Takšnim vrednostim se ne približata nobena druga država in nobena druga kreativnokulturna storitev, za katero so na razpolago podatki. Pozitivna je tudi zunanjetrgovinska bilanca Slovenije na področju avdiovizualnih in povezanih storitev, pri čemer najpomembnejši trg predstavljajo Hrvaška (ki pa je tudi sama pomemben izvoznik avdiovizualnih storitev v Slovenijo), Avstrija in Nemčija.

Trendi in priložnosti za razvoj:

V zadnjih desetletjih smo priča pospešenim spremembam na področjih gospodarstva (globalizacija/lokalizacija, premik gospodarske moči, prepletanje panog), politike (vojne, premik politične moči, polarizacija), družbe (demografske spremembe, urbanizacija, individualizacija, pandemije), tehnologije (digitalizacija, hiperpovezljivost, biotehnologija ...) in okolja (podnebne spremembe, pomanjkanje sredstev, etična potrošnja). To vpliva na delovanje ponudnikov KKS, na obnašanje prebivalcev in na delovanje javnih oblasti (oblikovanje javnih politik). V nadaljevanju predstavljamo glavne trende in priložnosti za razvoj KKS.

- **Trajnostni izzivi (okoljski in družbeni):**
S sprejemom Agende za trajnostni razvoj do leta 2030 so bili na vrhu Organizacije združenih narodov o trajnostnem razvoju leta 2015 oblikovani cilji trajnostnega razvoja, k uresničevanju katerih so se zavezale vse države članice. KKS lahko kot vplivni igralec v družbi, ki je večšč tako kreativnega razmišljanja kot osredinjenosti na uporabnika, bistveno prispeva k dvigu trajnostne ozaveščenosti ter spodbujanju trajnostne potrošniške izbire posameznikov in družbene tranzicije. Poleg tega lahko KKS k reševanju te problematike prispeva tudi neposredno, in sicer z lastnimi trajnostnimi praksami ter kreiranjem trajnostno ustrežnejših proizvodov, storitev in poslovnih modelov. Govorimo o zeleni transformaciji KKS. Kot gonilnik kreativnosti in inovativnosti lahko KKS pri tranziciji podpre tudi druge sektorje. Na Nizozemskem so tako npr. vzpostavili štiriletni program¹ za sodelovanje KKS s predelovalno industrijo, da bi se ta prilagodila pristopom krožnega gospodarstva (KEA, 2019a). Še posebej pomembno vlogo ima v tem smislu med panogami KKS oblikovanje, ki nam daje orodja za odgovarjanje na nove vrste izzivov, s čimer lahko podpre druge sektorje pri njihovi trajnostni tranziciji ter poganja prihodnje inovacije in rast. V okviru Evropskega zelenega dogovora je EU marca 2020 predstavila tudi akcijski načrt za krožno gospodarstvo, ki predvideva nove pobude za preobrazbo gospodarstva ob hkratnem varstvu okolja, s čimer se bodo odprle številne priložnosti tudi za

1

Vir: www.clicknl.nl.

slovenske oblikovalce. Krožno oblikovanje je namreč v samem središču krožnega gospodarstva, še korak naprej od krožnega oblikovanja pa sta obnovitveno (angl. *restorative*) in regenerativno (angl. *regenerative*) oblikovanje. Izredno pomemben je tudi prispevek KKS k ozaveščenosti. Umetniki, oblikovalci, pisatelji, arhitekti in številni drugi ustvarjalci raziskujejo to tematiko ter skušajo angažirati tudi javnost k razmisleku o tveganjih, odgovornosti, prihodnosti in mogočih rešitvah. Razvijajo se tudi kolektivna gibanja, ki skušajo umetnike in ustvarjalce dodatno spodbuditi k temu, da zavzamejo in izražajo svoja stališča o perečih okoljskih in družbenih vprašanjih (npr. gibanje Music Declares Emergency) (KEA, 2019a; KEA, EIF, 2021).

- **Tehnološki trendi:**

Razvoj tehnologij močno vpliva na KKS in tudi anketiranci so prav razvoj tehnologij ocenili kot tisti trend, glede katerega pričakujejo, da bo na njihovo poslovanje v prihodnosti vplival najbolj pozitivno (Kavaš in Murovec, 2019). Zaradi tesne povezanosti KKS s tehnologijo se je začel uveljavljati tudi izraz CreaTech, ki označuje presečišče obeh področij in inovacije, ki izboljšujejo in avtomatizirajo distribucijo ter uporabo kreativnih storitev. Z iniciativo S+T+ARTS (Science, Technology and Arts) je povezovanje sektorjev v namenom spodbujanja inovativnih pristopov k reševanju družbenih, okoljskih in gospodarskih izzivov podprla tudi Evropska komisija (starts.eu). Po ocenah študije Creative Industries Council (2021) so podjetja CreaTech v Veliki Britaniji v letu 2020 skupno zbrala več kot milijardo evrov tveganega kapitala, kar je v primerjavi z letom 2017 predstavljalo skoraj stodstotno rast. Sledi Francija, kjer so ta sredstva preseгла pol milijarde evrov, potem pa še Nemčija z dobrimi 300 milijoni (CIC, 2021). Med tehnologijami z najmočnejšim vplivom na KKS so se izkazale obogatena in virtualna resničnost, umetna inteligenca, oblachna tehnologija (angl. *cloud technology*) in tehnologija veriženja podatkovnih blokov (angl. *blockchain*). V povezavi s tehnologijo veriženja podatkovnih blokov je treba poudariti pomen nezamenljivih žetonov (angl. *non-fungible token – NFT*), ki so v letu 2021 pridobili veliko pozornosti. Tako je dražbena hiša Christie's v marcu kot prva večja dražbena hiša ponudila popolnoma digitalno delo umetnika po imenu Beeple, ki se je prodalo za dobrih 69 milijonov dolarjev. Drug primer so nekateri glasbeniki, ki so z uporabo NFT začeli izdajati predhodno neizdane skladbe, opremljene z vizualno umetnostjo. NFT je podatkovna enota v tehnologiji veriženja blokov (angl. *blockchain*), ki v vsakem posamičnem primeru predstavlja unikaten digitalni element in tako v svojem bistvu umetno ustvarja digitalno redkost določenega elementa. Pri tem gre lahko za najrazličnejše oblike, npr. vizualno delo, avdiovizualno delo, animacijo, fotografijo, zvok, tridimenzionalno delo, GIF in druge relevantne oblike. NFT sam po sebi predstavlja certifikat verodostojnosti, ki omogoča dokaz, da je določena oseba avtor, kupec oz. prodajalec digitalnega elementa. Relevantne pravice zunaj okolja veriženja blokov, kot so pravice intelektualne lastnine, ohranijo veljavo (Novak, 2021). Trenutno smo priča tudi razvoju naslednje faze interneta (Web 3.0.). V ospredju tega razvoja je metaverzum (angl. *metaverse*), ki predstavlja kombinacijo različnih tehnologij (navidezna resničnost, obogatena resničnost, tehnologija veriženja podatkovnih blokov). Metaverzum je niz medsebojno povezanih, izkustvenih, tridimenzionalnih virtualnih svetov, v katerih se ljudje, ki so trenutno kjerkoli, lahko družijo v realnem času in oblikujejo internet v lasti uporabnikov, ki zajema digitalni in fizični svet (Grayscale, 2021). Pomen tega trenda izkazuje tudi preimenovanje podjetja Facebook v Meta. Poleg tega imajo na nekaterih področjih KKS močan vpliv tudi nekatere druge, nedigitalne tehnologije, kot so napredni materiali, nanotehnologija ter mikro- in nanoelektronika (Evropska komisija, 2021). Uporaba nove tehnologije pa hkrati z napredkom sproža tudi pomembna vprašanja, povezana z etiko, zaščito zasebnosti, monopolizacijo in gospodarskimi učinki, avtorskimi pravicami ter omejitvami interakcije človek – stroj.

- **Digitalizacija:**

Neposredno iz tehnološkega razvoja izhaja tudi megatrend digitalizacije, ki ga je pandemija covid-19 še pospešila in je eden najpomembnejših gonilnikov KKS. Vedno večja uporaba digitalnih tehnologij in družbene spremembe, ki jo spremljajo, imajo večdimenzionalen vpliv na celoten KKS. Spreminjajo se tako procesi ustvarjanja in produkcije kot tudi distribucije, kar se odraža v sami strukturi in tudi v tržni dinamiki v KKS (Betzler in Leuschen, 2020; De Voldere in drugi, 2017). Z

digitalizacijo so se uveljavila nova orodja, ki vpletenim akterjem v različnih fazah omogočajo avtomatizacijo ali učinkovitejšo organizacijo določenih aktivnosti (produkcija, komunikacija ...), raziskovanje novih tržnih priložnosti in številne nove aktivnosti, vključno z novimi poslovnimi modeli (De Voldere in drugi, 2017). Digitalizacija poganja rast KKS na različne načine. Omogoča diverzifikacijo točk za dostop do vsebin KKS (npr. na internetu, družbenih omrežjih, v mobilnih aplikacijah) ter formatov (npr. poddaje, angl. *podcast*) in s tem tudi preskakovanje nekaterih posrednikov ter nove poslovne modele. Večja dostopnost, ki jo pogosto spremlja tudi nižja cena, povečuje tudi potrošnjo kulturnih in kreativnih vsebin. Skupaj s spremembami potrošniških navad je digitalizacija močno spremenila tudi oglaševanje, ki se je prav tako prilagodilo in digitaliziralo ter predstavlja glavni vir prihodkov v nekaterih novih poslovnih modelih v KKS. Digitalizacija ne nazadnje omogoča tudi razvoj številnih novih digitalnih proizvodov in storitev. Še posebej so v porastu mobilne igre, poddaje ter druge storitve in proizvodi, povezani z novimi poslovnimi modeli (npr. model digitalnih naročnin, *freemium*, nakupi v aplikacijah, plačilo na prenos) (KEA, EIF, 2021).

- **Kreativna vozlišča ter prostori za sodelo in ustvarjanje:**

KKS sestavlja zelo veliko svobodnjakov, samozaposlenih v kulturi in samostojnih podjetnikov. Ti so po eni strani zelo fleksibilni in odprti za sodelovanja, po drugi strani pa pogosto potrebujejo ustrezne prostore za delo (atelje, biro, studio, fablab ...) in različne podporne storitve. Po svetu so se tako hitro začeli širiti kreativna stičišča (angl. *hubs*) ter prostori za sodelo in ustvarjanje, ki prinašajo tudi različne pozitivne učinke mreženja, kot so (medsektorsko) sodelovanje, učenje od vrstnikov, številne poslovne priložnosti in tudi sodelovanja v projektih z družbenim učinkom. Pogosto se takšni prostori razvijajo v opuščeni stavbah (npr. Strijp-S v Eindhovnu, BASE v Milanu) ter tako prispevajo tudi k urbani regeneraciji, oživljajo širša območja in spodbujajo ne le gospodarske rasti, ampak imajo tudi pomembne družbene učinke (KEA, EIF, 2021; Kalitova in drugi, 2019). Na drugi strani pa se KKS namenjajo tudi popolnoma novi, sodobni kompleksi (npr. Bloxhub v Kopenhagenu, Disseny Hub v Barceloni).

- **Uporabniški trendi:**

Uporabniški trendi so nerazdružljivo povezani z drugimi trendi, saj spremembe v okolju, družbi in tehnologiji vodijo tudi do sprememb vedenja uporabnikov in obratno (npr. trend starajoče se družbe ustvarja novo pomembno ciljno skupino uporabnikov). Spreminjajoče se vedenje uporabnikov vpliva na povpraševanje po določenih značilnostih proizvodov in storitev, ki jih KKS lahko nudi. Spremljanje in poznavanje uporabniških trendov tako prinašata številne priložnosti za inovacije in razvoj. S tega vidika je za KKS nadvse pomemben uporabniški megatrend iskanja doživetij, ki je prisoten že nekaj časa in na katerem temelji izkustvena ekonomija. Ta trend je tesno povezan tudi s trendom razvoja tehnologije in digitalizacije, ki je omogočil velike spremembe v načinu dostopa in konzumiranja kulturnih in kreativnih vsebin. Uporabniki (še posebej mlajša, tehnološko podkovana generacija) postajajo odvisni od stimulacije in interaktivnosti, želijo biti aktivni udeleženci in soustvarjati vsebine (t. i. *prosumers*), ponudniki pa iščejo nove in nove načine, kako jim to zagotoviti (npr. KEA, 2019a; Sacco in drugi, 2018; Navarrete, 2020; Gregory, 2019). Vedno več potrošnje kulturnih in kreativnih vsebin se seli na splet, kar poleg priložnosti za KKS predstavlja tudi nevarnost, saj zmanjšuje osebne, fizične kulturne angažma in obisk kulturnih institucij. Te skušajo zato poiskati nove načine za privabljanje obiskovalcev s spreminjanjem v hibridne prostore, v katerih združujejo različne kulturne in kreativne prakse in hkrati ponujajo tudi druženje, ter ponujanjem hibridnih vsebin, ki vključujejo nove, personalizirane izkušnje (npr. z uporabo virtualne resničnosti, obogatene resničnosti) (Arnal in Salson, 2016; NEMO, 2017). Pandemija covid-19 je potrošnjo kulturnih vsebin na spletu seveda še bolj pospešila. Število naročnikov na Netflix se je npr. med marcem in julijem 2020 vsak mesec povečalo za 36 %, število uporabnikov aplikacije Spotify pa za 22 % (KEA, EIF, 2021). Na drugi strani pa se je precej zmanjšala potrošnja nekaterih vsebin, povezanih s prevozom na delo (npr. poslušanje poddaj).

- **KKS kot sestavni del turizma:**

Kultura je eden glavnih gonilnikov turizma v Evropi – ocenjeno je, da kulturni turizem predstavlja približno 40 % svetovnega in tudi evropskega turizma (UNWTO, 2018). Tudi v primerih, ko kultura ni primarni razlog obiska, seveda predstavlja zelo pomembno dodatno ponudbo, po kateri turisti pogosto posegajo. Naslednja generacija kulturnega turizma je kreativni turizem. Ta ni (nujno) vezan na kulturno infrastrukturo, saj kreativni turist išče predvsem nestandardne turistične produkte ter edinstvene izkušnje, ki jih lahko soustvarja sam in s tem razvija tudi svoj kreativni potencial. Tovrstni inovativni produkti, po katerih turisti generacije Y vse pogosteje povprašujejo, nastajajo v sodelovanju s KKS in lokalno skupnostjo (Pimenta in drugi, 2021; Ketter, 2021). Kulturni in kreativni turizem tudi povratno prispevata k privlačnosti regije, saj spodbujata razvoj dodatne podporne ponudbe (restavracije, tradicionalni proizvodi in storitve ...) ter pomembno vplivata na lokalno gospodarstvo. Omejitve potovanj, povezane s pandemijo covid-19, so na turizem seveda imele drastičen vpliv. Napovedovanje prihodnjih trendov na področju turizma v pandemskih razmerah je nepredvidljivo, negotovost pa prinašajo tudi številni okoljski izzivi. Različni scenariji, ki jih je oblikoval UNWTO, predvidevajo vrnitev turizma na predpandemsko raven šele v letu 2024 (Marujo in drugi, 2021). Ljudje so medtem začeli iskati alternativne oblike kulturnega in kreativnega turizma, ki so manj odvisne od prostora, so bolj interaktivne ter osredinjene na participacijo in dodatne funkcije. Na drugi strani so tudi kulturne institucije in prizorišča raziskovali možnosti, da se s svojimi (domaćimi in tujimi) obiskovalci, namesto fizično, povežejo z uporabo spletne tehnologije (KEA, EIF, 2021). Poleg virtualnih ogledov so preizkušali tudi različne druge možnosti, kot so poddaje, aplikacije, videovsebine in videoigre (NEMO, 2020).

