

# Advokační skupina HRY

## Výsledky doplnění a zvážení SWOT analýzy

Srpen 2016

Výsledky jsou souhrnem z jednání advokační skupiny Brněnského kulturního parlamentu v červnu 2016 a on-line vážení SWOT ze srpna 2016. První tabulka je finálním výsledkem vážení, následující tabulky zobrazují podrobně počty hlasů a hlasujících. Další informace o strategickém plánování v kultuře jsou k dispozici na [kulturniparlament.brno.cz](http://kulturniparlament.brno.cz).

<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Úspěšné produkty.</li><li>2. Dostupnost technologií.</li><li>3. Kreativita.</li><li>4. Silné zastoupení firem z oblasti videoher a her</li><li>5. ČR už má v zahraničí vybudovanou značku v herních průmyslech.</li><li>6. Otevřenost prodejních platform.</li><li>7. Silná hráčská komunita.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Nedostatečné znalosti marketingu.</li><li>2. Nedostatek kvalifikované pracovní síly.</li><li>3. Jazyková vybavenost lidí a jazyková bariéra.</li><li>4. Nepropojenost - umíme se svézt na trendu, ale neumíme udělat start-up.</li><li>5. ČR sice má v zahraničí vybudovanou značku v oblasti herního průmyslu, ale Brno splývá s Prahou (je třeba Brno více zdůrazňovat).</li><li>6. Je to byznys, těch výtvarných počínů je spíše pár.</li><li>7. Krátký prodejní cyklus.</li><li>8. Omezený přístup ke kapitálu.</li></ol>
<b>Příležitosti</b>	<b>Hrozby</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Větší spolupráce se zahraničím.</li><li>2. Globální trhy.</li><li>3. Využití herního průmyslu pro PR města.</li><li>4. Spolupráce s univerzitami.</li><li>5. Nepřebírat ideu někoho jiného, ale sami vymýšlet nové věci.</li><li>6. Networking.</li><li>7. Možnost alternativního financování (např. Deskové hry na <a href="http://hithit.com">http://hithit.com</a>, přístup k investorům).</li><li>8. Herní akcelerátory.</li><li>9. Hry jsou trans-mediální, dají se přenášet do různých prostředí.</li><li>10. DNA jako značka Brna.</li><li>11. Digitalizace deskových her.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Velké celosvětové firmy a odchod lidí pryč, protože přesouvají svá sídla.</li><li>2. Při spolupráci s městem hrozí byrokratické zpomalení, které odsoudí projekt k neúspěchu.</li><li>3. Nedostatek odborného vzdělávání.</li><li>4. Nedůvěra ve stát a nestabilita lokálního zastupitelstva.</li><li>5. Obtížný přístup cizinců ze zemí mimo EU na pracovní trh v ČR.</li><li>6. Nelegální kopie.</li><li>7. Přesaturování trhu.</li><li>8. Zahlcenost platformou crowdfundingu.</li></ol>

## Počty hlasů a hlasujících \*

### Silné stránky

	Setkání - počet hlasů celkem**	Setkání - počet hlasujících	Dotazník - počet hlasů celkem	Dotazník - počet hlasujících	<b>Počet hlasů celkem</b>	Počet hlasujících celkem***
Úspěšné produkty.	/	/	15	9	<b>15</b>	9
Dostupnost technologií.	/	/	15	9	<b>15</b>	9
Kreativita.	/	/	15	9	<b>15</b>	9
ČR už má v zahraničí vybudovanou značku v herních průmyslech.	/	/	10	9	<b>10</b>	9
Silné zastoupení firem z oblasti videoher a her.	/	/	12	9	<b>12</b>	9
Otevřenost prodejních platform.	/	/	9	9	<b>9</b>	9
Silná hráčská komunita.	/	/	5	9	<b>5</b>	9