- **Novi poslovni modeli:**

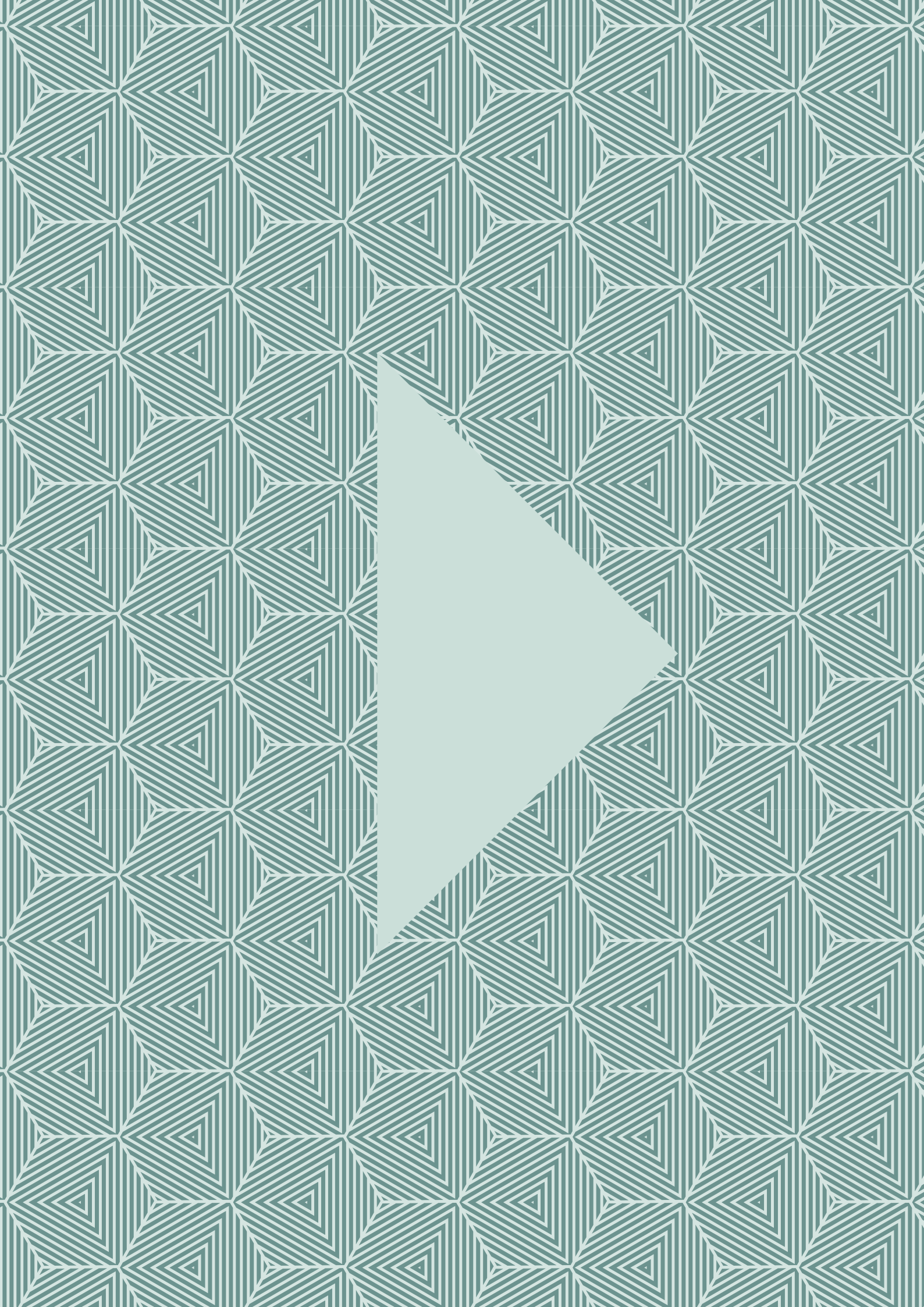
Digitalizacija, ki omogoča tudi neposreden stik s končnimi uporabniki (izločitev posrednikov), je konkurenčnost okolja še zaostila in povzročila razmah novih poslovnih modelov, ki so povezani tudi z drugačnimi tokovi prihodkov ter verigami dodane vrednosti (npr. naročniški modeli, modeli deljene uporabe). Pojavili so se številni novi distribucijski kanali, ki omogočajo izognitev tradicionalnim distribucijskim kanalom in s čimer so se ovire za vstop na trg končnih izdelkov in storitev bistveno zmanjšale (KEA, 2019a), vendar pa so po drugi strani ustvarili nove monopole, kot so Google, Amazon, Apple, Facebook/Meta in Baidu (EPSC, 2018), saj zelo pomemben trend v povezavi z digitalizacijo in novimi poslovnimi modeli predstavlja platformizacija. Digitalizacija omogoča tudi razmah fluidnih, priložnostnih čezmejnih modelov sodelovanja tako med strokovnjaki/ustvarjalci in skupinami strokovnjakov/ustvarjalcev kot med različnimi drugimi deležniki (podjetji, okoljskimi organizacijami, lokalnimi vladami). Da bi si lahko poiskali nove priložnosti za delo in financiranje zunaj meja, tako postaja tudi za posameznike v KKS vedno pomembnejši razvoj finančnih in menedžerskih sposobnosti. V skladu s trenutnimi trajnostnimi izzivi pa so vedno bolj iskana tudi znanja o tem, kako zmanjšati negativne učinke na okolje in družbo. Pri internacionalizaciji delovanja ustvarjalcev pomembne ovire predstavlja jo predvsem finančni in regulativni dejavniki (KEA, 2019a).

Najpomembnejša znanja:

Da bi lahko KKS čim bolj izkoristil svoj potencial, je pomembno, da je opremljen z ustreznimi znanji. V skladu z navedenimi trendi in izzivi, ki so za KKS najpomembnejši, so vedno večjega pomena tudi določena znanja in veščine, ki jih navajamo v nadaljevanju.

- **Kreativnost:** Kreativnost je sposobnost, ki je sicer skupna vsem ustvarjalcem, hkrati pa je bil prepoznani tudi širši pomen kreativnosti za gospodarstvo in družbo, saj je ena poveljnih sposobnosti za prilagajanje na spreminjajoče se zahteve in okolja (KEA, 2019b). Pomen kreativnosti kot človeške sposobnosti bo še narasel z uveljavljanjem avtomatizacije in umetne inteligence. Raziskave kažejo, da bodo kreativni poklici v prihodnosti med najbolj rastočimi (KEA, 2019a).

- **Tehnološka znanja in digitalna pismenost:**
 Hiter razvoj tehnologije odpira številna nova področja, na katerih se znanje zelo hitro razvija. Tehnološka znanja v kombinaciji s sposobnostjo reševanja problemov in ustvarjalnostjo so izrednega pomena za prilagajanje velikosti, obsegu in hitrosti digitalnih transformacij (OECD, 2017). Spodbudno je, da so anketirani predstavniki KKS (Kavaš in Murovec, 2019) ocenili razpoložljive izobraževalne programe v Sloveniji kot kakovostne z vidika pridobitve ustreznih znanj s področja informacijsko-komunikacijske tehnologije. Tudi udeleženci delavnic pomanjkanja znanj na tehnološkem področju niso ocenili kot posebej problematičnega za svoje poklicno udejstvovanje.
- **Meddisciplinarnost in sodelovanje:**
 Zaradi okoljskih, družbenih in tehnoloških sprememb je potreba po meddisciplinarnosti vedno večja. Meddisciplinarnost se po eni strani nanaša na kompleksne projekte, za izvedbo katerih je potrebna meddisciplinarna ekipa, v kateri sodelujejo predstavniki različnih disciplin, vključno z raziskovalno razvojno dejavnostjo. Po drugi strani pa meddisciplinarnost predstavlja tudi način razmišljanja oz. lastnost posameznika, ki vključuje več različnih sposobnosti, pomembnih za 21. stoletje, kot so združevanje znanj in vpogledov iz različnih disciplin, analitičnost, kritično razmišljanje, reševanje problemov, komunikacija, sodelovanje in kreativnost (Brassler in Dettmers, 2017). Predstavniki KKS meddisciplinarnost študija in znanj v Sloveniji ocenjujejo kot premajhno.
- **Uporabniški trendi:**
 Spremljanje in poznavanje uporabniških trendov sta pomembna, saj se kakovostni produkti osredinjajo na uporabnika in njegovo izkušnjo. V Sloveniji žal nimamo sistematičnih raziskav uporabniških trendov, ker pa so trendi po svetu dokaj podobni, so v pomanjkanju specifičnih raziskav lahko v pomoč rezultati različnih mednarodnih organizacij, ki se ukvarjajo s spremljanjem in napovedovanjem uporabniških trendov, npr. Mintel, Euromonitor, GlobalWebIndex, TrendWatching in WGSN.
- **Poslovna znanja:**
 Različnih poslovnih znanj (upravljanje, vodenje projektov, trženje, finančna znanja, pravni vidiki ...) v kreativnih poklicih še vedno pogosto primanjkuje, čeprav je priložnosti za njihovo pridobivanje veliko in so ta znanja izredno pomembna, še posebej za ustvarjalce, ki na trgu nastopajo kot posamezniki. Med izredno pomembna poslovna znanja sodi tudi proaktivni krizni menedžment, ki ne vključuje le pravočasnega odziva na nenadne zunanje dogodke, na katere podjetja ne morejo vplivati (naravne nesreče, pandemije, vojne ...), temveč tudi vnaprejšnjo gradnjo odpornosti oz. vnaprejšnjo pripravljenost nanje.
- **Znanja za spopadanje s trajnostnimi izzivi:**
 V skladu z velikimi trajnostnimi izzivi in pobudami za preobrazbo v smeri krožnega gospodarstva so vedno bolj iskana tudi znanja o tem, kako zmanjšati negativne učinke na okolje in družbo ali še korak dlje – kako ustvariti proizvode in storitve, ki imajo potencial za reševanje trajnostnih izzivov. Zaradi sposobnosti odgovarjanja na prihodnje izzive podjetij in družbe britanski Design Council v središče četrte industrijske revolucije postavlja oblikovalska znanja (Design Council, 2018). Sposobnost sodelovanja z ljudmi z različnimi ozadji, skupnega reševanja problemov, sistemskega razmišljanja in ustvarjanja inovativnih rešitev bo v prihodnosti še pomembnejša, prav tako pa postaja vedno pomembnejša tudi uporaba oblikovalskega mišljenja pri neoblikovalcih (KEA, 2019b; Design Council, 2020). Za obravnavanje družbene dimenzije trajnosti so poleg tega velikega pomena tudi družbene in čustvene veščine. Za reševanje širših, kompleksnejših izzivov je nujna tudi sposobnost sistemskega razmišljanja, saj je za oblikovanje ustreznih rešitev treba razumeti, kako se določena sprememba odraza na celotnem sistemu.

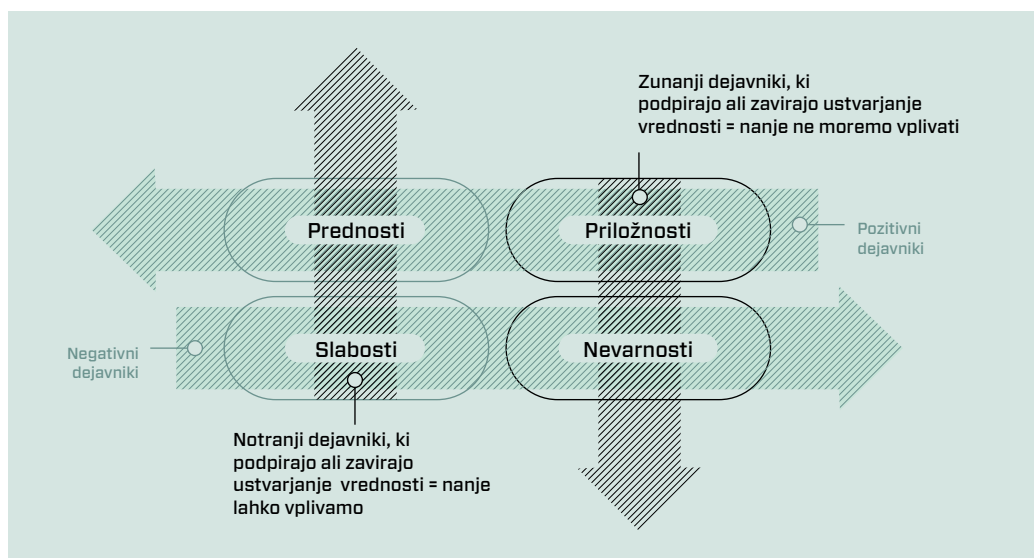


Analiza SWOT

Predhodna analiza je podlaga za pripravo analize SWOT (prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti) za KKS. Analiza SWOT se običajno uporablja v zgodnjih fazah načrtovanja (npr. projekta, strategije) in njen namen je pomagati oceniti realno stanje s stališča konkurenčnosti in sprememb v poslovnem okolju, s katerimi se bo treba spoprijeti v prihodnosti. Analiza SWOT je tako eno glavnih orodij v povezovanju analize poslovnega okolja z oblikovanjem strategij. Ugotoviti je treba, kje so glavne konkurenčne prednosti in slabosti analiziranega sektorja ter katere priložnosti in potencialne nevarnosti se na trgu oblikujejo. Analiza SWOT lahko zagotovi okvir za opredelitev in analizo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti ter omogoča razvoj ustreznih strategij in politik.

Prednosti in slabosti so interne narave in se nanašajo na sam sektor. Pri prednostih poudarimo vse pozitivne lastnosti oz. prednosti, ki jih imamo pred drugimi sektorji (v gospodarstvu) in jih lahko tudi v prihodnje izkoriščamo kot konkurenčne prednosti. Slabosti so tiste karakteristike, v katerih smo v primerjavi z drugimi sektorji slabši. Tako so npr. administrativne ovire ali davčna politika problem za vse sektorje gospodarstva oz. za določen status davčnega zavezanca. Ker je to značilno za celotno gospodarstvo oz. status davčnega zavezanca in je zato rešitev potrebna v državi na splošno, to praviloma ni del javne politike podpore posameznega sektorja, razen v izrednih primerih. Optimalno je, da organizacije v sektorju utrjujejo svoje prednosti in aktivno odpravljajo svoje slabosti. Priložnosti in nevarnosti pa se nanašajo na okolje, v katerem je KKS. Pri priložnostih in nevarnostih je bistveno to, da mi sami nimamo neposrednega vpliva, temveč smo popolnoma odvisni od zunanjih dogodkov in razvoja okolja. Tako se priložnosti nanašajo na predvidene, za nas pozitivne spremembe v okolju, nevarnosti pa na predvidene negativne spremembe v okolju. Te povezave prikazuje slika 5.

Slika 5: Analiza SWOT



Pri analizi smo uporabili pristop, s katerim ocenimo pomen posamezne trditve z rangiranjem: 1 (zelo pomembno), 2 (pomembno) in 3 (manj pomembno). Pri tem upoštevamo dva vidika:

1. Ali je posamezen del znotraj posameznega stebra javne politike podpore KKS pomemben za sam sektor, kar je povezano z značilnostmi samega sektorja (npr. potreba po ustrezni infrastrukturi, potreba po javnih finančnih virih, pomen tržnih znanj) in potrebami v Sloveniji.
2. Kakšno je stanje v Sloveniji na omenjenem področju (npr. odsotnost ustreznih programov izobraževanja in usposabljanja, pomanjkanje ustrezne infrastrukture, odsotnost ustreznih finančnih spodbud).

Pri pripravi analize SWOT smo analizirali značilnosti posameznega stebra javne politike podpore KKS. V našem primeru so to naslednji:

- Splošni pogoji poslovanja.
- Trg (povpraševanje na trgu).
- Kompetence in usposabljanja.
- Financiranje.
- Internacionalizacija.
- Infrastruktura.
- Ozaveščenost in promocija.
- Podporne politike (strategije, programi).

Naslednja tabela je bila pripravljena na podlagi sinteze rezultatov vseh predhodnih poglavij ter naknadno tudi verificirana in dopolnjena na podlagi delavnice z različnimi deležniki iz KKS.

Tabela 2: Prednosti in slabosti, priložnosti in nevarnosti kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji

PREDNOSTI		SLABOSTI	
Steber javne politike	Rang	Steber javne politike	Rang
	1 - zelo pomembno		1 - zelo pomembno
	2 - pomembno		2 - pomembno
	3 - manj pomembno		3 - manj pomembno
<i>Splošni pogoji poslovanja</i>		<i>Splošni pogoji poslovanja</i>	
		Neustrezni sistemski okvir (npr. muzeji, glasba, arhitektura).	1
Tradicija (npr. oblikovanje, glasba, arhitektura).	2	Administrativne ovire (npr. ovire pri poslovanju, dolgi postopki pridobivanja dovoljenj).	2

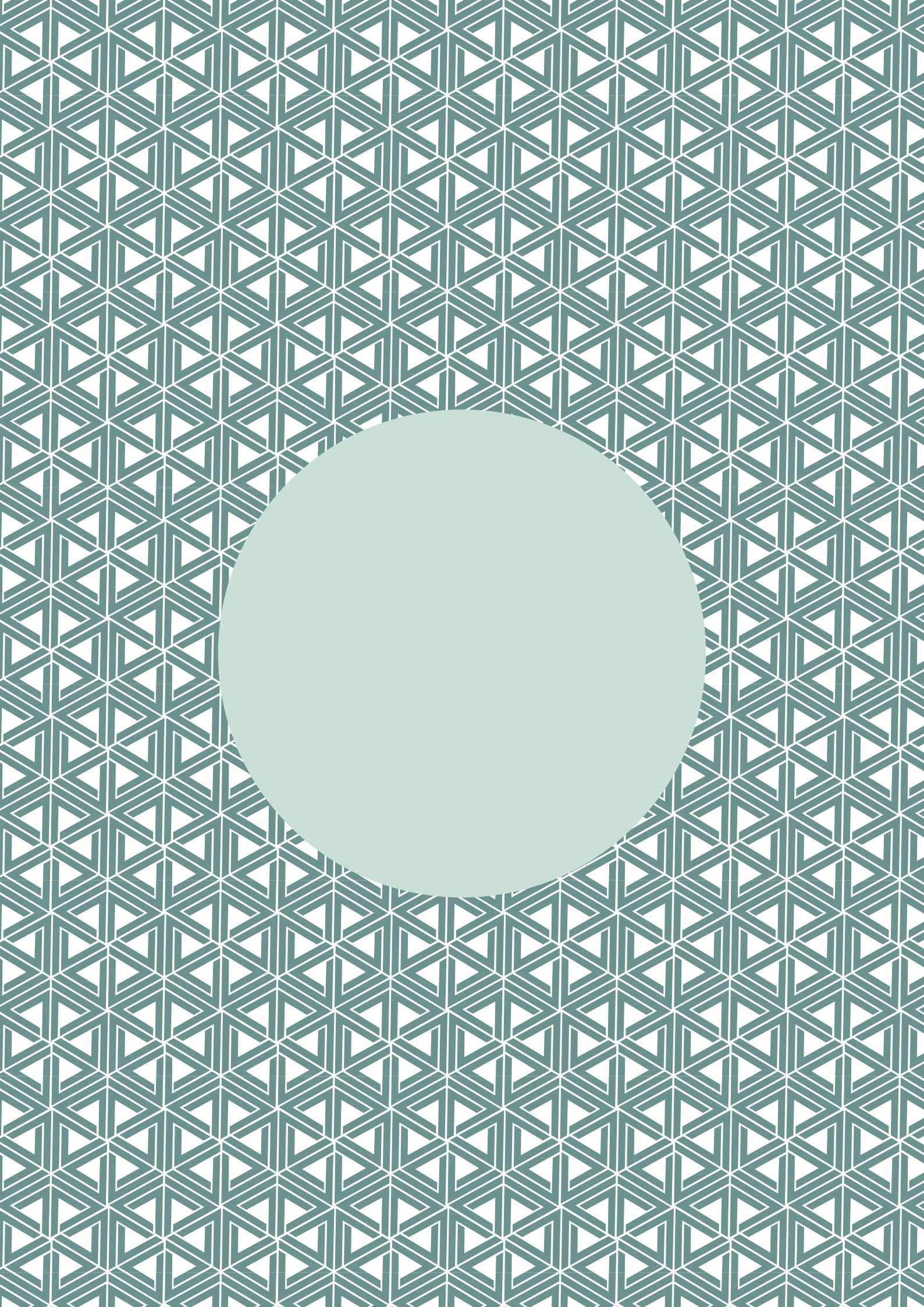
Podporne politike (strategije, programi)		Podporne politike (strategije, programi)	
		Pomanjkanje ustreznih podpornih politik (ukrepi, sredstva) za KKS.	1
		Odsotnost ustrezne podpore KKS v nacionalnih razvojnih politikah in strateških dokumentih.	1
		Pomanjkanje strokovnih podlag (analize, mednarodne primerjave, vrednotenje).	2
		Odsotnost medresorskega sodelovanja.	2
Trg (ponudba in povpraševanje na trgu)		Trg (ponudba in povpraševanje na trgu)	
Prisotnost uspešnih podjetij, ki sodelujejo s KKS (naročanje storitev, sodelovanje).	1	Majhnost slovenskega trga.	1
Izredna kakovost nekaterih ponudnikov iz KKS (npr. oblikovanje, arhitektura).	1	Podcenjenost dela.	1
Nevladni sektor je zelo številen, raznovrsten in proaktiven, mednarodno relativno dobro povezan.	2	Nerazumevanje strateške vloge KKS v zasebnem in javnem sektorju.	1
		Pomanjkljiva ozaveščenost, slabo poznavanje in omejeno spoštovanje pravic intelektualne lastnine (naročniki, ponudniki).	2
		Pomanjkanje kritične mase ponudnikov storitev KKS (majhnost ponudnikov, premalo povezovanja, nepreglednost in heterogenost ponudbe).	2
		Vpetost ponudnikov iz KKS v druge gospodarske sektorje je omejena, povezovanja, sodelovanja in mreženja je premalo.	2
		Koncentracija ponudnikov storitev KKS v Osrednjeslovenski regiji.	3
		Pomanjkanje kompetentnih posrednikov na trgu (agenti, menedžerji).	2
		Problematika karijerne poti mladih ustvarjalcev.	2

Kompetence in usposabljanja		Kompetence in usposabljanja	
Zadovoljiva splošna kakovost izobraževalnih programov.	2	Pomanjkanje poslovnih znanj ponudnikov iz KKS (menedžment, trženje, finančna znanja, zaščita intelektualne lastnine ...).	1
		Zaradi relativne majhnosti oz. majhnega števila študentov primanjkljaj na nekaterih področjih (npr. kulturni menedžment, muzeologija, KKS, tehnični poklici s področja kulture – tonski tehnik, lučkar itd.).	2
		Izobraževalni sistem ne spodbuja kreativnosti, pomanjkanje kakovostne kulturno-umetnostne vzgoje v šolah in zunaj šol.	2
		Nezadostna usposabljanja zaposlenih v KKS.	3
Financiranje		Financiranje	
Razpisi za spodbujanje kulturnih in kreativnih industrij.	2	Pomanjkanje finančnih sredstev ponudnikov v KKS zaradi covida-19 (razlika med panogami).	1
Javno financiranje kulturnega sektorja (javni zavodi, programske financiranje).	1	Razdrobljenost in omejena dostopnost virov financiranja, vendar tudi nepoznavanje razpoložljive finančne podpore ponudnikov iz KKS.	2
		Kljub javnemu financiranju je razvoj javnih zavodov oviran zaradi pomanjkanja sredstev, potrebnih za preboj – velika večina sredstev je namenjena plačam zaposlenih.	2
		Pomanjkanje donatorjev, sponzorjev, mecenov.	3
Internacionalizacija		Internacionalizacija	
Mednarodna konkurenčnost slovenskih ponudnikov iz KKS (uspešnost na tujih trgih, mednarodne nagrade, dobra mednarodna povezanost, zaželeni partnerji pri mednarodnih projektih).	2	Premajhna izvozna orientiranost ponudnikov iz KKS (osredinjenost na slovenski trg, pomanjkanje znanj in izkušenj, odsotnost agentov).	1

		Nezadostna javna podpora internacionalizaciji ponudnikov iz KKS.	2
Ozaveščenost in promocija		Ozaveščenost in promocija	
Številni promocijski dogodki, nagrade, revije/portali, naklonjenost medijev kulturi.	1	Splošna premajhna ozaveščenost o pomenu različnih storitev KKS v javnem in zasebnem sektorju ter omejena zmožnost presoje njihove kakovosti.	1
		Premalo znanj s področja promocije z digitalnimi orodji.	2
		Odsotnost programov ozaveščanja in promocije kulture med študentsko populacijo (npr. ni kulturno-umetnostne vzgoje v terciarnem izobraževanju).	3
Infrastruktura		Infrastruktura	
Obstoj podporne infrastrukture (CzK, podporne organizacije, subjekti inovativnega okolja, podpora podjetniškim projektom).	1	Podporne organizacije niso koordinirane (odsotnost delujočega ekosistema).	1
		Podpora KKS koncentrirana v Ljubljani.	2
		Primanjkuje prostorov za mreženje in neodvisnih produkcijskih prostorov, ki omogočajo eksperimentiranje in dopuščajo napake (obstoječi se zapirajo).	2
		Javna infrastruktura (zaprti in odprti prostori) je pogosto nedostopna za zunanje producente/ponudnike oz. je neizkoriščena (npr. kulturni domovi).	3

PRILOŽNOSTI		NEVARNOSTI	
	Rang		Rang
Povečano povpraševanje po kreativnih produktih.	1	Migracija najbolj talentiranih ustvarjalcev.	1
Povečano povpraševanje po nižnih dobrinah.	1	Gospodarska kriza.	1
Okoljski izzivi.	1	Pomanjkanje javnih sredstev kot posledica gospodarske krize (covid-19).	1
Družbeni izzivi.	1	Nadaljevanje pandemije covida-19.	1
Razvoj novih tehnologij, materialov in novih poslovnih modelov.	1	Hitro spreminjajoče se tehnologije.	1
Politike EU (npr. Zeleni dogovor, enotni digitalni trg).	1	Nestabilno politično okolje v svetu (npr. vojne, spori med državami) in v Sloveniji (pogosto spreminjanje javnih politik).	1
Reformiranje javnega sektorja (storitveno oblikovanje).	2	Huda mednarodna konkurenca, ki se še krepi.	2
Gospodarska kriza.	2		
Geostrateški položaj Slovenije.	2		

Posamezne prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti so podrobneje opisane v prilogi.



Zaključek

KKS je relevanten sektor ne le gospodarsko, ampak je velikega pomena tudi za zagotavljanje trajnega razvoja družbe. Poleg ustvarjenega bruto domačega proizvoda KKS ustvarja delovna mesta, ki običajno nudijo višjo raven zadovoljstva in zaposlujejo pretežno visokokvalificirano delovno silo v poklicih, ki so tudi poklici prihodnosti. Strateško sodelovanje s KKS predstavlja potencial za inovativnost in razvojno transformacijo drugih gospodarskih panog in javnega sektorja. Nove ideje, inovacije in procesi, ki so bili razviti v KKS, se prelivajo v širše gospodarstvo in družbo, s svojimi produkti pa KKS vpliva na izboljšanje kakovosti in celo življenjske dobe, na trajnost, ohranjanje kulturne identitete ter doseganje širokega spektra drugih družbenih ciljev.

Zaradi svojega pomena, obsega in hitre rasti je KKS med oblikovalci regionalnih, nacionalnih in mednarodnih politik vzbudil precej zanimanja, in sicer tako pri tistih, ki se ukvarjajo z urbanim razvojem, regionalnim razvojem, trgom dela, izobraževanjem ali trajnostjo, kot tudi pri tistih, ki se ukvarjajo z inovacijskimi politikami. KKS je tako tudi v EU vedno bolj prepoznan kot pomemben sektor. V nastajanju je ena od devetih evropskih skupnosti za inovacije – Kultura in kreativnost EIT. Za njeno vzpostavitve je bil v letu 2022 izbran konzorcij ICE, katerega pridruženi partner je tudi CZK.

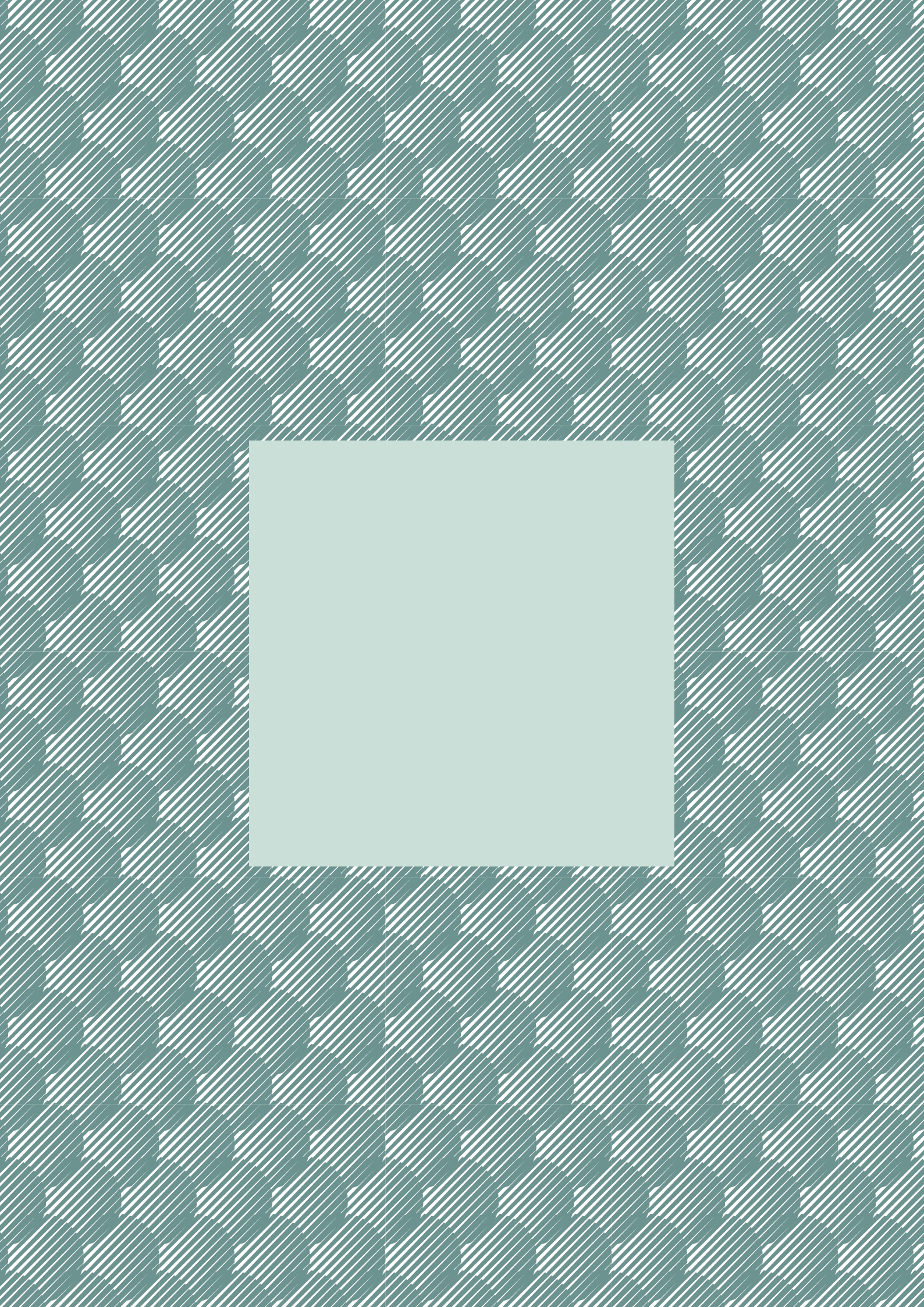
V okviru CZK in njegovega raziskovalnega dela je nastala tudi pričujoča analiza, s ciljem priprave strokovnih izhodišč za oblikovanje javne politike na področju KKS. KKS v Sloveniji v nacionalnih razvojnih politikah in strateških dokumentih namreč ni ustrezno zastopan. Da bi pripravili ustrezna strokovna izhodišča za oblikovanje javne politike na področju KKS, smo k analizi KKS pristopili z več metodološkimi orodji. Statistična analiza, pregled in značilnosti glavnih skupin deležnikov, veriga vrednosti ter pregled potreb in razvojnih potencialov v KKS predstavljajo vsak svoj zorni kot, ki omogoča drugačen vpogled v sektor. Vse te različne vpogleds smo na koncu združili v analizi SWOT, zgoščeno prikazani v tabeli 2 (osmo poglavje), ki predstavlja tudi končni rezultat analize KKS v Sloveniji. Analizo smo validirali na delavnici z deležniki iz KKS.