### Slabé stránky

	Setkání - počet hlasů celkem**	Setkání - počet hlasujících	Dotazník - počet hlasů celkem	Dotazník - počet hlasujících	<b>Počet hlasů celkem</b>	Počet hlasujících celkem***
Nedostatečné znalosti marketingu.	/	/	14	9	14	9
Nedostatek kvalifikované pracovní síly.	/	/	12	9	12	9
Jazyková vybavenost lidí a jazyková bariéra.	/	/	11	9	11	9
ČR má sice v zahraničí vybudovanou značku v oblasti herního průmyslu, ale Brno splývá s Prahou (je třeba Brno více zdůrazňovat)	/	/	8	9	8	9
Neprojojenost - umíme se svést na trendu, ale neumíme udělat start-up.	/	/	9	9	9	9
Krátký prodejní cyklus.	/	/	3	9	3	9
Je to byznys, těch výtvarných počinů je spíše	/	/	4	9	4	9

pár.						
Omezený přístup ke kapitálu.	/	/	0	9	0	9

## Příležitosti

	Setkání - počet hlasů celkem**	Setkání - počet hlasujících	Dotazník - počet hlasů celkem	Dotazník - počet hlasujících	<b>Počet hlasů celkem</b>	Počet hlasujících celkem***
Větší spolupráce se zahraničím.	/	/	16	9	<b>16</b>	9
Globální trhy.	/	/	15	9	<b>15</b>	9
Využití herního průmyslu pro PR města.	/	/	14	9	<b>14</b>	9
Spolupráce s univerzitami.	/	/	14	9	<b>14</b>	9
Nepřebírat ideu někoho jiného, ale sami vymýšlet nové věci.	/	/	11		<b>11</b>	
Networking	/	/	11	9	<b>11</b>	9
Možnost alternativního financování (např. Deskové hry na <a href="http://hithit.com">http://hithit.com</a> , přístup k investorům)	/	/	10	9	<b>10</b>	9
DNA jako značka Brna.	/	/	5	9	<b>5</b>	9
Herní akcelerátory.	/	/	10	9	<b>10</b>	9
Hry jsou trans-mediální, dají se přenášet do různých prostředí.	/	/	6	9	<b>6</b>	9
Digitalizace deskových her.	/	/	1	9	<b>1</b>	9

## Hrozby

	Setkání - počet hlasů celkem**	Setkání - počet hlasujících	Dotazník - počet hlasů celkem	Dotazník - počet hlasujících	Počet hlasů celkem	Počet hlasujících celkem***
Nedostatek odborného vzdělávání.	/	/	13	9	13	9
Nedůvěra ve stát a nestabilita lokálního zastupitelstva.	/	/	11	9	11	9
Velké celosvětové firmy a odchod lidí pryč, protože přesouvají svá sídla.	/	/	14	9	14	9
Při spolupráci s městem hrozí byrokratické upomalení, které odsoudí projekt k neúspěchu.	/	/	14	9	14	9
Obtížný přístup cizinců ze zemí mimo EU na pracovní trh v ČR.	/	/	11	9	11	9
Přesaturování trhu.	/	/	7	9	7	9
Nelegální kopie.	/	/	8	9	8	9
Zahlcenost platforem crowdfundingu.	/	/	6	9	6	9

\* Hlasující mohli během setkání hodnotit jednotlivé výroky dle důležitosti na škále *dva kladné hlasy, jeden kladný hlas, žádný hlas, jeden záporný hlas*. Při on-line vážení byly výroky hodnoceny na škále *velmi dle ité, dle ité, nevím, nedle ité*. V obou případech škála odpovídá bodům 2, 1, 0, -1. Výsledky jsou součtem těchto bodů.

\*\* Jsou-li sloupce **Setkání - počet hlasů celkem** a **Setkání - počet hlasujících** prázdné, znamená to, že se při setkání dané advokační skupiny z časových důvodů vážení SWOT neodehrálo.

\*\*\* **Počet hlasujících celkem** označuje součet hlasujících osob během setkání a on-line. Hlasoval-li někdo dvakrát, je také dvakrát započten.