Statistična analiza je potrdila gospodarsko relevantnost KKS, ki je v Sloveniji v smislu zaposlovanja in ustvarjene BDV dokaj primerljiv z avtomobilsko industrijo ter pomembnejši od npr. kemične industrije ali proizvodnje računalnikov, elektronskih in optičnih izdelkov. Podjetja v sektorju so v povprečju še manjša kot v celotnem gospodarstvu in tudi manjša kot povprečno podjetje v KKS v EU. Prevladujejo samostojni podjetniki posamezniki, pomembnejšo vlogo kot v drugih panogah pa imajo javni zavodi in tudi nevladne organizacije. Ponudniki KKS so koncentrirani v kohezijski regiji Zahodna Slovenija, kar velja tudi za podporo KKS.

Rezultati analize kažejo, da ponudbo in povpraševanje na slovenskem trgu zaznamujejo neozaveščenost o pomenu različnih storitev KKS in posledično tudi podcenjenost dela s strani naročnikov (javnih in zasebnih), pa tudi prisotnost nizkocenovne, nizkokakovostne konkurence, ki pritisk na cene še stopnjuje. Za svoje preživetje ustvarjalci tako pogosto opravljajo več poklicev in tudi več funkcij v verigi vrednosti, za kar jim velikokrat primanjkuje ustreznih znanj. Tudi njihova izvozna usmerjenost je v povprečju majhna. Analiza verige vrednosti razkriva, da je ustvarjalec pogosto v šibkejšem položaju v primerjavi z drugimi akterji ter da končni produkt ter avtorske in sorodne pravice niso vedno ustrezno povezani z dobičkom. Za ustvarjalce je pomembno, da znajo svoje storitve ustrezno ovrednotiti in tržiti, pri čemer včasih potrebujejo pomoč. Ko govorimo o KKS, se je istočasno treba zavedati, da imajo nekateri kulturni in kreativni produkti omejene možnosti za neposredno dobičkonosnost, kljub temu pa so kot del ekosistema KKS nepogrešljivi in potrebujejo ustrezno podporo (produkcijski prostori, finančna podpora ...).

Kljub določenim omejitvam in slabostim sektorja je pomembno poudariti, da imamo v Sloveniji zelo kakovostne ponudnike v KKS in tudi nekatere primere dobrih praks organizacij iz drugih gospodarskih panog in javnega sektorja, ki sodelujejo s KKS. Razvoj KKS podpirajo tudi številni popisani trendi (tehnološki, okoljski, družbeni, poslovni, potrošniški ...). Za izkoristek priložnosti, ki jih ti trendi ponujajo, in potenciala domačega KKS za gospodarstvo in družbo, pa KKS potrebuje ustrezno podporo, ki je v Sloveniji ni. Kot je pokazala analiza ekosistema, podporo posameznim panogam KKS sicer nudijo različne podporne organizacije, ki pa ne obstajajo za vse panoge. Namesto njih pomembno podporo tako pogosto nudijo druge organizacije (večinoma nevladne), ki pa se financirajo zgolj iz članarin ali projektov. Takšnih organizacij je sicer veliko, kljub temu pa je opazna odsotnost stalne, stabilno financirane organizacije, ki bi nudila horizontalno podporo vsem panogam KKS in skrbela tako za komunikacijo med različnimi organizacijami, ki nudijo podporo, kot tudi za komunikacijo med sektorjem in različnimi ministrstvi ter ustrezno zastopanost KKS v nacionalnih razvojnih politikah in strateških dokumentih.

Kljub mnogo relevantnim ugotovitvam, ki izhajajo iz analize, je treba poudariti, da pričujoča analiza šele odpira vpogled v stanje KKS. Potrebni so nadaljnje, kontinuirano spremljanje celotnega sektorja in dodatne, poglobljene analize, ki bi podrobneje osvetlile posamezne problematike. Zaradi pomena sektorja ter analiziranega stanja in (ne)obstoječe podpore sektorju ugotavljamo, da so dodatni ukrepi javne politike na področju podpore KKS nujno potrebni. Da bi pripravili ustrezna strokovna izhodišča zanje, smo poleg pričujoče analize opravili tudi analizo tuje in slovenske javne politike na področju KKS, ki je skupaj s priporočili za pripravo predloga ukrepov za podporo KKS v Sloveniji predstavljena v ločeni publikaciji (Kavaš, Predan in Murovec, 2022).



Literatura in viri

1. Arnal, M., in Salson, A., 2016. The emerging practices of cinema exhibition in Europe. Dostopno na: <http://tourdescinemas.com/wp-content/uploads/The-emerging-practices-of-cinema-exhibition-in-Europe-v2.pdf>.
2. Bakhshi, H., Frey, C. B., in Osborne, M., 2015. Creativity vs. robots. The creative economy and the future of employment. NESTA. Dostopno na: https://media.nesta.org.uk/documents/creativity_vs._robots_wv.pdf.
3. Betzler, D., in Leuschen, L., 2020. Digitised value chains in the creative industries: Is there a convergence of Swiss film and game production? Creative Industries Journal. Objavljeno 29. julija 2020. Dostopno na: <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1796440>.
4. Consultancy, T. F. C., 2015. Cultural and creative spillovers in Europe. Report on a preliminary evidence review. Dostopno na: <http://www.artscouncil.org.uk/advice-and-guidance/browse-advice-and-guidance/cultural-and-creative-spillovers-europe>
5. De Voldere, I., Romeinville, J.-F., Knotter, S., in drugi, 2017. Mapping the Creative Value Chains – A study on the economy of culture in the digital age. European Union.
6. Brassler, M., in Dettmers, J., 2017. How to enhance interdisciplinary competence— Interdisciplinary Problem-Based Learning versus Interdisciplinary Project-Based Learning. Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning, vol 11 (2). Dostopno na: <https://doi.org/10.7771/1541-5015.1686>.
7. British Council, 2008–2011. What are Creative Industries and Creative Economy. Dostopno na: http://creativecities.britishcouncil.org/creativeindustries/what_are_creative_industries_and_creative_economy (16. 1. 2016).
8. Cheinman, K., 2020. Ecosystems thinking for design in government and non-profit sectors — the basics. Dostopno na: <https://medium.com/@altspaces/ecosystems-thinking-for-design-in-government-and-non-profit-sectors-the-basics-1-2-fab82b1acd23>.
9. CIC – Creative Industries Cluster, 2021. The CreaTech report 2021. Mapping the intersection of technology and creativity. Part 1 Investment. Dostopno na: <https://technation.io/the-createch-report-2021>.
10. Crossick, G., in Kaszynska, P., 2016. Understanding the value of arts & culture.
11. Arts and Humanities Research Council. Dostopno na: <http://www.ahrc.ac.uk/documents/publications/cultural-value-project-final-report>.
12. Davis, H., in Scase, R., 2000. Managing creativity: The dynamics of work and organization. Buckingham: Open University Press.
13. Design Council, 2018. The Design Economy 2018: The state of design in the UK. Dostopno na: https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design_Economy_2018.pdf.
14. Design Council, 2020. Design Perspectives: Design Skills. Dostopno na: <https://>

www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design%20Perspectives-%20Design%20Skills.pdf.

15. De Voldere, I., Romeinville, J.-F., Knotter, S., in drugi, 2017. Mapping the Creative Value Chains – A study on the economy of culture in the digital age. European Union.
16. EPSC, 2018. 10 Trends Shaping Innovation in the Digital Age. Dostopno na: <https://op.europa.eu/sl/publication-detail/-/publication/930b5c82-10e2-11ea-8c1f-01aa75ed71a1>.
17. Evropska komisija, 2010a. Green paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries. Dostopno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:52010DC0183> (9. 10. 2018).
18. Evropska komisija, 2010b. European Competitiveness Report 2010. Brussels: COM.
19. Evropska komisija, 2016. Boosting the Competitiveness of Cultural and Creative Industries for Growth and Jobs, EASME/COSME/2015/003, junij 2016, prepared by the Austrian Institute for SME Research and VVA Europe. Dostopno na: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/18001/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
20. Evropska unija, 2018. Predlog Uredbe Evropskega parlamenta in Sveta z dne 30. maja 2018 o vzpostavitvi programa Ustvarjalna Evropa (2021–2027) in razveljavitvi Uredbe (EU) št. 1295/2013. Dostopno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018PC0366&from=EN> (4. 2. 2020).
21. Evropska komisija, 2021. Advanced Technologies for Industry – Sectoral Watch. Technological trends in the creative industries. Dostopno na: <https://ati.ec.europa.eu/sites/default/files/2021-05/Sectoral%20Watch%20Creative%20Industry.pdf>.
22. Fleming, T., in Erskine, A., 2011. Supporting Growth in the Arts Economy. London: Tom Fleming Creative Consultancy.
23. Freeman, R. E., 1984. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman.
24. Grayscale, 2021. The Metaverse: Web 3.0 Virtual Cloud Economies. Dosegljivo na: https://grayscale.com/wp-content/uploads/2021/11/Grayscale_Metaverse_Report_Nov2021.pdf.
25. Gregory, T., 2019. The big trends transforming libraries, museums and archives in 2019 and beyond. Dostopno na: <https://www.axiell.com/report/the-big-trends-transforming-libraries-museums-and-archives-in-2019-and-beyond>.
26. Kalitova, A., Durankova, K., in Kovač, N., 2019. The role of successful creative hubs in fostering sustainable development. RAUN 2018/2019. Dostopno na: http://www.ra-un.org/uploads/4/7/5/4/47544571/4_unido_the_role_of_successful_creative_hubs_in_fostering_sustainable_development.pdf.
27. Kavaš, D., in Murovec, N., 2019. Analiza potreb kulturnega in kreativnega sektorja – analiza ankete. Interno poročilo. Ljubljana: MAO.
28. Kavaš, D., Predan, B., in Murovec, N., 2022. Predlog ukrepov podpore kulturnemu in kreativnemu sektorju v Sloveniji. Ljubljana: MAO (v tisku).
29. KEA, 2019a. Research for CULT Committee – Culture and creative sectors in the European Union – Key future developments, challenges and opportunities. Dostopno na: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL_STU\(2019\)629203_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL_STU(2019)629203_EN.pdf).

30. KEA, 2019b. Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry. European Union. Dostopno na: <https://catalogus.boekman.nl/pub/P19-0435.pdf>.
31. KEA, EIF, 2021. Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe. A sector to invest in. Dostopno na: https://keanet.eu/wp-content/uploads/ccs-market-analysis-europe-012021_EIF-KEA.pdf.
32. Ketter, E., 2021. Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures*; Bingley Vol. 7, Iss. 2 (2021): str. 192–196. DOI:10.1108/JTF-10-2019-0106.
33. Kloosterman, R. C., van Kempen, S., Pratt, A., in drugi, 2019. The CICERONE project methodology. Report. University of Amsterdam: Amsterdam.
34. Kozina, J., 2021. Analiza vrzeli med ustvarjalnim potencialom slovenskega gospodarstva ter servisnimi zmožnostmi kulturnega in ustvarjalnega sektorja. Končno poročilo. Ljubljana: ZRC SAZU, Geografski inštitut Antona Melika.
35. MAO – Muzej za arhitekturo in oblikovanje, 2021. Primerjalna analiza strokovnega ocenjevanja programov in projektov na področju kulture, financiranih iz javnih sredstev na ravni države (MK, JSKD, SFC, JAK), in predlogi za izboljšave na tem področju v Sloveniji.
36. Marujo, N., Borges, M., Serra, J., in Coelho, R., 2021. Strategies for Creative Tourism Activities in Pandemic Contexts: The Case of the ‚Saidas de Mestre‘ Project. Sustainability.
37. Matjaž, E., Černič, P., Perviz, L., in Ograjenšek, I., 2020. Slovenski kulturno-kreativni delavec v času pandemije COVIDA-19. *Economic and Business Review*, 22 (2020).
38. Matjaž, E., Černič, P., in Kosi, T. Slovenski kulturno-kreativni delavec v času pandemije COVIDA-19. III del, pomlad 2021. Dostopno na: <https://www.poligon.si/raziskava-slovenski-kulturno-kreativni-delavec-v-casu-covid-19-pomlad2021>.
39. McNeilly, N., Vickery, J., in Hanemann, N., 2016. Cultural and creative spillovers in Europe: a reflection on a preliminary evidence review. In *Efectos sociales del ocio y las industrias creativas y culturales: una mirada desde diversos ámbitos, colectivos y contextos* (str. 131–146). Servicio de Publicaciones: Argitalpen Zerbitzua.
40. Miles, I., in Green, L., 2008. Hidden innovation in the creative industries. NESTA. Dostopno na: https://media.nesta.org.uk/documents/hidden_innovation_creative_industries_report.pdf.
41. Murovec, N., in Kavaš, D., 2019. Analiza potreb kulturnega in kreativnega sektorja – analiza ankete. Interno poročilo. Ljubljana: IER.
42. Murovec, N., in Kavaš, D., 2022. Analiza panoge oblikovanje v Sloveniji. Ljubljana: Muzej za arhitekturo in oblikovanje.
43. Murovec, N., Kavaš, D., in Bartolj, T., 2020. Statistična analiza KKS v Sloveniji. Ljubljana: Muzej za arhitekturo in oblikovanje.
44. Murovec, N., Kavaš, D., in Kalar, B., 2022. Analiza panoge arhitektura v Sloveniji. Ljubljana: Muzej za arhitekturo in oblikovanje.
45. Murovec, N., Kavaš, D., in Koman, K., 2022. Analiza panoge muzeji v Sloveniji. Ljubljana: Muzej za arhitekturo in oblikovanje.
46. Navarrete, T., 2020. Digital museum trends: 2020. Dostopno na: <https://trilcenavarrete.com/2020/08/04/digital-museum-trends-2020>.

47. NESTA, 2013. A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries. Dostopno na: https://media.nesta.org.uk/documents/a_dynamic_mapping_of_the_creative_industries.pdf.
48. NEMO – Network of European Museum Organisations, 2017. Museum trends and prospects for 2018. Dostopno na: https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/Activities_2017-2021/Training_Courses/2017_FR_Paris/We_Are_Museums_-_Trends_and_prospects_for_2018-min.pdf.
49. NEMO, 2020. Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe. Final report. Dostopno na: https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf.
50. Novak, Ž., 2021. NFT in digitalna umetnost. Dostopno na: <https://www.fintechfactory.eu/post/nft-in-digitalna-umetnost>.
51. OECD, 2015. Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris.
52. OECD, 2018. Culture and local development.
53. OECD, 2021. Economic and social impact of cultural and creative sectors. Note for Italy G20 Presidency Culture Working Group. Dostopno na: <https://www.oecd.org/cfe/leed/OECD-G20-Culture-July-2021.pdf>.
54. Oksanen, J., Kuusisto, O., Lima-Toivanen, M., in drugi, 2018. In search of Finnish creative economy ecosystems and their development needs – study based on international benchmarking. Publications of the Government's analysis, assessment and research activities 50/2018. Helsinki: Prime Minister's Office.
55. Pimenta, C., Ribeiro, J., in Remoaldo, P., 2021. The relationship between creative tourism and local development: a bibliometric approach for the period 2009–2019. *Tourism & Management Studies*. 17(1), str. 5–18.
56. Predan, B., 2020. Kulturno-kreativni imperativ. Ljubljana: Center za kreativnost. Dostopno na: <https://czk.si/gradiva/kulturno-kreativni-imperativ>.
57. RCKE, 2013. Intellectual property for creative and cultural industries. Support research. Case of Slovenia and Ljubljana Urban Region. Ljubljana: RRA LUR.
58. Sacco, P. L., Ferilli, G., in Blessi, G. T., 2018. From Culture 1.0 to Culture 3.0: Three Socio-Technical Regimes of Social and Economic Value Creation through Culture, and their impact on European Cohesion policies. Dostopno na: <https://pdfs.semanticscholar.org/79b5/8704f8a4a6db4e54528ad0788e53fc649567.pdf>.
59. Söndermann, M., 2019. Creative Europe: Measuring the Culture & Creative Industries in the EU. Dostopno na: https://unctad.org/system/files/non-official-document/cep2019-25-10-contribution_en_Germany.pdf.
60. Stepančič, L. (ur.), 2011. Kulturne in kreativne industrije po slovensko. Ministrstvo RS za kulturo.
61. Throsby, D., 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
62. Trüby, J., Rammer, C., in Müller, K., 2008. The Role of Creative Industries in Industrial Innovation, ZEW Discussion Papers, No. 08-109, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim.
63. Ugovšek, A., 2021. Analiza stanja inovativnosti v slovenskem gospodarstvu 2021. Ljubljana: GZS.

64. UNCTAD, 2008. Creative Economy. Report 2008. United Nations 2008. Dostopno na: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf.
65. UNCTAD, 2018. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries 2022–2015. https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf.
66. UNESCO, 2013. Understanding Creative Industries: Cultural statistics for public-policy making. Dostopno na: https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2015/international/UNESCO_Understanding_Creative_Industries.pdf (10. 10. 2018).
67. UNIDO, 2009. Value Chain Diagnostics for Industrial Development: Building blocks for a holistic and rapid analytical tool. Dostopno na: https://www.unido.org/sites/default/files/2010-01/Value_chain_diagnostics_for_industrial_development_0.pdf.
68. UNWTO, 2018. Tourism and Culture Synergies. Dostopno na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418978>.
69. Vecco, M., Vroonhof, P., Clarke, M., in drugi, 2019. Gender gaps in the Cultural and Creative Sectors (with the exception of the audio-visual sector). Dostopno na: <http://www.eenca.com/eenca/assets/File/EENCA%20publications/Final%20Report%20-%20Gender%20in%20CCS%20EAC.pdf>.

Priloge

Priloga 1: Opredelitev KKS po SKD 2008

SKD 2008 šifra	Dejavnost
	Oglaševanje
70.21	Dejavnost stikov z javnostjo
73.11	Dejavnost oglaševalskih agencij
73.12	Posredovanje oglaševalskega prostora
	Arhitektura
71.11	Arhitekturna in urbanistična dejavnost
	Arhivi, knjižnice, kulturna dediščina
91.01	Dejavnost knjižnic in arhivov
91.02	Dejavnost muzejev
91.03	Varstvo kulturne dediščine
93.21	Dejavnost zabaviščnih parkov
93.29	Drugje nerazvrščene dejavnosti za prosti čas (vključuje dejavnost marine in dejavnost smučarskih centrov)
	Knjige in tisk
18.11	Tiskanje časopisov
18.12	Drugo tiskanje
18.13	Priprava za tisk in objavo
18.2	Razmnoževanje posnetih nosilcev zapisa
47.61	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s knjigami
47.62	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s časopisi, revijami, papirjem, pisalnimi potrebščinami
47.79	Trgovina na drobno v prodajalnah z rabljenim blagom
58.11	Izdajanje knjig
58.13	Izdajanje časopisov
58.14	Izdajanje revij in druge periodike
63.91	Dejavnosti tiskovnih agencij
74.3	Prevajanje in tolmačenje

	Kulturno-umetniška vzgoja
85.52	Izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje na področju kulture in umetnosti
	Oblikovanje in vizualna umetnost
74.1	Oblikovanje, aranžerstvo, dekoraterstvo
74.2	Fotografska dejavnost
	Glasba
32.2	Proizvodnja glasbil
47.63	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z glasbenimi in video zapisi
59.2	Snemanje in izdajanje zvočnih zapisov in muzikalij
	Uprizarjajoča umetnost in umetniško ustvarjanje
90.01	Umetniško uprizorjanje
90.02	Spremljajoče dejavnosti za umetniško uprizorjanje
90.03	Umetniško ustvarjanje
90.04	Obratovanje objektov za kulturne prireditve
	Radio in TV
60.1	Radijska dejavnost
60.2	Televizijska dejavnost
	Programska oprema in igre
58.21	Izdajanje računalniških iger
58.29	Drugo izdajanje programja
62.01	Računalniško programiranje
	Video in film
59.11	Produkcija filmov, video filmov, televizijskih oddaj
59.12	Post produkcijske dejavnosti pri izdelavi filmov, video filmov, televizijskih oddaj
59.13	Distribucija filmov, video filmov, televizijskih oddaj
59.14	Kinematografska dejavnost
77.22	Dajanje videokaset in plošč v najem

Vir: Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020

Priloga 2: Opredelitev kreativnih poklicev po SKP-08

ŠIFRA SOC 2010 (DCSM)	ŠIFRA SKP 08	POKLIC
1134 Advertising and public relations managers	1222	Menedžerji za oglaševanje in odnose z javnostmi
2126 Design and development engineers	/	V SKP-08 ni ustrezne kategorije (glede na rezultate NESTA (2013) ta poklic ni opredeljen kot kreativen, čeprav je sicer vsebovan v definiciji DCSM)
2431 Architects	2161	Arhitekti
	2162	Krajinski arhitekti
2432 Town planners	2164	Prostorski načrtovalci
2451 Librarians	2622	Knjižničarji
2452 Archivists in curators	2621	Arhivisti
3121 Architectural and town planning technicians	3112	Tehniki za gradbeništvo, geodezijo ipd.
3411 Artists	2651	Vizualni umetniki
3412 Authors, writers and translators	2641	Pisatelji
3412 Authors, writers and translators	2643	Prevajalci
3413 Actors, entertainers and presenters	2655	Igralci
3413 Actors, entertainers and presenters	2656	Napovedovalci na radiu, televiziji in v drugih medijih
3413 Actors, entertainers and presenters	3435	Strokovni sodelavci za kulturne, razvedrilne in umetniške dejavnosti ter kulinariko, drugje nerazvrščeni
3414 Dancers and choreographers	2653	Plesalci, koreografi
3415 Musicians	2652	Glasbeniki, pevci, skladatelji
3416 Arts officers, producers and directors	2654	Filmski, gledališki direktorji in producenti
3421 Graphic designers	2166	Grafični in multimedijski oblikovalci
3422 Product, clothing and related designers	2163	Industrijski in modni oblikovalci ipd.
2471 Journalist, newspaper and periodical editors	2642	Novinarji
3417 Photographers, audio-visual and broadcasting equipment operators	3431	Fotografi
3417 Photographers, audio-visual and broadcasting equipment operators	3521	Tehniki operaterji oddajnih in avdiovizualnih naprav

3543 Marketing associate professionals	2431	Strokovnjaki za prodajo, oglaševanje in trženje
3543 Marketing associate professionals	2432	Strokovnjaki za odnose z javnostmi
5413	7536	Izdelovalci obutve, usnjene galanterije ipd.
5414 Tailors and dressmakers	7531	Krojači, šiviljci, izdelovalci usnjenih in krznenih oblačil, klobučarji ipd.;
	7532	
5419 Textile, garments and related trades		SKP-08 nima ustrezne kategorije
	/	
5421 Pre-press technicians	7321	Poklici za pripravo tiska
5422 Printers	7322	Tiskarji
5244 TV, video and audio engineers	/	SKP-08 nima ustrezne kategorije
5491 Glass and Ceramics makers, decorators and finishers	7316	Izdelovalci izveskov, dekoraterji, graverji, jedkalci stekla, keramike in drugih materialov
5492 Furniture makers, other craft woodworkers	7317	Izdelovalci/izdelovalke predmetov domače obrti iz lesa, vrbja in podobnih materialov
	7522	Mizarji
5443 Florists	/	SKP-08 nima ustrezne kategorije
	3432	Strokovni sodelavci za oblikovanje, dekoraterji, aranžerji
5449 Other skilled trades	7313	Izdelovalci nakita in bižuterije
5449 Other skilled trades	7312	Izdelovalci, uglasevalci glasbil
2133 IT specialist managers	1330	Menedžerji za informacijsko-komunikacijsko tehnologijo
2134 IT project and programme managers	2511	Sistemske analitike
2135 IT business analysts, architects and system designers	2511	Sistemske analitike
2136 Programmers and software development professionals	2512	Razvijalci programske opreme
2137 Web design and development professionals	2513	Razvijalci spletnih in multimedijskih rešitev
2318 Information technology and telecommunications professionals n.e.c.	2519	Razvijalci in analitiki programske opreme in aplikacij, d. n.

Vir: Murovec, Kavaš in Bartolj, 2020

PREDNOSTI

PREDNOST: Tradicija (npr. oblikovanje, glasba, arhitektura).

Steber javne politike: SPLOŠNI POGOJI POSLOVANJA

Obrazložitev: Slovenija ima na področju nekaterih panog KKS že zelo dolgo tradicijo. Tradicija vpliva na pozitivno podobo sektorja, na večje zavedanje javnosti, razpoložljivost znanj in tudi na vpis študentov v posamezne programe. Tradicija kot prednost predstavlja dobro osnovo, ki jo lahko utrjujemo, hkrati pa seveda tradicija sama zase, brez dobrih zgodb iz sedanjosti, ne daje pravih rezultatov.

Rang: 2

PREDNOST: Prisotnost uspešnih podjetij, ki sodelujejo s KKS (naročanje storitev, sodelovanje). Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: Študija Kozine (2021) je pokazala, da vsa slovenska podjetja, ki so odgovorila na inovacijsko anketo, kot celota daleč največ sodelujejo z zasebnimi podjetji, medtem ko podjetja iz KKS bolj sodelujejo z javnim sektorjem in neprofitnimi organizacijami. Anketa GZS (Ugovšek, 2021) je pokazala, da s KKS sodeluje 35 % podjetij. Dobre primere podjetij, ki sodelujejo s KKS, sta razkrili tudi analizi panoge oblikovanja (Murovec in Kavaš, 2022) in arhitekture (Murovec, Kavaš in Kalar, 2022). Prav tako je stalnica sodelovanje podjetij iz panog oglaševanje in programska oprema s praktično vsemi uspešnimi podjetji. Uspešna podjetja in primeri njihovih uspešnih sodelovanj s KKS imajo zelo pomembno promocijsko vrednost, saj lahko prikažejo pomen in potencial ustreznega (pristop, obseg) sodelovanja s KKS. Poleg tega so za sektor seveda zelo pomembna tudi z vidika povpraševanja po storitvah.

Rang: 1

PREDNOST: Izredna kakovost nekaterih ponudnikov iz KKS (npr. oblikovanje, arhitektura). Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: Izredno kakovost nekaterih ponudnikov dokazujejo mednarodne nagrade, ki so jih prejeli, ter mednarodna prepoznavnost in uveljavljenost nekaterih ponudnikov na mednarodnih trgih. K dobri rezultati pripomore ustrezna splošna kakovost izobraževalnih programov, pa tudi tradicija, nadarjenost, delavnost in pripadnost posameznikov in ekip. Z dobrimi rezultati in zadovoljnimi naročniki je učinek pozitiven v smislu promocije KKS doma in v tujini ter spodbujanja povpraševanja po storitvah KKS.

Rang: 1

PREDNOST: Nevladni sektor je zelo številen, raznovrsten, proaktiven in mednarodno relativno dobro povezan.

Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: Nevladne organizacije na nekaterih področjih dopolnjujejo javne institucije (npr. uprizoritvena umetnost), na drugih pa imajo ob odsotnosti ustreznih javnih institucij odločilno vlogo (npr. intermedijske umetnosti, sodobne plesne umetnosti). Iz nevladnega sektorja izhaja tudi precej priznanih ustvarjalcev in ponudnikov. Nevladni sektor je zelo raznovrsten, proaktiven in relativno dobro povezan tako nacionalno kot mednarodno, si pa želijo še večje povezanosti. Mednarodna povezanost se kaže tudi s sodelovanjem v mednarodnih projektih, financiranih iz sredstev EU (npr. Kreativna Evropa, INTERREG). Je pa v primeru nevladnih organizacij težko ločiti med kulturo in KKS, saj so nevladne organizacije (razen stanovskih društev) bolj vezane na kulturo in je zato tudi proaktivnost bolj vezana na kulturo.

Rang: 2

PREDNOST: Zadovoljiva splošna kakovost izobraževalnih programov.

Steber javne politike: KOMPETENCE IN USPOSABLJANJA

Obrazložitev: Na razpolago so kakovostni izobraževalni programi, tudi s priznanimi mednarodnimi akreditacijami. Ponudbo javnih izobraževalnih zavodov dopolnjujejo številni zasebni višje- in visokošolski zavodi, ki se hitro odzivajo na specifične potrebe in povpraševanje. Splošno kakovost izobraževalnih programov na področju KKS z vidika pridobitve strokovnih znanj potrjujejo tudi rezultati ankete. Anketirani predstavniki KKS so ocenili razpoložljive izobraževalne programe v Sloveniji kot kakovostne tudi z vidika pridobitve ustreznih znanj s področja informacijsko-komunikacijske tehnologije (Kavaš in Murovec, 2019).

Rang: 2

PREDNOST: Razpisi za spodbujanje kulturnih in kreativnih industrij (razpis CzK).

Steber javne politike: FINANCIRANJE

Obrazložitev: Za KKS je značilno, da imajo organizacije, ki delujejo v sektorju, težave pri pridobivanju finančnih sredstev in da je sodelovanje sektorja KKS z drugimi sektorji nezadostno. Težava sta tudi prefinanciranje in sofinanciranje projektov, financiranih iz sredstev EU. Obstoj razpisov za spodbujanje kreativnih kulturnih industrij je zato pomemben z vidika odpravljanja omenjenih slabosti, saj zaradi nepoznavanja in pomanjkljivih kompetenc na področju financiranja ponudniki KKS za lastno delovanje uporabljajo predvsem lastne finančne vire (Kavaš in Murovec, 2019). Razpoložljiva sredstva so pomembna predvsem zaradi pilotnega pristopa (rang 2), torej vzpostavitve sheme, medtem ko je zaradi omejenih sredstev in znatnega števila projektov težko pričakovati pomembne učinke in rezultate. Zato bi bilo treba nadaljevati s ciljnimi razpisi ter omogočati tudi horizontalne razpise spodbujanja podjetništva, ki jih izvajajo javni skladi (npr. Slovenski podjetniški sklad) in javne agencije (npr. SPIRIT).

Rang: 2

PREDNOST: Javno financiranje kulturnega sektorja (javni zavodi, programsko financiranje).

Steber javne politike: FINANCIRANJE

Obrazložitev: Javno financiranje kulturnega sektorja omogoča stabilnost delovanja, vendar lahko po drugi strani povzroči rigidnost (vezanost na proračunsko načrtovanje) ter posledično otežene možnosti delovanja nevladnih organizacij in mladih ustvarjalcev. Problematika javnega financiranja je torej najbolj izražena v financiranju neinstucionalnega sektorja kulture. Prednost javnega financiranja kulturnega sektorja se je pokazala predvsem v času epidemije covid-19, saj so bile v državah, v katerih je financiranje v večjem delu prepuščeno trgu, posledice na delovanje kulturnih institucij veliko hujše (zapiranje kulturnih institucij). Tudi v tujini so javne oblasti (lokalne in centralne) še vedno največji podporniki kulture v primerjavi z drugimi sektorji, vendar pa v praksi tri sfere (vlada, trg in neprofitna sfera) delujejo sočasno in je njihovo prepletanje bolj pravilo kot izjema.

Rang: 1

PREDNOST: Mednarodna konkurenčnost slovenskih ponudnikov iz KKS (uspešnost na tujih trgih, mednarodne nagrade, dobra mednarodna povezanost, zaželeni partnerji v mednarodnih projektih).

Steber javne politike: INTERNACIONALIZACIJA

Obrazložitev: Mednarodno primerljivo kakovost nekaterih ponudnikov dokazujeta relativno veliko število mednarodnih nagrad, ki so jih prejeli, in mednarodna uveljavljenost nekaterih ponudnikov KKS. Slovenski ponudniki so na zahodno- in severoevropskih trgih tudi cenovno konkurenčni. Ker so slovenski ponudniki KKS predvsem mikropodjetja, so posledično zelo prilagodljivi (odsotnost formalnih organizacijskih struktur, timski duh, povezanost vodij/lastnikov in zaposlenih, bolj osebni stik s kupci), vendar pa majhnost pomeni odsotnost kritične mase, zato bi bila pri internacionalizaciji KKS potrebna javna podpora.

Rang: 2

PREDNOST: Številni promocijski dogodki, nagrade, revije/portali, medijska naklonjenost kulturi.

Steber javne politike: OZAVEŠČENOST IN PROMOCIJA

Obrazložitev: Na področju KKS imamo v Sloveniji veliko uveljavljenih prireditev in nagrad, vendar tudi zanje velja, da so namenjeni predvsem posameznim panogam KKS. Širši spekter pokriva Prešernova nagrada, ki pa je namenjena dosežkom na področju kulture. Nagrad, ki bi bile namenjene celotnemu KKS in hkrati tudi bolj tržno usmerjene, kot je britanska nagrada za kreativnega podjetnika leta, za zdaj nimamo. Na mnogo področjih KKS obstajajo specializirane revije (npr. Outsider, Likovne besede, Maska, Fotografija), prav tako so posameznim področjem namenjeni spletni portali (npr. portal Kritika, Sigledal, Music Slovenia), za informiranost in ozaveščenost pa so pomembni tudi spletni portali, ki pokrivajo več področij (npr. kulturnik.si).

Rang: 1

PREDNOST: Obstoj podporne infrastrukture (CzK, podporne organizacije, subjekti inovativnega okolja, podpora podjetniškimi projektom).

Steber javne politike: INFRASTRUKTURA

Obrazložitev: Na področju podpore KKS imamo v Sloveniji številne podporne in druge organizacije. Le malo organizacij ponuja horizontalno podporo celotnemu KKS (npr. CzK, CED Slovenija, Asociacija), veliko je »panožnih« organizacij, vendar je koordinacija med organizacijami še vedno omejena (v zadnjih letih se je položaj z aktivnostmi CzK izboljšal), problem je tudi teritorialna razporeditev (koncentracija ponudnikov KKS in podpornih organizacij v Osrednjeslovenski statistični regiji).

Rang: 1

SLABOST: Neustrezni sistemski okvir (npr. muzeji, glasba, arhitektura).**Steber javne politike: SPLOŠNI POGOJI POSLOVANJA**

Obrazložitev: Omenjene panoge se spopadajo s problematiko odsotnosti lastnega zakona (npr. muzeji), uveljavljanja pravic intelektualne lastnine (avtorske in sorodne pravice) oz. pravične monetizacije (glasba), obsežnostjo, neusklajenostjo, nejasnostjo, nestabilnostjo, pomanjkljivim nadzorom, spreminjanjem pooblastil in problematiko javnega naročanja (arhitektura).

Rang: 1**SLABOST: Administrativne ovire (npr. ovire pri poslovanju, dolgi postopki pridobivanja dovoljenj).****Steber javne politike: SPLOŠNI POGOJI POSLOVANJA**

Obrazložitev: Problematika je prisotna predvsem na področju arhitekture (pridobivanje gradbenih dovoljenj) ter v panogi video in film (dovoljenja za snemanje). Zaradi strukture organizacij v KKS (prevladujejo mikroorganizacije) je tudi sicer zaradi omejene kritične mase administrativnih ovir že na splošno veliko. Status s. p. z normiranimi odhodki obremenitve sicer zelo zmanjšuje (v nekaterih sektorjih, kot je programiranje, pa normirani s. p.-ji predstavljajo »nelojalno konkurenco«).

Rang: 2**SLABOST: Pomanjkanje ustreznih podpornih politik (ukrepi, sredstva za KKS).****Steber javne politike: PODPORNE POLITIKE (STRATEGIJE, PROGRAMI)**

Obrazložitev: Ozaveščenost oblikovalcev politik o pomenu KKS je prešibka, čeprav se v zadnjih letih izboljšuje. KKS v Sloveniji šele v zadnjih letih pridobiva svoje mesto v temah o gospodarstvu, družbi in okolju, kar se kaže s financiranjem posameznih projektov podpore sektorju (npr. CzK) in vzpostavitve ustrezne infrastrukture (npr. Rog). KKS je na splošno še vedno prezrt kot dejavnik konkurenčnosti in reševanja družbenih ter okoljskih problemov. Tako je v Strategiji razvoja Slovenije 2030 navedeno, da je pomemben dejavnik gospodarskega razvoja tudi ustvarjalnost, ki med drugim izvira iz kulture in kreativnih industrij, kar je v Sloveniji premalo prepoznano in pomeni precejšnje neizkoriščene možnosti. K pomanjkanju ustreznih podpornih politik prispevata tudi medresorska narava KKS in pomanjkanje zavedanja o pomenu sodelovanja med ministrstvi. Odsotnost ustreznih podpornih politik upočasnjuje razvoj sektorja in s tem onemogoča tudi izkoristek potenciala, ki ga KKS lahko prinese tako gospodarstvu kot javni upravi ter celotni družbi.

Rang: 1

SLABOST: Odsotnost ustrezne podpore KKS v nacionalnih razvojnih politikah in strateških dokumentih.

Steber javne politike: PODPORNE POLITIKE (STRATEGIJE, PROGRAMI)

Obrazložitev: Prešibka ozaveščenost oblikovalcev politik o pomenu KKS. KKS in panoge, ki sestavljajo KKS, so na splošno še vedno prezrti kot dejavnik konkurenčnosti in reševanja družbenih ter okoljskih problemov. K pomanjkanju ustreznih podpornih politik prispevata tudi medresorska narava KKS in slabo sodelovanje med ministrstvi. Tako je poimenovanje v strateških dokumentih pogosto nekonsistentno (npr. NPK 2022–2029, Slovenska industrijska strategija 2021–2030) ali pa sploh ni omenjeno (npr. v Resoluciji o znanstvenoraziskovalni in inovacijski strategiji Slovenije 2030, sprejeti leta 2022, v Strateškem načrtu skupne kmetijske politike 2023–2027 za Slovenijo, potrjenem v vladi decembra leta 2021), čeprav je KKS v razvitih državah in EU prepoznan kot pomemben vir inovacij (razpis EIT) in razvoja podeželskih območij (npr. Long-term vision for rural areas: for stronger, connected, resilient, prosperous EU rural areas iz leta 2021).

Rang: 1

SLABOST: Pomanjkanje strokovnih podlag (analize, mednarodne primerjave, vrednotenja).

Steber javne politike: PODPORNE POLITIKE (STRATEGIJE, PROGRAMI)

Obrazložitev: Raziskovalno delo na področju KKS se izvaja v omejenem obsegu in brez kontinuitete. Primanjkljaj raziskav je precejšen, za nekatera področja KKS še niso bile opravljene ustrezne celovite raziskave, ki bi lahko služile tudi kot strokovne podlage za oblikovanje ustreznih podpornih ukrepov (npr. glasba, vizualne umetnosti, uprizoritvena umetnost). Prav tako je na vseh področjih primanjkljaj vrednotenja preteklih ukrepov.

Rang: 2

SLABOST: Odsotnost medresorskega sodelovanja.

Steber javne politike: PODPORNE POLITIKE (STRATEGIJE, PROGRAMI)

Obrazložitev: KKS ima potencialno pomembno vlogo na različnih področjih (okolje, gospodarstvo, kultura, izobraževanje ...), zato je pomembno, da je smiselno vpet v različne resorje. Pogoj za to sta ustrezna ozaveščenost oblikovalcev politik v različnih resorjih in njihova pripravljenost za sodelovanje. Sodelovanje ne bi smelo temeljiti le na pripravljenosti določenih posameznikov, temveč mora biti ustrezno sistemsko umeščeno, saj le to zagotavlja njegovo stalnost in kontinuiteto.

Rang: 2

SLABOST: Majhnost slovenskega trga.**Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)**

Obrazložitev: Slovenski trg je na splošno zelo majhen, trg umetnin pa v Sloveniji sploh ni razvit. V posameznih panogah (npr. vizualna umetnost) imajo odločilno vlogo različni »vratarji« (npr. kustosi, galerije). Preživetje na domačem trgu je zato pogosto težko – poleg številnih domačih ponudnikov je na njem prisotna tudi tuja konkurenca. Brez prepoznavnosti doma je težji tudi prodor na tuji trg. Oviro pri preseganju meja domačega trga v nekaterih panogah predstavljata tudi slovenski jezik (npr. gledališke predstave) in omejena slovenska diaspora (npr. malo število slovenskih izseljencev, ki bi lahko predstavljali občinstvo v drugih državah, in tudi malo zgodovinskih povezav Slovenije zunaj Balkana).

Rang: 1**SLABOST: Podcenjenost dela.****Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)**

Obrazložitev: Podcenjenost dela v KKS izhaja iz različnih vzrokov. V prvo skupino lahko uvrstimo težje ovrednotenje kakovosti in postavitev ustrezne cene mnogo storitev KKS, v kombinaciji s pomanjkanjem trženjskih in drugih poslovnih znanj predstavnikov sektorja ter neozaveščenostjo naročnikov (arhitektura, oblikovanje). Težave še poglobljajo prisotnost nizkocenovnih (nekvalificiranih) ponudnikov, nelojalna konkurenca in prevelik pomen najnižje cene tudi pri javnih naročilih (npr. arhitektura, oblikovanje). Pandemija covid-19 je v mnogo panogah KKS stanje še bistveno poslabšala.

Rang: 1**SLABOST: Nerazumevanje strateške vloge KKS v zasebnem in javnem sektorju.****Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)**

Obrazložitev: Nerazumevanje strateške vloge KKS v zasebnem in javnem sektorju se kaže pri odsotnosti naročil strateško pomembnih projektov, fokusu naročnikov na doseganje najnižje cene in odsotnosti vključevanja KKS v strategije javnih politik ter v (razvojne) aktivnosti podjetij. Posledično je vpliv ponudnikov KKS na strateške odločitve podjetij in javnega sektorja skoraj neobstoječ, kar velja tudi za panoge, ki imajo v tujini pomemben vpliv na strateške odločitve v zasebnem in javnem sektorju (npr. oblikovanje). V javnem sektorju (pa tudi v zasebnem) je nerazumevanje strateške vloge KKS pogosto tudi posledica pomanjkanja znanj za presojo njihove kakovosti in zatekanja k ceni kot lažje razumljivemu kriteriju.

Rang: 1

SLABOST: Pomanjkljiva ozaveščenost, slabo poznavanje in omejeno spoštovanje pravic intelektualne lastnine (naročniki, ponudniki).

Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: Problematika pravic intelektualne lastnine je kompleksna in pogledi posameznih deležnikov se med seboj razlikujejo. To se kaže pri zaščiti, monetizaciji in varstvu. Uspešen razvoj in dober izdelek ali storitev na trgu še ne pomenita odločilne prednosti pred konkurenco, če nista tudi ustrezno zaščiteni in če nismo sposobni uveljavljati pridobljene pravice intelektualne lastnine. Iz tega razloga postaja varovanje izdelkov ali storitev v obliki pravic intelektualne lastnine oz. njihova ohranitev v obliki poslovnih in drugih skrivnosti eden od tistih dejavnikov, ki podjetju lahko omogoči korak naprej v doseganju konkurenčne prednosti. Podjetja v KKS (npr. oblikovalska podjetja) so večinoma majhna, zato imajo premalo kadrovskih in finančnih sredstev za zaščito in varovanje (uveljavljanje zaščite) intelektualne lastnine. Primanjkuje jim znanj in tudi informacij, kje lahko pridobijo strokovno pomoč (RCKE, 2013). V zvezi z intelektualno lastnino se postavlja tudi vprašanje učinkovitosti in transparentnosti kolektivnih organizacij. V primeru glasbene industrije so številni uporabniki nezadovoljni s stanjem na področju razdeljevanja nadomestil za uporabo glasbe – problem so neurejenost (npr. nevpstavljen sistem monetizacije z YouTubom), nepreglednost in zapletenost sistema zaradi velikega števila kolektivnih organizacij, ki vsaka zase pobirajo nadomestilo. Problematika pravic intelektualne lastnine je kompleksna in pogledi posameznih deležnikov se med seboj razlikujejo – tako pri zaščiti kot pri monetizaciji in varstvu.

Rang: 2

SLABOST: Pomanjkanje kritične mase ponudnikov storitev KKS (majhnost ponudnikov, premalo povezovanja, nepreglednost in heterogenost ponudbe).

Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: Zaradi majhnosti slovenskega trga, spreminjajočega se povpraševanja in omejene internacionalizacije ter tudi aktivnosti posameznikov z različnimi pravnoorganizacijskimi oblikami v Sloveniji v panogah KKS nimamo kritične mase. Večji ponudniki se težko razvijejo, prevladujoči mikroponudniki pa zaradi pomanjkanja ekipe težje zagotavljajo celovite storitve, tekmujejo na podlagi najnižje cene, kar se lahko odrazi v nezadovoljstvu naročnikov in posledično negativno vpliva tudi na prihodnje povpraševanje.

Rang: 2

SLABOST: Vpetost ponudnikov iz KKS v druge gospodarske sektorje je omejena, povezovanja, sodelovanja in mreženja je premalo.

Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: Stanje je v veliki meri posledica nerazumevanja strateške vloge KKS v zasebnem in javnem sektorju. Sodelovanje ponudnikov KKS z drugimi akterji sicer otežujejo tudi nekatere značilnosti kreativnega procesa, ki vključujejo avtonomnost (ustvarjalci potrebujejo dovolj prostora za lastno neodvisno presojo), nekonformnost (v načinu komuniciranja, načinu dela, oblačenja ...) in nedoločeno (kreativne storitve in tudi cilji pogosto ne morejo biti vnaprej jasno določeni, saj se izoblikujejo šele v kreativnem procesu) (Davis in Scase, 2000). V slovenskem prostoru (pa tudi širše) so poleg tega prisotni tudi majhna kultura sodelovanja in povezovanja, nezaupljivost in strah pred izgubo zaznane umetniške vrednosti ob večji usmeritvi na trg. Obstoječe stanje predstavlja tudi potencial za krepitev vloge KKS v prihodnosti, ne le pri komercializaciji, temveč tudi pri reševanju družbenih in okoljskih izzivov.

Rang: 2

SLABOST: Koncentracija ponudnikov storitev KKS v Osrednjeslovenski regiji.

Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: Ponudniki storitev KKS so v Osrednjeslovenski regiji skoncentrirani bistveno bolj kot v drugih statističnih regijah. V tej regiji se sicer koncentrirajo tudi drugi ponudniki, vendar pa se ponudniki iz KKS tu koncentrirajo nadpovprečno. V letu 2017 so tako enote s področja KKS v Osrednjeslovenski regiji predstavljale kar 14 % vseh registriranih pravnoorganizacijskih enot, medtem ko v drugih regijah ti deleži niso presegali 10 % (Murovec, Bartolj in Kavaš, 2020). V primerjavah med zahodno in vzhodno kohezivsko regijo pri različnih kazalnikih (število podjetij, zaposlenih, prihodkov ...) prevladuje zahodna kohezivska regija, kar pa je predvsem posledica velike koncentracije števila ponudnikov v Osrednjeslovenski regiji.

Rang: 3

SLABOST: Pomanjkanje kompetentnih posrednikov na trgu (agenti, menedžerji).

Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: V Analizi potreb sektorja iz leta 2019 so anketirane osebe pri oceni slovenskega trga najslabše ocenile razpoložljivost kompetentnih posrednikov (povprečje 2,8). To kaže, da v Sloveniji na področju KKS nimamo vzpostavljenih ustreznih verig vrednosti. Podobna ocena je bila podana tudi na delavnicah projektov CRE:HUB, CHIMERA in na delavnicah, izpeljanih v okviru raziskovalnega dela za CzK.

Rang: 2

SLABOST: Problematika karierne poti mladih ustvarjalcev.

Steber javne politike: TRG (PONUDBA IN POVPRASEVANJE NA TRGU)

Obrazložitev: Problematika mladih je bila obravnavana v intervjujih in tudi na delavnicah. Mladi ustvarjalci težko pridejo do priložnosti za delo, saj delodajalcev, pri katerih bi lahko nabirali izkušnje, praktično ni. V nekaterih panogah zelo težko pridejo tudi do priložnosti za predstavitev svojih del (npr. vizualna umetnost). Problematika ima tudi teritorialno dimenzijo, je pa položaj odvisen od splošnih gospodarskih in družbenih razmer.

Rang: 2

SLABOST: Pomanjkanje poslovnih znanj ponudnikov iz KKS (menedžment, trženje, finančna znanja, zaščita intelektualne lastnine ...).

Steber javne politike: KOMPETENCE IN USPOSABLJANJA

Obrazložitev: Osebe, ki so odgovorile na anketo, namenjeno analizi potreb sektorja kulturnih in kreativnih industrij, menijo, da so razpoložljivi izobraževalni programi na njihovem področju delovanja najmanj kakovostni z vidika pridobitve ustreznih poslovnih znanj, kot so menedžment, trženje, finančna znanja in zaščita intelektualne lastnine, kar so potrdili tudi udeleženci delavnic. Pomanjkljaj poslovnih znanj vpliva tako na kakovost njihovih storitev kot tudi na poslovno uspešnost ponudnikov. Čeprav se stanje na področju meddisciplinarnosti študija sicer izboljšuje in možnosti obstajajo, je težava v majhni implementaciji zaradi različnih ovir. Pomanjkanje poslovnih znanj je še posebej pomembno zaradi dejstva, da v KKS prevladujejo mikroponudniki, ki sami opravljajo vse funkcije v podjetju. Zaradi odsotnosti večjih podjetij na večini področij KKS primanjkuje tudi priložnosti, da bi se poslovnih znanj priučili na začetku karierne poti z zaposlitvijo v takšnih podjetjih.

Rang: 1

SLABOST: Zaradi relativne majhnosti oz. majhnega števila študentov primanjkljaj na nekaterih področjih (npr. kulturni menedžment, muzeologija, KKS, tehnični poklic s področja kulture – tonski tehnik, lučkar in drugi).

Steber javne politike: KOMPETENCE IN USPOSABLJANJA

Obrazložitev: Zaradi majhnosti Slovenije in posledično majhnega povpraševanja tako študentov kot tudi trga po posameznih profilih na nekaterih področjih ni ponudbe ustreznih programov. Kljub primanjkljaju določenih profilov z ustreznimi znanji so udeleženci delavnic hkrati izrazili tudi dvom o smiselnosti oblikovanja takšnih izobraževalnih programov – tako z vidika števila interesentov kot tudi z vidika možnosti za ustrezno zaposlitev in plačilo takšnih profilov. Za podporne, tehnične poklice so pomembne predvsem priložnosti za njihovo praktično usposabljanje, za preostale manjkajoče izobrazbene profile pa se udeležencem delavnic zdi smiselna predvsem štipendijska podpora za njihov študij v tujini ali programi usposabljanja v Sloveniji.

Rang: 2

SLABOST: Izobraževalni sistem ne spodbuja kreativnosti, pomanjkanje kakovostne kulturno-umetnostne vzgoje v šolah in zunaj šol.

Steber javne politike: KOMPETENCE IN USPOSABLJANJA

Obrazložitev: V šolskem sistemu je premalo poudarka na ustvarjalnosti in njenem spodbujanju, čeprav kreativnost sodi med pomembna znanja za prihodnost. Prav tako je premalo kakovostne kulturno-umetnostne vzgoje, tovrstne vsebine tudi ne vključujejo posameznih področij (npr. oblikovanje, arhitektura). Strokovni delavci v vrtcih in šolah niso strokovnjaki za kulturno-umetnostno vzgojo, zato je zelo pomembno sodelovanje šol s specialisti za kulturno-umetnostno vzgojo na posameznih področjih.

Rang: 2

SLABOST: Nezagotovljena usposabljanja zaposlenih v KKS.

Steber javne politike: KOMPETENCE IN USPOSABLJANJA

Obrazložitev: Usposabljanja omogočajo izvajanje kakovostnih storitev, vendar so udeleženci delavnice poudarili, da ponudniki v KKS svojim zaposlenim le redko lahko omogočijo ustrezna usposabljanja, ki so v skladu z ekonomskimi, družbenimi, okoljskimi in prostorskimi trendi.

Rang: 3

SLABOST: Pomanjkanje finančnih sredstev ponudnikov v KKS zaradi covid-19 (razlika med panogami).

Steber javne politike: FINANCIRANJE

Obrazložitev: Covid-19 sicer ni imel enakega vpliva na vse panoge KKS, vendar pa so bile nekatere od teh panog zaradi pandemije med najbolj prizadetimi. Kljub fleksibilnosti je KKS zelo ranljiv. Položaj mikroponudnikov, ki je bil relativno slab že pred pandemijo, se je še poslabšal, saj je pandemija povzročila odpoved številnih projektov ter zmanjšanje naročil in njihove vrednosti tudi v obdobju odprave omejitev. Mikroponudniki si namreč običajno ne ustvarjajo »denarnih zalog« – večina tekočega prometa je namenjena za pokrivanje tekočih stroškov. Najemnine, posojila, stroški plač in druga plačila bremenijo podjetje, ne glede na realizirano prodajo, in lahko ob velikih upadih posla vodijo v likvidnostni krč. Rezultati anket (Matjaž in drugi, 2020, 2021) kažejo, da je več kot tretjina anketiranih oseb med slovenskimi kulturno-kreativnimi delavci že pred pandemijo imela mesečni neto dohodek med 500 in 1.000 evri in da jih več kot polovica razmišlja o tem, da bi sektor zapustila.

Rang: 1

SLABOST: Razdrobljenost in omejena dostopnost virov financiranja, vendar tudi nepoznavanje razpoložljive finančne podpore ponudnikov iz KKS.

Steber javne politike: FINANCIRANJE

Obrazložitev: Prevladujoče število mikroponudnikov v sektorju, med njimi tudi samozaposlenih z normiranimi odhodki, samozaposlenih v kulturi in nevladnih organizacij, pomeni omejen dostop do virov financiranja in javnih razpisov, ki jih nudijo javni skladi (npr. Slovenski podjetniški sklad), agencije (npr. SPIRIT) in razvojna banka (SID banka). Težava je tudi omejena likvidnost, saj je pri razvojnih projektih finančna sredstva treba zalagati. Zaradi majhnosti in posledično omejenih zavarovanj imajo mikropodjetja težavo pridobiti posojila pri poslovnih bankah. Finančni viri so omejeni še posebej za novoustanovljena podjetja (kratka zgodovina, nimajo zaposlenih, nimajo znanj in izkušenj s kandidiranjem na javnih razpisih, problem likvidnosti). Anketa (Kavaš in Murovec, 2019) je hkrati pokazala, da organizacije iz KKS slabo poznajo različne razpoložljive finančne instrumente, še posebej semenski in tvegani kapital, subvencijo obrestne mere ter garancije.

Rang: 2

SLABOST: Kljub javnemu financiranju je razvoj javnih zavodov oviran zaradi pomanjkanja sredstev, potrebnih za preboj – velika večina sredstev je namenjena plačam zaposlenih.

Steber javne politike: FINANCIRANJE

Obrazložitev: Javni zavodi imajo v KKS bistveno večji pomen kot sicer v gospodarstvu. V nekaterih panogah (npr. muzeji) so javni zavodi prevladujoča oblika in glavni zaposlovalci. Večinoma so financirani iz javnih sredstev in se kot taki spopadajo s specifično problematiko, ki je vezana na delovanje javnih zavodov na splošno (rigidnost, pogosto neustrezna normativna ureditev, na kar je opozorilo Računsko sodišče v reviziji leta 2021). Medtem ko imajo sredstva za obstoj sicer zagotovljena, je velika večina teh sredstev namenjena plačam, za druge stroškovne postavke pa sredstev pogosto primanjkuje, še posebej ko so potrebna sredstva v večjem obsegu za določen razvojni preboj (npr. digitalizacija storitev, investicije) in so predmet ločenih razpisov posameznih ministrstev. Čeprav je večina sredstev namenjena plačam, je potreba po zaposlovanju novih sodelavcev z ustreznimi kompetencami (digitalizacija, trženje, financiranje ...) še vedno zelo velika. Trendi (družbeni, tehnološki, okoljski, demografski) zahtevajo nove pristope (novi proizvodi/storitve, novi poslovni modeli, napredna strojna in programska oprema), kar pa je z rigidno organizacijo, omejenimi viri (finančnimi, kadrovskimi), neustreznimi kompetencami (odpor do sprememb posameznih vodstev in zaposlenih v javnih zavodih) in omejenimi spodbudami za pridobivanje prihodka na trgu (npr. nagrajevanje zaposlenih za uspešno delo, problematika prihodkov od najemnin od oddaje stvarnega premoženja države v upravljanju PPP, omejeno zasebno financiranje) težko.

Rang: 2

SLABOST: Pomanjkanje donatorjev, sponzorjev, mecenov.

Steber javne politike: FINANCIRANJE

Obrazložitev: V Sloveniji imamo omejeno število večjih sponzorjev, ki so preobremenjeni s prošnjami za sponzorstva in do katerih novi akterji zelo težko pridejo. Še manjše, pravzaprav zanemarljivo, je število donatorjev in mecenov. Prav tako ponudniki iz KKS nimajo ustreznih znanj o tem, kako tovrstno financiranje pridobivati (potrebna so trženjska, finančna, upravljavska, digitalna znanja), saj so donacije in sponzorstva pogosto povezani s trženjsko strategijo sponzorjev in donatorjev. Ponudniki KKS tudi pogosto nimajo ustreznih povezav s poslovnim svetom, niso del mrež, ki bi jim bile pri tem v pomoč. Spreminjajo se tudi nameni zasebnega financiranja, saj je poudarek na prizadevanju k izpolnitvi družbenih in okoljskih ciljev (npr. Agenda 2030 za trajnostni razvoj). Pomen pridobivata projektno financiranje in digitalno zbiranje zasebnih sredstev (npr. množično financiranje).

Rang: 3

SLABOST: Premajhna izvozna orientiranost ponudnikov iz KKS (osredinjenost na slovenski trg, pomanjkanje znanj in izkušenj, odsotnost agentov).

Steber javne politike: INTERNACIONALIZACIJA

Obrazložitev: Izvozna usmerjenost ponudnikov iz KKS je v splošnem relativno majhna, se pa med panogami močno razlikuje (Murovec in drugi, 2020). Rezultati ankete med predstavniki KKS (Kavaš in Murovec, 2019) so pokazali, da 85 % anketiranih oseb želi povečati svojo prisotnost na tujih trgih. Glavno oviro predstavlja pomanjkanje lastnih sredstev, znanj/informacij in podpore ministrstev oz. drugih organizacij. (Pre)velika osredinjenost na majhen domači trg povzroča omejitve pri poslovanju in veliko ranljivost.

Rang: 1

SLABOST: Ne zadostna javna podpora internacionalizaciji ponudnikov iz KKS.

Steber javne politike: INTERNACIONALIZACIJA

Obrazložitev: Zaradi majhnosti domačega trga, pa tudi zaradi prisotnosti vratarjev, ki v nekaterih panogah predstavljajo pomembno oviro za neveljavljene izvajalce, je zelo pomembno, da ponudniki niso osredinjeni le na domači trg. Anketiranci so med glavnimi ovirami za povečanje izvozne usmerjenosti omenili pomanjkanje znanj/informacij in pomanjkanje podpore ministrstev oz. drugih organizacij (Kavaš in Murovec, 2019). Nekatero pravnoorganizacijske oblike imajo omejen dostop do javnih spodbud za internacionalizacijo (npr. nevladne organizacije, javni zavodi, samozaposleni v kulturi). Na velik pomen podpore pri internacionalizaciji in priložnosti, ki jih ta prinaša za izkoriščanje potenciala KKS, kažejo tudi uspešnost in odzivi na tovrstne aktivnosti CzK.

Rang: 2

SLABOST: Premalo znanj s področja promocije z digitalnimi orodji.

Steber javne politike: OZAVEŠČENOST IN PROMOCIJA

Obrazložitev: Digitalizacija je prinesla veliko priložnosti za relativno poceni promocijo, vendar pa so za učinkovitost takšne promocije prav tako potrebni ustrezna znanja in izkušnosti, ki jih mikroponudniki v KKS običajno nimajo.

Rang: 2

SLABOST: Odsotnost programov ozaveščanja in promocije kulture med študentsko populacijo (npr. ni kulturno-umetnostne vzgoje v terciarnem izobraževanju).

Steber javne politike: OZAVEŠČENOST IN PROMOCIJA

Obrazložitev: Programi kulturno-umetnostne vzgoje se osredinjajo na predšolsko, osnovnošolsko in srednješolsko populacijo. Kljub določenim pomanjkljivostim pri izvedbi takšnih programov so jih udeleženci delavnic ocenili kot zelo dobrodošle, vendar pa za študentsko populacijo primerljivi programi niso razviti.

Rang: 3

SLABOST: Podporne organizacije niso koordinirane (odsotnost delujočega ekosistema).

Steber javne politike: INFRASTRUKTURA

Obrazložitev: Nekatere panoge KKS (npr. arhitektura, knjiga) imajo svoje podporne organizacije (organizacije, ki nudijo brezplačno podporo in so izbrane na podlagi javnega razpisa, neposredne potrditve ministrstva/izvajalskih institucij ali je njihov ustanovitelj Vlada RS), druge pa ne (npr. oblikovanje, intermedijska umetnost). Obstajajo sicer tudi številne druge organizacije, ki prav tako nudijo podporo KKS, vendar se financirajo iz članarin ali domačih in tujih projektov. Zelo malo med njimi je takšnih, ki nudijo horizontalno podporo celotnemu KKS. Kljub velikemu skupnemu številu organizacij, ki nudijo podporo, njihovo delovanje ni koordinirano, kar je tudi posledica projektnega financiranja iz različnih finančnih virov, ko pogosto podporne organizacije medsebojno tekmujejo za finančna sredstva. V ekosistemu manjka podpora organizacija, namenjena posebej podpori KKS, ki bi bila med podpornimi organizacijami prepoznana kot koordinator ekosistema KKS in bi posledično lahko organizacijsko usklajevala delo drugih podpornih organizacij.

Rang: 1

SLABOST: Podpora KKS je koncentrirana v Ljubljani.

Steber javne politike: INFRASTRUKTURA

Obrazložitev: Velika večina organizacij, ki nudijo podporo KKS, je skoncentrirana v Ljubljani, kjer je sicer tudi daleč največja koncentracija ponudnikov KKS. Dostop do podpore je tako ponudnikom v drugih regijah otežen. Na drugi strani so udeleženci delavnice poudarili tudi dejstvo, da so v nekaterih regijah tudi njihovi poskusi nudenja podpore naleteli na pomanjkanje interesa zaradi premajhne kritične mase ponudnikov iz KKS.

Rang: 2

SLABOST: Primanjkanje prostorov za mreženje in neodvisnih produkcijskih prostorov, ki omogočajo eksperimentiranje in dopuščajo napake (obstoječi se zapirajo).

Steber javne politike: INFRASTRUKTURA

Obrazložitev: Pomen prostorov za mreženje, sodelo in neodvisnih produkcijskih prostorov je potrdila tudi anketa med predstavniki KKS (Kavaš in Murovec, 2019). Primanjkuje predvsem neodvisnih produkcijskih prostorov, ki omogočajo eksperimentiranje in dopuščajo napake ter so dostopni predstavnikom različnih panog KKS. Številni prostori, namenjeni sodelu, so bili zaradi pomanjkanja ustrezne podpore prisiljeni zapreti svoja vrata. V prihodnosti se sicer novi produkcijski prostori in prostori za mreženje obetajo tudi v Centru Rog.

Rang: 2

SLABOST: Javna infrastruktura (zaprti in odprti prostori) je pogosto nedostopna za zunanje producente/ponudnike oz. je neizkoriščena (npr. kulturni domovi).

Steber javne politike: INFRASTRUKTURA

Obrazložitev: V Sloveniji sicer obstaja kar precej odprtih in zaprtih javnih prostorov, ki pa so za zunanje ponudnike iz različnih razlogov pogosto nedostopni. V glavnem mestu je razlog za nedostopnost pogosto previsoka cena za manjše ponudnike ali zasedenost kapacitet v najboljših terminih. V nekaterih primerih s prostori razpolagajo javni zavodi, od katerih niso vsi pripravljeni sodelovati z zunanjimi ponudniki oz. sodelujejo le z ozkim krogom ponudnikov. Predvsem zunaj Ljubljane so tovrstni prostori pogosto tudi neizkoriščeni (npr. kulturni domovi).

Rang: 3

PRILOŽNOST: Povečano povpraševanje po kreativnih produktih.

Obrazložitev: Skrajševanje delovnega časa, izboljšanje izobrazbe in rastoči prihodki so se odrazili v strmem naraščanju povpraševanja po proizvodih in storitvah, ki ponujajo unikatna doživetja, kar za KKS predstavlja veliko priložnosti. K temu je treba dodati dostop do (novih) tehnologij večine svetovnega prebivalstva (npr. internet, mobilna telefonija), kar dodatno pospešuje povpraševanje po kreativnih izdelkih in storitvah.

Rang: 1

PRILOŽNOST: Povečano povpraševanje po nišnih dobrinah.

Obrazložitev: Niša je del trga, ki je popolnoma edinstven. Izkoriščanje prednosti niš je eden od najučinkovitejših načinov konkuriranja malega podjetja drugim, pri tem je pomemben celoten trženjski splet. Medtem ko imajo velika podjetja sicer ogromne baze kupcev, so vsako leto deležna pritiskov ogromne letne prodaje. Izdelki nove generacije so nišni izdelki, ki konkurirajo tem produktom in nimajo takšnega pritiska glede prodaje – imajo čas, da se osredinijo na piljenje detajlov, česar veliki nimajo. V zadnjih letih smo priča strmemu naraščanju povpraševanja po proizvodih in storitvah, ki ponujajo unikatna doživetja, kar za KKS predstavlja veliko priložnost.

Rang: 1

PRILOŽNOST: Okoljski izzivi.

Obrazložitev: KKS lahko prispeva k pozitivnim spremembam v odnosih do okoljskih vprašanj in tudi k spremembi praks tako v KKS kot tudi v javnem sektorju in drugih gospodarskih sektorjih, ki jih podpira pri njihovi okoljski in trajnostni tranziciji (oblikovanje proizvodov in storitev, oglaševanje, krožno gospodarstvo, strateško razmišljanje, novi poslovni modeli ...). Med glavnimi gradniki prehoda v nizkoogljično družbo sta tudi trajnostno oblikovanje in arhitektura.

Rang: 1

PRILOŽNOST: Družbeni izzivi.

Obrazložitev: KKS (npr. oblikovanje) daje orodja za odgovarjanje na nove vrste družbenih izzivov (npr. starajoča se družba, problemi, povezani z mobilnostjo, zmanjševanje neenakosti, zdravje, dolgotrajna oskrba) in s tem lahko poganja prihodnje družbene inovacije in blaginjo družbe.

Rang: 1

PRILOŽNOST: Razvoj novih tehnologij, materialov in novih poslovnih modelov.

Obrazložitev: Razvoj tehnologij je tesno povezan z nekaterimi že omenjenimi trendi (digitalizacija, novi poslovni modeli ...). Poleg tega tehnologija omogoča tudi vedno boljše analitične podatke, hkrati pa odpira veliko vprašanje varnosti, ki vključuje tudi vprašanja transparentnosti, sledljivosti, zasebnosti in avtorskih pravic. Vedno večja integracija digitalnega in fizičnega sveta odpira nove priložnosti za inovacije z uporabo novih materialov in proizvodnih tehnik (kot je tridimenzionalno tiskanje), ki omogočajo večji, boljši dostop do trgov in potrošnikov ter tudi krepitev vloge KKS.

Rang: 1

PRILOŽNOST: Politike EU (Zeleni dogovor, enotni digitalni trg ...).

Obrazložitev: Evropski zeleni dogovor je postavil ambiciozne cilje za preobrazbo gospodarstva EU v smeri trajnostne prihodnosti in postavil okvir za oblikovanje poti za doseg podnebno nevtralnega, krožnega gospodarstva najpozneje do leta 2050. Evropski zeleni dogovor je tudi rešilna bilka za izhod iz pandemije covida-19. Financiran bo s tretjino od naložb v vrednosti 1.080 milijard evrov iz instrumenta za okrevanje NextGenerationEU in iz sedemletnega proračuna EU. Omeniti je treba tudi pobudo Novi evropski Bauhaus. Strategija za enotni digitalni trg je strategija Evropske komisije iz leta 2015, ki stremi k najboljšemu dostopu do spletnih storitev za posameznike in podjetja. Enotni digitalni trg je trg, na katerem je zagotovljen prost pretok oseb, storitev in kapitala in na katerem lahko posamezniki in podjetja nemoteno dostopajo in izvajajo spletne aktivnosti pod pogoji poštene konkurence, z visoko stopnjo varstva potrošnikov in podatkov ter ne glede na njihovo državljanstvo in kraj prebivališča.

Rang: 1

PRILOŽNOST: Reformiranje javnega sektorja (storitveno oblikovanje).

Obrazložitev: Pri reformiranju javnega sektorja in njegovih storitev je velik potencial za uporabo KKS, predvsem storitvenega oblikovanja. To bi vodilo do ponudbe inovativnih pristopov in pristopov, osredinjenih na uporabnike.

Rang: 2

PRILOŽNOST: Gospodarska kriza.

Obrazložitev: Za preživetje podjetij v obdobju gospodarske krize so potrebne inovacije, razvite v sodelovanju z uporabniki (angl. *user-driven*), poleg teh pa investiranje v razvoj podjetij. V času epidemije se je še dodatno pokazal tudi pomen hitrega prototipiranja, inovativnosti in hitrega prilagajanja rešitev, prilagojenim strankam in zaposlenim. Medtem ko so nekatera manj fleksibilna podjetja v isti panogi v krizi zapirala vrata, so druga v njej našla svojo največjo priložnost. Pri tem imajo pomembno vlogo tudi ponudniki KKS.

Rang: 2

PRILOŽNOST: Geostrateški položaj Slovenije.

Obrazložitev: Slovenija ima pomemben geostrateški položaj, ki je v evropskem in širšem prostoru poseben in ostaja takšen tudi v razmerah globalizacije in krepitve transnacionalnih povezav. Je celinska, pomorska država, leži na stičišču srednje- in južnoevropskega ter sredozemskega geostrateškega in geopolitičnega prostora. To predstavlja tako politične, gospodarske, družbene, kulturne in druge prednosti in priložnosti kot tudi določena varnostna tveganja. Ozemlje Republike Slovenije prečkajo najkrajše kopenske poti, ki zahodno in srednjo Evropo povezujejo z jugovzhodno Evropo in Azijo, ter najkrajše, najugodnejše poti s srednjeevropskih celinskih območij do obale Jadranskega morja ter iz vzhodne in jugovzhodne Evrope do Apeninskega polotoka. Prav tako je na širšem interesnem območju med Jadranskim, Baltskim in Črnim morjem, predvsem pa je Slovenija članica EU (enotni trg) in NATA. Na enotnem trgu EU velja prosti pretok ljudi, blaga, storitev in denarja, kar zagotavlja velik trg in stabilno poslovno okolje.

Rang: 2

NEVARNOSTI

NEVARNOST: Migracija najbolj talentiranih ustvarjalcev.

Obrazložitev: Zaradi slabšanja finančnega položaja in nezavedanja pomena KKS za zasebni in javni sektor (pomanjkanje poslovnih priložnosti, podcenjenost dela) obstaja nevarnost migracije najboljših ustvarjalcev iz Slovenije v tujino. Prav tako obstaja seveda tudi možnost priseljevanja ustvarjalcev iz drugih držav z nižjim standardom v Slovenijo.

Rang: 1

NEVARNOST: Gospodarska kriza.

Obrazložitev: Pandemija covid-19, zastoji v dobavnih verigah, vojna v Ukrajini (nadaljnja rast cen goriv, sestavnih delov, hrane, rudnin, gradbenega materiala ...), naraščajoča inflacija lahko vodijo v stagflacijo. To bi lahko negativno vplivalo na razmere v slovenskem gospodarstvu (posledično tudi negativni vpliv na javne izdatke), saj bi zaradi premajhne konkurenčnosti in premajhnih vlaganj v inovativne izdelke/storitve ter blagovne znamke v preteklosti lahko bili priča propada številnih slovenskih podjetij, predvsem tistih, ki delujejo na trgu končnih odjemalcev.

Rang: 1

NEVARNOST: Pomanjkanje javnih sredstev kot posledica gospodarske krize (covid-19).

Obrazložitev: Zaradi izdatkov za blaženje gospodarske krize, povzročene s covidom-19, bo imela Slovenija velik proračunski primanjkljaj in naraščajoč javni dolg, še posebej če pride do zastoja rasti gospodarstev v EU. To bi zaradi naraščajočih obrestnih mer in dviga obsega socialnih transferjev lahko negativno vplivalo na obseg sredstev, ki jih bo država Slovenija namenila za spodbujanje inovativnosti in KKS.

Rang: 1

NEVARNOST: Nadaljevanje pandemije covid-19.

Obrazložitev: Tveganja za finančno stabilnost so se zaradi pandemije covid-19 in ukrepov za njeno zaježitev, ki predstavljajo ogromen šok za naše in svetovno gospodarstvo, močno povečala. Gospodarska aktivnost v Sloveniji je med pandemijo močno upadla, učinki krize covid-19 bodo vidni še v naslednjih mesecih in letih. Napovedano okrevanje spremlja negotovost – odvisno od nadaljnjega poteka pandemije in uspešnosti spopadanja z njenimi posledicami tako v Sloveniji kot v drugih državah. V primeru nadaljevanja pandemije bi se nadaljevali negativni učinki na slovensko gospodarstvo in na KKS. Predvsem panoge KKS, ki so že do zdaj bile najbolj prizadete, bi utrpele še dodatno škodo.

Rang: 1

NEVARNOST: Hitro spreminjajoče se tehnologije.

Obrazložitev: Nove tehnologije, kot so obogatena in virtualna resničnost, umetna inteligenca, oblachna tehnologija, veriženje podatkovnih blokov (angl. *blockchain*) in NFT, metaverzum (angl. *metaverse*) ter kvantno računalništvo, bodo imele na KKS zelo velik vpliv. Če družba in ponudniki KKS ne bodo sledili tehnološkim trendom (oprema, poslovni modeli, kompetence, absorpcija), bo to lahko imelo negativen vpliv na konkurenčnost slovenskega KKS.

Rang: 1

NEVARNOST: Nestabilno politično okolje v svetu (npr. vojne, spori med državami) in v Sloveniji (pogosto spreminjanje javnih politik).

Obrazložitev: Stabilno politično okolje predstavlja osnovo za ustrezen gospodarski, trajnostni in družbeni razvoj. V primeru večjih političnih nestabilnosti in vojn so številne druge teme potisnjene v ozadje. Posledično se ponavadi dvignejo cene energentov, hrane, pojavijo se težave v dobavnih verigah, kar vodi v recesijo. V ospredje stopijo primarne potrebe, čemur sledijo tudi javni izdatki (npr. oboroževanje, blagovne rezerve). Na nestabilno poslovno okolje vpliva tudi prepogosto spreminjanje javnih politik, kar je tudi posledica politične nestabilnosti v Sloveniji v zadnjih 15 letih. Ravno nestabilno poslovno okolje je največji »sovražnik« gospodarske dejavnosti, saj je za uspešno poslovanje potrebna stabilnost in s tem tudi predvidljivost, ki omogoča tudi ustrezen obseg investicij. Dolgotrajne prekinitve poslovanja, zmanjšano povpraševanje zaradi negotovosti in prekinitve v dobavnih ter vrednostnih verigah ustvarjajo znatne operativne in finančne pritiske na mala in srednja podjetja, ki v KKS prevladujejo, kar ogrozi obstoj mnogo delujočih podjetij in podjetnikov.

Rang: 1

NEVARNOST: Huda mednarodna konkurenca, ki se še krepi.

Obrazložitev: Tudi slovenski ustvarjalci se spopadajo z mednarodno konkurenco. Fizična bližina pri nekaterih panogah KKS sicer predstavlja pomembno prednost, pri drugih pa ne toliko, saj sodobne tehnologije omogočajo delo na daljavo. Z izboljšanim dostopom do interneta (Azija, Afrika) se bo konkurenca še okrepila.

Rang: 2

Analiza kulturnega in kreativnega sektorja v Sloveniji

Izdal in založil

Muzej za arhitekturo in oblikovanje (MAO)/
Center za kreativnost (CzK)
Rusjanov trg 7, SI-1000 Ljubljana

Zanj

dr. Bogo Zupančič, direktor MAO
mag. Anja Zorko, vodja Centra za kreativnost

Pripravili

dr. Nika Murovec, dr. Damjan Kavaš, mag. Sonja Uršič
Inštitut za ekonomska raziskovanja

Strokovni svetovalki

izr. prof. dr. Barbara Predan, Akademija za likovno
umetnost in oblikovanje, UL
mag. Anja Zorko, Center za kreativnost

Vodja projekta raziskav

mag. Anja Zorko, vodja Centra za kreativnost

Sodelavki

Maja Kovačič, Hana Vardjan

Lektura

Lektorična

Oblikovanje

Pikto

Tisk

Collegium Graphicum

Število izvodov

300

Leto izida

Ljubljana, 2023

Publikacija je brezplačna.

© Center za kreativnost, www.czks.si

Center za kreativnost (CzK) je nacionalna interdisciplinarna platforma za razvoj kulturnega in kreativnega sektorja v Sloveniji. S svojimi programi krepi družbeno in ekonomsko vrednost sektorja ter ga aktivneje povezuje z gospodarstvom in drugimi sektorji. CzK je pomemben del podpornega okolja za inovacije v Sloveniji.

Projekt sofinancirata Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj in Republika Slovenija. Izvaja se v Operativnem programu za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014–2020. Projekt Center za kreativnost je zasnoval Muzej za arhitekturo in oblikovanje (MAO).



CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

351.85:311.1(497.4)

MUROVEC, Nika

Analiza kulturnega in kreativnega sektorja v Sloveniji / pripravili Nika Murovec, Damjan Kavaš, Sonja Uršič ; [strokovni svetovalki Barbara Predan, Anja Zorko]. - Ljubljana : Muzej za arhitekturo in oblikovanje (MAO), Center za kreativnost (CZK), 2023

ISBN 978-961-6669-92-4

COBISS.SI-ID 133197571



**CENTER ZA
KREATIVNOST**
CENTRE FOR
CREATIVITY



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST