

Analiza **kulturnih** i **kreativnih industrija** Prijedora, Podgorice i Sisačko-moslavačke županije



Naziv projekta: Razvoj prekogranične mreže kreativne industrije
(“Development of Cross-Border Cooperation Network of Creative Industries”)

Akronim projekta: CREATIVE@CBC

Vodeći partner: Agencija za ekonomski razvoj grada Prijedora
“PREDA-PD” Prijedor

Projektni partneri: Asocijacija za demokratski prosperitet – Zid iz Podgorice i Razvojna agencija Sisačko-moslavačke županije
SIMORA d.o.o. Sisak

Specifični cilj projekta je stvaranje povoljnog okruženja za razvoj kreativnih industrija i međusektorsko povezivanje sa IT industrijom, tradicionalnom industrijom i oblasti kulture.

Rezultati projekta: 1. pristup specifičnim znanjima; 2. pristup tehnologijama; 3. Uticaj na razvoj lokalnih politika podrške kulturnim i kreativnim industrijama; 4. povećana dinamika i interakcija između kreativne i tradicionalne industrije.

Outputi projekta:

O1: Razvoj mreže kreativnih industrija - CREATIVE@CBC

O2: Kreativni centri u Prijedoru i Podgorici

Prioritetna osa: PA/4 Povećanje konkurentnosti i razvoj poslovnog okruženja u programskom području

Vrijednost projekta: 595.214,00 EUR

Eu sufinansiranje: 505.931,90 EUR

Trajanje projekta: 1/6/2020 – 31/5/2022

Publikacija:
„Analiza kulturnih i kreativnih industrija Prijedora, Podgorice i Sisačko-moslavačke županije“

Autor:
Centar za ekonomiju d.o.o.
Banja Luka (BiH)
Mišel Pavlica, M.Sc.

Koautori:
EdukaCentar d.o.o. (HR)
Pavle Pavlović (CG)

Agencija za ekonomski razvoj grada Prijedora PREDA-PD
Aleja kozarskog odreda bb, Prijedor,
Republika Srpska,
Bosna i Hercegovina

Razvojna agencija Sisačko-moslavačke županije SIMORA d.o.o.
Rimska 28, Sisak,
Hrvatska

Asocijacija za demokratski prosperitet – Zid
Gojka Radonjića 32, Podgorica
Crna Gora

Mart 2021.

Analiza je izrađena od strane tri eksperta angažovana na tri lokacije prekograničnog područja (Prijedor, Sisak, Podgorica), te sadrži **dijelove napisane na tri službena jezika** koja se koriste na pomenutim područjima.

Ova analiza izrađena je uz finansijsku podršku Evropske unije. Za sadržaj koji se u njoj nalazi odgovorna je Agencija za ekonomski razvoj grada Prijedora “PREDA-PD” Prijedor i ni u kom slučaju ne odražava stavove Evropske unije.

Sadržaj

Spisak grafikona	2
Spisak tabela	3
Lista skraćenica	4
1. Uvod	6
2. Metodologija za pripremu analize	7
3. Ključne postavke i definicije kulturnih i kreativnih industrija	9
4. Osvrt na trendove i razvojnu dinamiku na međunarodnom, regionalnom i nacionalnom nivou	13
4.1 Međunarodni i regionalni nivo	13
4.2 Lokalni nivo	16
5. Kulturne i kreativne industrije u Prijedoru	22
5.1 Djelatnosti u domenu KKI	22
5.2 Karakteristike KKI u Prijedoru	24
5.3 Anketa KKI u Prijedoru	28
6. Kulturne i kreativne industrije u Podgorici	45
6.1 Djelatnosti u domenu KKI	45
6.2 Karakteristike KKI u Podgorici	46
6.3 Anketa KKI u Podgorici	50
7. Kreativne industrije u Sisačko-moslavačkoj županiji	65
7.1 Djelatnosti u domenu KKI	65
7.2 Karakteristike KKI u Sisačko-moslavačkoj županiji	66
7.2 Anketa KKI u Sisačko-moslavačkoj županiji	73
8. SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija	75
8.1 Prijedor	75
8.2 Podgorica	76
8.3 Sisačko-moslavačka županija	77
9. Zaključak	79
9.1 Prijedor	79
9.2 Podgorica	80
9.3 Sisačko-moslavačka županija	81
10. Preporuke	83
10.1 Prijedor	83
10.2 Podgorica	84
10.3 Sisačko-moslavačka županija	84

11. Sličnosti i razlike KKI na posmatranim lokacijama	85
---	----

Spisak grafikona

PRIJEDOR:

Grafikon 1: Kvalifikaciona struktura zaposlenih	25
Grafikon 2: Broj poslovnih subjekata	26
Grafikon 3: Broj zaposlenih	26
Grafikon 4: Kvalifikaciona struktura zaposlenih u KKI i u prerađivačkoj industriji u Prijedoru	27
Grafikon 5: Registarski oblik ispitanika	29
Grafikon 6: Nivo iskustva	29
Grafikon 7: Struktura prema djelatnostima	30
Grafikon 8: Broj i udio oblasti usluga koje se nude korisnicima	30
Grafikon 9: Karakter posla	32
Grafikon 10: Mjesto obavljanja posla	32
Grafikon 11: Zadovoljstvo poslom	33
Grafikon 12: Raspon prihoda	33
Grafikon 13: Starosna struktura	34
Grafikon 14: Mogućnost pronalaženja (sa)radnika	35
Grafikon 15: Stručna sprema zaposlenih i angažovanih	35
Grafikon 16: Geografsko područje djelovanja	36
Grafikon 17: Prepoznatljivost KKI u Prijedoru	36
Grafikon 18: Budućnost KKI u Prijedoru	37
Grafikon 19: Zadovoljstvo podrškom od Grada Prijedora	37
Grafikon 20: Instance koje pružaju podršku	38
Grafikon 21: Potrebna podrška	38
Grafikon 22: Načini sticanja znanja i vještina potrebnih za obavljanje posla	39
Grafikon 23: Važnost pojedinih vještina i sposobnosti za obavljanje djelatnosti	39
Grafikon 24: Pristup znanju	40
Grafikon 25: Promjena značaja pojedinih vještina i sposobnosti zbog pandemije Covid-19	41
Grafikon 26: Individualnost i timski rad	42
Grafikon 27: Frekvencija srodnosti pojedinih djelatnosti sa KKI u Gradu Prijedoru	43

PODGORICA

Grafikon 28: Nivo iskustva ispitanika	51
Grafikon 29: Oblast usluga	51
Grafikon 30: Geografsko područje djelovanja	52
Grafikon 31: Karakter posla	52
Grafikon 32: Mjesto obavljanja posla	53
Grafikon 33: Vrsta zanimanja	53
Grafikon 34: Prihodi na godišnjem nivou	54
Grafikon 35: Da li je kreativna praksa primarni izvor prihoda?	54
Grafikon 36: Načini finansiranja djelatnosti	55
Grafikon 37: Zadovoljstvo poslom u odnosu na ostvarene prihode	55
Grafikon 38: Da li Vaše aktivnosti u oblasti KKI uključuju i outsourcing za kompanije van Crne Gore	56
Grafikon 39: Da li očekujete povećanje obima posla u narednom periodu?	56
Grafikon 40: U kojoj mjeri je Covid-19 uticao na Vaše poslovanje?	57

Grafikon 41: Da li je oblast KKI prepoznata u Podgorici?.....	57
Grafikon 42: Da li KKI imaju budućnost u Podgorici?.....	58
Grafikon 43: Da li Vam je potrebna podrška u cilju boljeg djelovanja u oblasti KKI?	58
Grafikon 44: Koji tip dodatne podrške Vam je potreban?	59
Grafikon 45: Vrsta podrške	59
Grafikon 46: Da li ste zadovoljni sveukupnom podrškom koju nudi glavni grad?	60
Grafikon 47: Kako ste stekli znanja i vještine koje su Vam potrebne za rad u okviru KKI?.....	60
Grafikon 48: Da li Crna Gora pruža mogućnost za sticanje znanja i vještina u oblasti KKI?	61
Grafikon 49: Kako ocjenjujete važnost sljedećih vještina i sposobnosti vezanih za Vašu djelatnost? .	61
Grafikon 50: Kako će Covid-19 uticati na sljedeće vještine i sposobnosti u budućnosti?	62
Grafikon 51: Koje privredne djelatnosti se mogu okarakterisati kao srodne sa KKI poslom kojim se bavite?.....	63
Grafikon 52: Da li podržavate rad stručnih udruženja koja Vam mogu pomoći u Vašem poslu?.....	63
Grafikon 53: Da li smatrate da bi umrežavanje u okviru klastera unaprijedilo poslovanje u oblasti KKI?	64
SISAČKO-MOSLAVAČKA ŽUPANIJA	
Grafikon 54: Prikaz razvoja podsektora Računalni programi, igre i novi mediji	67
Grafikon 55: Razvoj podsektora Muzeji, knjižnice i baština.....	67
Grafikon 56: Razvoj podsektora Umjetnost.....	68
Grafikon 57: Razvoj podsektora Glazba i izvedbene umjetnosti	68
Grafikon 58: Razvoj podsektora Dizajn	69
Grafikon 59: Razvoj podsektora Film	69
Grafikon 60: Razvoj podsektora Fotografija	70
Grafikon 61: Razvoj podsektora Zanati	70
Grafikon 62: Razvoj podsektora Arhitektura	71
Grafikon 63: Razvoj podsektora Elektronički mediji.....	71
Grafikon 64: Razvoj podsektora Izdavaštvo.....	72
Grafikon 65: Razvoj podsektora Oglašavanje i tržišno komuniciranje.....	73

Spisak tabela

Tabela 1: Metodologija za izradu analize.....	7
Tabela 2: Pregled ekonomskih parametara KKI u Crnoj Gori.....	19
PRIJEDOR	
Tabela 3: Djelatnosti u domenu KKI U Prijedoru	22
Tabela 4: Pregled broja poreskih obveznika i broja zaposlenih po djelatnostima KKI u Prijedoru.....	24
Tabela 5: Poređenje broja zaposlenih i broja poslovnih subjekata u prerađivačkoj industriji i KKI na području Prijedora	27
Tabela 6: Učešće KKI u ukupnom broju poslovnih subjekata ukupne prijedorske privrede i ukupnoj zaposlenosti	27
Tabela 7: Učešće 50 preduzeća iz KKI u prihodu ukupne prijedorske privrede, ukupnoj zaposlenosti i prihodu po zaposlenom	28
PODGORICA	
Tabela 8: Kulturne i kreativne industrije – sektori i djelatnosti.....	45
Tabela 9: Broj privrednih subjekata i zaposlenih u oblasti KKI po sektorima	46
Tabela 10: Komparacija KKI između lokalnog i državnog nivoa.....	48

Tabela 11: Poslovna struktura Podgorice	48
<i>SWOT ANALIZA, SLIČNOSTI I RAZLIKE KKI NA POSMATRANIM PODRUČJIMA</i>	
Tabela 12: SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija u Gradu Prijedoru	75
Tabela 13: SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija u Podgorici	76
Tabela 14: SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija u Sisačko-moslavačkoj županiji	78
Tabela 15: Uporedni prikaz klasifikacije djelatnosti KKI na posmatranim područjima: Prijedor, Podgorica i Sisačko-moslavačka županija	85
Tabela 16: Poređenje karakteristika KKI na posmatranim područjima: Prijedor, Podgorica i Sisačko-moslavačka županija	86

Lista skraćenica

APIF – Agencija za posredničke, informatičke i finansijske usluge

BiH – Bosna i Hercegovina

BDP – bruto društveni (domaći) proizvod

CG – Crna Gora

CREATIVE@CBC – Projekat “Razvoj prekogranične mreže kreativne industrije – CREATIVE@CBC“

EU – Evropska unija

HKKKKI – Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija

ISRP – Integralna Strategija Razvoja Grada Prijedora za period 2014 – 2024

IT – informacione / informatičke tehnologije

KD – Uredba o klasifikaciji djelatnosti Republike Srpske (Sl. glasnik RS, br. 8/14)

KKI – Kulturne i kreativne industrije

OECD – Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (Organisation for Economic Cooperation and Development)

PISMO – Poduzetnički inkubator Sisačko-moslavačke županije

PREDA-PD – Agencija za ekonomski razvoj grada Prijedora

RCC – Savjet za regionalnu saradnju (Regional Cooperation Council – RCC)

RH – Republika Hrvatska

RS – Republika Srpska

SIMORA – Razvojna agencija Sisačko-moslavačke županije

SKP BiH – Strategija kulturne politike BiH

SRK RS – Strategija razvoja kulture Republike Srpske

www.interreg-hr-ba-me2014-2020.eu

Projekt je sufinansiran sredstvima EFRR-a i IPA II fondova Evropske unije.



SMŽ – Sisačko-moslavačka županija

UNESCO – Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

UNCTAD – Pomoćno tijelo Generalne skupštine Ujedinjenih nacija (United Nations Conference on Trade and Development)

VR – virtualna stvarnost (virtual reality)

1. Uvod

Analiza kulturnih i kreativnih industrija (KKI) provedena je u okviru projekta *“Razvoj prekogranične mreže kreativne industrije – CREATIVE@CBC”*, koji realizuje Agencija za ekonomski razvoj grada Prijedora „PRED-PA” u saradnji sa partnerskim organizacijama / institucijama iz Podgorice i Siska¹. Projekat se finansira sredstvima EU, Interreg IPA programa prekogranične saradnje Hrvatska – Bosna i Hercegovina – Crna Gora 2014-2020.

Cilj projekta je stvaranje povoljnog okruženja za razvoj kulturnih i kreativnih industrija (KKI) i međusektorskog povezivanja sa IT i tradicionalnim industrijskim sektorima. Projekat takođe uključuje razvoj infrastrukture i opremanje kreativnih centara na ciljnim lokacijama (Prijedor, Podgorica, Sisak), kao i organizaciju intenzivnih programa obuke iz oblasti industrije igara, web dizajna i multimedije, sa krajnjim ciljem umrežavanja KKI na prekograničnom nivou.

Fokus analize KKI stavljen je na aktere u ovoj oblasti i na pružaoce know-how usluga, te na mogućnosti povezivanja sa tradicionalnim sektorima. Akteri KKI uključuju javne i privatne pravne subjekte, preduzetnike, individualce i freelancere koji su već aktivni ili imaju potencijal za profesionalni razvoj u ovom sektoru.

Posebno bitni aspekti uključuju analizu ekonomskih performansi identifikovanih nosilaca KKI, kao i sagledavanje pristupa znanju u smislu postojanja i dostupnosti formalnog i neformalnog obrazovanja i vještina potrebnih za bavljenje KKI.

¹ Asocijacija za demokratski prosperitet – Zid, Podgorica i Razvojna agencija Sisačko-moslavačke županije SIMORA d.o.o.

2. Metodologija za pripremu analize

Izrada Analize KKI rukovodila se sličnim istraživanjima u regionu i u EU. Posebna pažnja posvećena je relevantnim istraživanjima provedenim na projektnom području (Sisak i Podgorica). Na ovaj način, nastojala se obezbijediti mogućnost komparacije stanja KKI u uporedivim sredinama.

Izrada analize KKI uključila je sljedeće korake:

- 1) prikupljanje sekundarnih podataka i desk istraživanje KKI sektora na projektnim lokacijama (Prijedor, Podgorica, Sisačko-moslavačka županija), u okviru matičnih zemalja i na nivou regije;
- 2) prikupljanje primarnih podataka i priprema analize stanja u oblasti KKI na ciljanim lokacijama putem ankete postojećih, potencijalnih i zainteresovanih aktera;
- 3) održavanje tematske radionice sa odabranim lokalnim akterima (na svakoj od tri lokacije) radi validacije nalaza istraživanja.

Svaki od prethodno pobrojanih koraka, detaljnije je razrađen u nastavku.

Tabela 1: Metodologija za izradu analize

Aktivnost	Rezultati
1. Prikupljanje sekundarnih podataka i desk istraživanje KKI sektora na projektnim lokacijama (Prijedor, Podgorica, Sisak), u okviru matičnih zemalja i na nivou regije	
1.1 Prikupljanje sekundarnih podataka relevantnih za KKI (desk istraživanje)	<ul style="list-style-type: none"> • Prikupljene i analizirane postojeće strategije i studije koje tretiraju KKI na lokalnom području i u regiji <p><i>Korišteni izvori:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Međuopštinska analiza kreativnih industrija Prijedor</i> • <i>Kreativna industrija Kantona Sarajevo</i> • <i>Kulturne i kreativne industrije u Crnoj Gori</i> • <i>Mapiranje kreativnih industrija u Hrvatskoj</i>
1.2 Analiza prikupljenih podataka	<ul style="list-style-type: none"> • Analizirane ključne postavke i definicije u oblasti KKI • Pripremljen osvrt na trendove i razvojnu dinamiku kreativne industrije na nacionalnom i regionalnom nivou • Identifikovane djelatnosti i zanimanja u okviru KKI
1.3 Mapiranje najvažnijih KKI aktera koji djeluju na datoj lokaciji	<ul style="list-style-type: none"> • Analizirana klasifikacija djelatnosti i identifikovani kodovi podudarni sa KKI akterima • Obavljeni razgovori sa lokalnim poznavacima prilika u oblasti KKI • Pripremljena lista kontakata KKI aktera (preduzeća, preduzetnici, NVO, individualci i freelanceri) koji su aktivni ili imaju potencijal za profesionalni razvoj u KKI sektoru <p><i>Korišteni izvori:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>klasifikacija djelatnosti,</i> • <i>javno raspoložive baze podataka o preduzećima i preduzetnicima i statistički podaci,</i> • <i>komunikacija sa lokalnim poznavacima kulturnih i kreativnih</i>

Aktivnost	Rezultati
	<i>prilika</i>
2. Prikupljanje primarnih podataka i priprema analize stanja u oblasti KKI na ciljanim lokacijama putem ankete većeg broja postojećih, potencijalnih i zainteresovanih aktera	
2.1 Priprema upitnika za analizu kreativnih industrija na ciljanoj lokaciji	<ul style="list-style-type: none"> Pripremljen upitnik za prikupljanje informacija do kojih nije bilo moguće doći na osnovu raspoloživih sekundarnih podataka, kao i stavova najvažnijih aktera KKI
2.2 Popunjavanje upitnika od strane lokalnih KKI aktera	<ul style="list-style-type: none"> Upitnik i instrukcije za popunjavanje dostavljene identifikovanim akterima KKI KKI akteri animirani da popune i dostave upitnik
2.3 Priprema baze podataka i obrada podataka	<ul style="list-style-type: none"> Podaci prikupljeni upitnikom prevedeni u formu baze podataka Prikupljeni podaci obrađeni da bi se utvrdile najvažnije karakteristike i trendovi u oblasti KKI na ciljanom području
2.4 Priprema SWOT analize	<ul style="list-style-type: none"> Na osnovu prikupljenih primarnih i sekundarnih podataka pripremljena SWOT analiza KKI za ciljanu lokaciju
2.5 Priprema specifičnih dijelova studije	<ul style="list-style-type: none"> Pripremljena analiza karakteristika i specifičnosti KKI na ciljanoj lokaciji
3. Održavanje tematske radionice sa odabranim lokalnim KKI akterima (na svakoj od tri lokacije) radi validacije nalaza istraživanja	
3.1 Organizacija radionice sa najvažnijim KKI akterima	<ul style="list-style-type: none"> Osmišljen sadržaj radionice i pripremljena agenda Pozvano 15-20 najvažnijih lokalnih KKI aktera, vodeći računa o njihovoj komplementarnosti, te njihovoj spremnosti i zainteresovanosti
3.2 Validacija nalaza studije KKI tokom radionice	<ul style="list-style-type: none"> Prezentovani i validirani najvažniji nalazi studije Pripremljena SWOT analiza KKI u komunikaciji sa uključenim akterima Prikupljeni glavni stavovi uključenih aktera
3.3 Finalizacija studije uz uključivanje stavova i mišljenja iznesenih na radionici	<ul style="list-style-type: none"> Nacrt studije ažuriran na način da reflektuje nalaze radionice i glavne stavove uključenih KKI aktera
3.4 Objedinjavanje, poređenje i povezivanje studija sa sve tri lokacije	<ul style="list-style-type: none"> Utvrđivanje sličnosti i specifičnosti KKI u Prijedoru, Podgorici i Sisku, te potencijala za razvoj i povezivanje Priprema zajedničkog dokumenta – Analiza KKI u Prijedoru, Podgorici i Sisku

3. Ključne postavke i definicije kulturnih i kreativnih industrija

Kulturne i kreativne industrije (KKI) odnose se na one „*dijelove moderne ekonomije gdje se kultura proizvodi i distribuira industrijskim sredstvima, primjenjujući kreativnost pojedinaca i grupa na stvaranje originalnih kulturnih proizvoda, koji mogu imati komercijalnu vrijednost*“². U ovaj dijapazon ekonomskih aktivnosti najčešće se ubrajaju umjetnost, mediji i dizajn. Procesi digitalizacije i ubrzane globalizacije naglašavaju značaj nadolazećih trendova, pa se od 1990-tih godina za ovu oblast počinje interesovati i akademski sektor. Individualizacija industrijske proizvodnje i sve veći upliv kreativnog sektora učinili su da se i ekonomija i ekonomske politike sve više bave ovom oblašću. Zanimanje za KKI proširuje se i na oblast komunikacija, medija, kulturnih studija, ekonomije, kulturne geografije, kreativne i scenske umjetnosti i primijenjene ekonomije kulture, čime se KKI profilisu kao alternativa tradicionalnim proizvodnim industrijama³.

Zbog terminološke preciznosti u istraživanju ove oblasti potrebno je istaći još jednu karakteristiku KKI, a to je da se radi o dva zasebna segmenta — kulturnom i kreativnom. Britansko Odjeljenje za kulturu, medije i sport 2015. godine u kreativne industrije ubraja: oglašavanje i marketing, arhitekturu, zanate, dizajn (dizajn proizvoda, grafički i modni dizajn), film, TV, video, radio, fotografiju, IT, softverske i računarske usluge, izdavaštvo, muzeje, galerije, biblioteke, muziku, te scenske i vizuelne umjetnosti. Sa druge strane, kulturne industrije najbolje je opisati kao pomoćni sektor kreativnih industrija. Njihov fokus je na kulturnom turizmu i kulturnoj baštini, aktivnostima muzeja i biblioteka, te sportskim aktivnostima. Djelatnost kulturnih industrija više je usmjerena ka kulturnom i socijalnom, nego ka materijalnom bogatstvu.

Posljednjih dvadesetak godina raste interesovanje za kulturne i kreativne industrije na nivou Evropske unije. Teži se ka tome da se konceptualno i praktično spajaju i prožimaju tradicionalna industrija (masovna proizvodnja) i kreativne umjetnosti (pojedinačni talenti). Osim što su pokazatelji kulturne raznolikosti u Evropi, kreativne industrije su i jedan od najdinamičnijih sektora privrede Evropske unije.

UNESCO tretira *kulturne industrije* kao sektor od izuzetne važnosti i definiše⁴ ih na sljedeći način:

Kulturne industrije su industrije koje proizvode materijalne i nematerijalne umjetničke i kreativne proizvode i koje imaju potencijal za kreiranje bogatstva i generisanje prihoda kroz eksploataciju kulturnih dobara i proizvodnju roba i usluga (tradicionalnih i savremenih) baziranih na znanju.

Zajedničko za sve kulturne industrije je korištenje kreativnosti i znanja iz oblasti kulturne i intelektualne svojine za proizvodnju roba i usluga od društvenog i kulturnog značaja.

² Flew, Terry. (2012). *The Creative Industries: Culture and Policy*. SAGE Publications

³ Ibid.

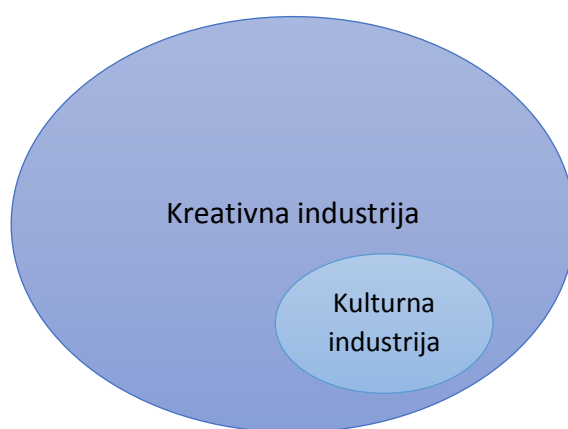
⁴ UNESCO, Backgrounder on Cultural Industries, 10. November 2010.

www.unescobkk.org/fileadmin/user_upload/culture/Cultural_Industries/HK_Open_Forum/Backgrounder-FINAL.pdf

Termin *kreativne industrije* se često koristi naizmjenično sa terminom kulturne industrije, ali zapravo je mnogo više od toga, jer prevazilazi polje umjetnosti i uključuje sve proizvode bazirane na kreativnosti. Tako su kreativne industrije obuhvaćene sljedećom definicijom⁵:

Kreativne industrije su one industrije koje imaju porijeklo u individualnoj kreativnosti, vještinama i talentu i koje imaju potencijal za kreiranje bogatstva i radnih mjesta kroz generisanje i eksploataciju intelektualne svojine.

KKI se isprepliću sa drugim sektorima i podložne su brzim promjenama. Imajući u vidu rast tržišta, ali i promjenu načina ponašanja potrošača koji postaju sve informisaniji, kritičniji i zahtjevniji, treba biti spreman na radikalne promjene u strukturi KKI. Zbog toga je stalno potrebno ažurirati klasifikaciju KKI, u skladu s razvojem tržišta i potrošača, a o kulturnoj industriji razmišljati kao o dijelu mnogo većeg segmenta, kreativne industrije.



Postoji mnogo podjela kulturnih i kreativnih industrija, a prema EU modelu *koncentričnih krugova* u jezgru se nalaze književnost, muzika, izvođačke umjetnosti i vizuelna umjetnost. U ostale industrije spadaju: film, muzeji, galerije, biblioteke i fotografija. U šire kulturne industrije spadaju: zaštita nasljeđa, izdavaštvo i štampani mediji, televizija i radio, produkcija zvuka, video i kompjuterske igre. U srodne industrije koje su povezane s prethodno navedenim industrijama pripadaju: oglašavanje (advertajzing), arhitektura, dizajn i moda⁶.

Kulturne i kreativne industrije traže visoku stopu inovativnosti i planiranja, gdje se povećavaju potencijali za njihovu distribuciju i razvoj, a usko su vezane za pomoć i podsticaje od strane države. Mnoge države uvele su zakone i strategije za brži rast kreativnih industrija, prepoznajući njihov značaj, te one postaju podjednako važne kao turizam i klasične industrije.

Nova tendencija u svijetu i Evropi, prije svega u Velikoj Britaniji, ne vezuje KKI isključivo za aktivnosti vezane za kulturu, već se koristi termin „*kreativna ekonomija*“ kako bi se naglasio značaj usluga baziranih na različitim sadržajima, kreativnom razmišljanju i rješavanju problema u svim industrijskim sektorima. Ovakav način razmišljanja je posljedica povećane potrebe za različitim sadržajima i doživljajima. Kao lider u kreativnim industrijama na

⁵ http://www.culture.gov.uk/about_us/culture/default.aspx

⁶ Strategija razvoja kulture Republike Srpske 2017-2022

evropskom kontinentu, Velika Britanija posmatra značaj individualnog preduzetništva i privatnih investicija za kreativnu ekonomiju na jednak način kao što su i javne investicije važne za umjetnost i obrazovanje. Dakle, javne investicije i budžetsko finansiranje kulture ključni su za vrednovanje kreativnog talenta i konkurentne i održive kreativne ekonomije.

Efekti kreativnih industrija mogu se podijeliti na ekonomske, socijalne i mnoge druge. Pregled direktnih i indirektnih ekonomskih i socijalnih efekata predstavljen je sljedećom tabelom⁷.

Ekonomski efekti
Direktni
<p><i>Umjetnost i kultura služe kao glavni izvor sadržaja za kulturne industrije, medije i servise sa dodatnom vrijednošću telekomunikacijskih industrija.</i></p> <p><i>Oni stvaraju poslove i značajno doprinose bruto domaćem proizvodu. Kulturne institucije, događaji i aktivnosti kreiraju lokalno značajne ekonomske efekte, kako direktno, tako i indirektno, kroz efekat umnožavanja (odnosi se na cirkulaciju novca u okviru npr. jedne lokalne zajednice).</i></p> <p><i>Umjetnička djela i kulturni proizvodi posjeduju sopstvena tržišta „sa dodatnom vrijednošću“ (npr. galerijska prodaja i fine art aukcije), koja im često daju dobre investicione potencijale.</i></p>
Indirektni
<p><i>Umjetnosti su „društveno profitabilne“ jer nude kulturni kredit ili poštovanje ljudima i institucijama (npr. finansijerima, sponzorima, kolekcionarima i stručnjacima).</i></p> <p><i>Umjetnička djela i kulturni proizvodi stvaraju nacionalne i internacionalne akcije ideja ili slika koje mogu biti eksploatisane od strane kulturnih industrija (npr. u oglašavanju ili kulturnom turizmu).</i></p> <p><i>Umjetnička djela mogu uvećati vrijednost izgrađenom okruženju (npr. ukrašavanjem zgrada i urbanim dizajnom).</i></p>

Socijalni efekti
Direktni
<p><i>Umjetnost i kultura obezbjeđuju „društveno vrednovane“ aktivnosti rasonode, „unaprjeđuju“ ljudsko razmišljanje, pozitivno doprinose psihološkom i socijalnom blagostanju i poboljšavaju osjećajnost.</i></p>
Indirektni
<p><i>Umjetnost obogaćuje društveno okruženje stimulisanjem i zadovoljavanjem javnog ugođaja. Ona je izvor efekata „civilizovanja“ i društvenog organizovanja (npr. amaterska umjetnost).</i></p> <p><i>Umjetnička aktivnost poboljšava inovativnost, stimulisanjem kreativnosti i nepoštovanjem ustaljenih modela mišljenja.</i></p> <p><i>Umjetnička djela i kulturni proizvodi su kolektivna „memorija“ zajednice i služe kao rezervoar</i></p>

⁷ The European Task Force on Culture and Development 1997

kreativnosti i intelektualnih ideja za buduće generacije.

Umjetnost i kulturne institucije poboljšavaju kvalitet života i tako u urbanim predjelima povećavaju personalnu sigurnost i smanjuju pojave uličnog zločina i huliganizma.

Prema podacima OECD-a, kreativne industrije predstavljaju jednu od vodećih privrednih grana i bilježe godišnju stopu rasta od 5% do 20%. Pored toga, sektor ima značajnu stopu zaposlenosti i mogućnost da stimuliše društveni i regionalni razvoj i tako pridobija sve veću pažnju. Shvatanje potencijala KKI može biti posebno značajno u periodu nakon pandemije Covid-a 19, kao jedan od alata za stimulisanje opšteg razvoja.

4. Osvrt na trendove i razvojnu dinamiku na međunarodnom, regionalnom i nacionalnom nivou

Značaj KKI na globalnom nivou najčešće prevazilazi njihovu kulturološku (nematerijalnu i neprofitnu) stranu. Vrijednosti i duh koji KKI donose prepoznate su kao značajan potencijal za dalji ekonomski razvoj, posebno od kada se bilježi ekonomski rast progresivnom rastućom stopom na globalnom nivou. Tako je u ovoj oblasti 2000. godine ostvarena dobit od ukupno 2,2 milijarde dolara na globalnom nivou.

Bitno je naglasiti da na razvoj KKI, osim geografske lokacije, značajno utiče tradicija, kao i lokalne aktivnosti koje se preduzimaju u cilju podrške razvoju ovog sektora. Tako je u Evropi kreativnost podređena tradiciji nacionalnih kultura i nasljeđu, dok je u SAD-u uglavnom okrenuta ka potrošačima i tržištu. Kao primjer, sasvim je dovoljno uporediti američku i ostale filmske industrije.

Analiza razvoja kreativnih industrija nije u samom mjerenju kreativnosti, već u istraživanju načina na koje je kreativnost moguće ekonomski vrednovati i tržišno valorizovati. Analogno, kreativne industrije predstavljaju industrijski sistem u kome se nematerijalni resursi transformišu u proizvode i usluge sa simboličkim vrijednostima i socijalnim značenjem i gdje je glavni akcenat na sposobnosti određenog društva da neprestano obogaćuje postojeće i stvara nove oblike široko distribuiranih sadržaja.

4.1 Međunarodni i regionalni nivo

Evropska unija

Kultura, kulturna baština i kulturna raznolikost od velike su važnosti za evropsko društvo s kulturnog, ekološkog, društvenog i ekonomskog gledišta. KKI su jedan od pokretača ekonomije Evropske unije. Priznate su i uvažene i imaju značajno mjesto i u zajedničkim politikama EU. Prema Rimskoj deklaraciji iz 2017. godine, obrazovanje i kultura ključni su za izgradnju inkluzivnih društava. Ukazuje se na važnost pluralizma i različitosti među evropskim narodima, kao i na očuvanje i unaprjeđenje kulturnog bogatstva kao metode za njegovo očuvanje. Isto tako, u čl. 3 Ugovora o EU navodi se da je cilj Unije da „*promoviše mir, njegove vrijednosti i dobrobit svojih naroda*“ i da „*poštuje svoju bogatu kulturnu i jezičku raznolikost i osigurava očuvanje i unaprjeđenje evropskog kulturnog nasljeđa*“.

Kada govorimo o ekonomskoj ocjeni ovog sektora, na evropskom nivou sektor KKI čini 4,5% evropske ekonomije i obuhvata gotovo 1,4 miliona malih i srednjih preduzeća koja generišu i distribuiraju kreativne sadržaje širom Evrope. Njegova otpornost na ekonomsku krizu (2008. godina) još je više privukla mlade preduzetnike, da bi u periodu nakon krize cjelokupan sektor ostvario ekonomski rast, a njegov progresivni karakter pozitivno se odrazio na umrežavanje sa ostalim srodnim sektorima, kao što su turizam i informacione tehnologije.

Prema istraživanju *Ernst & Young* iz 2015. godine, KKI generišu 3% bruto domaćeg proizvoda i zapošljavaju 7,7 miliona stanovnika u Evropi. Bruto dodata vrijednost KKI u EU je u 2016. godini iznosila 41,7 milijardi evra, te sa 6,7 miliona, odnosno 3% ukupne zaposlenosti, spadala među značajnije privredne grane. Po zemljama, iznadprosječne aktivnosti u

www.interreg-hr-ba-me2014-2020.eu

Projekt je sufinansiran sredstvima EFRR-a i IPA II fondova Evropske unije.



domenu kreativnih industrija bilježe Estonija i Švedska, a od zemalja koje nisu članice EU, Island i Švajcarska.

„Kulturni i kreativni sektori su važni za obezbjeđivanje kontinuiranog razvoja društva i u središtu su kreativne ekonomije. Intenzivni na znanju i zasnovani na individualnoj kreativnosti i talentu, generišu značajno ekonomsko bogatstvo. Još važnije, oni su presudni za zajednički osjećaj evropskog identiteta, kulture i vrijednosti. U ekonomskom smislu, oni pokazuju iznadprosječan rast i otvaraju radna mjesta, posebno za mlade ljude, istovremeno jačajući socijalnu koheziju.“

Izvor: Kreativna Evropa (Creative Europe)

U širem kontekstu mogućnosti razvoja KKI treba obratiti pažnju na Prijedlog Uredbe Evropskog Parlamenta i Vijeća o uspostavljanju programa Evropske unije za kulturu pod nazivom **Kreativna Evropa 2021 – 2027** (Creative Europe)⁸. Program treba intenzivirati aktivnosti na širenju partnerstava zemalja EU sa drugim državama, kako bi se podstakao rast KKI, kako u EU, tako i u partnerskim zemljama.

Programom se ukazuje i na izazove sa kojima se sektor suočava. Trendovi se kreću u pravcu razvoja društvenih platformi, pristupa kulturnim dobrima zbog ubrzane digitalizacije, fragmentarnosti tržišta, tržišne konkurencije, konkurentnosti evropske audiovizuelne industrije, fenomena dezinformacija, itd. Pri rješavanju pomenutih izazova program predlaže prekograničnu saradnju i prevazilaženje nacionalnih okvira djelovanja, a u neposrednoj je vezi i sa ostalim politikama i programima EU: obrazovanjem mladih, pravima i vrijednostima građana, politikom zapošljavanja i socijalnom politikom, regionalnim i lokalnim razvojem itd.

Program Kreativna Evropa predstavlja značajan alat za podršku razvoju KKI i u zemljama koje su u procesu EU integracija, kako bi njihove ideje i projekti bili prepoznati na evropskom nivou, a određena sredstva izdvojena su i za zemlje Zapadnog Balkana. Budžet za realizaciju programa iznosi 1,85 milijardi € za period 2021 – 2027, a pripremljena je i podrška u cilju oporavka KKI od posljedica Covida-19.

Zapadni Balkan

S obzirom na institucionalnu podršku koju uživaju, može se reći da je učešće KKI značajno i u privrednim aktivnostima na prostoru Zapadnog Balkana. Tako, prema podacima Privredne komore Srbije, doprinos kreativnih industrija iznosi 3,1% BDP-a, dok u ukupnoj zaposlenosti KKI učestvuju sa 2,6% i zapošljavaju oko 58.000 ljudi. Prema podacima platforme „Kreativna Hrvatska“, koju čine Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija i Hrvatsko udruženje poslodavaca, doprinos kreativnih industrija čini 2,3% BDP-a, a zapošljavaju 42.000 radnika.

Prema izvještaju o procjeni uticaja Covida-19 na kulturni i kreativni sektor u zemljama partnerima EU⁸, područje Zapadnog Balkana karakteriše određeni stepen aktivizma u

⁸ Pierangelo Isernia and Alessandro Giovanni Lamonica. (2020). The Assessment of the Impact of COVID-19 on the Cultural and Creative Sectors in the EU's Partner Countries, Policy Responses and their Implications for International Cultural Relations. Dostupno na: t.ly/lDQh

kulturnom sektoru, ali i primjetan nedostatak resursa za suočavanje sa posljedicama pandemije. Nevladine organizacije, predstavnici civilnog društva i umjetnici u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Srbiji pozvali su svoje vlade da pripreme odgovor na kriznu situaciju. Glavni razlog nedostatka adekvatnog djelovanja i pravovremene reakcije prepoznat je u distanci između donosilaca odluka i kulturnog i kreativnog sektora u regionu Zapadnog Balkana. Ishod takve situacije je marginalizacija savremenih umjetničkih vrijednosti i kulturnih praksi. Trebalo je da prođe nekoliko mjeseci prije nego što su vlade regiona prepoznale ozbiljnost situacije. U nekim slučajevima (npr. Srbija i Bosna i Hercegovina), udruženja i parlamentarci morali su da se bore kako bi spriječili vlasti da smanje sredstva koja su već bila namijenjena sektoru kulture. U međuvremenu su pojedina kulturna udruženja uspostavila mjere podrške za svoje članove. Prakse solidarnosti su se umnožile, ali nisu u stanju da odgovore potrebama. Što se tiče odnosa sa EU, percepcija nosilaca KKI u regionu Zapadnog Balkana je da su delegacije EU održavale loš profil tokom najozbiljnijih mjeseci krize i da nisu preduzele odgovarajuće mjere podrške. Štaviše, nijedna veća regionalna ili međunarodna nevladina organizacija nije bila dovoljno brza da da odgovor u kratkom roku.

Isto tako, studija Britanskog Savjeta iz 2015. godine ukazala je na nedostatke u radu organizacija koje djeluju u oblasti KKI na prostoru Zapadnog Balkana. Nedostatak praktičnog iskustva stečenog tokom školovanja (naročito u dijelu tehničkih znanja), menadžerskih znanja, kao i opštih znanja i vještina, glavni su nedostaci koje je identifikovala studija. Pored toga, glavni razlog marginalizacije djelovanja u okviru KKI djelatnosti uključuju i prostor za rad, kao i podršku šire zajednice. Prema ovoj studiji, cjelokupan kulturni sektor u regionu Zapadnog Balkana je finansijski neodrživ, što je često razlog odlaska iz matične zemlje, pokušaja prekogranične profilacije, odnosno promjene profila zanimanja, kao uslova ostanka u matičnoj zemlji.

Interesantan indikator stanja KKI na Zapadnom Balkanu su i kvantitativni pokazatelji nivoa kulturne participacije mladih i kulturne produkcije. Istraživanje objavljeno u decembru 2019. godine pokazuje da je nivo kulturne participacije mladih u regionu uglavnom sličan, a prosječna vrijednost indeksa kulturne participacije iznosi oko 2.5 (u rasponu od 1 do 5). Po pitanju kulturne produkcije, isto istraživanje pokazuje visok stepen pasivnosti, kao i lošiju kulturnu ponudu. *Smjernice za razvoj kulturnih i kreativnih industrija* ukazuju da su regionalni izazovi u ovoj oblasti slični i upućuju na nedovoljno brendiranje zemalja bogatog kulturnog nasleđa kroz upotrebu KKI. Takođe, obrazovne politike najčešće nisu usaglašene sa potrebama tržišta, naročito kod KKI, te ne omogućuju snažniju integraciju KKI sa ostalim srodnim djelatnostima.

U pogledu dostupnih mehanizama podrške, razvoj kulture na području Jugoistočne Evrope sastavni je dio Strategije i Programa Rada 2020 – 2022⁹ **Savjeta za regionalnu saradnju** (Regional Cooperation Council - RCC). Ovo tijelo okuplja učesnike iz Jugoistočne Evrope (SEE), te članove međunarodne zajednice i donatore u cilju promocije i unaprjeđenja evropskih integracija u domenu razvoja kulture i kulturne saradnje. Jedna od konkretnih

⁹ <https://www.rcc.int/admin/files/docs/reports/RCC-Strategy-and-Work-Programme-2020-22-text.pdf>

aktivnosti je podrška komunikacionoj platformi „Art House Channel“¹⁰ za prepoznavanje, diskusiju, razmjenu i razvoj umjetnosti na Balkanu. Postoji i grant shema (opšti grantovi i grantovi u oblasti turizma) preko koje se može doći do sredstava za projekte namijenjene za jačanje tržišta kulture, kreativne industrije i bliskih djelatnosti. Posljednji pozivi su objavljeni 2019. godine. Promocija i realizacija projekata i aktivnosti u oblasti KKI moguća je i putem raznih regionalnih i međunarodnih organizacija i/ili udruženja, kao što su UNESCO, Forum slovenskih kultura, Fond Euroimages, itd.

4.2 Lokalni nivo

Bosna i Hercegovina

Na nivou BiH, oblast kulturnih i kreativnih industrija nalazi se u nadležnosti Ministarstva Civilnih Poslova BiH (MCP). Strateško djelovanje u oblasti KKI definisano je kroz *Strategiju kulturne politike u BiH iz 2008. godine*¹¹. Na stranici Ministarstva civilnih poslova (www.mcp.gov.ba) dostupan je *Akcionni plan za implementaciju Strategije Kulturne Politike u BiH*, sa produženim rokom za period 2017-2018.

Strategija navodi da postoji potencijal za *porast ugleda zemlje kroz promociju kulturne i istorijske baštine*, te da su *kulturne industrije neiskorišteni resurs i polje djelatnosti u kojem se mogu osigurati mnoga radna mjesta i ostvariti društveni profit*. Što se tiče konkretne podrške, Ministarstvo civilnih poslova BiH jednom godišnje raspisuje konkurs za dodjelu grant sredstava na ime *pomoći sufinansiranju institucija kulture u BiH* i konkurs za dodjelu grant podrške za *međunarodnu kulturnu saradnju*.

U nastojanju promocije KKI i razvoja tržišta kulturnih dobara, Strategija poziva na: *„...promjenu strukture obrazovnog sistema kao baze za afirmisanje znanja o preduzetništvu na polju kulture, osnivanje centara za kreativnu i civilnu inteligenciju (CCCI), umrežavanje građanskih aktivnosti putem diskusija, tribina, foruma, obrazovnih transformacijskih seminara za mlade, ali i međugeneracijskih projekata, stvaranja veza između kreativnosti, mladih ljudi i preduzeća“*.

Republika Srpska

Analiza stanja kulturnih industrija u Republici Srpskoj pripremljena je u saradnji sa Republičkim zavodom za statistiku, u skladu sa preporukama i definicijama UNESCO okvira statistike iz oblasti kulture i zahtjevima EUROSTAT-a (European Statistical Office/Eurostat). Time je osigurana međunarodna uporedivost podataka u domenu statistike kulture.

Prikupljeni su podaci poslovnih subjekata čija je glavna i/ili sporedna djelatnost u oblasti kulture, podaci o zapošljavanju u kulturi, individualnom učešću u različitim poljima kulture, kao i finansijski pokazatelji iz sekundarnih izvora. Procijenjeni su efekti kulturnih djelatnosti na stvaranje novih radnih mjesta, što otvara prostor za zapošljavanje i utiče na razvoj ekonomske i socijalne politike.

¹⁰ <https://www.youtube.com/channel/UCatZA2kluP9vAbslsWZqIRw>

¹¹ <http://www.msb.gov.ba/dokumenti/AB38712.pdf>

Prema podacima iz ove analize, kulturna industrija ima značajnu ulogu u cjelokupnom razvoju RS, a bruto dodata vrijednost kulturnih djelatnosti ima udio u ukupnom BDP-u od 6,96% (2010). Potrebno je naglasiti da se analiza aktuelnog stanja kulturne industrije u Republici Srpskoj zasniva na zastarjelim podacima iz 2010. godine, te se predlaže detaljna analiza i mapiranje kulturne i kreativne industrije u RS.

Strategija razvoja kulture Republike Srpske 2017-2020 daje smjernice za razvoj sektora sa solidnim informacijama o stanju, nedostacima, kao i o međunarodnim ugovorima / organizacijama čiji je BiH potpisnik / član. Strategijom je propisano da su sve jedinice lokalne samouprave, kao i Ministarstvo prosvjete i kulture RS, dužni da jednom godišnje raspišu javni konkurs za sufinansiranje projekata iz oblasti kulture. U kontekstu razvoja kulture, akcent se neopravdano stavlja na javni sektor, dok je privatna inicijativa prilično zanemarena, mada je ona najvažniji generator prihoda u ovoj oblasti, jer posluje po zdravim tržišnim principima i nije opterećena političkim uticajima.

Strateški ciljevi utvrđeni u *Strategiji razvoja kulture Republike Srpske 2017-2020* su:

1. Uspostavljanje sistema transparentne kulturne politike,
2. Visok stepen umjetničke produkcije i profesionalizacija,
3. Kulturna pismenost (medijska, pozorišna, filmska...) u zajednici – aktivna publika,
4. Internacionalizacija i prisustvo na međunarodnoj sceni i
5. Decentralizacija.

Iako su podaci iz Strategije korisni za dobijanje uvida u stanje jednog dijela KKI u Republici Srpskoj, potrebno je pristupiti njihovom ažuriranju kroz provođenje istraživanja većeg obuhvata. U kontekstu analize KKI, problem predstavlja činjenica da su strategijom obuhvaćene kulturne, ali ne i šire kreativne djelatnosti. Nepostojanje akcionog plana za implementaciju Strategije takođe predstavlja bitan nedostatak.

Sektor KKI moguće je podržati kroz pripremu strateških i operativnih planova koji će se specifično odnositi na ovaj sektor, kao i alokacijom nešto značajnijeg dijela budžeta za kulturne i kreativne aktivnosti. Iz budžeta RS trenutno se izdvaja oko 1% za kulturu, dok je prosjek u EU-27 u 2017. godini iznosio 1,4%.

Crna Gora

Zvaničan početak praćenja KKI u Crnoj Gori datira od 2005. godine, kada je uz podršku Britanskog Savjeta realizovana promocija koncepta kreativne industrije i identifikovani uslovi za rad u toj oblasti. Tom prilikom, stvorena je osnova za dalje umrežavanje između različitih aktera. Neke od preporuka na nacionalnom nivou uključuju izgradnju identiteta i osobenog izraza, jačanje kapaciteta i razvojnih potencijala, kao i izgradnju partnerstva i umrežavanje u sektoru. Studija na lokalnom nivou dala je prvi uvid na sektore kreativne industrije u Crnoj Gori, a to su: fotografija, umjetnost i antikviteti, umjetnički zanati, dizajn, moda, film, softver, kompjuteri, multimedija i novi mediji, muzika, izvođačke umjetnosti, izdavaštvo, te obrazovanje za umjetnost. Jedan od ključnih zaključaka je potreba za redovnim mapiranjem stanja u sektoru, prećenjem rasta, utvrđivanjem efektivnosti preduzetih mjera, te postavljanjem novih ciljeva i aktivnosti za njihovo ostvarivanje.

Oblast KKI je prepoznata u dokumentu *Program razvoja kulture 2016-2020* koji definiše Kreativnu industriju kao „aktivnosti iz domena kulture, usmjerene ka generisanju prihoda ili profita, uključivanju u sektor biznisa, odnosno ekonomije koje ostvaruju doprinos održivom razvoju na nacionalnom i lokalnom nivou“. Pomenuti program ističe potrebu promovisanja kulturnih resursa kao područja pogodnog za investiranje, a prepoznaje se i nedovoljna razvijenost ove oblasti u Crnoj Gori. Pravci djelovanja uključuju osnivanje novih ustanova kulture, uspostavljanje profesionalnih standarda u oblasti produkcije, prezentacije i promocije programa iz oblasti kulturno-umjetničkog stvaralaštva, unaprjeđenje rada strukovnih udruženja za nezavisnost kulturne scene, definisanje smjernica za razvoj kreativnih industrija, unaprjeđenje infrastrukture, te finansijsku podršku.

Dokument *Industrijska politika Crne Gore 2019-2023* ističe važnost diverzifikacije i industrijskog razvoja i ka kreativnim industrijama, prepoznaje potencijal KKI i traži podršku osnivanju start-up preduzeća. Jedan od ishoda cilja usmjerenog ka unaprjeđenju efikasnosti inovativne djelatnosti u preduzećima i promociji preduzetništva i razvoja MMSP, sa posebnim fokusom na sektor industrije, predstavlja i programska linija vlade Crne Gore *Kreativna Crna Gora - identitet, imidž, promocija*. Postavlja se platforma za različite aktivnosti u funkciji afirmacije identiteta Crne Gore, a kao jedan od glavnih ciljeva promovise se jačanje sektora kreativnih industrija. Razvoj sektora povezanih sa KKI (npr. računarsko programiranje) pominje se kao jedan od prioriteta i u *Strategiji pametne specijalizacije Crne Gore 2019-2024*, a dokument mapira i ekonomske potencijale KKI.

Zakonom o inovativnoj djelatnosti utvrđuje se organizacija, uslovi i načini finansiranja inovativne djelatnosti. Zakon inovativnu djelatnost definiše kao „skup aktivnosti države i lokalne samouprave, poslovnog sektora, naučne i akademske zajednice, civilnog sektora i građana, čiji je cilj modernizacija privrede, razvoj i primjena inovacija proizvoda i procesa, upotreba inovativnih proizvodnih tehnologija.“ Zakonom se formira *Fond za inovacione djelatnosti* sa ulogom da povlači sredstva iz domaćih i međunarodnih institucija i investira ih u domaća preduzeća i projekte. Prema *Pravilniku o bližim uslovima i postupku odobravanja i načinu korišćenja sredstava iz budžeta Crne Gore za inovativne programe i projekte od opšteg interesa*, raspodjela sredstava realizuje se nakon javnog konkursa za koji je nadležno Ministarstvo nauke. *Zakonom o podsticajnim mjerama za razvoj istraživanja i inovacija* nastoji se kreirati ambijent koji će značajno smanjiti operativne troškove inovativnih start-upa, ali i kompanija koje ulažu u istraživanje i razvoj, uvodeći istovremeno poreske podsticaje za investitore u inovativne projekte.

Institut za preduzetništvo i ekonomiju uradio je za potrebe UNICEF-a studiju koja sadrži kvantitativne podatke za različite oblasti kulturnih i kreativnih industrija. Doprinos KKI u ukupnom budžetu Crne Gore iznosi 1,5%, a kada su u pitanju registrovana poslovna preduzeća, njihov udio iznosi 3,5%. Studija je procijenila da su KKI u Crnoj Gori ispod svog potencijala.

Tabela 2: Pregled ekonomskih parametara KKI u Crnoj Gori

	2014	2015	2016	2017	2018
BDV KKI	38.239.222	48.494.291	48.932.698	53.590.085	58.447.749
Učešće BDV KKI u BDV CG (%)	1,4%	1,6%	1,5%	1,5%	1,5%
Broj poslovnih subjekata KKI	1702	1720	1766	1864	2031
% učešće KKI	3,6	3,4	3,4	3,5	3,5
Zaposleni u KKI	5636	5743	5839	6192	7252
% učešće zaposlenih u KKI	3,2%	3,2%	3,2%	3,2%	3,6%
Prihodi KKI	119.897.627	138.331.818	134.937.780	127.178.898	144.033.167
% prihoda KKI	1,7%	1,9%	1,7%	1,4%	1,4%
Priliv usluge kulture i kreativne industrije	13.865.990	15.657.607	19.624.751	22.870.384	33.872.789
Odliv usluge kulture i kreativne industrije	63.302.955	61.458.831	68.403.775	74.572.080	77.846.256
Izdaci domaćinstava za kulturu	29.953.380	34.338.840	-	35.183.856	-
Učešće izdataka za kulturu u ličnoj potrošnji	2,2%	2,5%	-	2,3%	-
Izdavanja za kulturu	11.991.014	25.286.135	25.527.476	27.161.241	29.196.757
Učešće izdavanja za kulturu u izdacima budžeta (%)	0,8%	1,6%	1,5%	1,5%	1,5%

Izvor: Institut za preduzetništvo (2019), str. 18

Prethodni pregled pokazuje da su se brojni parametri KKI u četvorogodišnjem periodu malo promijenili, iako je broj poslovnih subjekata uvećan sa 1,702 (2014) na 2,031 (2018), a zaposlenost za 1,616 u istom periodu.

Republika Hrvatska

Pravni okvir kojim se regulira sektor kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj sastoji se od propisa kojima se reguliraju podsektori tih industrija s proizvodima i uslugama koji se zasnivaju uglavnom na autorskim pravima. Najveći broj podsektora u Hrvatskoj u nadležnosti je Ministarstva kulture, ali tu su ingerencije i Ministarstva gospodarstva, Ministarstva graditeljstva i prostornog uređenja, Ministarstva poduzetništva i obrta, Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta te Agencije za elektroničke medije, Hrvatske regulatorne agencije za mrežne djelatnosti (HAKOM), Saborskog odbora za informiranje, informatizaciju i medije. Dodatna specifičnost kulturne i kreativne industrije je i velik broj slobodnih zanimanja koja se ne vode prema standardnoj klasifikaciji korištenoj za gospodarske subjekte.

Zaštita autorskih prava vrlo je važna u domeni kulturnih i kreativnih industrija, a u Hrvatskoj ima tradiciju dugu preko 130 godina. Danas je za razvitak pravnog okvira intelektualnog vlasništva nadležno tijelo u Republici Hrvatskoj Državni zavod za intelektualno vlasništvo, a

osnova razvoja sustava intelektualnog vlasništva su nacionalne strategije koje su prepoznale intelektualno vlasništvo kao ekonomski resurs u gospodarstvu, kulturi i znanosti.

Kolektivnim ostvarivanjem autorskih i srodnih prava u Hrvatskoj bavi se nekoliko udruga u podsektorima glazbe, filma, umjetnosti, izdavaštva, a ubrzano ostvarivanje istih može se zahvaliti usvajanju novih tehnologija i modernizaciji organizacija kolektivnih ostvarenja.

Nove tehnologije i digitalizacija omogućili su olakšanu proizvodnju i distribuciju kreativnih proizvoda čak i izvan granica države, što je dovelo do veće dostupnosti sadržaja publici i potrošačima, ali i do veće opasnosti od neovlaštenog korištenja proizvoda kulturne i kreativne industrije. Neovlašteno korištenje omogućava izbjegavanje plaćanja proizvoda, ali i stjecanje materijalne koristi na istome umjesto da ta materijalna korist ide autoru vlasništva. U Hrvatskoj nažalost još uvijek nije dovoljno podignuta svijest o autorskim pravima iako se pokazuju maleni pomaci tijekom posljednjih godina, ali još uvijek nedovoljni i neprepoznati.

U Republici Hrvatskoj kulturna i kreativna industrija obuhvaća 45 djelatnosti u 12 podsektora i to:

- muzeji, knjižnice i baština;
- umjetnost;
- glazba i izvedbene umjetnosti;
- dizajn;
- film;
- fotografija;
- zanati (umjetnički obrti);
- arhitektura;
- računalni programi;
- igre i novi mediji;
- elektronički mediji;
- izdavaštvo,
- oglašavanje i tržišno komuniciranje.

Od 45 djelatnosti, 43 su potpuno kreativne, a dvije djelimično. Prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007. godine koja se i dalje koristi, u kreativnoj industriji postoje 62 grupe zanimanja od čega je 49 u cijelosti kreativnih, a 13 grupa djelimično. Važno je reći kako je kreativna industrija dio svih produkata i usluga na tržištu, a nove tehnologije kreiraju potpuno nove proizvode i usluge čime izravno utječu na gospodarstvo. Budući da kreativna industrija nije prepoznata kao jedan sektor, neophodna je međusektorska suradnja u ovome području.

Gledajući strukturu zaposlenih u kulturnim i kreativnim industrijama u Republici Hrvatskoj, pokazuje se da velik dio radne snage u poslovnim subjektima ovog sektora djeluje kao samostalni djelatnici u djelatnostima slobodnih zanimanja ili pak u mikrosubjektima poput obrta ili društva s ograničenom odgovornošću, te j.d.o.o. Djelatnosti slobodnih zanimanja unutar kulturne i kreativne industrije su arhitekti, tumači, prevoditelji, književnici, predavači u umjetnosti, te samostalna djelatnost novinara i umjetnika. Uz navedene, dio

profesionalaca u ovoj vrsti industrije u Hrvatskoj su samostalni umjetnici koji na osnovu toga statusa imaju posebna prava određena Zakonom o pravima samostalnih umjetnika i poticanju kulturnog i umjetničkog stvaralaštva i Pravilnikom o postupku i uvjetima za priznavanje prava samostalnih umjetnika na uplatu doprinosa za mirovinsko i invalidsko, te zdravstveno osiguranje iz sredstava proračuna Republike Hrvatske.

Studija Mapiranje kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj, rađena 2015. godine pokazala je kako su kulturna i kreativna industrija prilično stabilne u kriznim vremenima, te generiraju 2,3% BDP-a naše zemlje uz bruto dodanu vrijednost od 6,3 milijarde kuna godišnje.

Među najuspješnijim primjerima kreativnih industrija u Hrvatskoj, svakako je industrija računalnih igara koja raste i više od 50% godišnje, te donosi prihode od nekoliko desetaka milijuna kuna godišnje.

5. Kulturne i kreativne industrije u Prijedoru

Kreativni i kulturni stvaraoci sa područja Grada Prijedora prepoznati su u regionu, a Prijedor je već tradicionalno jedan od kulturnih i kreativnih centara u Republici Srpskoj i Bosni i Hercegovini. Pojedini predstavnici prijedorskih KKI takođe su prepoznati u regionu i svijetu.

Integralna Strategija Razvoja Grada Prijedora 2014 – 2024 usklađena je sa *Strategijom razvoja kulture Republike Srpske 2010-2015*. O razvoju kulture se govori u okviru Plana društvenog razvoja i konstatuje da postojeća kulturna infrastruktura zahtjeva određena unaprjeđenja. Podrška kulturi se operacionalizuje kroz sljedeće programe:

- *Program 2: Program rekonstrukcije i izgradnje infrastrukture kulture i informisanja*
- *Program 6: Program unaprjeđenja usluga u oblasti kulture i informisanja.*

U Gradu Prijedoru, u periodu 2018-2020, objavljeno je više poziva za prijavu projekata iz oblasti kulture, a posebno u pogledu organizacije manifestacije „Kulturno ljeto“ Prijedor.

Od 2017. godine, postoji i Prijedor HUB, kao neprofitni javni prostor uspostavljen sa fokusom na povezivanje kreativne industrije, tehnologije i mladih ljudi. HUB ima za cilj da omogući kreiranje i realizaciju kvalitetnih ideja, novih modela poslovanja i razvoja inovativnih biznisa koji su spremni za budućnost i u stanju su da odgovore na izazove i brze promjene sa kojima nas suočava sadašnjost. S obzirom da je Grad Prijedor već pokrenuo Prijedor HUB, može se konstatovati da su u Prijedoru neki od zadataka navedeni u *Strategije Kulturne Politike u BiH* već realizovani.

5.1 Djelatnosti u domenu KKI

Uredbom o klasifikaciji djelatnosti Republike Srpske propisan je sadržaj klasifikacije djelatnosti u Republici Srpskoj (Službeni Glasnik Republike Srpske, broj: 8/14, u daljem tekstu: KD), a koja je usklađena sa propisima o klasifikaciji djelatnosti donesenim na nivou Bosne i Hercegovine. Klasifikacija djelatnosti primjenjuje se za donošenje i praćenje mjera ekonomske i socijalne politike, u statistici i evidenciji, u prikupljanju, obradi i objavljivanju podataka prema djelatnostima, u naučno-istraživačkom i analitičkom radu i za upis djelatnosti u sudski ili poseban registar.

Na osnovu prethodnih istraživanja, analiza i studija iz ove oblasti, pripremljen je uporedni prikaz djelatnosti koje se odnose na KKI i djelatnosti propisane ovom Uredbom.

Tabela 3: Djelatnosti u domenu KKI U Prijedoru

Broj i naziv oblasti
Biblioteke, arhivi, muzeji i ostale kulturne djelatnosti
91.01 Djelatnosti biblioteka i arhiva
91.02 Djelatnosti muzeja
91.03 Rad istorijskih mjesta, građevina i sličnih znamenitosti za posjetioce
91.04 Djelatnosti botaničkih i zooloških vrtova i prirodnih rezervata

Broj i naziv oblasti
Kreativne, umjetničke i zabavne djelatnosti
90.01 Izvođačka umjetnost
90.02 Pomoćne djelatnosti u izvođačkoj umjetnosti
90.03 Umjetničko stvaralaštvo
90.04 Rad umjetničkih objekata
47.59 Trgovina na malo namještajem, opremom za rasvjetu i ostalim proizvodima za domaćinstvo, u specijalizovanim prodavnicama, uključujući – trgovinu na malo muzičkim instrumentima i muzikalijama (notnim zapisima)
59.20 Djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanje muzičkih zapisa
Dizajn
74.10 Specijalizovane dizajnerske djelatnosti
Film
59 Proizvodnja filmova, video-filmova i televizijskog programa, djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja muzičkih zapisa
59.1 Proizvodnja i distribucija filmova, video-filmova i televizijskog programa
59.11 Proizvodnja filmova, video-filmova i televizijskog programa
59.12 Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, video-filmova i TV programa
59.13 Distribucija filmova, video-filmova i televizijskog programa
59.14 Djelatnosti prikazivanja filmova
Fotografija
74.20 Fotografske djelatnosti
Arhitektura
71.11 Arhitektonske djelatnosti
Računarske igre
58.21 Izdavanje računarskih igara
62.01 Računarsko programiranje
Radio
60.10 Emitovanje radijskog programa
60.20 Emitovanje televizijskog programa
63.12 Internetski portali
Izdavaštvo
58.11 Izdavanje knjiga
58.13 Izdavanje novina
58.14 Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija
58.19 Ostala izdavačka djelatnost
63.91 Djelatnosti novinskih agencija
74.30 Djelatnosti prevodilaca i tumača
47.61 Trgovina na malo knjigama u specijalizovanim prodavnicama
Oglašavanje i odnosi sa javnošću
70.21 Odnosi s javnošću i djelatnosti saopštavanja
73.12 Usluge oglašavanja (predstavljanja) preko medija – oglašavanje (predstavljanje) preko medija, tj. prodaju vremena i prostora za različite vrste medijskog predstavljanja (oglašavanja)

Broj i naziv oblasti**Umjetnički i tradicionalni zanati**

15.1 Štavljenje i obrada kože; proizvodnja putnih i ručnih torbi, sedlarskih i saračkih proizvoda; dorada i bojenje krzna

16.29 Proizvodnja ostalih proizvoda od drveta, proizvodnja predmeta od pluta, slame i pletarskih materijala

23.41 Proizvodnja proizvoda za domaćinstvo i ukrasnih predmeta od keramike

32.12 Proizvodnja nakita i pripadajućih proizvoda

5.2 Karakteristike KKI u Prijedoru

Prema podacima APIF-a, na području Grada Prijedora, u okviru djelatnosti koje se mogu dovesti u vezu sa KKI djeluje 88 poslovnih subjekata, koji zapošljavaju 531 lice. Detaljan pregled broja poreskih obveznika i broja zaposlenih po djelatnostima dat je u narednoj tabeli.

Tabela 4: Pregled broja poreskih obveznika i broja zaposlenih po djelatnostima KKI u Prijedoru

Naziv djelatnosti	Broj obveznika	Broj zaposlenih
Izdavanje knjiga	1	12
Djelatnosti prikazivanja filmova	1	7
Djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanje muzičkih zapisa	1	1
Emitovanje radijskog programa	2	27
Emitovanje televizijskog programa	3	4
Djelatnosti žičane telekomunikacije	2	85
Računarsko programiranje	7	25
Obrada podataka, hosting i pripadajuće djelatnosti	1	5
Ostale informacione uslužne djelatnosti, d. n.	1	9
Proizvodnja ostale spoljašnje odjeće	6	77
Štavljenje i obrada kože; dorada i bojenje krzna	1	1
Ostalo štampanje	5	12
Knjigovezačke i pripadajuće uslužne djelatnosti	1	1
Proizvodnja računara i periferne opreme	1	4
Trg. na malo računarima, perif. jedinicama i softverom u s.p.	6	15
Trgovina na malo telekomunikacionom opremom u s.p.	3	7
Arhitektonske djelatnosti	7	55
Inženjerske djelatnosti i s njima povezano tehničko savjetovanje	8	44
Specijalizovane dizajnerske djelatnosti	1	1
Fotografske djelatnosti	8	16
Djelatnosti prevodilaca i tumača	3	3
Ostale stručne, naučne i tehničke djelatnosti, d. n.	2	15
Izvođačka umjetnost	1	1
Umjetničko stvaralaštvo	2	3
Rad umjetničkih objekata	1	2
Djelatnosti biblioteka i arhiva	1	10
Djelatnosti muzeja	1	10

Naziv djelatnosti	Broj obveznika	Broj zaposlenih
Popravka računara i periferne opreme	7	11
Popravka komunikacione opreme	1	1
Popravka elektronskih uređaja za široku potrošnju	1	1
Zaštita kulturnih dobara, prirodnih i drugih znamenitosti	1	33
Informacije i komunikacije i ostala područja u vezi sa kreat. ind.	1	33
Ukupno	88	531

Struktura djelatnosti i prihodi

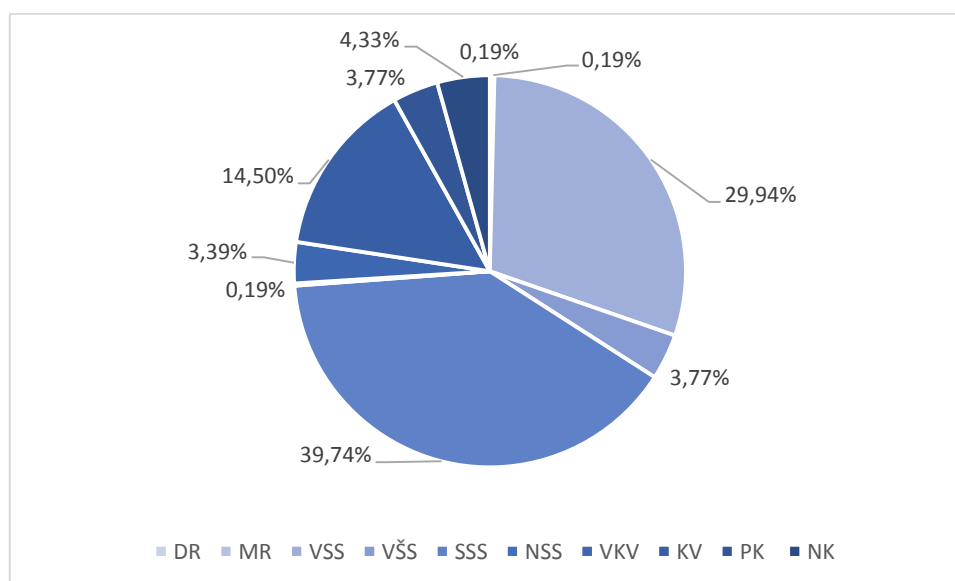
Najveći broj KKI u Gradu Prijedoru registrovan je u domenu fotografskih djelatnosti, arhitekture, te popravke računara i opreme i računarskog programiranja, dok je najveći broj lica zaposlen u oblasti telekomunikacija, proizvodnje spoljašnje odjeće, te arhitektonske i inženjerske djelatnosti.

Od navedenog broja poslovnih subjekata, njih 50 je dostavilo završne račune za 2018. i 2019. godinu. Ukupan prihod ovih 50 preduzeća u 2018. godini iznosio je 9,85 miliona KM, dok je u 2019. godini povećan na 11,26 miliona KM, od čega je na inostranom tržištu realizovano 1,46 miliona KM ili 13%. Neto dobit 50 posmatranih preduzeća iznosila je 1,89 miliona KM, a zapošljavala su prosječno 287 lica u 2019. godini, što znači da je dobit po zaposlenom iznosila 6,600 KM.

Struktura zaposlenih

U strukturi zaposlenih prema školskoj spremi, u oblasti KKI dominira srednja stručna sprema sa gotovo 40% učešća, a zatim visoka stručna sprema sa nešto manje od 30% u ukupnom broju zaposlenih.

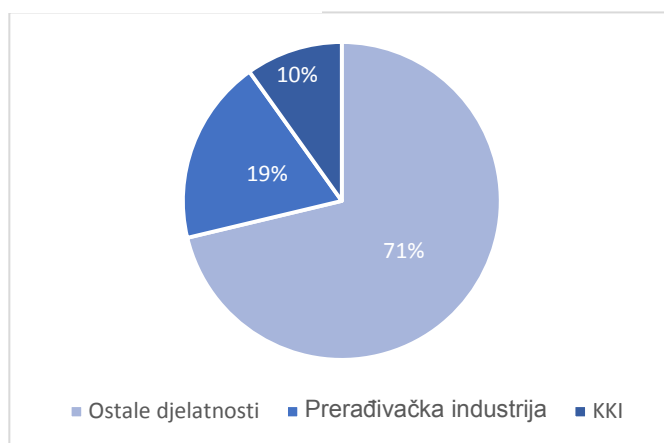
Grafikon 1: Kvalifikaciona struktura zaposlenih



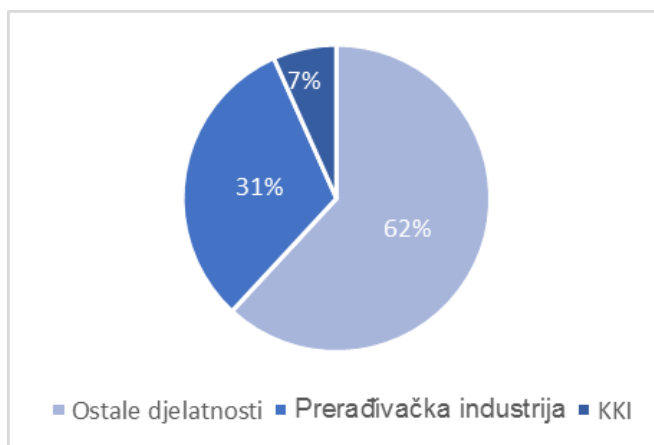
Poređenje KKI sa prerađivačkom industrijom i ukupnom privredom

Kulturne i kreativne industrije čine 10% prijedorske privrede po broju poslovnih subjekata, dok učešće u ukupnoj zaposlenosti iznosi 7%. Na narednim grafikonima (grafikon 2 i grafikon 3) predstavljen je udio KKI u Gradu Prijedoru u ukupnom broju poslovnih subjekata i broju zaposlenih.

Grafikon 2: Broj poslovnih subjekata

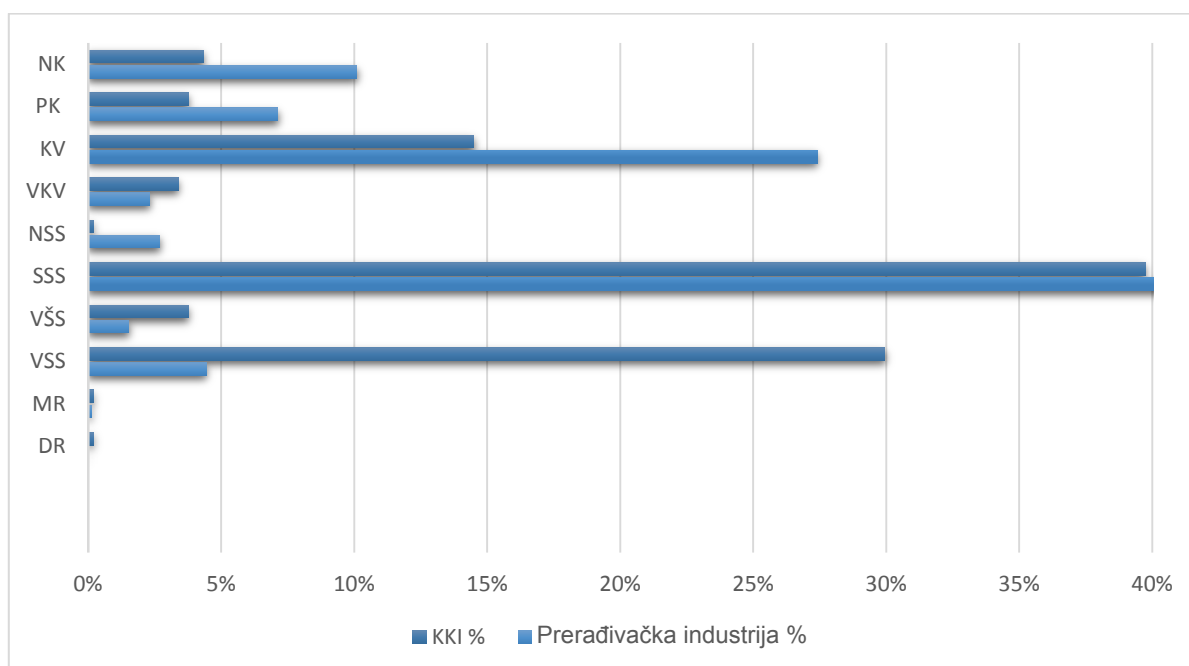


Grafikon 3: Broj zaposlenih



U poređenju sa prerađivačkom industrijom, u kvalifikacionoj strukturi zaposlenih u djelatnostima u vezi sa KKI u Gradu Prijedoru postoji značajno veći broj radnika sa visokom stručnom spremom, dok je kod prerađivača angažovano više kvalifikovanih, polukvalifikovanih i nekvalifikovanih radnika.

Grafikon 4: Kvalifikaciona struktura zaposlenih u KKI i u prerađivačkoj industriji u Prijedoru



U poređenju sa prijedorskom prerađivačkom industrijom, prema podacima za 2019. godinu, u oblasti KKI djeluje značajno manji broj poslovnih subjekata, tako da je manji i ukupan broj zaposlenih. Prosječan broj zaposlenih po poslovnom subjektu u KKI iznosi 6, dok je u prerađivačkoj industriji zaposleno prosječno 15 lica po subjektu. Poređenje broja zaposlenih i broja poslovnih subjekata u prerađivačkoj industriji i KKI dato je u narednoj tabeli.

Tabela 5: Poređenje broja zaposlenih i broja poslovnih subjekata u prerađivačkoj industriji i KKI na području Prijedora

Sektor	Broj subjekata	Broj zaposlenih	Prosj. zaposlenih po subjektu
Prerađivačka industrija	168	2496	15
KKI	88	531	6

U poređenju sa ukupnom prijedorskom privredom, u ukupnom broju poslovnih subjekata KKI učestvuju sa nešto manje od 10%, dok učešće u ukupnoj zaposlenosti iznosi 6,69%.

Tabela 6: Učešće KKI u ukupnom broju poslovnih subjekata ukupne prijedorske privrede i ukupnoj zaposlenosti

Kategorija	Ukupna privreda	Djelatnosti u vezi sa KKI	Udio KKI
Broj poslovnih subjekata	891	88	9,88%
Prosječan broj zaposlenih	7.942	531	6,69%

Prema podacima za 50 preduzeća koja su predala završni račun, učešće KKI u prihodu prijedorske privrede iznosi 1,45%, dok je učešće u ukupnoj zaposlenosti 3,61%. Za 50 posmatranih preduzeća, ukupan prihod u 2019. godini iznosio je 11,26 miliona KM odnosno 1,45% ukupnog prihoda prijedorske privrede. U istom periodu, za 50 posmatranih preduzeća koja zapošljavaju 287 lica, prihod po zaposlenom iznosio je nešto više od 39 hiljada KM, u poređenju sa preko 98 hiljada KM prihoda po zaposlenom u ukupnoj privredi. To znači da su preduzeća u oblasti KKI ostvarivala tek 40% prihoda po zaposlenom u poređenju sa prihodima po zaposlenom u ukupnoj privredi Grada Prijedora.

Tabela 7: Učešće 50 preduzeća iz KKI u prihodu ukupne prijedorske privrede, ukupnoj zaposlenosti i prihodu po zaposlenom

Kategorija	Ukupna privreda	Djelatnosti u vezi sa KKI	Udio KKI
Broj poslovnih subjekata	891	50	5,61%
Ukupan prihod u mil KM	778.540	11.264	1,45%
Prosječan broj zaposlenih	7.942	287	3,61%
Prihod po zaposlenom u KM	98.028	39.247	40,04%

Na osnovu navedenih podataka, jasno je da djelatnosti koje se mogu dovesti u vezu sa kulturnom i kreativnom industrijom Grada Prijedora učestvuju:

- ispod 10% u ukupnom broju poslovnih subjekata,
- ispod 7% u ukupnom broju zaposlenih,
- između 2 i 3% u ukupnom prihodu.

Istovremeno, prijedorske KKI imaju značajno bolju kvalifikacionu strukturu zaposlenih od prerađivačke industrije.

Prethodni nalazi upućuju na to da u djelatnostima koje se mogu dovesti u vezu sa kulturnim i kreativnim industrijama u Gradu Prijedoru postoji potencijal koji je valorizovan u manjem obimu.

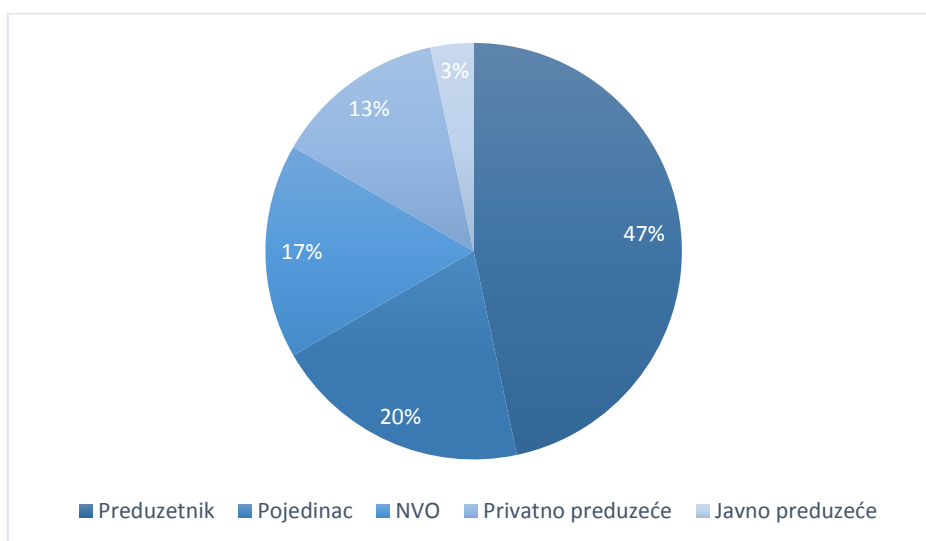
5.3 Anketa KKI u Prijedoru

Istraživački uzorak

Pripremljeni upitnik dostavljen je na e-mail adrese 101 identifikovanog nosioca KKI u Gradu Prijedoru, u skladu sa pripremljenom mapping analizom. Odgovore na upitnik dostavilo je 30 preduzeća, preduzetnika, pojedinaca i nevladinih organizacija.

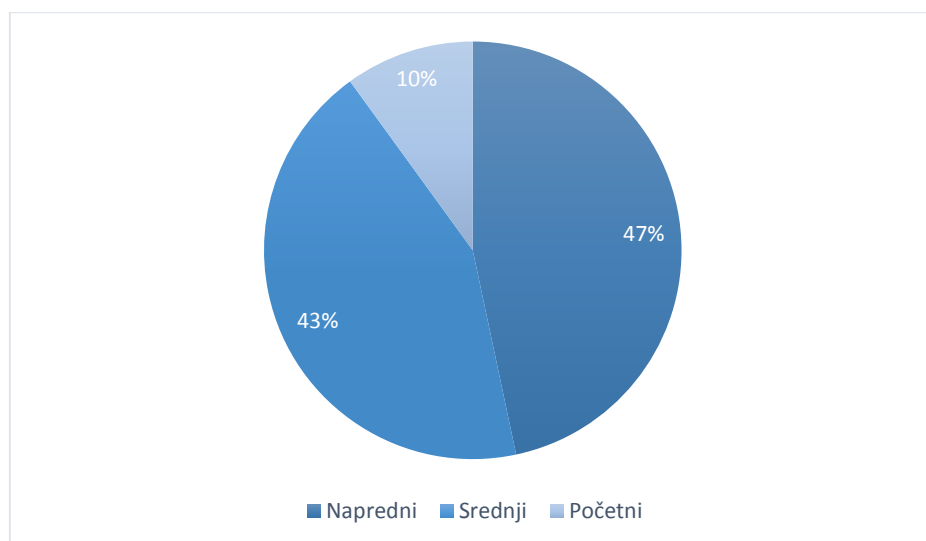
Sa aspekta registarskog oblika ispitanika, anketirano je najviše preduzetnika (14), a potom slijede kreativni pojedinci. S obzirom da se radi o licima koja nemaju formalno registrovanu djelatnost, nije moguće pratiti njihov doprinos zapošljavanju i ostvarivanju prihoda kroz zvanično raspoložive i prethodno predstavljene statističke podatke.

Grafikon 5: Registariski oblik ispitanika



Sa aspekta iskustva, ispitanik koji najduže obavlja svoju djelatnost je preduzeće registrovano 1997. godine. Čak 7 anketiranih subjekata počelo se baviti svojim kreativnim poslom tokom 2020. godine, dok njih 9 ima manje od 5 godina iskustva. Od 30 anketiranih, 14 ispitanika smatra da posjeduje napredni, a 13 srednji nivo iskustva, dok se 3 ispitanika smatraju početnicima u poslu kojim se bave.

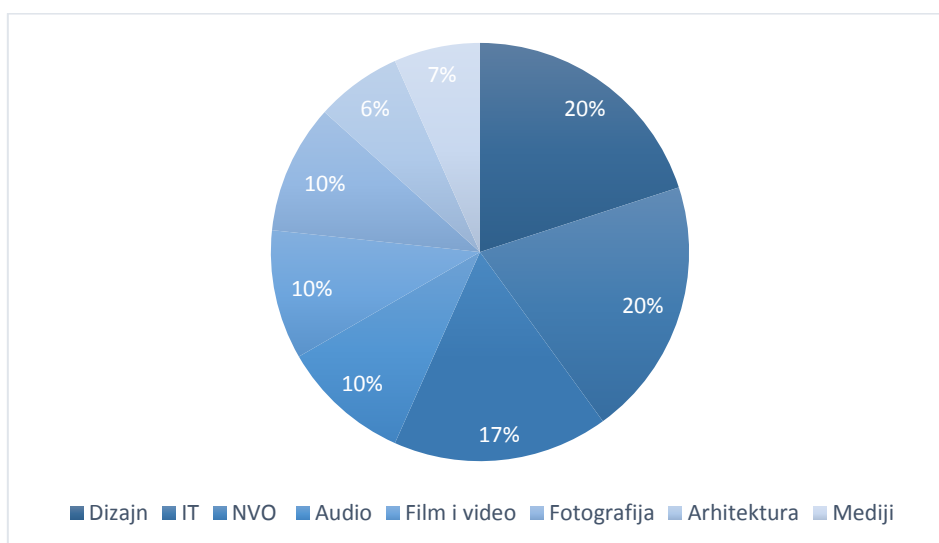
Grafikon 6: Nivo iskustva



Djelatnosti

Od ukupnog broja ispitanika, najveći broj je aktivan u domenu informacionih tehnologija i dizajna, kao i u NVO sektoru, dok je najmanji broj anketiranih KKI iz domena medija i arhitektonske djelatnosti. Struktura ispitanika prema djelatnostima, predstavljena je na narednom grafikonu.

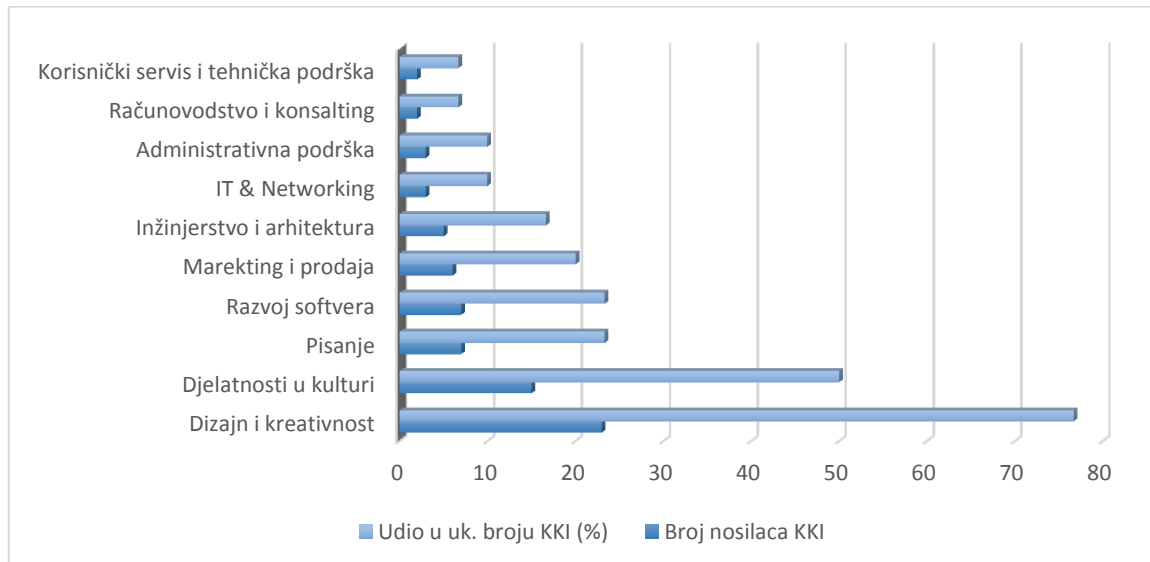
Grafikon 7: Struktura prema djelatnostima



Oblasti usluga

Djelatnosti koje se dovode u vezu sa kulturnim i kreativnim industrijama razvrstane su za potrebe provođenja ankete u 11 oblasti¹². KKI u Gradu Prijedoru nude usluge u 10 ponuđenih oblasti, što je predstavljeno na sljedećem grafikonu. Jedina oblast usluga koja nije zastupljena odnosi se na Data Science and Analytics.

Grafikon 8: Broj i udio oblasti usluga koje se nude korisnicima



Prema oblasti usluga koje se nude korisnicima, čak 23 ispitanika aktivna su u području dizajna i kreativnosti, a potom slijede djelatnosti u kulturi (15).

¹² (1) Web, Mobile and Software Development, (2) IT & Networking, (3) Data Science and Analytics, (4) Inženjerstvo i arhitektura, (5) Dizajn i kreativnost, (6) Pisanje, (7) Administrativna podrška, (8) Korisnički servis i tehnička podrška, (9) Marketing i prodaja, (10) Računovodstvo i konsalting, (11) Djelatnosti u kulturi

Od anketiranih predstavnika prijedorskog KKI sektora zatraženo je da u okviru ponuđenih oblasti usluga navedu i konkretne usluge koje pružaju korisnicima. Paleta usluga koje se pružaju je relativno široka, mada je primjetna koncentracija u pojedinim područjima, kao što su dizajn i kreativnost, kao i djelatnosti u kulturi.

Usluge u okviru grupe usluga *Web, Mobile and Software Development* pruža 11 od 30 anketiranih. Dominiraju *Web Development, Web & Mobile Design* (4) i *Desktop Software Development* (3). Usluge u domenu *Game Development* i *QA & Testing, Scripts & Utilities* ne pruža niko od anketiranih.

U oblasti grupe usluga *IT & Networking* dva ispitanika pružaju usluge u oblasti *Database Administration, Network and System Administration*, a jedan u domenu *Data, Audio and Video servers' Administration*. Usluge u oblasti *ERP / CRM Software* i *Information Security* ne nudi niko od anketiranih.

U okviru grupe usluga *Data Science and Analytics* usluge pruža samo jedan ispitanik, bez konkretnijeg navođenja o kakvoj se vrsti usluga radi.

Pod grupom usluga *Inženjerstvo i arhitektura* dominiraju usluge u domenu *3D Modelling and CAD* (4), te *arhitektura* (3) i *dizajn enterijera* (3). Usluge u domenima *hemijskog inženjerstva* i *Contract Manufacturing* ne nudi niko od anketiranih.

Dizajn i kreativnost predstavlja grupu sa najvećom koncentracijom usluga. Najveći broj anketiranih navodi da pruža usluge iz oblasti *fotografije* (15), *grafičkog dizajna* (13), *Logo Design & Branding* (10), *video produkcija / Voice talent* (8), itd. Interesantno je da je pod opcijom "nešto drugo" bilo čak 7 odgovora, a navode se sljedeće usluge: *concept developing, štampa majica, fotokeramika, građansko novinarstvo, live sound, koncerti, konferencije i prezentacije, odnosno kreativne marketing kampanje festivala.*

Relativno veliki broj usluga je ponuđen i u okviru grupe usluga *pisanje*. Ovdje se posebno izdvaja *Creative Writing Editing & Proofreading* sa 5 pružalaca.

U okviru grupe usluga *Admin support* postoje tri pružaoca za usluge *Project Management* (2) i *Web Research* (1).

Slično je i kod grupe usluga *Korisnički servis i tehnička podrška*, gdje takođe postoje 3 pružaoca usluga od 30 anketiranih.

Kod grupe usluga *marketing i prodaja* postoji ukupno 20 pružalaca u 11 oblasti. Najviše ih je kod *Marketing Strategy* i *SMM – Social Media Marketing*, po četiri. Za uslugu *Automation Lead Generation* nema nijednog pružaoca.

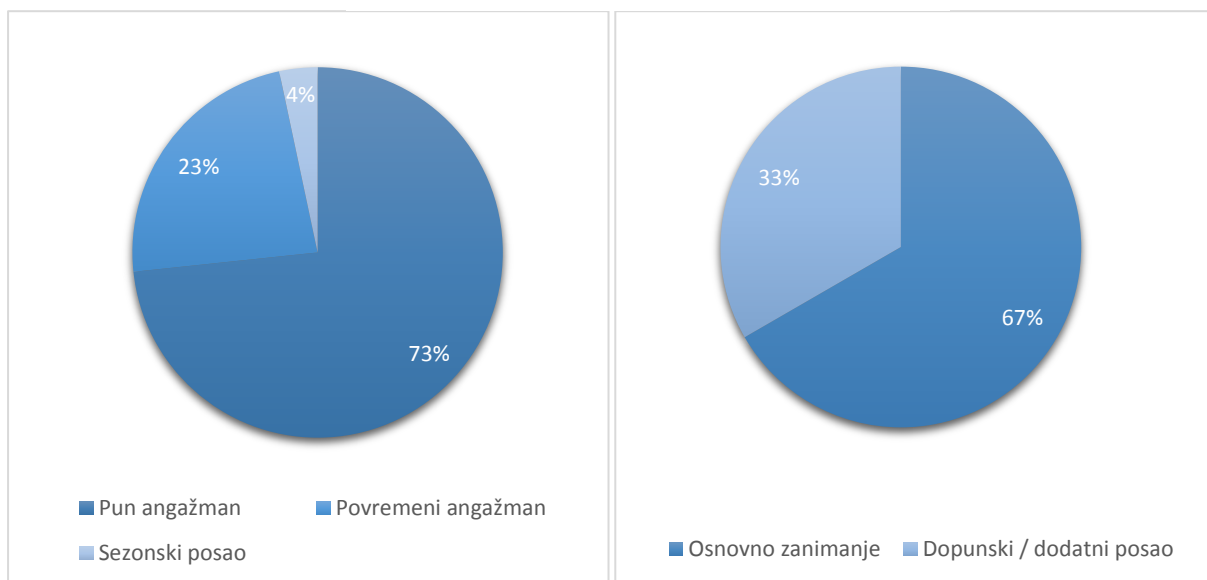
U oblasti *računovodstvo i konsalting* postoje dva pružaoca, po jedan za *ljudske resurse* i *menadžment konsalting*.

Za oblast usluga *djelatnosti u kulturi* postoji 19 pružalaca. Tako usluge u sferi *umjetničkog stvaralaštva, produkcije i interpretacije* nudi 15 anketiranih, u oblasti *istraživanje, prezentovanje, zaštita i promocija kulture* troje, dok se jedan ponuđač bavi *kustoskim pravima*.

Karakter posla

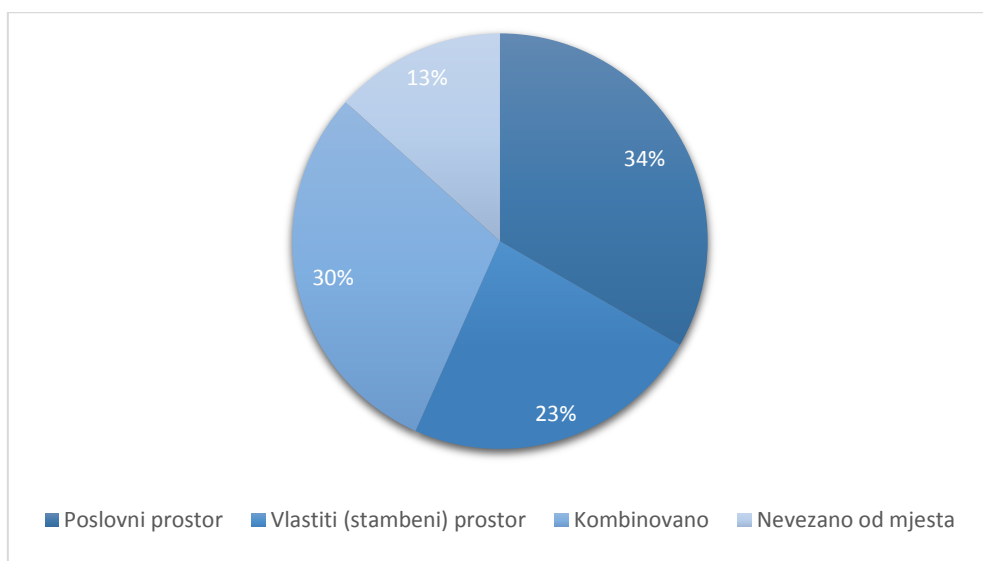
Od ukupnog broja od 30 anketiranih, 22 ispitanika u svom KKI poslu imaju pun angažman tokom čitave godine, njih 7 povremen, dok je kod jednog karakter posla sezonski. Kod 20 ispitanika radi se o osnovnom zanimanju, a za njih 10 KKI djelatnost predstavlja dopunski ili dodatni posao.

Grafikon 9: Karakter posla



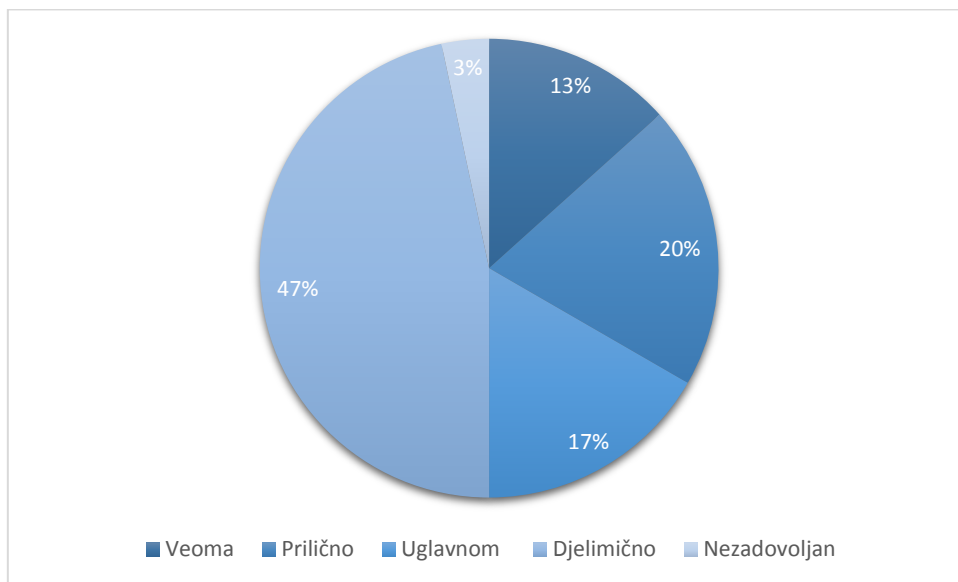
Najveći broj ispitanika (10), posao obavlja u poslovnom prostoru, dok njih 7 radi iz vlastitog (stambenog) prostora. Devet ispitanika kombinuje mjesta obavljanja posla, dok kod njih 4 posao ne zavisi od mjesta sa kojeg se obavlja.

Grafikon 10: Mjesto obavljanja posla



U pogledu zadovoljstva, najveći broj ispitanika (47%) je djelimično zadovoljan poslom koji obavlja. Veoma je zadovoljno njih 13%, dok jedan ispitanik uopšte nije zadovoljan KKI djelatnošću kojom se bavi.

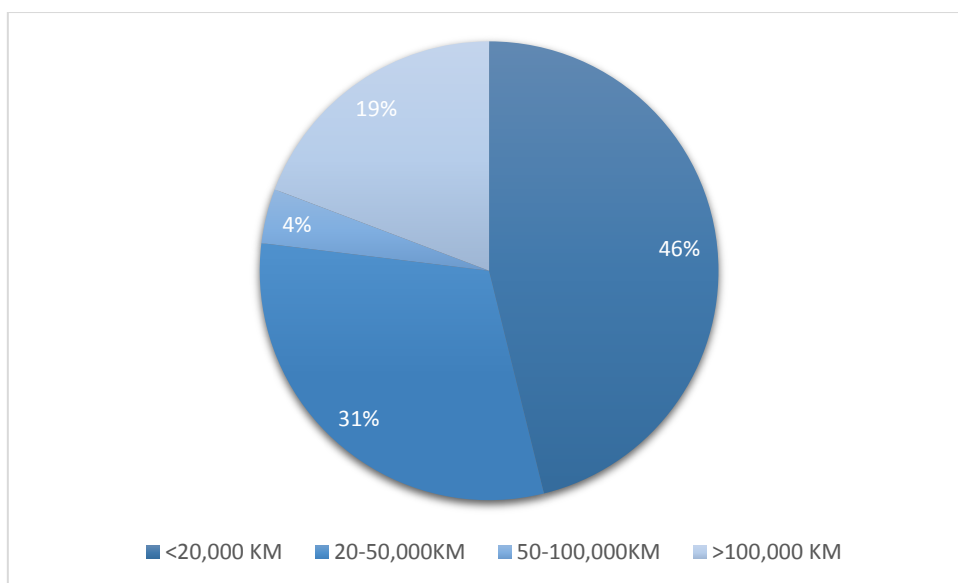
Grafikon 11: Zadovoljstvo poslom



Prihodi

Po pitanju prihoda, najveći broj ispitanika (46%) ostvaruje prihode manje od 20,000 KM na godišnjem nivou, dok 19% ispitanika ima godišnje prihode iznad 100,000 KM. Četiri ispitanika nisu dala odgovor na ovo pitanje.

Grafikon 12: Raspon prihoda



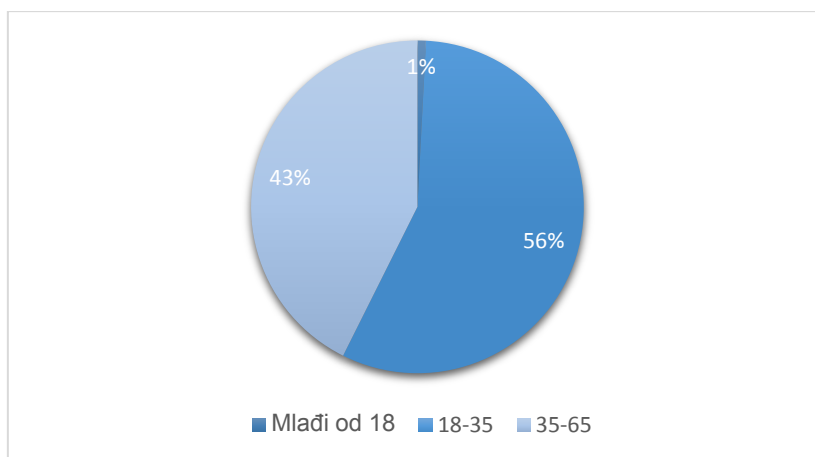
KKI predstavljaju primarni izvor prihoda za 15 (50%) od 30 anketiranih. Od onih za koje ova djelatnosti nije primarni izvor prihoda, najviše je onih koji posao finansiraju samostalno, a zatim slijede donacije i kombinovani izvori finansiranja.

Ljudski resursi

Kod 30 anketiranih ispitanika, ukupno je zaposleno 45 lica, ili 1,5 lice po ispitaniku. Pored toga, angažovano je dodatnih 86 lica ili 2,89 po ispitaniku. Kombinovano, prosječan broj zaposlenih i radno angažovanih po ispitaniku iznosi 4,37. Najveći broj zaposlenih po pojedinačnom nosiocu KKI je 7, dok je najveći broj angažovanih 12.

Na pitanje o starosnoj strukturi angažovanih i zaposlenih lica 28 ispitanika dalo je odgovor. Dominiraju angažovani i zaposleni mlađi od 35 godina sa 56%. Samo je jedno lice mlađe od 18, dok nema angažovanih i zaposlenih starijih od 65 godina.

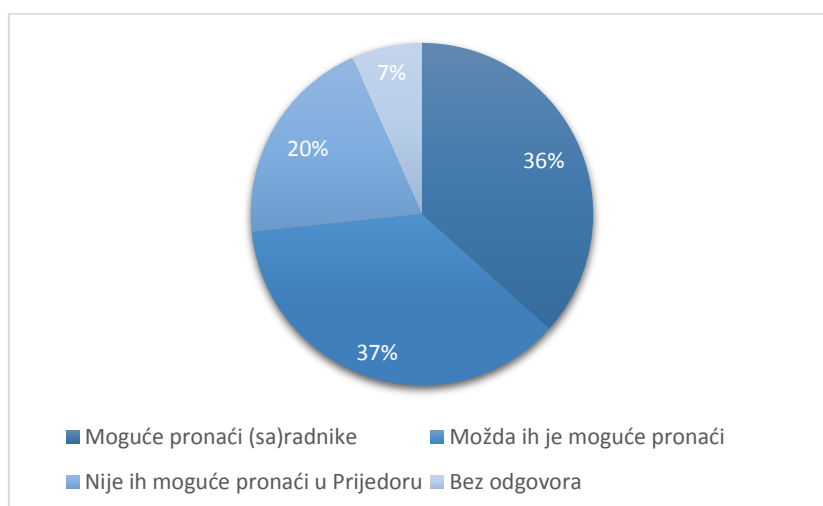
Grafikon 13: Starosna struktura



U pogledu potencijala za povećanje posla u smislu obezbjeđenja novih (sa)radnika, 18 ispitanika smatra da takva mogućnost postoji, 11 smatra da možda postoji, dok jedan ispitanik navodi da nije siguran da li postoji mogućnost za povećanje posla.

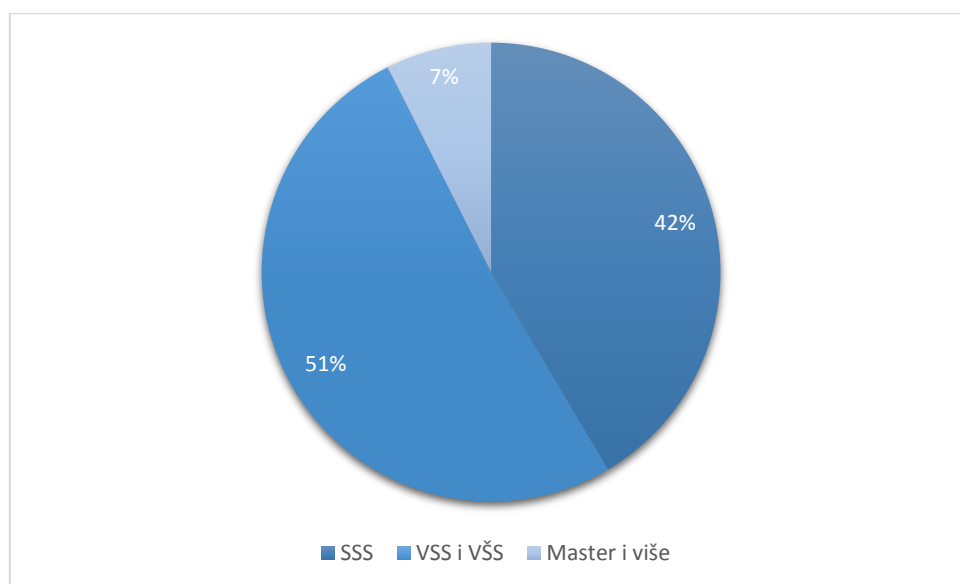
U vezi sa pronalaženjem (sa)radnika, jednak broj ispitanika smatra da ih je moguće pronaći (11), kao i da možda postoji mogućnost pronalaženja (sa)radnika (11). Šest ispitanika izjasnilo se da saradnike ne može da pronađe u Prijedoru, dok 2 nisu odgovorila na ovo pitanje.

Grafikon 14: Mogućnost pronalazjenja (sa)radnika



U pogledu stručne spreme zaposlenih i angažovanih lica, 25 ispitanika dalo je odgovor. Preko polovine čine viša i visoka stručna sprema, a značajan je i broj lica koja imaju titulu mastera i više.

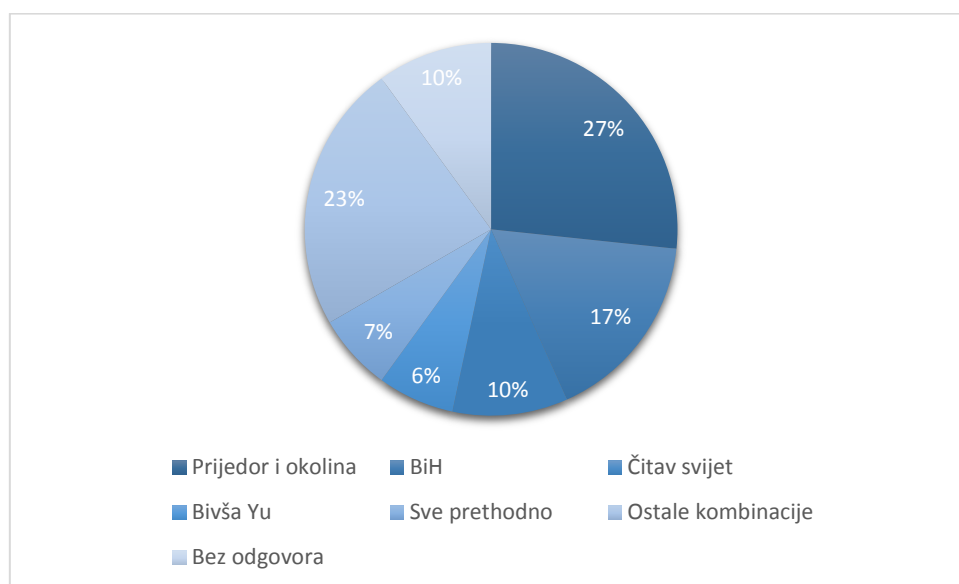
Grafikon 15: Stručna sprema zaposlenih i angažovanih



Geografsko područje djelovanja

Sa aspekta geografskog područja djelovanja, najveći broj anketiranih nosilaca KKI aktivan je na području Grada Prijedora i okoline, a potom na području čitave BiH. Postoji i veći broj kombinovanih odgovora, tako da po jedan ispitanik djeluje na području BiH-Evropa, Evropa-Ex Yu, Prijedor-BiH- Evropa, Prijedor-čitav svijet, Prijedor-RS, Prijedor-RS-BiH.

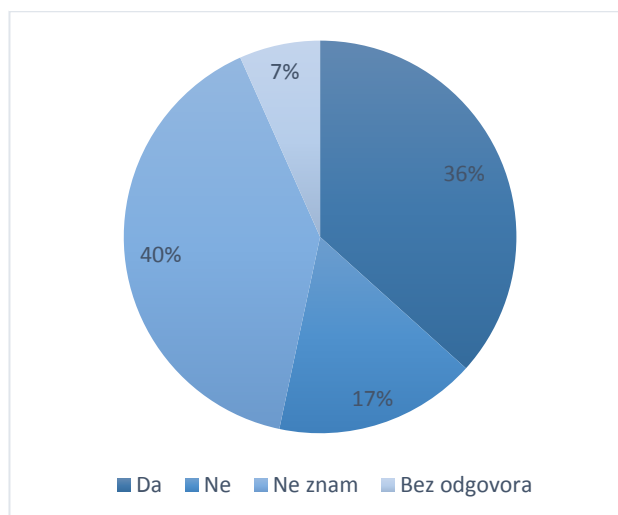
Grafikon 16: Geografsko područje djelovanja



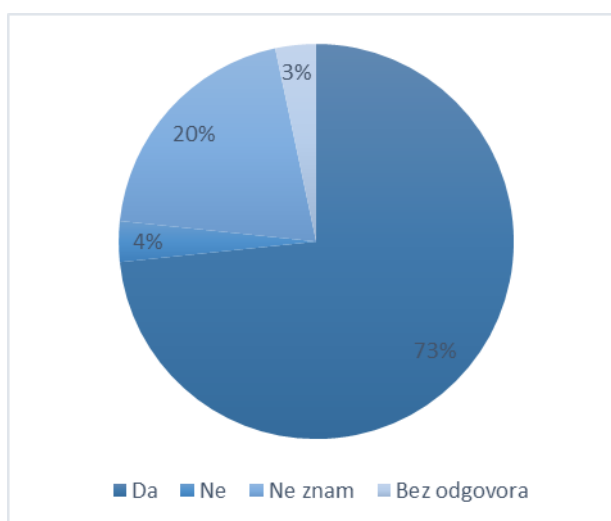
Prepoznatljivost i budućnost KKI

Od 30 ispitanika, 11 smatra da su one prepoznate u Prijedoru, 5 da nisu, 12 ne zna jesu li ili nisu prepoznate, dok 2 ispitanika nisu odgovorila na ovo pitanje. Ipak, u pogledu budućnosti KKI, čak 22 ispitanika vide, a samo jedan ispitanik ne vidi njihovu budućnost u Prijedoru.

Grafikon 17: Prepoznatljivost KKI u Prijedoru



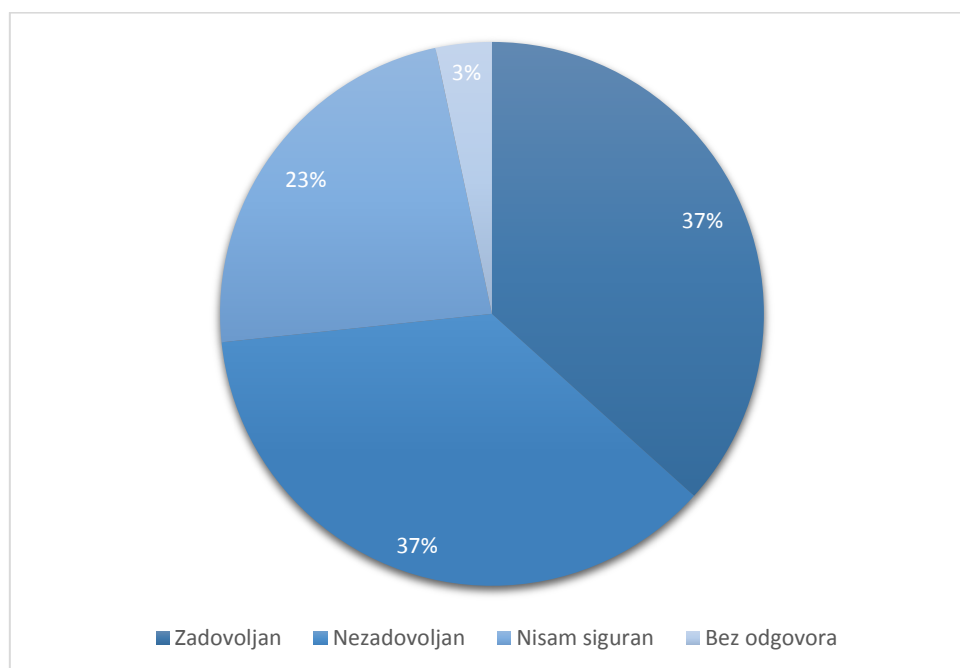
Grafikon 18: Budućnost KKI u Prijedoru



Podrška aktivnostima KKI

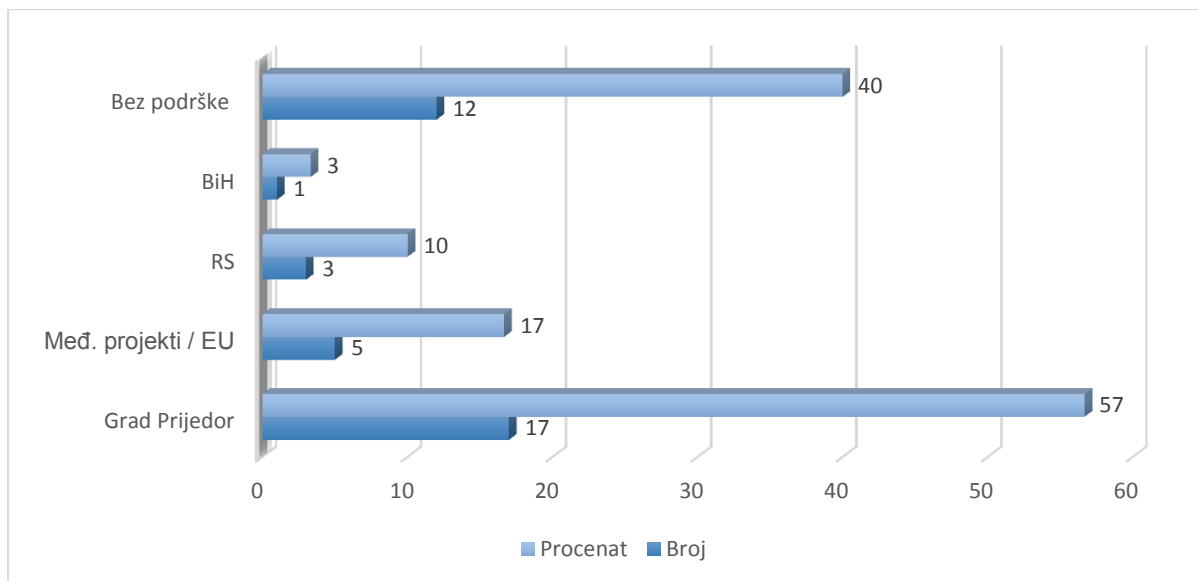
Učesnicima ankete postavljeno je pitanje u vezi sa zadovoljstvom podrškom koju dobijaju od Grada Prijedora. Podjednak broj ispitanika zadovoljan je i nezadovoljan podrškom, što se vidi iz narednog grafikona.

Grafikon 19: Zadovoljstvo podrškom od Grada Prijedora



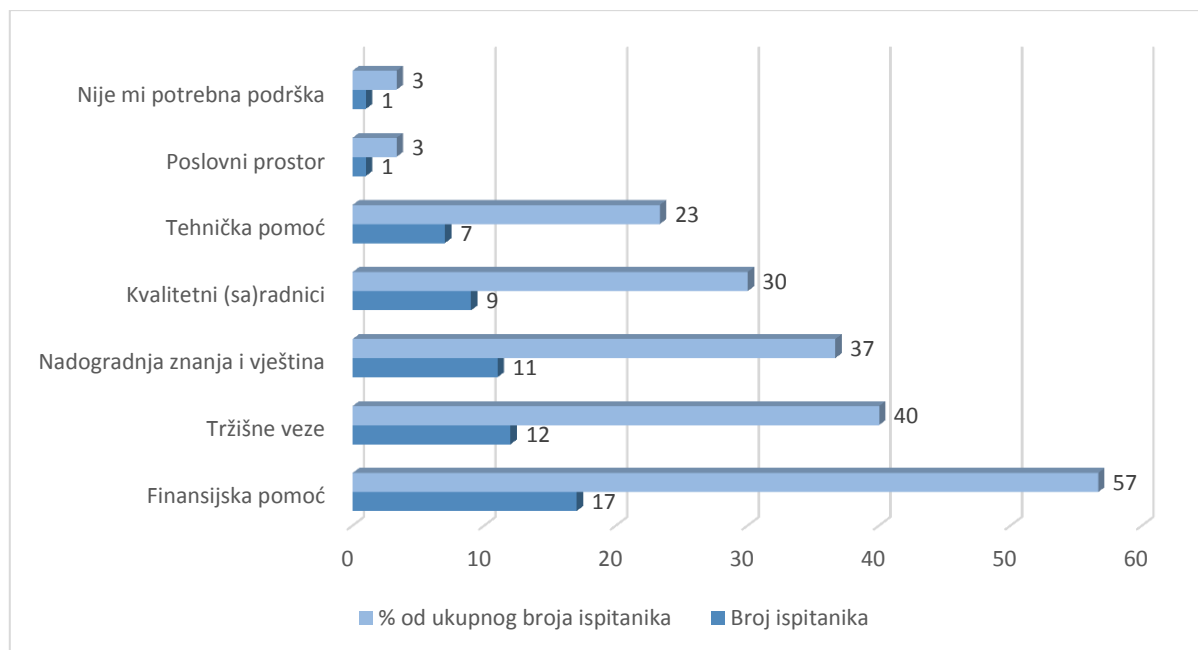
Od 30 ispitanika, 18 je dobilo određenu vrstu podrške za svoje aktivnosti. Najveći broj anketiranih dobio je podršku od Grada Prijedora (17), a potom slijede međunarodni projekti i EU. Interesantno je što je, i pored toga što je čak 17 ispitanika obezbjedilo podršku od Grada Prijedora, svega njih 11 zadovoljno dobijenom podrškom.

Grafikon 20: Instance koje pružaju podršku



U pogledu dodatne podrške koja im je potrebna za njihove aktivnosti, čak 57% ispitanika navodi da im je potreba finansijska pomoć, 40% je u potrebi za tržišnim vezama, dok 37% ispitanika treba podršku za nadogradnju znanja i vještina. Samo jedan od 30 anketiranih predstavnika KKI navodi da mu podrška nije potrebna.

Grafikon 21: Potrebna podrška

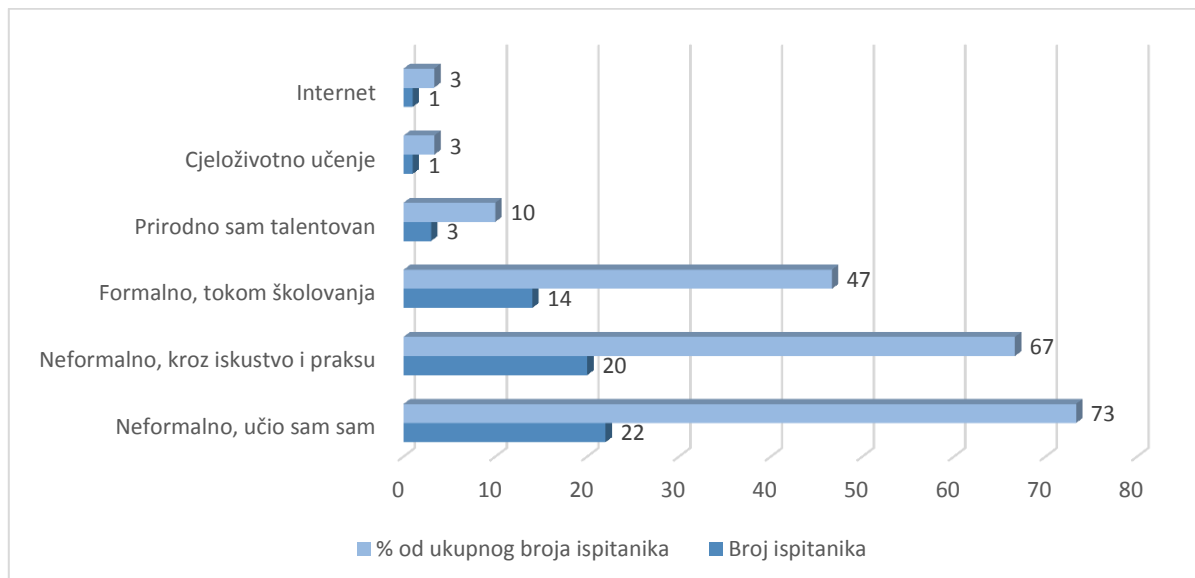


Znanje i vještine

U vezi načina na koje su ispitanici sticali znanja i vještine potrebne za obavljanje posla, čak 73% je samostalno učilo, dok je 67% njih sticalo znanje kroz iskustvo i praksu. Nešto manje

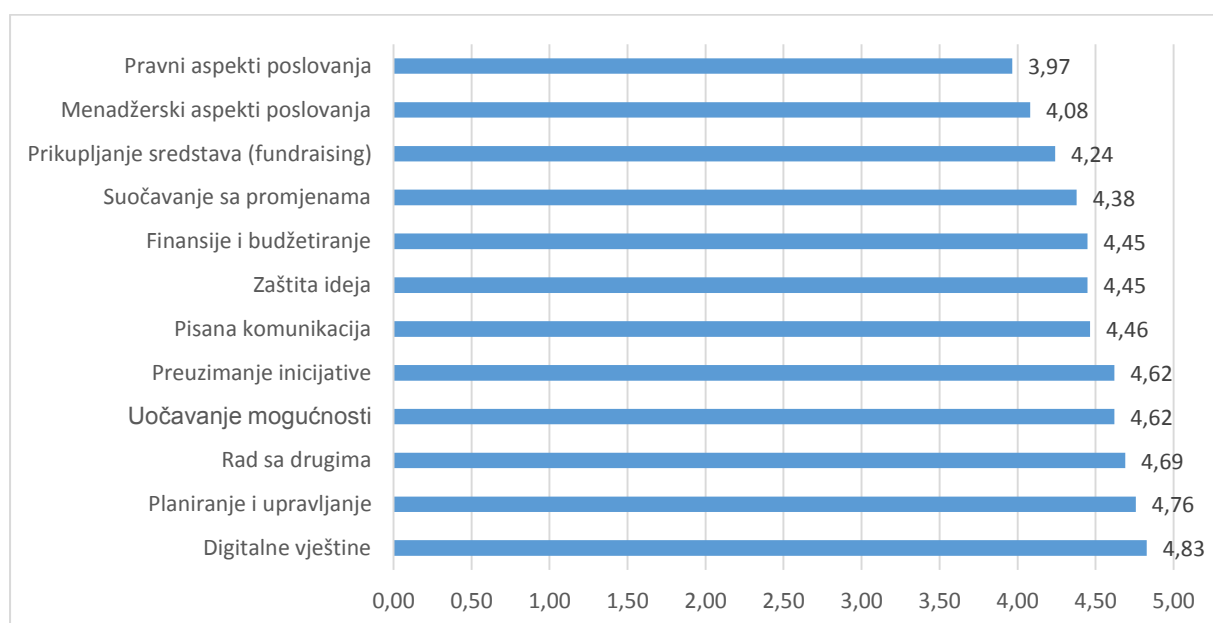
od polovine ispitanika (47%) neophodna znanja i vještine sticalo je kroz formalni vid obrazovanja.

Grafikon 22: Načini sticanja znanja i vještina potrebnih za obavljanje posla



Po pitanju ocjene važnosti pojedinih vještina i sposobnosti za obavljanje djelatnosti, na skali od 1 do 5 ispitanici najveću važnost daju digitalnim vještinama, planiranju i upravljanju i radu sa drugima. Čini se da su pravni i menadžerski aspekti poslovanja najmanje važni u poređenju sa ostalim, mada je njihova apsolutna važnost i dalje visoka.

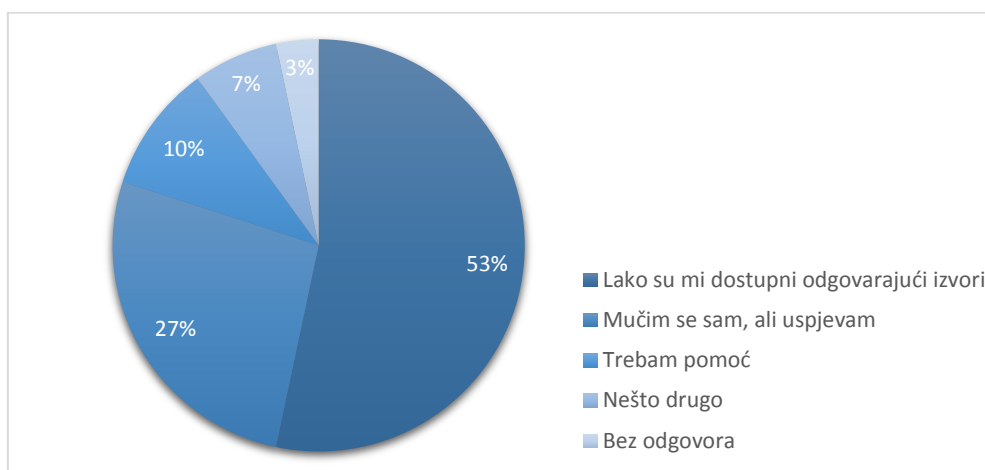
Grafikon 23: Važnost pojedinih vještina i sposobnosti za obavljanje djelatnosti



Pored navedenih vještina, ispitanici navode i važnost razmišljanja, te kvaliteta i poštovanja rokova isporuke za obavljanje svog posla.

Po pitanju pristupa znanju, većina ispitanika (53%) smatra da su im lako dostupni odgovarajući izvori znanja, dok 27% ispitanika se muči, ali uspjeva da dođe do potrebnih izvora. Trojici ispitanika (10%) treba pomoć u pogledu pristupa znanju, jer ne mogu samostalno da dođu do odgovarajućih izvora. Niti jedan ispitanik nije u situaciji da ne može dalje da se razvija, odnosno da nema potrebe da se razvija. Grafikon sa odgovorima ispitanika u pogledu načina pristupa znanju, predstavljen je u nastavku.

Grafikon 24: Pristup znanju



U pogledu pomoći koja im je potrebna za unaprjeđenje posla u domenu KKI, ispitanici navode:

- obuke, treninge i seminare (IT tehnologije, interpersonalne vještine, razvoj kompetencija, dizajn i marketing),
- tehničko obrazovanje,
- finansijsku pomoć (za nabavku opreme),
- nova tržišta i tržišne veze sa klijentima,
- umrežavanje i saradnju sa privredom i razvojnim akterima (poput Agencije Preda),
- kvalitetne kadrove,
- tehničku pomoć,
- učešće u kvalitetnim projektima.

Tri ispitanika navode da je potrebna promjena sredine, odnosno poboljšanje ambijenta za KKI, uz odgovarajuću podršku institucija vlasti.

Uticaj pandemije na vještine i sposobnosti

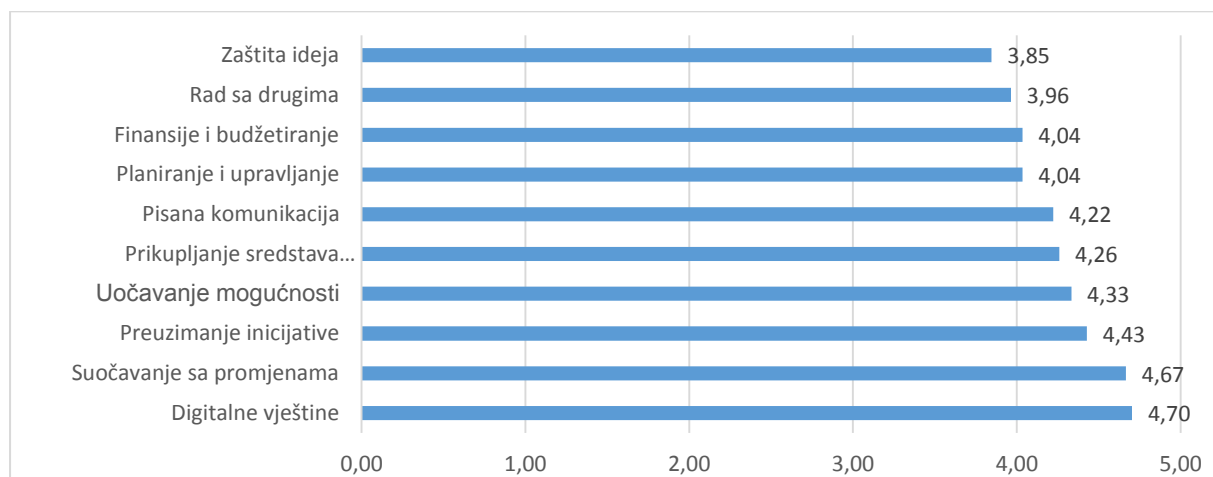
U pogledu razvoja vještina i sposobnosti, od ispitanika je takođe zatraženo da procijene kako će pandemija Covid-19 u budućnosti uticati na određene vještine i sposobnosti. Za mjerenje ovog uticaja, korištena je sljedeća skala:

1. Postaće irelevantno
2. Izgubiće na značaju
3. Neće se bitno promijeniti
4. Dobiće na značaju

- 5. Postaće posebno važno

Prema ocjeni ispitanika, pandemija će uticati da sve navedene vještine dobiju na značaju, s obzirom da su ocijenjene sa prosjekom većim od 3. Ipak, na značaju će najviše dobiti digitalne vještine i suočavanje sa promjenama, dok će rad sa drugima i zaštita ideja najmanje dobiti na važnosti usljed uticaja Covid-19.

Grafikon 25: Promjena značaja pojedinih vještina i sposobnosti zbog pandemije Covid-19



Dugoročna perspektiva posla

Po pitanju dugoročne perspektive posla, optimistično je što čak 23 od 30 ispitanika smatra da budućnost postoji, dok njih 7 ima mišljenje da je prethodno potrebno ispuniti određene uslove. Nijedan ispitanik ne navodi da ne postoji dugoročna perspektiva njegovog posla.

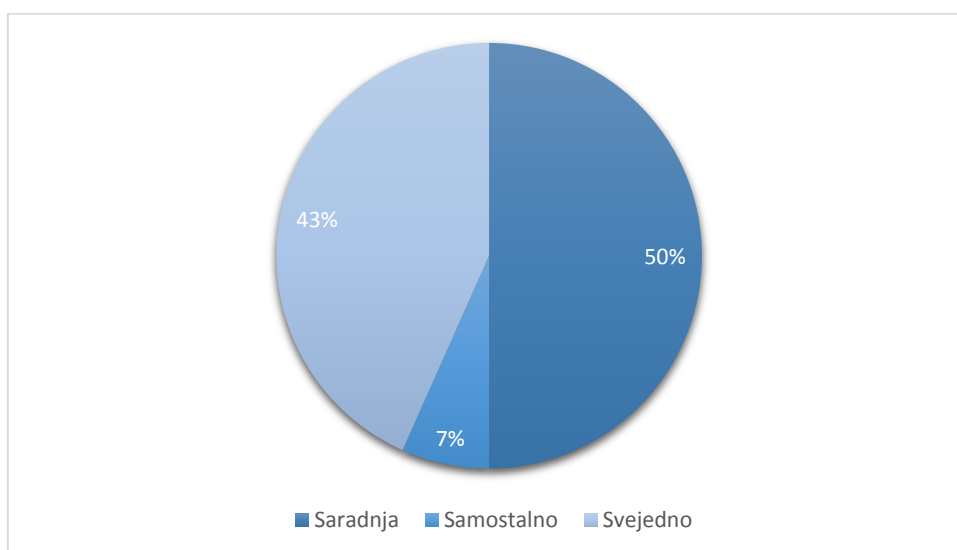
Povezivanje i organizovanje

Iako čak 83% ispitanika podržava rad nekog od udruženja, svega 27% navodi da na području Grada Prijedora postoji odgovarajuće udruženje koje zastupa njihove interese. Iz ovih podataka jasno je da udruženja čiji se rad podržava nisu direktno povezana sa djelatnostima i poslovima kojima se anketirani predstavnici KKI bave. Na osnovu navedenog može se zaključiti da bi nivo povezivanja i organizovanja prijedorskih aktera KKI mogao da bude bolji.

Individualnost i timski rad

Prema odgovorima na anketu, polovina ispitanika voli da saraduje sa drugima, za njih 13 svejedno je da li svoj posao obavljaju samostalno ili u saradnji sa drugima, dok su svega dva ispitanika individualci koji preferiraju samostalan rad.

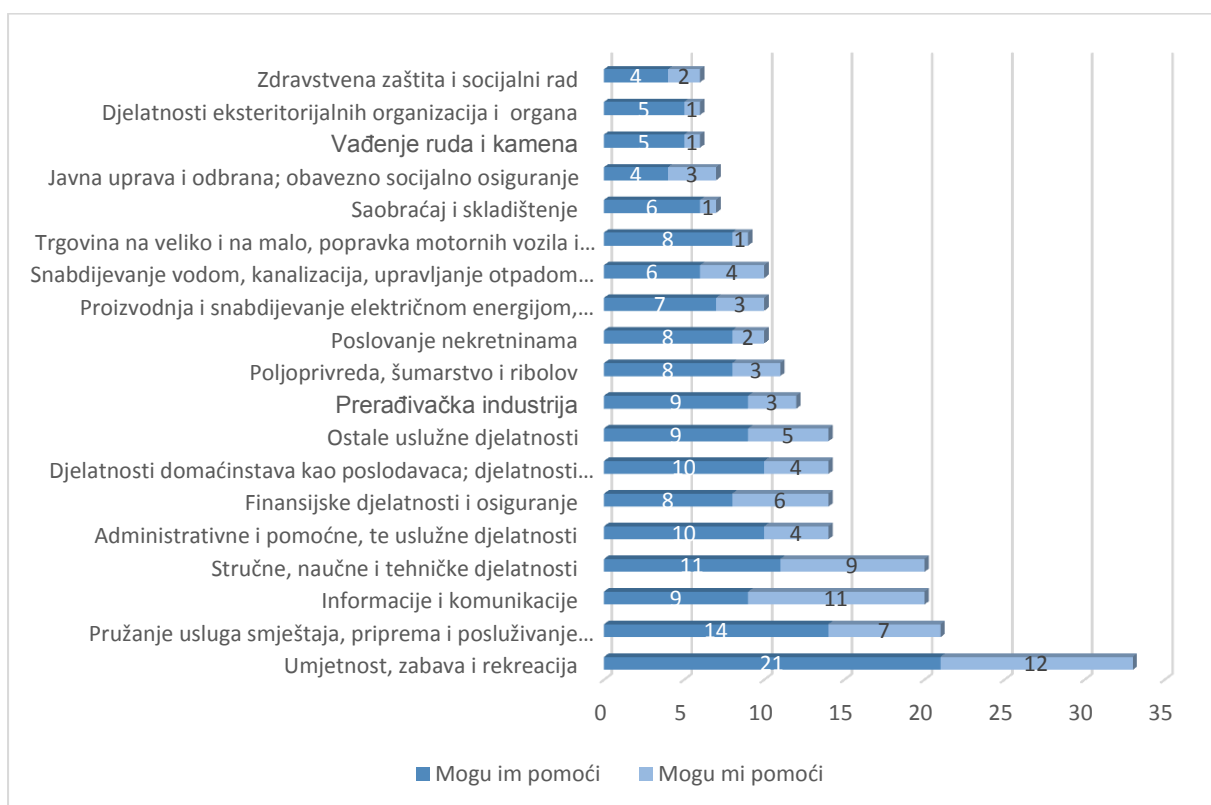
Grafikon 26: Individualnost i timski rad



Saradnja sa ostalim djelatnostima

U cilju procjene potreba i mogućnosti saradnje sa pojedinim privrednim sektorima i djelatnostima, od ispitanika je zatraženo da ocijene njihovu srodnost sa KKI poslom koji obavljaju. Ocjena se mogla dati u oba smijera. Čini se da prema odgovorima ispitanika, najснаžnija veza postoji sa umjetnošću, zabavom i kulturom, gdje je čak 21 ispitanik naveo da može pomoći, odnosno pružiti određene usluge, a 12 da mu navedena djelatnost može biti od pomoći. Najmanje je zastupljena veza između KKI i sektora zdravstvene zaštite i socijalnog rada.

Grafikon 27: Frekvencija srodnosti pojedinih djelatnosti sa KKI u Gradu Prijedoru



Značajan broj ispitanika (preko 70%) ima konkretne prijedloge u vezi sa mogućnostima saradnje sa akterima iz ostalih branši. Najčešće je riječ o promotivnim aktivnostima, od izrade fotografija, do podrške u oblasti web design-a, snimanja reklama, reklamiranja, izrade reklamnog materijala, promocije kulturnih vrijednosti, kao i širenja poslovnih mogućnosti.

Jedan broj ispitanika u mogućnosti je da ponudi usluge video i audio produkcije, saradnju u oblasti turizma, ali i informacionu, finansijsku i ostalu stručnu pomoć. Saradnja je moguća i u oblasti pripreme dekoracija za hotelijerstvo i ugostiteljstvo, automatizacije poslovnih procesa, pružanja usluga CNC laserskog rezanja i izrade poluproizvoda od nemetalnih materijala, te izrade promotivnog materijala, dekorativnih i upotrebnih predmeta. Dio ispitanika navodi da bi bilo korisno raditi na razmjeni znanja, vještina i iskustava sa predstavnicima ostalih sektora.

Anketirani predstavnici prijedorskih KKI pretežno su usmjereni na ponudu usluga, dok je potražnja za podrškom i uslugama iz ostalih sektora nešto manja.

Opšti stav ispitanika u pogledu stanja i perspektive KKI

Značajan broj ispitanika iznio je svoje mišljenje u vezi sa aktuelnim stanjem i perspektivama za razvoj sektora KKI u Prijedoru. Naslućuje se određeni osjećaj nesigurnosti u pogledu aktuelnog privrednog i društvenog ambijenta i ističe nezadovoljstvo situacijom u Prijedoru, državi, pa i u regiji.

Uslovi za rad KKI nisu dobri, te mogu i treba da budu bolji, a postojeća podrška nije adekvatno usmjerena na razvoj ovoga sektora. Konkretni problemi se odnose na odlazak

stanovništva i kreativaca, zavisnost pojedinih poslova od sezonskih kretanja (npr. dolazak dijaspore), nedostatak svijesti i informisanosti o značaju i ponudi KKI, kao i nepostojanje određenih znanja i vještina kod KKI. Problem predstavlja i nedogovarajuća javna podrška (gradski i viši nivoi), te slaba organizacija sektora civilnog društva, a prisutna je i loša povezanost KKI sa inostranim tržištima. Postoji potreba organizovanijeg pristupa u jačanju ovog sektora.

Jedan od ispitanika navodi da prijedorsko tržište uglavnom ne zna artikulirati svoje potrebe u oblasti IKT, kao i da ne razumije mogućnosti za poboljšanje i unapređenje poslovanja kroz razvoj informacionih platformi i podrške. Jedan od mogućih razloga za ovakvu situaciju je i nedostatak finansijskih sredstava koja bi bila uložena u razvoj informacionih i komunikacionih rješenja potrebnih privrednicima.

Kao moguće rješenje za unaprjeđenja u sektoru KKI navodi se: „Za razvoj kreativnih industrija potrebno je motivisati ljude, pogotovo mlade i nezaposlene, nevezano za stepen njihovog obrazovanja, da se bave nekom od djelatnosti iz ove oblasti. Organizacija raznih obuka i usavršavanja bez dodatnog samostalnog rada i motivisanosti da se uspije, gubi smisao.

„Trebalo bi razbiti predrasudu da je za bavljenje nekom od djelatnosti iz oblasti kreativnih industrija potreban poseban talent, određeni fakultet i slično.“

„Prilike u oblasti outsourcing industrije ne smiju biti propuštene.“

„Potrebno je raditi na promociji sektora KKI.“

6. Kulturne i kreativne industrije u Podgorici

6.1 Djelatnosti u domenu KKI

Odlukom o utvrđivanju zanata, djelatnosti sličnih zanatu i liste jednostavnih i složenih zanimanja iz 2010. godine, klasifikovane su djelatnosti na osnovu kojih će se temeljiti mapiranje u ovom dijelu studije.¹³ Važno je istaći da kategorizacija koja se nalazi u nastavku teksta, zbog svoje zastarjelosti, odnosno neažuriranosti novijih sektora u oblasti kreativne industrije (u poslednjih 10 godina imamo dinamičan rast IT sektora i povezanih industrija), ne može da isprati stanje sa terena. Naime, podaci iz ove tabele će biti dopunjeni podacima dobijenim izvršenim anketnim istraživanjem. Ipak, sve kategorizacije u privrednom sektoru se temelje na navedenoj kategorizaciji, te je ona kao važan resurs neizostavni dio analize. Važno je još istaći da pojedini podaci zvaničnih statistika datiraju još iz 2011. godine, kada je bio poslednji popis stanovništva u Crnoj Gori, te stoga nijesu pronašli mjesto u ovom izvještaju.

Tabela 8: Kulturne i kreativne industrije – sektori i djelatnosti

Sektori i djelatnosti
Muzeji, biblioteke i baština 9101 Djelatnosti biblioteka i arhiva 9102 Djelatnost muzeja 9103 Održavanje istorijskih lokacija, zgrada i sličnih turističkih spomenika
Muzika, vizuelne i izvođačke umjetnosti 9003 Umjetničko stvaralaštvo 9004 Rad umjetničkih ustanova 8552 Umjetničko obrazovanje 1820 Umnožavanje snimljenih zapisa 5920 Snimanje i izdavanje zvučnih zapisa i muzike 4763 Trgovina na malo muzičkim i video zapisima u specijalizovanim prodavnicama 9001 Izvođačka umjetnost 9002 Pomoćne djelatnosti u okviru izvođačke umjetnosti
Dizajn 410 Specijalizovane dizajnerske djelatnosti
Film 5911 Proizvodnja filmova, video-zapisa i televizijskog programa 5912 Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, video-filmova i televizijskog programa 5913 Distribucija filmova, video filmova i televizijskog programa 5914 Djelatnost prikazivanja filmova 7722 Iznajmljivanje video-kaseta i kompakt-diskova
Fotografija 7420 Fotografske djelatnosti
Arhitektura 7111 Arhitektonska djelatnost u skladu sa KD 2010

¹³ Skupština Crne Gore. (2010). *Odlukom o utvrđivanju zanata, djelatnosti sličnih zanatu i liste jednostavnih i složenih zanimanja*. Dostupno na: t.ly/VAYx

Sektori i djelatnosti
Računarski programi i igre 5821 Izdavanje kompjuterskih igara 6201 Kompjutersko programiranje
Elektronski mediji 6010 Emitovanje radio programa 6020 Proizvodnja i emitovanje televizijskog programa 6312 Uslužne internet stranice (web portal)
Izdavaštvo 5811 Izdavanje knjiga 5813 Izdavanje novina 5814 Izdavanje časopisa i periodičnih izdanja 5819 Ostala izdavačka djelatnost 6391 Djelatnosti novinskih agencija 7430 Prevođenje i usluge tumača 4761 Trgovina na malo knjigama u specijalizovanim prodavnicama
Oglašavanje i tržišne komunikacije 7021 Djelatnost komunikacija I odnosa s javnošću 7311 Djelatnost reklamnih agencija 7312 Medijsko predstavljanje
Umjetnički i tradicionalni zanati 1512 Proizvodnja putnih i ručnih torbi, saračkih proizvoda i kaiševa 1629 Proizvodnja ostalih proizvoda od drveta, plute, slame i pruća 2341 Proizvodnja keramičkih predmeta za domaćinstvo i ukrasnih predmeta 2349 Proizvodnja ostalih keramičkih proizvoda 3212 Proizvodnja nakita i srodnih predmeta 3213 Proizvodnja imitacije nakita i srodnih proizvoda

6.2 Karakteristike KKI u Podgorici

Sljedeća tabela prikazuje zbirne podatke o broju privrednih subjekata u oblasti KKI na području Podgorice. Ukupan broj privrednih subjekata u glavnom gradu je 867, koji zapošljavaju ukupno 2,317 lica.

Tabela 9: Broj privrednih subjekata i zaposlenih u oblasti KKI po sektorima

Naziv djelatnosti	Broj privrednih subjekata	Broj zaposlenih
Muzeji, biblioteke i baština		
• 9101 Djelatnosti biblioteka i arhiva	7	48
• 9102 Djelatnost muzeja	12	7
• 9103 Održavanje istorijskih lokacija, zgrada i sličnih turističkih spomenika	5	0
Muzika, vizuelne i izvođačke umjetnosti		
• 9003 Umjetničko stvaralaštvo	38	8
• 9004 Rad umjetničkih ustanova	5	0

Naziv djelatnosti	Broj privrednih subjekata	Broj zaposlenih
• 8552 Umjetničko obrazovanje	2	3
• 1820 Umnožavanje snimljenih zapisa	6	0
• 5920 Snimanje i izdavanje zvučnih zapisa i muzike	31	49
• 4763 Trgovina na malo muzičkim i video zapisima u specijalizovanim prodavnicama	2	0
• 9001 Izvođačka umjetnost	19	2
• 9002 Pomoćne djelatnosti u okviru izvođačke umjetnosti	5	14
Dizajn		
• 7410 Specijalizovane dizajnerske djelatnosti	55	24
Film		
• 5911 Proizvodnja filmova, video-zapisa i televizijskog programa	77	54
• 5912 Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, video-filmova i televizijskog programa	9	5
• 5913 Distribucija filmova, video filmova i televizijskog programa	13	5
• 5914 Djelatnost prikazivanja filmova	5	19
• 7722 Iznajmljivanje video-kaseta i kompakt-diskova	2	2
Fotografija		
7420 Fotografiske djelatnosti	33	18
Arhitektura		
7111 Arhitektonska djelatnost u skladu sa KD 2010	85	179
Računarski programi i igre		
• 5821 Izdavanje kompjuterskih igara	7	7
• 6201 Kompjutersko programiranje	249	525
Elektronski mediji		
• 6010 Emitovanje radio programa	11	39
• 6020 Proizvodnja i emitovanje televizijskog programa	13	852
• 6312 Uslužne internet stranice (web portal)	35	47
Izdavaštvo		
• 5811 Izdavanje knjiga	18	5811
• 5813 Izdavanje novina	18	290
• 5814 Izdavanje časopisa i periodičnih izdanja	25	29
• 5819 Ostala izdavačka djelatnost	14	6
• 6391 Djelatnosti novinskih agencija	5	12
• 7430 Prevođenje i usluge tumača	21	45
• 4761 Trgovina na malo knjigama u specijalizovanim prodavnicama	22	67
Oglašavanje i tržišne komunikacije		
• 7021 Djelatnost komunikacija i odnosa s javnošću	15	19
• 7311 Djelatnost reklamnih agencija	195	243
• 7312 Medijsko predstavljanje	40	40

Naziv djelatnosti	Broj privrednih subjekata	Broj zaposlenih
Umjetnički i tradicionalni zanati		
• 1512 Proizvodnja putnih i ručnih torbi, saračkih proizvoda i kaiševa	2	0
• 1629 Proizvodnja ostalih proizvoda od drveta, plute, slame i pruća	0	0
• 2341 Proizvodnja keramičkih predmeta za domaćinstvo i ukrasnih predmeta	4	6
• 2349 Proizvodnja ostalih keramičkih proizvoda	2	1
• 3212 Proizvodnja nakita i srodnih predmeta	14	16
• 3213 Proizvodnja imitacije nakita i srodnih proizvoda	3	0
Ukupno	857	2317

Ukoliko se podaci iz ove tabele upare sa podacima sa državnog nivoa o broju privrednih subjekata i broju zaposlenih dobijaju se podaci iz tabele ispod, koji ukazuju da se značajan broj subjekata iz KKI sektora koncentriše u Podgorici. Takođe važan je indikator broja subjekata u oblasti prerađivačke industrije koja, na primjer, broji „nešto veći“ broj subjekata na nivou države. A ako se ti podaci uporede sa podacima iz KKI dobija se stvarna slika udjela ovoga sektora u ukupnoj privredi u odnosu na ostale sektore.

Tabela 10: Komparacija KKI između lokalnog i državnog nivoa

	Broj subjekata	Broj zaposlenih
Prerađivačka industrija na državnom nivou (2019)	2522	13022
KKI na državnom nivou (2018)	2031	7252
KKI na nivou Podgorice (2019)	857	2317

Ipak broj poslovnih subjekata (tabela 11) pokazuje da taj udio u odnosu na ukupan broj poslovnih subjekata u Podgorici značajno manji, što nam daje jasnu sliku pozicije KKI u glavnom gradu.

Tabela 11: Poslovna struktura Podgorice

	Broj subjekata	Broj zaposlenih
Poslovni subjekti u Podgorici (2019)	12565	95700
KKI Podgorica (2019)	857	2317

Kada je u pitanju lokalni nivo, opština Podgorica je najveća opština i administrativni centar Crne Gore pa je uglavnom većina aktivnosti, i iz oblasti kulture, koncentrisana u njoj. Kulturna djelatnost obavlja se u pet ustanova kulture čiji je osnivač glavni grad: Javna ustanova Muzeji i galerije Podgorice, Javna ustanova Kulturno-informativni centar „Budo Tomović“, Javna ustanova Gradsko pozorište, Javna ustanova Narodna biblioteka „Radosav Ljumović“ i Javna ustanova Kulturno-informativni centar „Zeta“, kao i u ustanovama čiji je osnivač država: Crnogorsko narodno pozorište, Centar savremene umjetnosti Crne Gore, Muzički centar Crne Gore, Crnogorska kinoteka, Prirodnjački muzej Crne Gore i Biblioteka za

slijepa lica. S ukupnim brojem od 1.000 kulturnih i umjetničkih događaja godišnje, Podgorica postaje grad koji njeguje i promovira kulturne i umjetničke aktivnosti, te ih finansijski i logistički podržava. Pored institucija kulture, manifestacija i događaja, podgoričku kulturnu scenu obilježavaju i inicijative koje dolaze izvan institucionalnog sektora i bitno doprinose kulturnom pluralizmu, raznolikosti, inovaciji u umjetnosti, interdisciplinarnom pristupu i jačanju društvenog angažmana u kulturi. Događaji iz kulture ne realizuju se samo u muzejima, pozorištima, koncertnim dvoranama, bibliotekama, već se odvijaju na gradskim ulicama, trgovima, parkovima i otvorenim prostorima koji na taj način čine kulturu dostupnom najširem krugu građana i posjetilaca.¹⁴

Aktivnosti u oblasti KKI se mogu prepoznati u *Akcionom planu za mlade 2020-2021*, u kojem su neke od najvažnijih aktivnosti usmjerene upravo u odnosu na podršku mladim kreatorima kulture. U tom dijelu na teritoriji opštine Podgorica i uz podršku Sekretarijata za kulturu i sport i Ministarstva kulture realizuju se kulturne manifestacije: Underhill Fest, Podgorica Film Fest, Festival folklor, Podgorica Art Festival, Međunarodni festival lutkarstva, Džada Film Fest, Avi Fest, Dani gitare u Podgorici, Made in New York, itd. Ipak izvještaji o realizaciji ovoga akcionog plana tek slijede, te će se u nastavku napraviti osvrt na izvještaje za period 2017/2018 koju su dostupni.

Tako na primjer, *Izveštaj o realizaciji Plana akcije za mlade Glavnog grada (2014-2019) u 2017. godini*, ukazuje na podršku koju je glavni grad pružio u pravcu promovisanja preduzetništva mladih.¹⁵ Tom prilikom je obezbijeđen prostor za rad za 12 mladih organizacija. Takođe, jedan od strateških ciljeva, afirmacija mladih neafirmisanih umjetnika, je imala za ishod podršku projekata koji su u krajnjem imali za cilj promociju i polja kreativne industrije. Kada je u pitanju 2018. godina *Izveštaj o realizaciji Plana akcije za mlade Glavnog grada (2014-2019) u 2018. godini* pokazuje usmjerenje na podršku preduzetništva mladih.¹⁶ Tako je Biro za ekonomsku saradnju i podršku biznis zajednici glavnog grada sprovodio konsultativne aktivnosti, poput pružanja usluga pisanja biznis planova po metodologiji Investiciono-razvojnog fonda Crne Gore, refundacije troškova osnivanja novoosnovanih preduzeća i besplatnih računovodstvenih usluga. Ta podrška je izrodila deset biznis planova, zatim refundirani su troškovi osnivanja preduzeća za 30 novoosnovanih privrednih subjekata na teritoriji Podgorice i obezbijeđene su besplatne računovodstvene usluge u trajanju od 12 mjeseci za 20 preduzeća osnovanih na teritoriji grada u 2018. godini.

Podrška koju glavni grad daje KKI može se konkretno prepoznati i iz aktivnosti revitalizacije „Jusovače“ gdje će se formirati „Kreativni hub“ koji će biti spoj umjetnosti, ICT-a i preduzetništva.¹⁷ Važno je pomenuti i inicijativu koja dolazi iz ICT sektora. Tako je, na primjer, u 2021. godini formirano udruženje ICT Cortex gdje su crnogorske informaciono-tehnološke (IT) kompanije osnovale Udruženje za IT, inovacije, edukaciju, dizajn i tehnološki

¹⁴ Opština Podgorica. (2019). *Strateški plan razvoja Glavnog grada – Podgorice 2019 – 2024*. Dostupno na: is.gd/MijLRB

¹⁵ Glavni grad Podgorica. (2018). *Izveštaj o realizaciji Plana akcije za mlade Glavnog grada (2014-2019) u 2017. godini*. Dostupno na: t.ly/Xe5H

¹⁶ Glavni grad Podgorica. (2018). *Izveštaj o realizaciji Plana akcije za mlade Glavnog grada (2014-2019) u 2018. godini*. Dostupno na: t.ly/Xe5H

¹⁷ podgorica.me. (2020). Predstavljen plan revitalizacije Jusovače. dostupno na: t.ly/zPly

razvoj Crne Gore, koje ima za cilj da bude predvodnik u digitalnoj transformaciji privrede i javne uprave. Jedna od glavnih aktivnosti udruženja biće usmjerena na edukaciju, uzimajući u obzir da je jedan od glavnih problema IT sektora manjak stručnog kadra.

Na kraju važno je istaći da se brojne aktivnosti unutar KKI, a koje su prepoznate u Podgorici, temelje na saradnji kreativnih timova iz različitih gradova, što upotpunjuje cilj ovog sektora u promociji kreativnosti i pluralizma, ali i time otežava istraživačke napore za lociranjem tih aktivnosti.

6.3 Anketa KKI u Podgorici

Za ovu fazu istraživanja prilagođen je anketni upitnik kreiran na regionalnom nivou, u skladu sa stanjem na terenu i potrebama daljeg rada organizacije. Vođeno je računa o tome da kreirani instrument može da zadovolji potrebe kako lokalnog, tako i regionalnog nivoa istraživane prakse.

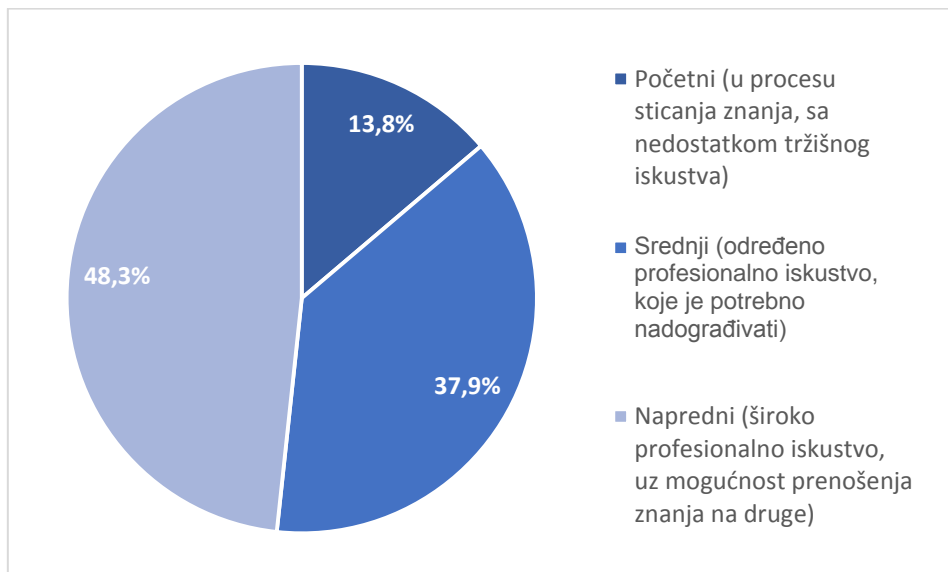
Za potrebe ovoga istraživanja u odnosu na resurse, vremenska ograničenja i ciljanu grupu pristupilo se neslučajnoj (snowball) metodi uzorkovanja, koja je podrazumijevala razvijanje on-line mreže za distribuciju upitnika. Upitnik je u krajnjoj formi distribuiran i fizičkim putem na nekoliko e-mail adresa, ali je većinski distribucija išla putem kreirane on-line ankete slanjem linka sa upitnikom. Analiza rezultata predstavlja sumiranje 29 popunjenih anketnih upitnika za područje Podgorice.

Poslovna struktura organizacija

Poslovna struktura obuhvatila je: nivo iskustva ispitanika, oblast djelovanja, karakter posla, geografsko područje djelovanja, mjesto obavljanja posla i vrstu zanimanja.

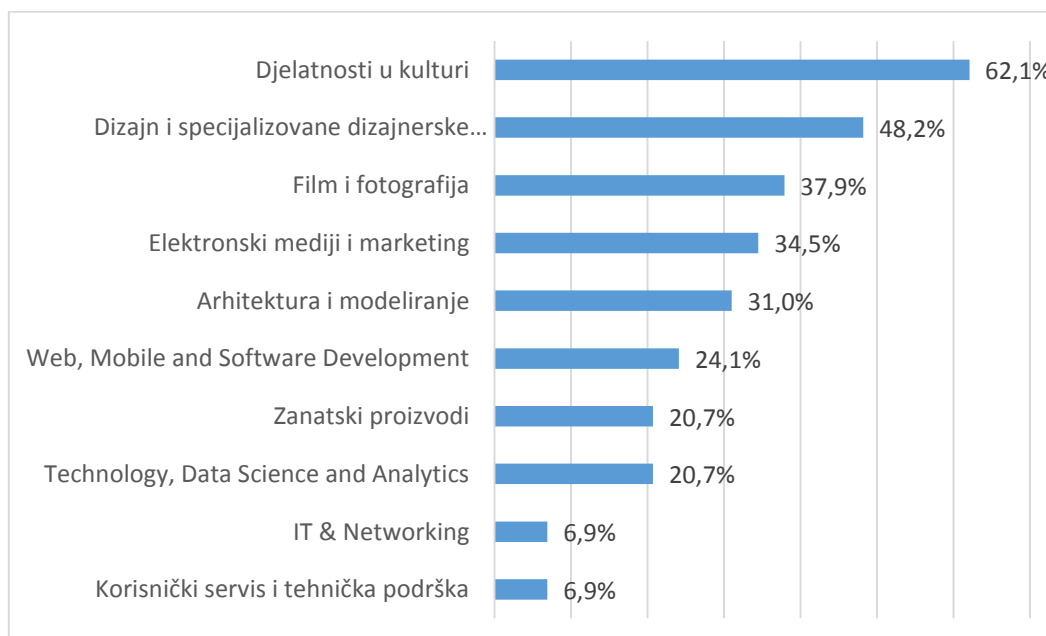
Većina ispitanih organizacija su registrovane nakon 2010. godine, tačnije njih 82% što ukazuje na relevantnost organizacija u odnosu na period njihovog trajanja. Takođe, ovaj indikator može biti povoljan pokazatelj proliferacije aktivnosti unutar sektora KKI nakon 2010. godine, u većini ispitanih slučajeva. Grafikon pokazuje nivo iskustva ispitanika gdje je najveći broj ispitanih, kada je u pitanju sektor kulturnih i kreativnih industrija, naprednog nivoa (48,3%), a zatim distribucija opada prema vrijednostima srednjeg (37,9%) i početnog nivoa (13,8%).

Grafikon 28: Nivo iskustva ispitanika



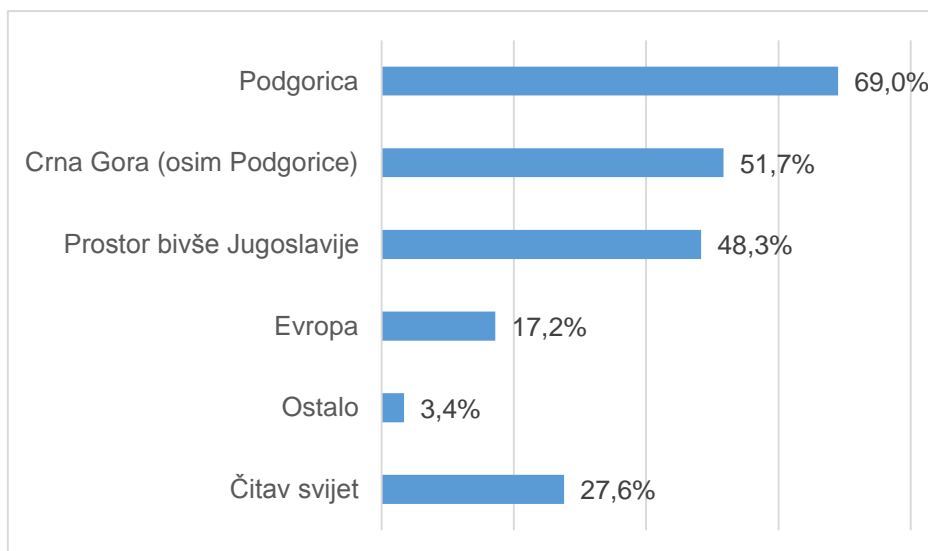
Kada je u pitanju oblast usluga u odnosu na karakter posla koji ispitane organizacije obavljaju, može se ukazati (kao što se vidi iz grafikona 29) da većina djeluje u oblasti kulture (62,1%), slijede dizajn i specijalizovane dizajnerske usluge (48,2%), a zatim film i fotografija (37,9%). U odnosu na ta tri najučestalija odgovora postoje i negativni trendovi u oblastima poput tehnologija, *Data Science* i Analitika (6,9%), kao i kod korisničkog servisa i tehničke podrške (6,9%). Važno je istaći ograničenost uzorka, kao i to da podaci odražavaju podatke iz baze podataka, ali nijesu reprezentativni da bi se generalizovali na cjelokupnu populaciju u oblasti KKI.

Grafikon 29: Oblast usluga



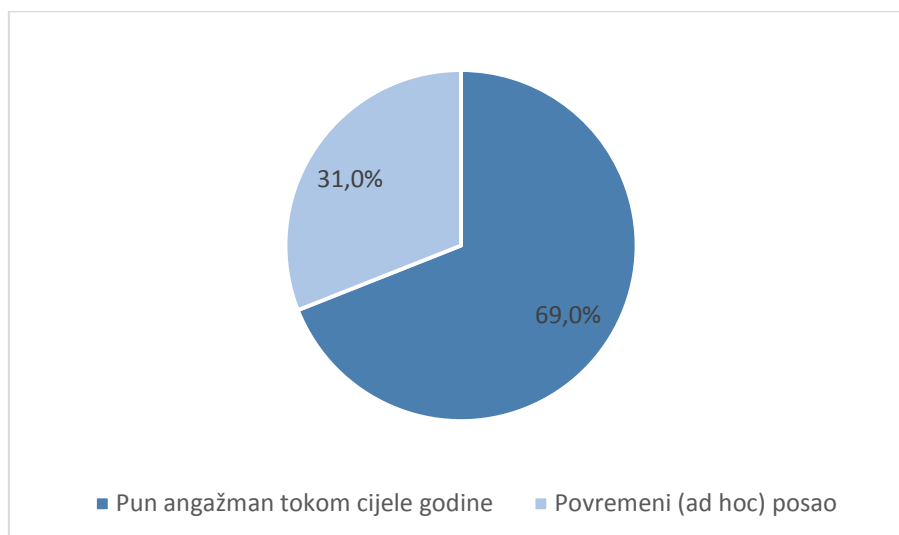
Kod geografskog područja djelovanja, važno je istaći da su sve organizacije iz Podgorice, tako da je najveći broj aktivnosti lociran u ovom gradu (69%). Zatim slijede Crna Gora (51,7%) i prostor bivše Jugoslavije (48,3%), a nakon toga čitav svijet (27,6%) i Evropa (17,2%).

Grafikon 30: Geografsko područje djelovanja



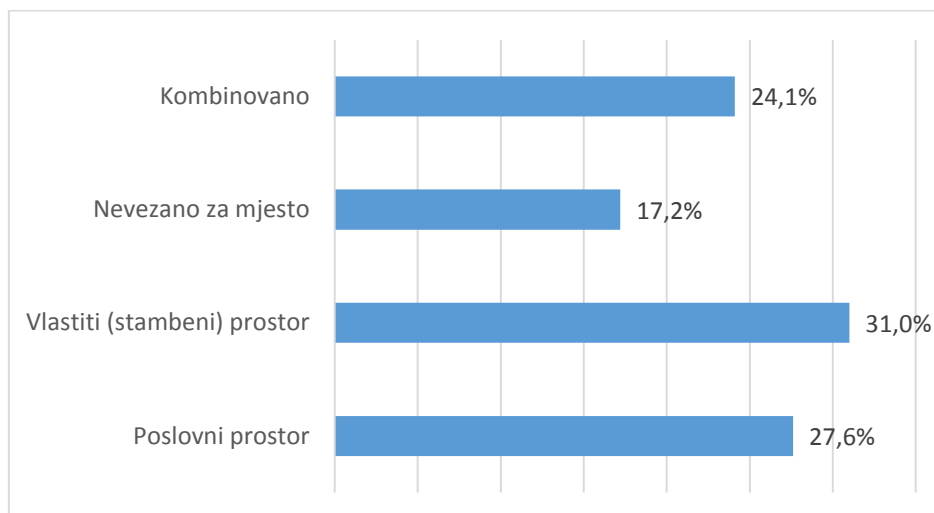
Najveći broj ispitanih svoje aktivnosti obavlja tokom cijele godine (pun angažman), dok je kod jedne trećine ispitanih u pitanju povremeni posao.

Grafikon 31: Karakter posla



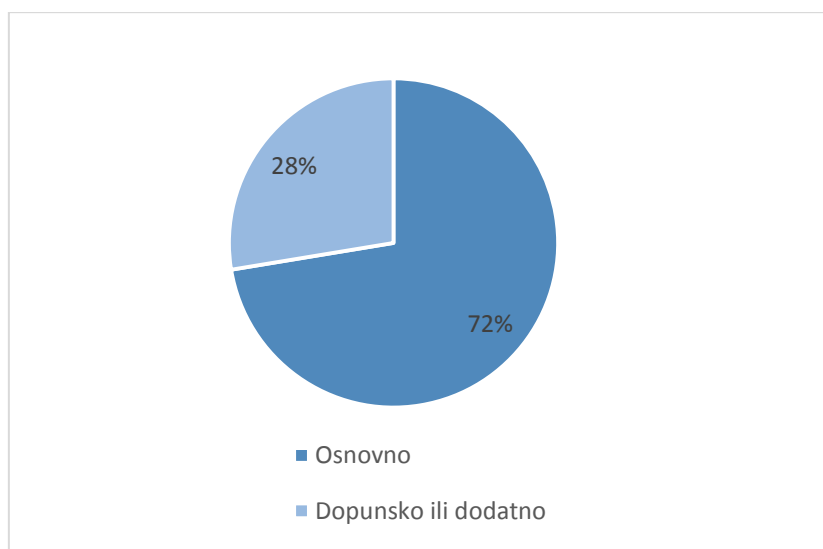
Podatak iz prethodnog grafikona dopunjuje podatak iz narednog koji pokazuje da najveći broj ispitanih za svoj posao koristi vlastiti (stambeni) prostor (31%), ali u toj distribuciji ne zaostaju ni kategorije poslovni prostor (27,6%), kao i obavljanje posla nevezano za mjesto rada (17,2%). Sve to ukazuje na izvjesnu „stabilnost“ poslovanja u okviru ovoga sektora i njegov *freelance* karakter.

Grafikon 32: Mjesto obavljanja posla



Važna karakteristika dobijenih podataka pokazuje da ispitanici u ovom sektoru svoj rad doživljavaju kao primarno (osnovno) zanimanje (72%), što znači da većina ispitanih nije sporadični učesnik kroz neki vid hobija ili dodatnog zanimanja, već svoju profesiju prvenstveno definišu kroz poziv unutar KKI. Sa druge strane, jedan određen broj ispitanih (28%) posao unutar KKI doživljava kao dodatno zanimanje.

Grafikon 33: Vrsta zanimanja

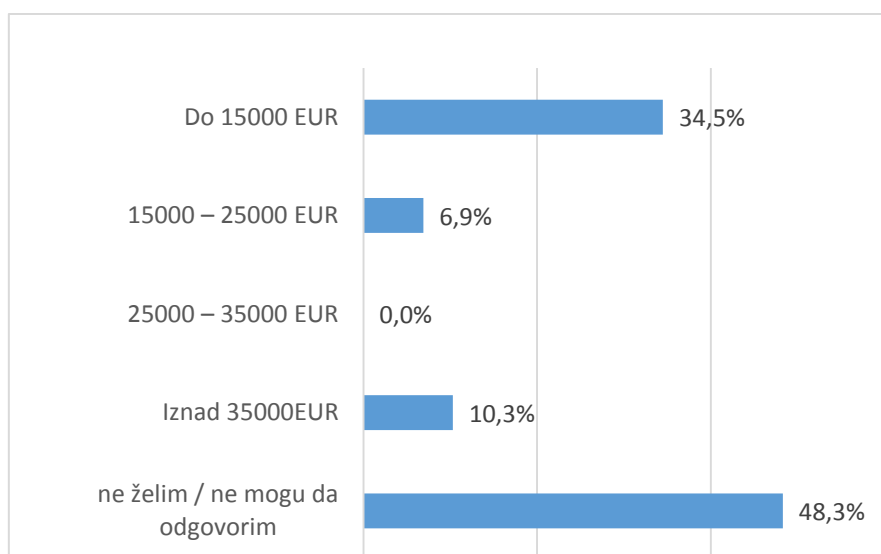


Finansijski aspekti

U prethodnom dijelu ukazano je na samostalnost organizacija iz oblasti KKI, na osnovu činjenice da većina ispitanih doživljava svoje zanimanje unutar KKI kao osnovno. Može se očekivati da iza takvog stava slijedi izvjesna ekonomska nezavisnost u poslu.

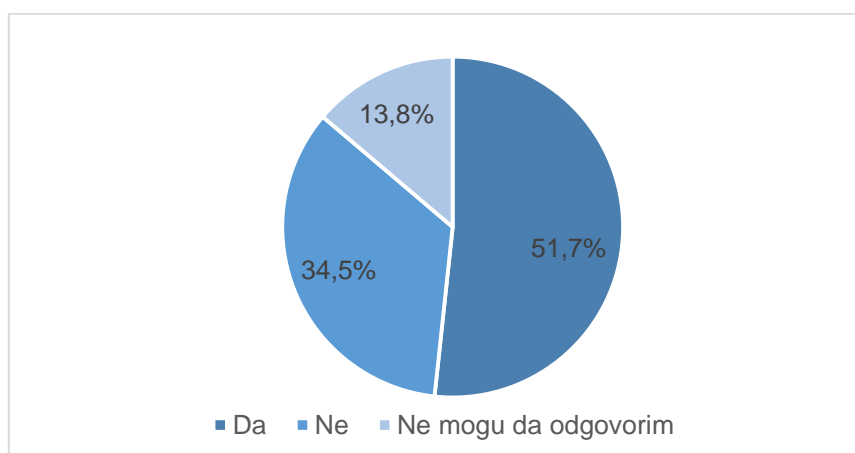
Kada su u pitanju prihodi, većina ispitanih nije željela da ukaže na iznos svojih primanja. Od onih koji su to uradili, najveći broj njih (34,5%) ima prihode do 15,000 EUR (najmanja kategorija od ponuđenih odgovora) na godišnjem nivou. Sa druge strane 10,3% ima prihode iznad 35,000 EUR.

Grafikon 34: Prihodi na godišnjem nivou



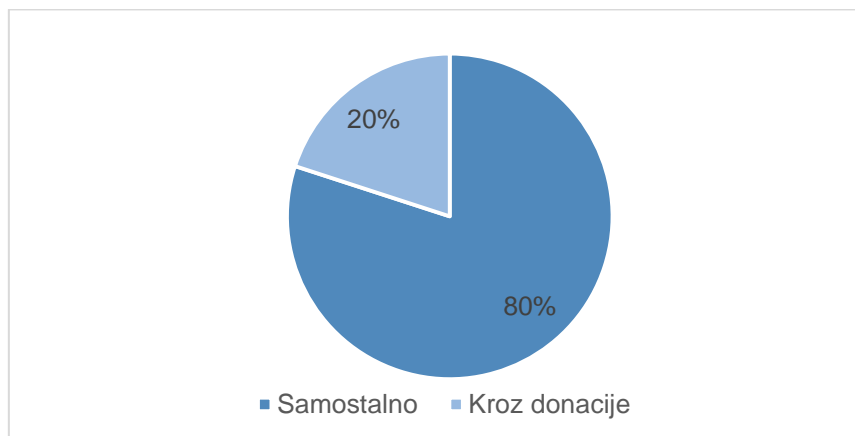
Iako dobijeni podaci pokazuju da se pretežno radi o finansijski nedovoljno snažnom sektoru, izvjesno je da su ispitanici istrajni u svojoj namjeri da djeluju unutar ove industrije. Za više od polovine ispitanih (51,7%) kreativna praksa je primarni izvor prihoda, ali ne treba ni zanemariti visok procenat onih kojima ova praksa to nije, jer za 34,5% ispitanih ona ne predstavlja primarni izvor prihoda.

Grafikon 35: Da li je kreativna praksa primarni izvor prihoda?



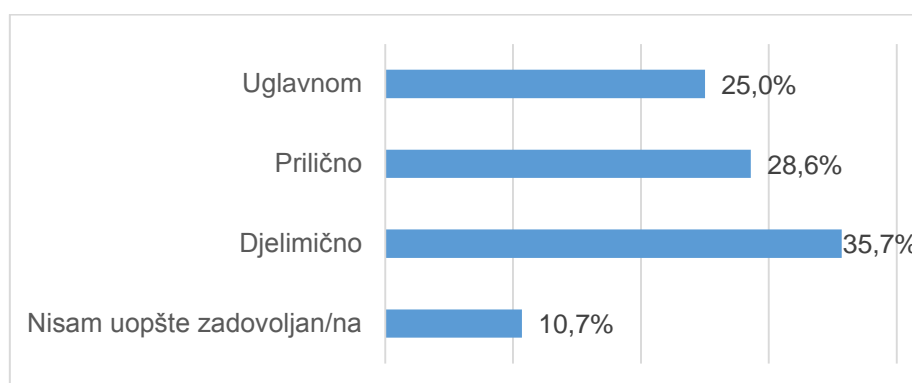
Ipak, perspektiva ove oblasti se najbolje ocjenjuje na osnovu načina finansiranja djelatnosti iz oblasti KKI. Tako, veliki broj ispitanih to radi samostalno (80%), dok 20% svoje aktivnosti realizuje uglavnom uz podršku donacija.

Grafikon 36: Načini finansiranja djelatnosti



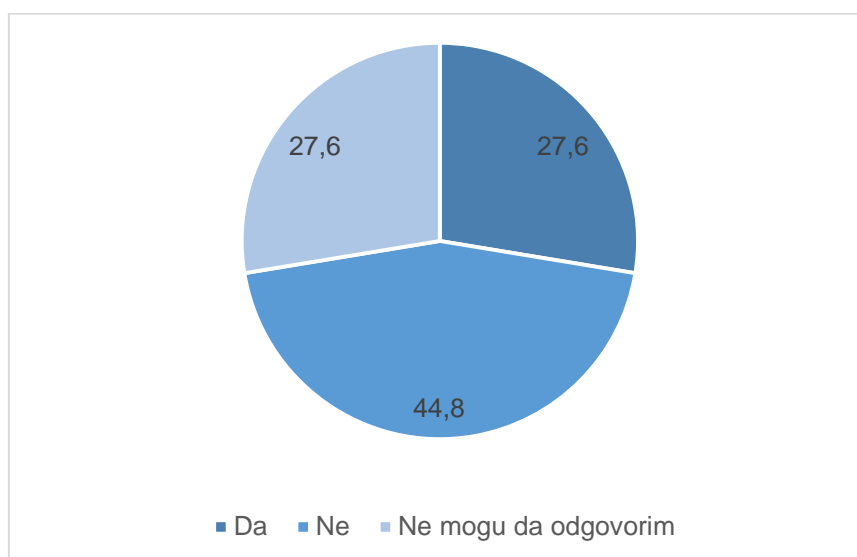
U odnosu na prethodno konstatovano, a to je istrajnost u oblasti KKI od strane njegovih nosilaca bez obzira na trenutne ekonomske performanse, važan indikator je zadovoljstvo većine ispitanih prihodima koje ostvaruje unutar sektora KKI. Naime, svega 10,7% nije zadovoljno ostvarenim prihodima, dok se ostali odgovori pozitivni, sa određenim nijansama.

Grafikon 37: Zadovoljstvo poslom u odnosu na ostvarene prihode



Svoje aktivnosti većina organizacija ne outsource-uje (44,8%). Od onih koji su dali pozitivan odgovor na ovo pitanje, 27,6% je ukazalo da postoji izvjestan outsourcing, dok oko četvrtine ispitanika nije dalo odgovor.

Grafikon 38: Da li Vaše aktivnosti u oblasti KKI uključuju i outsourcing za kompanije van Crne Gore

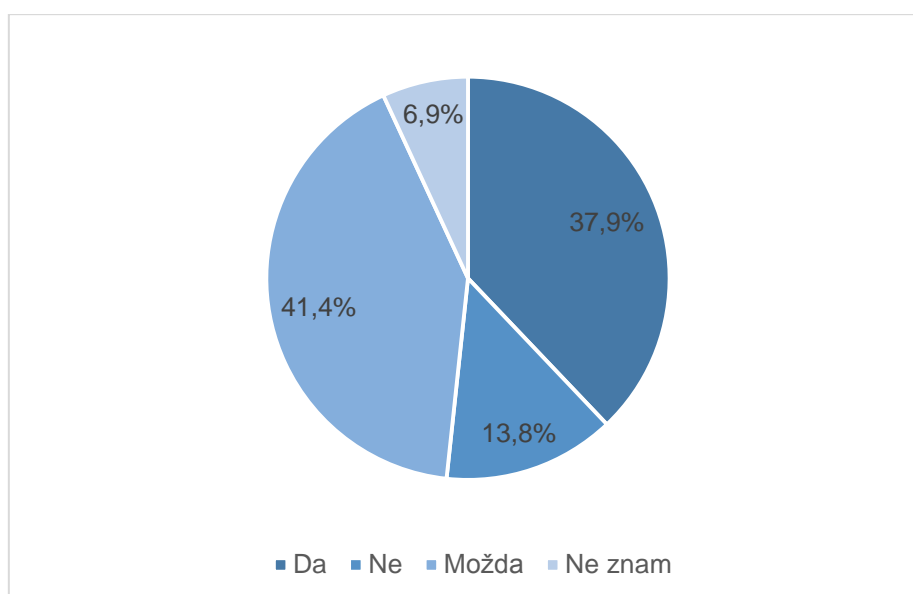


Uticaj pandemije na poslovanje

Zbog globalnih trendova usljed pandemije COVID-19 važan aspekt gotovo svake ekonomske analize je i njen uticaj na poslovanje organizacija i ekonomski ambijent. Iz tog razloga naredna dva grafikona se odnose na poslovanje organizacija tokom i nakon pandemije.

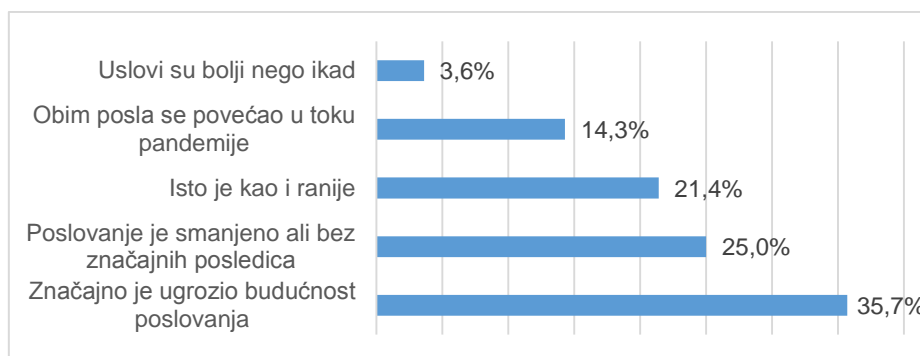
Prvi grafikon pokazuje da je većina ispitanih dala pozitivan odgovor u odnosu na svoju najskoriju perspektivu u ovoj oblasti. Naime, 37,9% je izrazilo mišljenje da očekuje povećanje obima posla, dok je 41,4% dalo odgovor „možda“. Negativno mišljenje po ovome pitanju je imalo svega 13,8% ispitanih.

Grafikon 39: Da li očekujete povećanje obima posla u narednom periodu?



Kada je u pitanju konkretno stanje prouzrokovano pandemijom COVID-19 rezultati narednog grafikona pokazuju da je 37,5% ispitanih istaklo da je ova pandemija ugrozila njihovo poslovanje. Sve ostale distribucije odgovora su u izvjesnoj mjeri pozitivne u svom stavu. Uzimajući u obzir globalne trendove, te da je ova pandemija predstavljala posebnu opasnost za „preživljavanje“ malih i srednjih preduzeća, kroz proces validacije provjeren je taj podatak. Naime, radionica kulturnih i kreativnih industrija održana u Podgorici 12. marta 2021. godine je potvrdila dobijeni rezultat, jer su učesnici na njoj istakli da su njihovi klijenti, podstaknuti uslovima izolacije, pokazali posebno interesovanje za proizvode iz oblasti KKI.

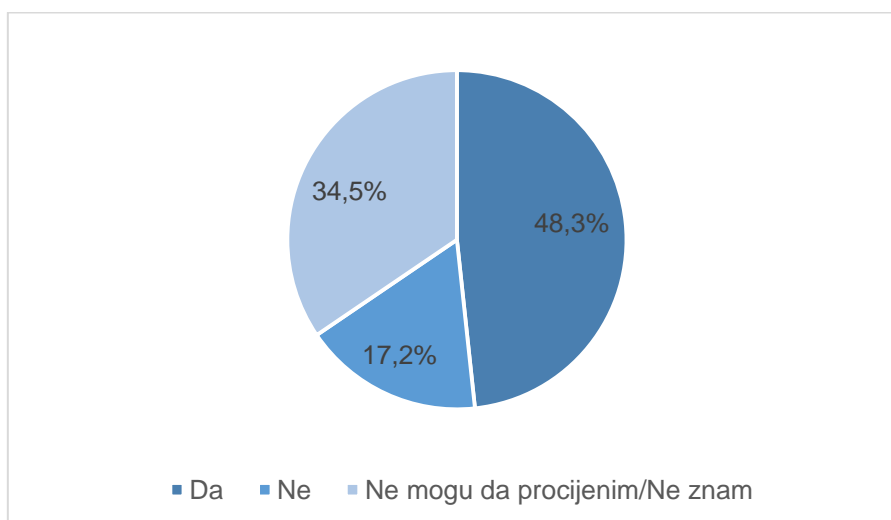
Grafikon 40: U kojoj mjeri je Covid-19 uticao na Vaše poslovanje?



Prepoznatljivost KKI u Podgorici

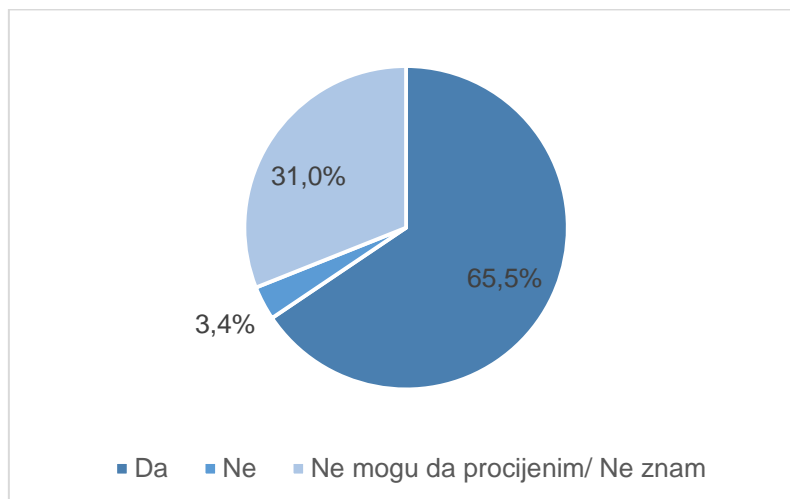
Kada je u pitanju prepoznatljivost KKI, ranije je ukazano da je ovaj sektor najviše dostupan u glavnom gradu. Tu je sjedište gotovo svih institucija, kao i većine manifestacija i događaja iz oblasti kulture. Prema tome, to podrazumijeva i veću prepoznatljivost i potrebu za aktivnostima iz oblasti KKI. Ovaj stav o prepoznatljivosti pomenutog sektora u Podgorici potvrđuje i ispitivanje (Grafikon 41), gdje je 48,3% ispitanih ukazalo da je ovaj sektor prepoznat u Podgorici. Manji broj ispitanih (34,5%) je istakao da ne može da procijeni da li je prepoznat ili ne, a 17,2% su mišljenja da ovaj sektor nije prepoznat u Podgorici. Subjektivni osjećaj govori da ovi podaci moraju biti pozitivniji zbog cjelokupnog kulturnog miljea glavnog grada.

Grafikon 41: Da li je oblast KKI prepoznata u Podgorici?



Takođe, perspektiva KKI u glavnom gradu se nazire u odnosu na to da većina ispitanih po tom pitanju ima pozitivno mišljenje. Naredni grafikon pokazuje da 65,5% ispitanih smatra da KKI imaju budućnost u Podgorici.

Grafikon 42: Da li KKI imaju budućnost u Podgorici?

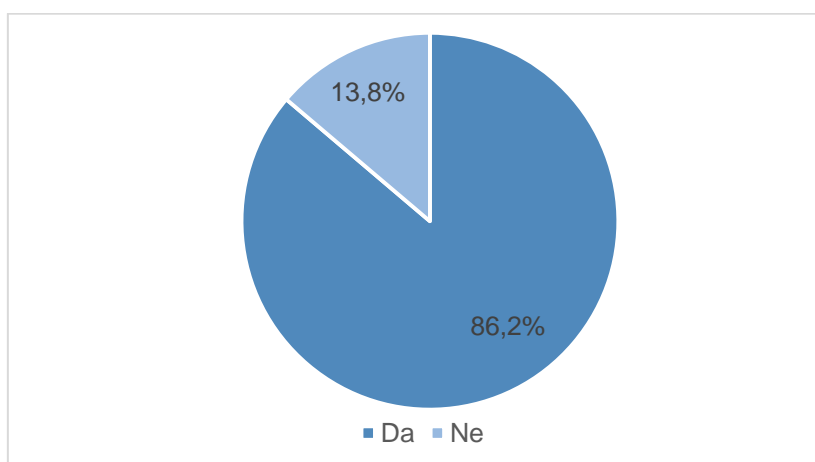


Potreba za podrškom

KKI najčešće pripadaju sektoru malog i srednjeg biznisa. Ako se uzmu u obzir sve specifičnosti crnogorske ekonomije u trenutnim okolnostima kada veliki broj MSP teško preživljava ekonomske nedaće, onda bi bilo za očekivati da i sektor KKI trpi iste posljedice. Međutim, prethodno je ukazano na njegovu „žilavost“ ne samo u Crnoj Gori, već i u svijetu. Ipak, veoma bitan aspekt je i potrebna podrška za ovaj tip industrije, o čemu je riječ u nastavku.

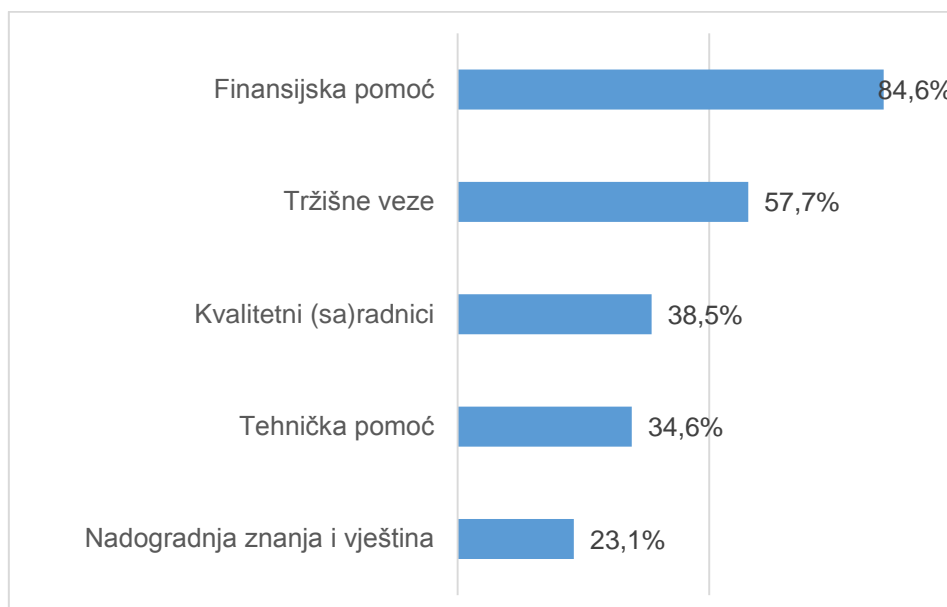
Veliki broj organizacija je pokazao, kroz dobijene odgovore na upitnik (Grafikon 43), da im je potreban neki vid pomoći u cilju boljeg djelovanja (86,2%). Koji vid pomoći je potreban prikazano je na narednim grafikonima.

Grafikon 43: Da li Vam je potrebna podrška u cilju boljeg djelovanja u oblasti KKI?



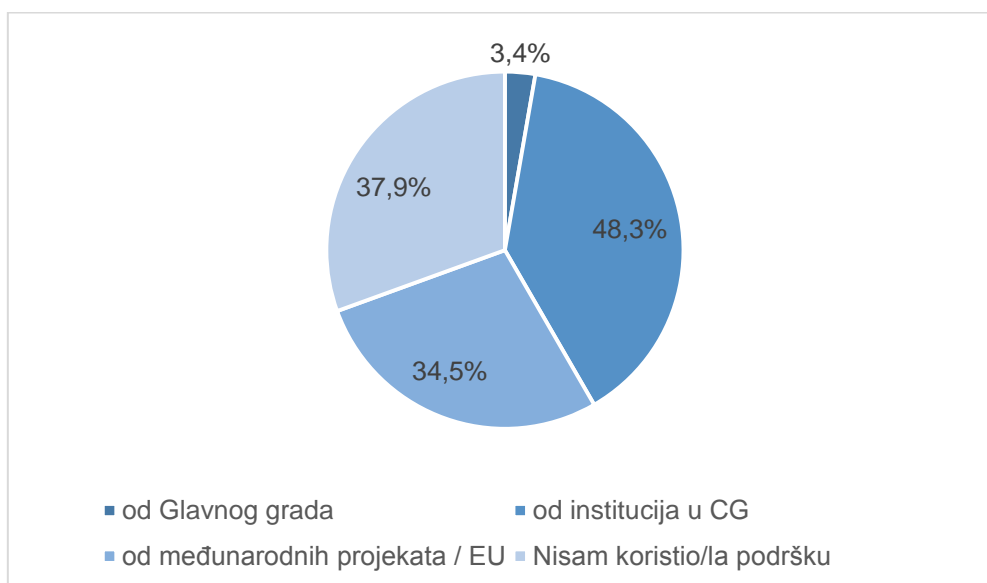
Grafikon broj 44 pokazuje distribuciju odgovora u odnosu na vid podrške koji je potreban. Najveći broj ispitanih je ukazao da je to potreba za finansijskom podrškom (84,6%). Zatim slijedi podrška u vidu ostvarivanja tržišnih veza (57,7%) a onda su tu kvalitetni (sa)radnici (38,5%). Najmanje je ispitanicima potrebna podrška u vidu tehničke pomoći i nadogradnje znanja i vještina.

Grafikon 44: Koji tip dodatne podrške Vam je potreban?



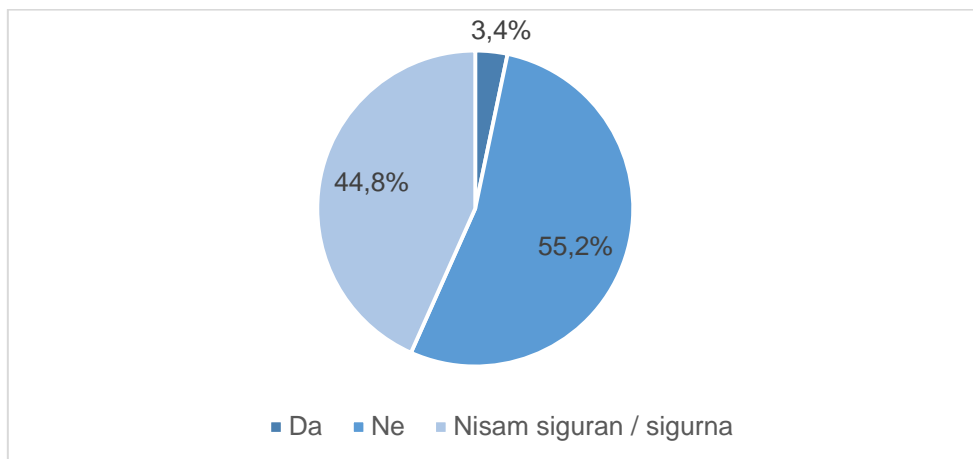
U odnosu na podršku koju su organizacije koristile, važno je istaći da je najveći broj njih (48,3%) koristio podršku državnih institucija (na primjer, Ministarstvo kulture). Iznenaduje podatak da je jako mali procenat koristio tu podršku od strane Opštine Podgorica ili njenih institucija (3,4%). Kada su u pitanju međunarodni projekti, tu podršku je koristilo 34,5% organizacija, dok nikakav vid podrške nije koristilo 37,9% ispitanika.

Grafikon 45: Vrsta podrške



Podatak iz prethodnog grafikona, u vezi podrške koju organizacije koriste, potvrđuje i podatak iz narednog grafikona, gdje je kao i u prethodnom slučaju 3,4% ispitanika zadovoljno podrškom koju pruža glavni grad. Konkretno 55,2% ispitanih su nezadovoljni tom podrškom, dok 44,8% nijesu sigurni kod odgovora na ovo pitanje.

Grafikon 46: Da li ste zadovoljni sveukupnom podrškom koju nudi glavni grad?

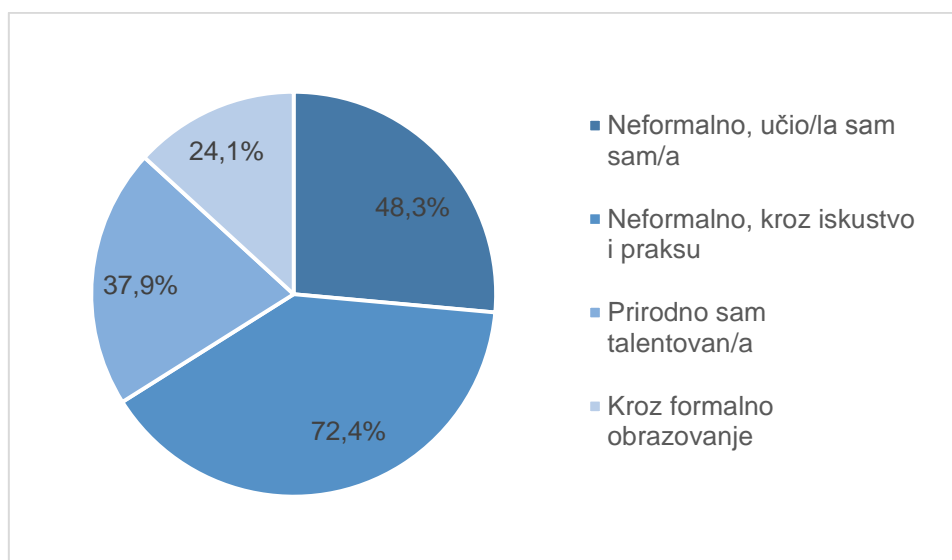


Znanja i vještine u oblasti KKI

Uzimajući u obzir dinamiku savremenih edukacionih trendova i obrazovne sisteme koji često ne mogu da isprate brze promjene, zanimalo nas je kako se stiču znanja i vještine u oblasti KKI, kao i koje su potrebe i kako trenutna globalna dešavanja mijenjaju klimu koja značajno utiče na obrazovne zahtjeve KKI.

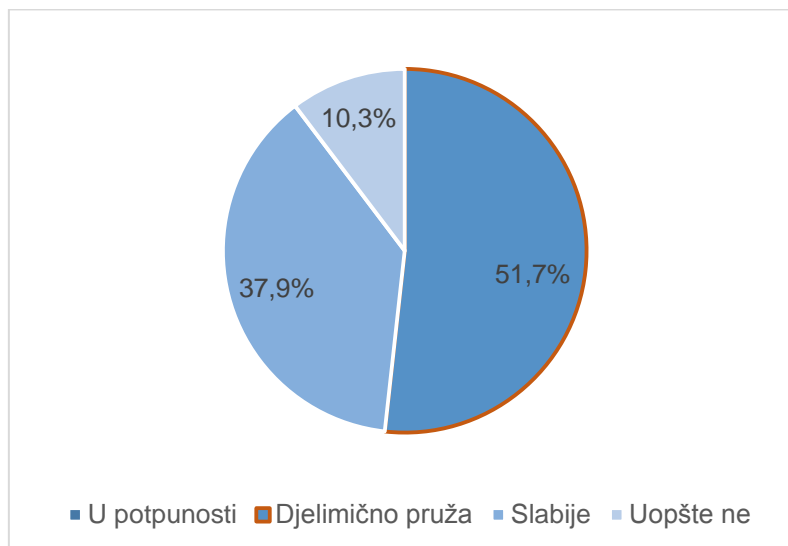
U ovom istraživanju, samo 24,1% ispitanih je svoje obrazovanje steklo formalnim putem. S druge strane, mnogo veći broj ispitanika znanje je stekao neformalno, kroz samostalno učenje (48,3%) ili kroz iskustvo i praksu (72,4%). Pored toga, jedan značajan broj ispitanih (37,9%), uzimajući u obzir kreativnu stranu posla, je iskazao da su prirodno talentovani za pomenutu poslovnu aktivnost.

Grafikon 47: Kako ste stekli znanja i vještine koje su Vam potrebne za rad u okviru KKI?



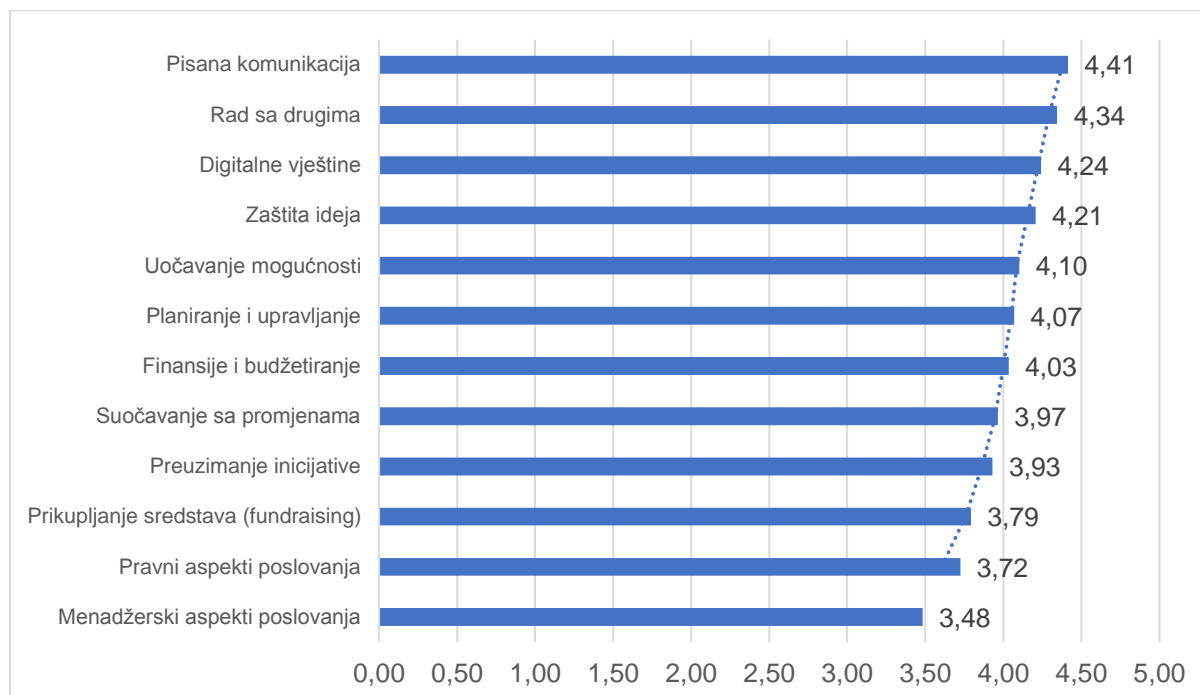
Kada je u pitanju okruženje u Crnoj Gori u oblasti KKI, najveći broj ispitanih (51,7%) je ukazao da Crna Gora pruža djelimične mogućnosti za sticanje znanja i vještina u ovoj oblasti; 37,9% je istaklo da je to slabije, dok je 10,3% imalo potpuno negativan stav.

Grafikon 48: Da li Crna Gora pruža mogućnost za sticanje znanja i vještina u oblasti KKI?



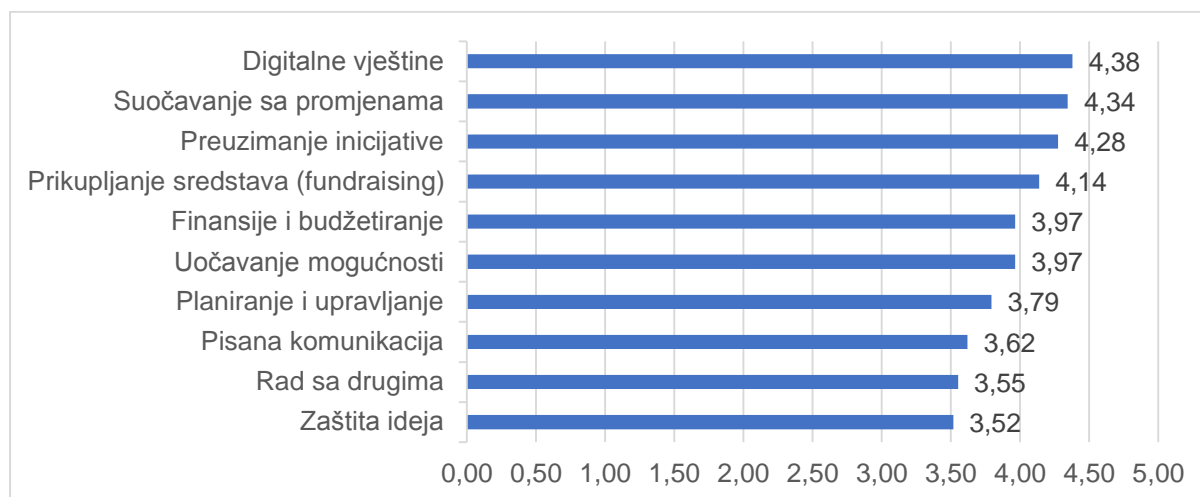
U odnosu na znanja i vještine koje su potrebne za svakodnevno djelovanje u oblasti KKI, ispitanici su iznadprosječno ocijenili gotovo sve ponuđene odgovore (Grafikon 49). Naime, uvidom u grafik se može vidjeti da su najviše ocijenjeni: pisana komunikacija, rad sa drugima, digitalne vještine, zaštita ideja. Sa druge strane najmanje ocjene su dobili stavovi: menadžerski aspekti poslovanja, pravni aspekti djelovanja i prikupljanje sredstava.

Grafikon 49: Kako ocjenjujete važnost sljedećih vještina i sposobnosti vezanih za Vašu djelatnost?



Kada su u pitanju vještine i sposobnosti, pandemija izazvana COVID-19 virusom će se najviše odraziti na povećanu potrebu za sljedećim vještinama u sektoru KKI: digitalne vještine, suočavanje sa promjenama, preuzimanje inicijative, prikupljanje sredstava. Ipak, kao što naredni grafikon pokazuje, sve ponuđene vještine su dobile iznadprosječne ocjene, što pokazuje mišljenje ispitanika da će one biti još važnije u periodu nakon pandemije.

Grafikon 50: Kako će Covid-19 uticati na sljedeće vještine i sposobnosti u budućnosti?



Umrežavanje sa ostalim poslovnim subjektima

Na kraju ankete uzeta je u obzir pretpostavka međusobnog umrežavanja kao važnog preduslova dalje perspektive u ovoj oblasti. Iz tog razloga, ispitivano je koji se to sektori mogu povezati sa sektorom KKI.

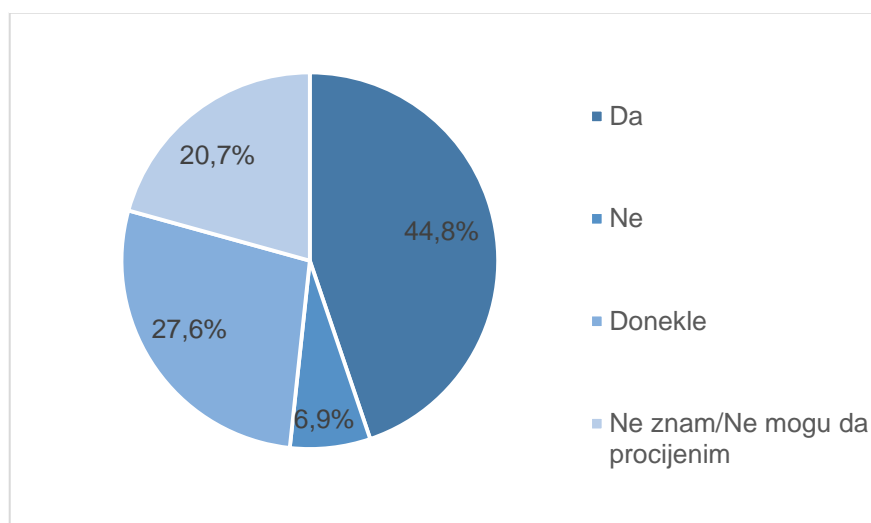
Rezultati iz narednog grafikona pokazuju da se najveća veza može ostvariti sa oblastima: digitalizacija servisa javne uprave, stručne, naučne i tehničke djelatnosti, mediji i trgovina, hotelijerstvo i ugostiteljstvo. S druge strane, najmanja srodnost je sa sljedećim oblastima: poslovanje nekretninama, građevinarstvo, saobraćaj i skladištenje, elektroenergetski sistem.

Grafikon 51: Koje privredne djelatnosti se mogu okarakterisati kao srodne sa KKI poslom kojim se bavite?



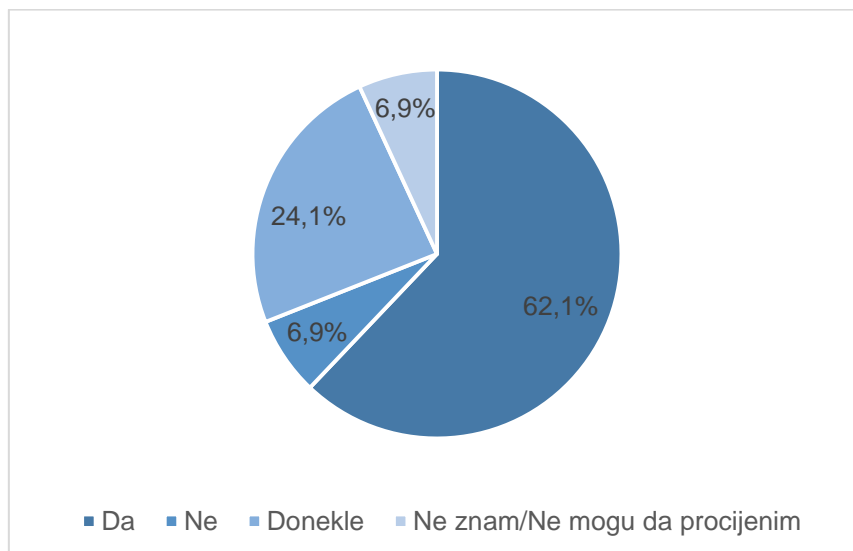
Sljedeća informacija koja je od velikog značaja jeste to kako organizacije vide svoju perspektivu u odnosu na pomoć koju mogu da im pruže stručna udruženja. Prema rezultatima istraživanja, veliki broj organizacija podržava rad stručnih udruženja koja tim istim organizacijama mogu pomoći u poslu kojim se bave.

Grafikon 52: Da li podržavate rad stručnih udruženja koja Vam mogu pomoći u Vašem poslu?



Posljednje anketno pitanje odnosilo se na umrežavanje između organizacija u formi klastera. Grafikon 53 pokazuje da većina organizacija smatra da bi umrežavanje pomoglo u daljem poslovanju organizacija u oblasti KKI (62,1%). Takođe, pozitivan odgovor se nazire i u odgovoru donekle (24,1%), dok je svega 6,9% ukazalo da ne vidi korist od ovoga procesa.

Grafikon 53: Da li smatrate da bi umrežavanje u okviru klastera unaprijedilo poslovanje u oblasti KKI?



7. Kreativne industrije u Sisačko-moslavačkoj županiji

7.1 Djelatnosti u domenu KKI

Gledajući metodološki pristup mapiranju kulturnih i kreativnih industrija Sisačko-moslavačke županije, bilo je potrebno definirati sektore i djelatnosti unutar sektora koje će se obuhvatiti procesom mapiranja, a prilikom definiranja sektora težilo se grupiranju srodnih djelatnosti pri čemu se posebna pažnja obraćala i na njihove posebnosti.

Za mapiranje je korišten i broj poslovnih subjekata u kulturnim i kreativnim industrijama Sisačko-moslavačke županije kako bi se kroz period od pet godina vidio trend kretanja pokretanja poslovnih subjekata kroz određeno razdoblje. Za ovo su istraživanje korišteni podaci tvrtke BISNODE. Budući da baza ne sadrži sve tražene podatke, nedostajući su nadomješteni podacima s Državnog zavoda za statistiku.

Kako bi se pojmovno pobliže odredio pojam kulturnih i kreativnih industrija, korišten je dokument Ekonomskog instituta iz Zagreba, Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj, lipanj 2015. Osim pojmovnog određenja, ovaj je dokument bio i početni korak u procjeni doprinosa kulturnih i kreativnih industrija.

Pri određivanju djelatnosti kulturne i kreativne industrije upotrijebljeni su kriteriji novina u procesima otpornosti na mehanizaciju, otpornosti na repetitivne radnje, kreativnog doprinosa lancu vrijednosti, te interpretacije uz transformaciju, što znači da su djelatnosti promišljene kroz navedene prizme i uzete u istraživanje. Tako je zaključeno da one uključuju nove načine rješavanja problema, specijaliziranu radnu snagu za koju ne postoji mehanička zamjena, varijabilnu transformaciju na koju utječe ljudski faktor, te kreativnost i stvaralaštvo.

Tijekom izrade ove analize korištena je literatura:

- Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj, Ekonomski institut Zagreb, 2015.
- H. Mikić, Kreativno preduzetništvo: teorija i praksa, Fondacija Grupa za kreativnu ekonomiju, Beograd 2017.
- Mapiranje kulturnih i kreativnih industrija u Crnoj Gori, Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj, 2019.
- S. Goldstein, Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb 2016.

Prema navedenoj literaturi odabran je pristup zasnovan na djelatnostima. Za potrebe izrade ovoga dokumenta korišteni su podaci Državnog zavoda za statistiku, Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, BISNODE-a, Porezne uprave, ali i alternativni izvori informacija poput komorskih registara i interneta. Stvaranje ovoga dokumenta bio je izazov budući da je nedostajalo novijih podataka za obradu. Iako je mapiranje na razini Republike Hrvatske napravljeno još 2015. godine, još uvijek ne postoji jedinstvena klasifikacija kao ni statistički

pokazatelj unutar Državnog zavoda za statistiku koji bi pratili isključivo kreativnu industriju, te njen utjecaj i doprinos gospodarstvu i društvu.

Sve izrade i provedbe projekata, te inicijativa u strateškom smislu u Republici Hrvatskoj provode se temeljem dokumenata na nacionalnoj ili nižim osnovama: Nacionalna razvojna strategija, županijske razvojne strategije, Creative Europe Regulation No 1295/20131, Europa 2020, te strateški dokumenti Vlade Republike Hrvatske.

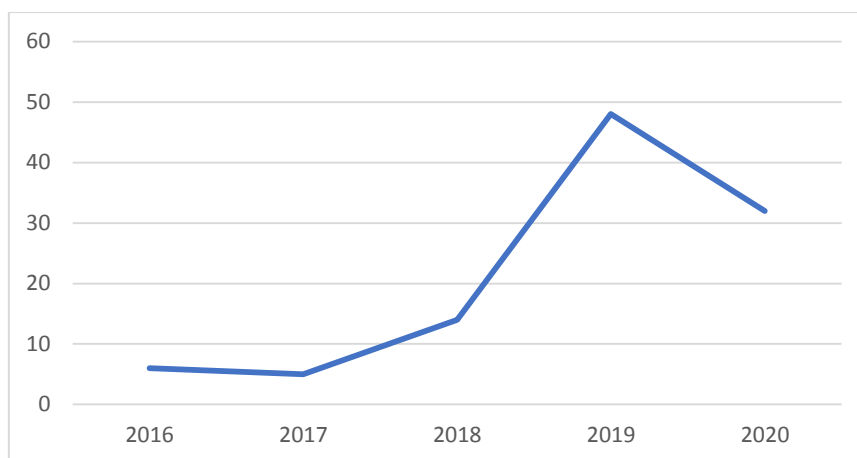
7.2 Karakteristike KKI u Sisačko-moslavačkoj županiji

Sisačko-moslavačka županija među najvećim je županijama na teritoriju Republike Hrvatske i zauzima 7,9% kopnenog teritorija na kojemu živi 172,439 stanovnika odnosno 4,02% ukupne hrvatske populacije. Glavne gospodarske grane su industrija, s posebnim naglaskom na energetiku, naftnu, petrokemijsku i kemijsku industriju, metalurgiju i metaloprerađivačku industriju, prehrambenu industriju, te poljoprivreda i šumarstvo, trgovina, ugostiteljstvo, graditeljstvo, promet i veze. Posljednjih nekoliko godina u županiji su prisutni razvoj i primjena sofisticiranih tehnologija u elektroničkoj industriji, a prisutan je i značajniji razvoj farmaceutske industrije. U manjoj mjeri zastupljene su i ostale gospodarske djelatnosti i obrtništvo.

Od 2017. godine na području Sisačko-moslavačke županije bilježi se porast s velikim skokom u 2018. godini u sektoru računalnih programa, igara i novih medija, što je posljedica osnivanja Poduzetničkog inkubatora Sisačko-moslavačke županije PISMO Novska. Projekt PISMO Novska započeo je 2017. godine i u sklopu projekta vrijednoga 24.973.058kn izgrađen je poduzetnički inkubator, te opremljen najsuvremenijom opremom potrebnom za razvoj računalnih igara, što je privuklo poduzetnike iz cijele Hrvatske u Novsku. U sklopu inkubatora PISMO redovno su održavane i edukacije u području izrade računalnih igara kako bi se stvorila i nova radna snaga za ovo specifično područje.

Sljedeća slika (Grafikon 54) prikazuje razvoj podsektora Računalni programi, igre i novi mediji u razdoblju od 2016. do 2020. godine i obuhvaća djelatnosti izdavanja računalnih igara i računalno programiranje. 2016. godine na području Sisačko-moslavačke županije otvoreno je 6 novih subjekata iz područja računalnog programiranja. Projekt PISMO Novska započeo je u rujnu 2017., u kome je bilo 5 novootvorenih poslovnih subjekata, a prvi rezultati na infrastrukturi bili su vidljivi 2018. godine, što prati i donji grafikon, te brojka od 14 novootvorenih poslovnih subjekata u branši računalnog programiranja. Velik skok očekivan je prema 2019. godini kada je otvoreno 26 novih subjekata u branši izdavanja računalnih igara i 22 nova subjekta u branši računalnog programiranja, a u 2020. se bilježi maleni pad s 3 novootvorena poslovnih subjekata u izdavanju računalnih igara i 29 novootvorenih subjekata u računalnom programiranju, što je i očekivano obzirom na pandemiju koja je cijelu 2020. godinu obilježila problemima u gospodarstvu, a čiji će oporavak trajati godinama. Industrija računalnih igara na globalnoj razini raste više od 50% godišnje i donosi prihode od nekoliko desetaka milijuna u istom razdoblju!

Grafikon 54: Prikaz razvoja podsektora Računalni programi, igre i novi mediji



Izvor: BISNODE

Naredna slika (Grafikon 55) pokazuje razvoj podsektora Muzeji, knjižnice i baština u periodu od 2016. do 2020. godine. Vidljiv je pad u podsektoru koji obuhvaća djelatnosti knjižnice i arhiva, muzeja, te rad povijesnih mjesta i građevina, te sličnih zanimljivosti za posjetitelje. Novoosnovane subjekte u ovom sektoru bilježimo u 2016. i 2017. godini, u svakoj po jedan, da bi kroz 2018. pa do 2020. godine zabilježili stagnaciju u ovom podsektoru, bez ijednog novootvorenog poslovnog subjekta.

Grafikon 55: Razvoj podsektora Muzeji, knjižnice i baština

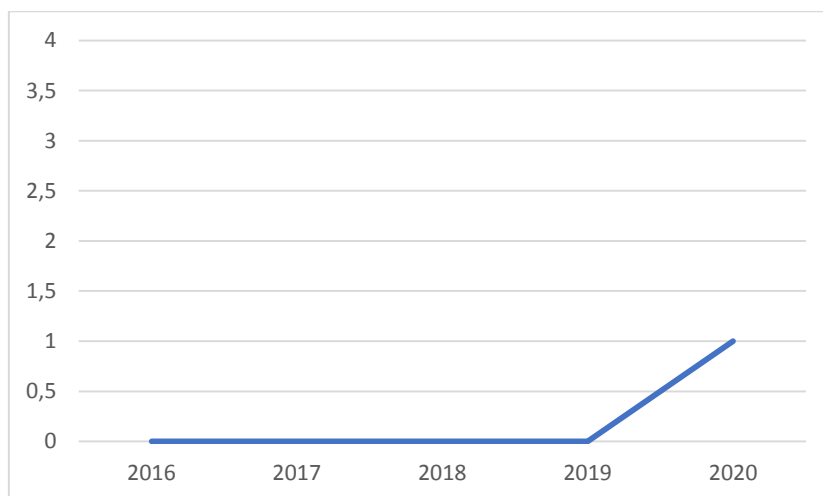


Izvor: BISNODE

Na sljedećoj slici (Grafikon 56) prikazan je razvoj podsektora Umjetnost u razdoblju 2016. – 2020. godine sa stagnacijom sve do 2020. u kojoj je vidljiv rast unatoč nepovoljnim uvjetima za umjetnost, uvjetovanim širenjem pandemije i zaključavanjem koje je u Hrvatskoj bilo više ili manje izraženo tijekom cijele 2020. godine. Od 2016. do 2019. godine u ovom podsektoru nije bilo novoosnovanih poslovnih subjekata, a u 2020. osnovan je jedan novi poslovnih subjekt i to s područja obrazovanja i poučavanja u području kulture. Ovaj podsektor

obuhvaća djelatnosti umjetničkog stvaralaštva, rad umjetničkih objekata, te obrazovanje i poučavanje u području kulture.

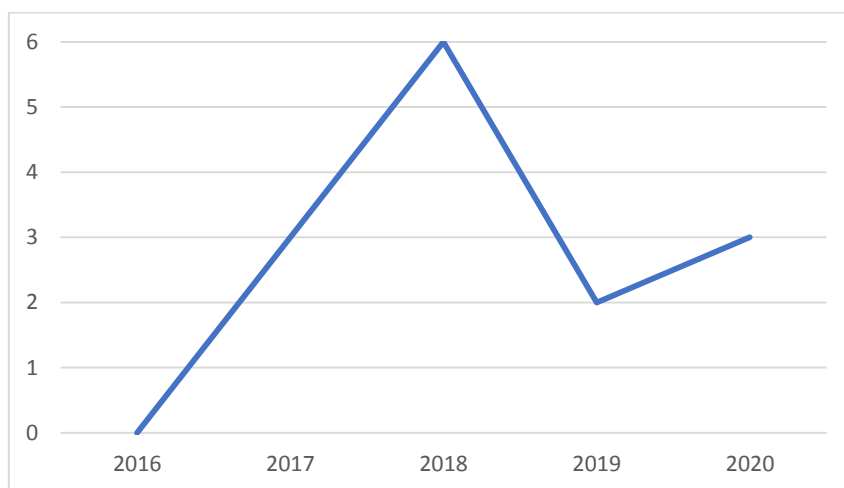
Grafikon 56: Razvoj podsektora Umjetnost



Izvor: BISNODE

Razvoj podsektora Glazba i izvedbene umjetnosti vidljiv je na grafikonu 57, te od 2016. godine bilježi rast od nule u navedenoj godini, preko 3 novoosnovana poslovna subjekta u 2017. godini, pa sve do 2018. kada doseže vrhunac sa šest novoosnovanih poslovnih subjekata, nakon kojega pada na dva novoosnovana poslovna subjekta tijekom 2019. godine, ali u teškoj 2020. godini opet bilježi lagani porast od tri novoosnovana poslovna subjekta. Ovaj sektor obuhvaća djelatnosti snimanja i izdavanja zvučnih zapisa, proizvodnju glazbenih instrumenata, izvođačku umjetnost i pomoćne djelatnosti u izvođačkoj umjetnosti.

Grafikon 57: Razvoj podsektora Glazba i izvedbene umjetnosti

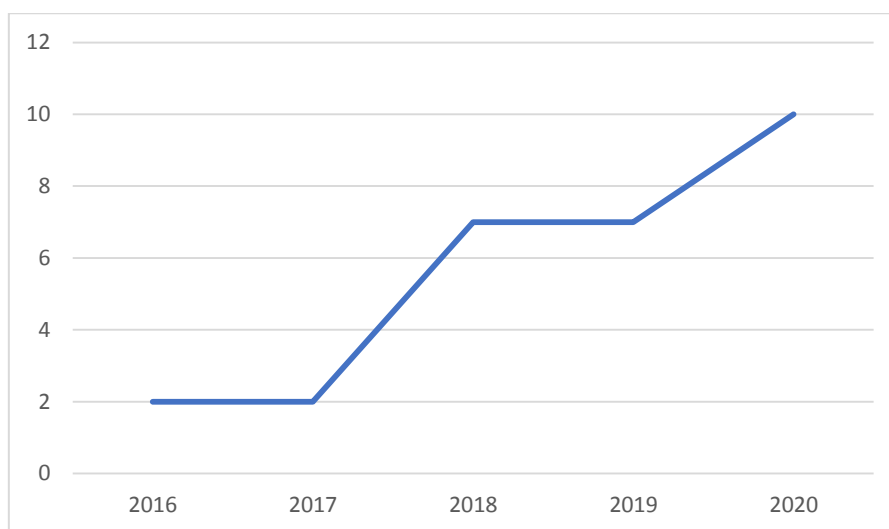


Izvor: BISNODE

Podsektor Dizajn obuhvaća specijalizirane dizajnerske djelatnosti i u razdoblju od 2016. godine do 2020. godine bilježi konstantan rast. U 2016. godini otvorena su dva nova poslovna subjekta iz ove branše na području Sisačko-moslavačke županije, u 2019. još

sedam, a u 2020. godini čak 10, čime se broj novootvorenih poslovnih subjekata podsektora dizajn penje na 28. Grafikon 58 prikazuje podsektor dizajn.

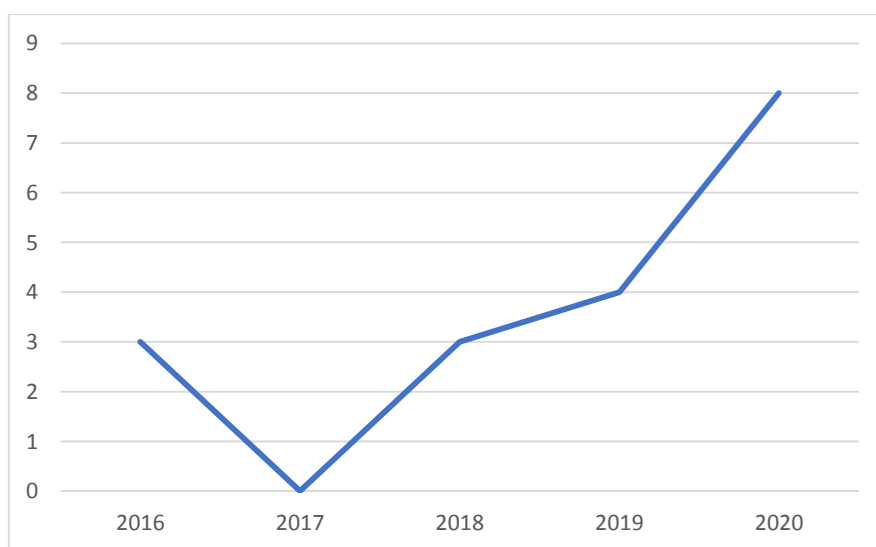
Grafikon 58: Razvoj podsektora Dizajn



Izvor: BISNODE

Podsektor Film obuhvaća djelatnosti iz područja proizvodnje filmova, videofilmova, i televizijskog programa, djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje istih, te je u 2016. imao tri novoosnovana poslovna subjekta, u 2017. niti jedan, a od 2018. polagano raste s brojkama od 3 novoosnovana poslovna subjekta u 2018. godini, 4 u 2019. i čak osam u 2020. godini. Novootvoreni poslovni subjekti su iz područja proizvodnje filmova, video-filmova i televizijskog programa. Grafikon 59 pokazuje razvoj podsektora Film.

Grafikon 59: Razvoj podsektora Film

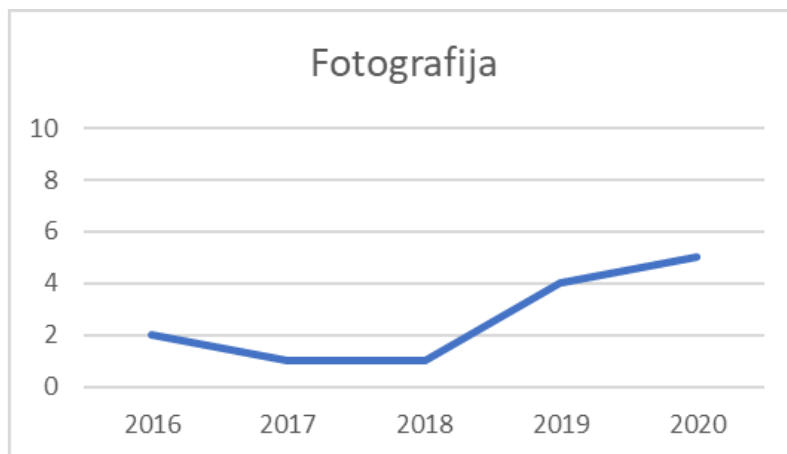


Izvor: BISNODE

Grafikon 60 prikazuje razvoj podsektora Fotografija u razdoblju od 2016. do 2020. godine, s fotografskom djelatnošću. U 2016. godini u ovome su podsektoru na području Sisačko-moslavačke županije bila osnovana 2 nova poslovna subjekta, 2017. i 2018. godine po jedan,

a u 2019. godini brojka novoosnovanih poslovnih subjekata raste na četiri, te se u 2020. godini penje na pet novoosnovanih poslovnih subjekata u Sisačko-moslavačkoj županiji u podsektoru Fotografija.

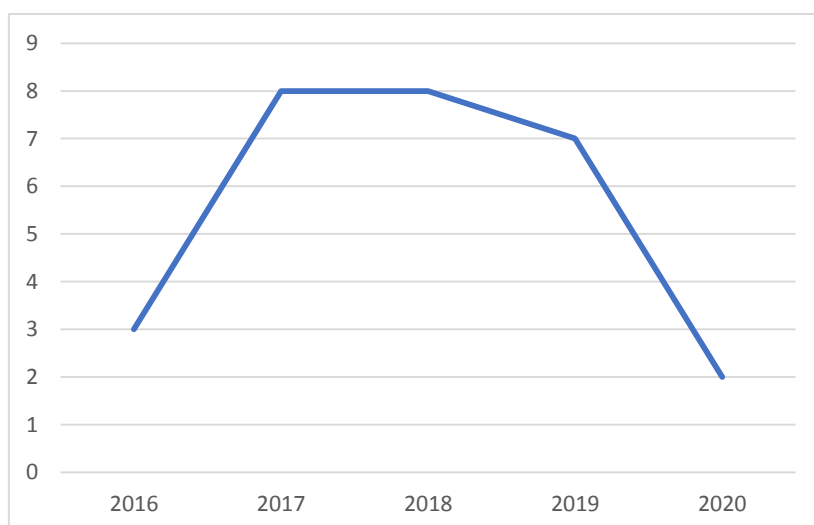
Grafikon 60: Razvoj podsektora Fotografija



Izvor: BISNODE

Od 2016. do 2020. godine podsektor Zanati koji obuhvaća proizvodnju putnih i ručnih torbi i slično, sedlarskih i remenarskih proizvoda, proizvodnju ostalih proizvoda od drveta, proizvoda od pluta, slame i pletarskih materijala, proizvodnju keramičkih proizvoda za kućanstvo, proizvodnju nakita i srodnih proizvoda, proizvodnju imitacije nakita (bižuterije) i srodnih proizvoda, te proizvodnju glazbenih instrumenata u 2016. godini ima 3 novoosnovana poslovna subjekta, a u 2017. već osam, te se taj trend nastavlja i iduće godine s istim brojem novosnovanih poslovnih subjekata. Godine 2019. brojka malo pada i na području Sisačko-moslavačke županije u ovome podsektoru imamo sedam novootvorenih poslovnih subjekata, dok je pad u 2020. godini izraženiji pa imamo samo 2 nova poslovna subjekta u ovom podsektoru, što je vidljivo na grafikonu 61.

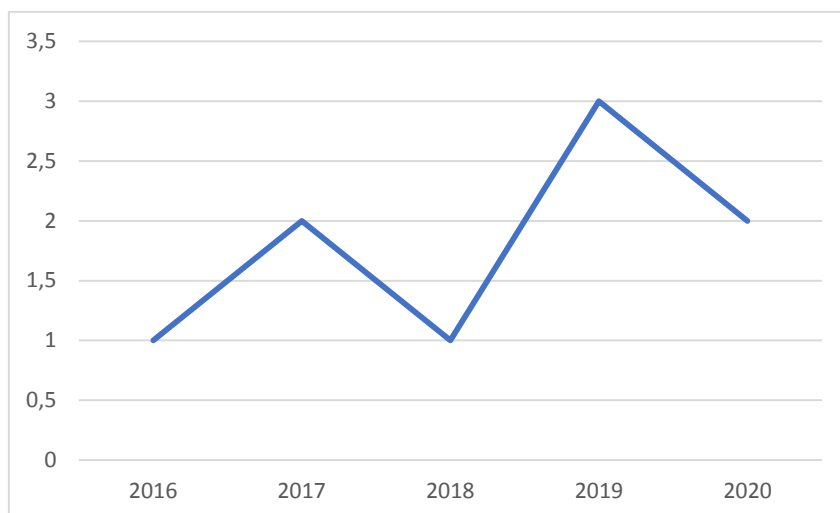
Grafikon 61: Razvoj podsektora Zanati



Izvor: BISNODE

Podsektor Arhitektura s arhitektonskim djelatnostima kao djelatnošću u 2016. godini ima jedan novoosnovani poslovni subjekt, 2017. godine dva, godinu poslije opet jedan, a 2019. godine 3, te u 2020. brojka novoosnovanih poslovnih subjekata opet pada na 2, čime dolazimo do 9 novoosnovanih poslovnih subjekata u podsektoru arhitektura u pet promatranih godina, što je prikazano i na grafikonu 62.

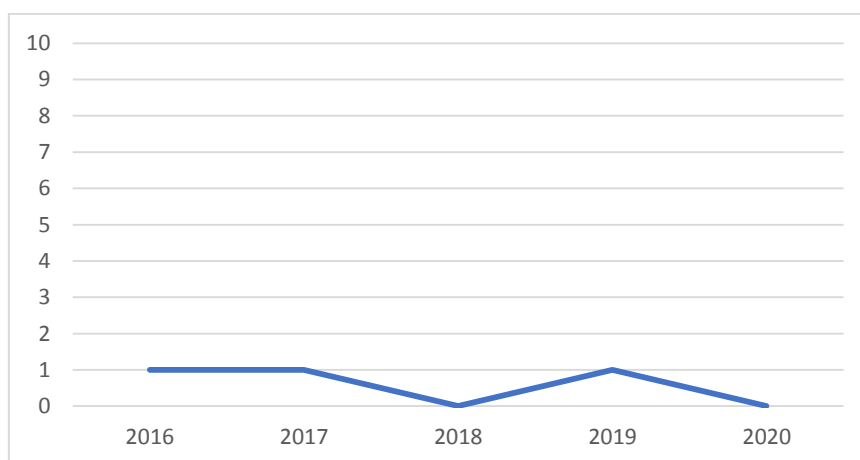
Grafikon 62: Razvoj podsektora Arhitektura



Izvor: BISNODE

Podsektor Elektronički mediji, gledajući razdoblje od 2016. do 2020. godine ne bilježi veće skokove u broju novootvorenih poslovnih subjekata u Sisačko-moslavačkoj županiji, te je konstantno vrlo nisko. U 2016., 2017. i 2019. godini bio je po 1 novoosnovani poslovni subjekt, dok su 2018. i 2020. godina bile bez novoosnovanih poslovnih subjekata, što je prikazano i na grafikonu 63. Ovaj sektor obuhvaća emitiranje radijskog i televizijskog programa, te internetske portale, a ukupan broj od samo 3 novootvorena poslovna subjekta u petogodišnjem razdoblju upućuje na slab interes za širenje u ovome podsektoru.

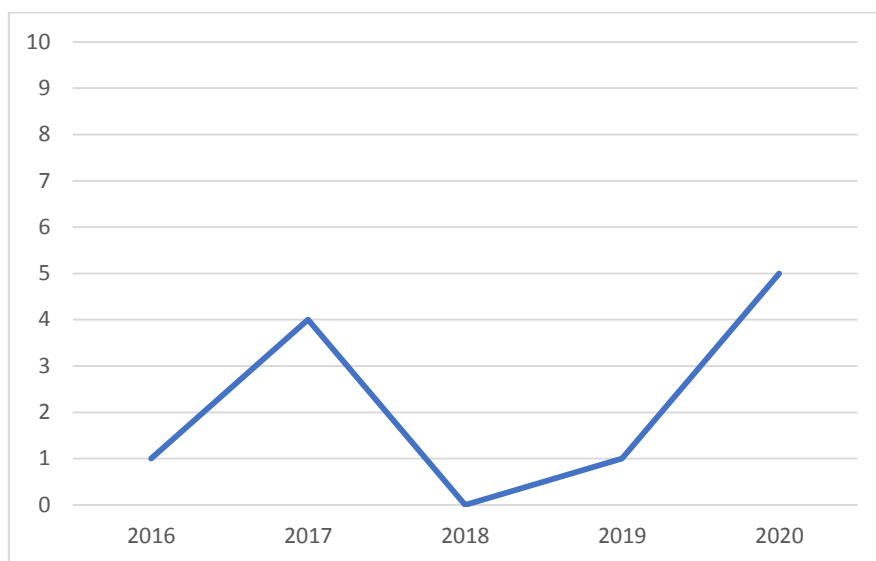
Grafikon 63: Razvoj podsektora Elektronički mediji



Izvor: BISNODE

Podsektor Izdavaštvo obuhvaća izdavanje knjiga, novina, časopisa, periodičkih publikacija, ostalu izdavačku djelatnost, djelatnosti novinskih agencija, prevoditeljske djelatnosti i usluge tumača, trgovinu na malo knjigama u specijaliziranim prodavaonicama, trgovinu na malo novinama, papirnatom robom i pišaćim priborom u specijaliziranim prodavaonicama. U 2016. godini u ovome je sektoru bio svega jedan novi poslovni subjekt, 2017. godine taj broj raste na četiri, dok u 2018. opet pada na nulu, da bi 2019. godine počeo rasti s jednog na čak pet novoosnovanih poslovnih subjekata u 2020. godini, što je prikazano i na grafikonu 64. Gledajući petogodišnje razdoblje, vidljivo je kako je 2017. i 2020. godine pokrenut najveći broj novih poslovnih subjekata.

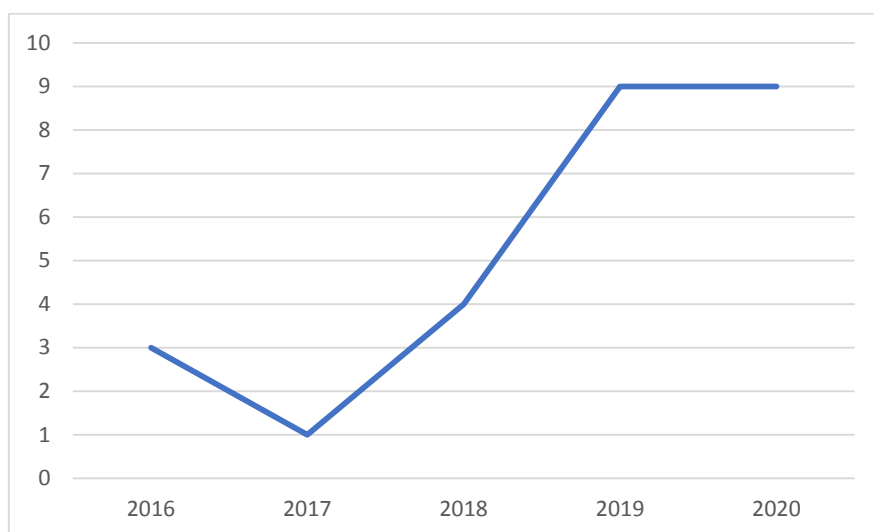
Grafikon 64: Razvoj podsektora Izdavaštvo



Izvor: BISNODE

Podsektor Oglašavanje i tržišno komuniciranje u Sisačko-moslavačkoj županiji tijekom razdoblja od 2016. do 2020. godine bilježi rast, naročito vidljiv u 2019. i 2020. godini kad je pokrenuto po 9 novih poslovnih subjekata iz ovoga podsektora koji obuhvaća odnose s javnošću i priopćavanja, agencije za promidžbu (reklamu i propagandu), te oglašavanje preko medija. Godine 2016. u ovom podsektoru bila su tri nova poslovna subjekta, 2017. samo jedan, a 2018. četiri. Najveći broj novootvorenih poslovnih subjekata u 2019. i 2020. godini bio je u području agencija za promidžbu. Stanje podsektora oglašavanje i tržišno komuniciranje u razdoblju 2016. – 2020. prikazano je na grafikonu 65.

Grafikon 65: Razvoj podsektora Oglašavanje i tržišno komuniciranje



Izvor: BISNODE

7.2 Anketa KKI u Sisačko-moslavačkoj županiji

Prije izrade mapiranja KKI u Sisačko-moslavačkoj industriji proveden je upitnik za nositelje KKI koji je obuhvatio devetnaest ispitanika, najviše iz područja izrade videoigara. Od ukupnog broja ispitanika, 5% je posao pokrenulo prije 2019. godine, 63% tokom 2019. godine, a 32% godinu poslije, odnosno 2020. godine. Više od polovice ispitanika, njih čak 55%, smatralo je da ima srednju razinu iskustva, odnosno da ima određeno profesionalno iskustvo koje je potrebno nadograđivati. Govoreći o nadogradnji znanja, većina je ispitanika na pitanje što bi im najviše moglo pomoći u unaprjeđenju posla odgovorilo da su to upravo nadogradnja znanja, ali i tržišne veze, te financiranje. Ispitanici su znanje stekli podjednako na formalan i neformalan način, a samo je 21% ispitanika navelo prirodan talent kao znanje i vještine potrebne za posao.

Od konkretnih vještina ispitanici koriste Lumion Software, Blender, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, DaVinci Resolve, GIMP, GIMP2, C#, XCODE, After Effects, Unreal Engine, FLStudio, Construct3, Spine Pro, Andacity, Scripting, VR, Photoshop, animacije, dizajn interijera i smatraju da ovime mogu pomoći drugim uslužnim sektorima kroz marketing, vizualizaciju, poboljšanja prodaje i praćenja iste, promociju i općenito u poslovanju na raznim poljima.

Posao u kreativnoj industriji pun je angažman za 18 ispitanika, a tek je jednome to povremeni posao, od ukupno 19 ispitanih osoba koje rade u KKI. Osnovno i dopunsko zanimanje u ovome je slučaju u odnosu 80:20 % u korist osnovnog zanimanja, a na pitanje o prihodima većina je ispitanika rekla da ne želi ili ne može odgovoriti. Kod većine ispitanika, njih trinaestorici kreativna je praksa glavni izvor prihoda, a njih četvero je odbilo odgovoriti, dok se dvoje izjasnilo da ova praksa nije njihov glavni izvor prihoda. Najviše ispitanika ima po jednog zaposlenog radnika te kod većine postoji potencijal za povećanje posla u smislu novih suradnika. Trenutno ispitanici imaju od 1 do 5 suradnika po poslovnom subjektu, a koji

nisu u radnom odnosu. Većina poslovnih subjekata ima po jednog zaposlenog i to najviše u dobnom rasponu od 18 do 35 godina, te podjednako srednje stručne spreme i više, odnosno visoke stručne spreme. Osnovne stručne spreme nema.

Govoreći o području rada, ispitanici najviše rade na području Sisačko-moslavačke županije, te Hrvatske, a određeni broj njih posluje isključivo na razini čitavog svijeta, no njih je tek 10%. Na pitanje je li područje KKI prepoznato u Sisačko-moslavačkoj županiji 13 ispitanika je potvrdno odgovorilo, 1 negativno, dok ostali nisu bili sigurni. Govoreći o podršci ispitanicima, podjednako su korištene pomoći Grada, Županije i institucije RH, a tek je jedan ispitanik koristio podršku neke strane institucije. Ocjenjujući sposobnosti potrebne za djelatnost u KKI, ispitanici su većinom kao vrlo važno naveli digitalne vještine, rad s drugima, uočavanje prilika i mogućnosti, planiranje i upravljanje, te preuzimanje inicijative. Rad stručnih udruženja koja im mogu pomoći u poslu podržava 79% ispitanika, od kojih se većina izjasnila kao individualci, njih čak 74%. Podjednak broj ispitanika na pitanje postoji li odgovarajuće udruženje na području SMŽ koje zastupa njihove interese odgovorio je na sva tri pitanja, po 6 s Da ili Ne, te 7 nije moglo odgovoriti, što znači da udruženja ili ne postoje ili se za njih dovoljno ne zna pa ih se ne može koristiti za zastupanje interesa.

8. SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija

8.1 Prijedor

SWOT analiza KKI u Gradu Prijedoru pripremljena je na osnovu diskusije sa učesnicima radionice organizovane sa akterima KKI 25.02.2021. godine u prostorijama Agencije za ekonomski razvoj grada Prijedora.

Tabela 12: SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija u Gradu Prijedoru

Snage	Šanse
<ul style="list-style-type: none"> • Dobar kreativni potencijal preduzeća i pojedinaca, uz istorijat i prepoznatljivost prijedorskih KKI • Međusobno dobro poznavanje aktera KKI zbog relativno male sredine • Iskustvo i postojanje dobrih stručnjaka u pojedinim oblastima (npr.dizajneri, IKT...) • Postojanje poslovnih veza KKI sa pojedinim drugim sektorima (industrija, rudarstvo, poljoprivreda, turizam i sl.) • Podrška popularizaciji KKI od strane Grada Prijedora, Agencije Preda i donatora • Postojanje primjera dobre prakse i prepoznatljivost pojedinih projekata (Start-up Accelerator, Hubmedia i sl.) i inicijativa (murali, festivali) • Dobar geografski položaj Grada Prijedora (blizina drugih većih gradova i tržišta) 	<ul style="list-style-type: none"> • Umrežavanje predstavnika KKI i njihovo povezivanje sa ostalim sektorima, kao i na regionalnom (Sisak, Podgorica) i međunarodnom nivou • Korištenje raspoloživih prostora za potrebe KKI (Celpak, prazni prostori koji pripadaju Gradu, muzej Kozare i sl.) • Pomocija KKI i njihovih usluga putem medija i EU programa • Napredak tehnologija i mogućnost rada na daljinu • Dobri uslovi za razvoj outsourcing industrije i za plasman tradicionalnih proizvoda putem on-line alata • Unaprjeđenje transparentnosti, namjene i kvaliteta podrške Grada, ciljano za KKI • Razvoj novih proizvoda i usluga KKI • Saradnja sa prijedorskom dijasporom • Saradnja sa stranim univerzitetima kroz razmjenu studenata i zajedničke projekte • Imenovanje ambasadora KKI
Slabosti	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljna upoznatost javnosti i preduzeća sa mogućnostima KKI, proizvodima, uslugama i rješenjima • Slaba umreženost i povezanost KKI sa ostalim djelatnostima • Pretežna orijentisanost na lokalno tržište • Ograničena podrška za razvoj (posebno novih) KKI 	<ul style="list-style-type: none"> • Trend odlaska mladih, stručnih i kreativnih ljudi u inostranstvo • Nedostatak finansijskih sredstava i niska platežna moć privrede i građana • Ekonomska kriza uslovljena pandemijom Covid-19 • Slaba zaštita autorskih prava, kreativnih ideja, pristupa i poslova, uz mogućnost njihovog kopiranja

<ul style="list-style-type: none"> • Loš obrazovni sistem u Republici Srpskoj/BiH • Otpor prema promjenama i novim idejama • Nepostojanje odgovarajućih kriterijuma za promovisanje dobrih primjera kreativaca i umjetnika i mehanizama podrške • Brzo odustajanje i niska otpornost na neuspjeh 	<ul style="list-style-type: none"> • Brza promjena tehnologija i njihova nedostupnost zbog visoke cijene • Malo lokalno tržište i tražnja za proizvodima i uslugama KKI kao posljedica loše upućenosti domaćih privrednika u savremene trendove poslovanja • Otpor prema promjenama i nepovjerenje u nove poslovne modele i pristupe
--	---

8.2 Podgorica

Na radionici organizovanoj 12.03.2021. godine u Podgorici učestvovalo je 10 predstavnika KKI iz Podgorice. Osim što je radionica sumirala rezultate istraživanja sprovedenog anketnim putem, nakon čega je izvršena svojevrsna validacija nalaza, učesnici su pristupili SWOT analizi za oblasti KKI. Naredna tabela sumira najvažnije rezultate ove analize.

Tabela 13: SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija u Podgorici

Snage	Šanse
<ul style="list-style-type: none"> • Upotreba naprednih tehnologija u svakodnevnom poslu • Sposobnost za sticanje novih znanja i vještina unutar posla organizacija • Industrije koje u ishodu imaju prezentaciju kulture matične zemlje van njenih granica • Prilagodljivost vještina u odnosu na zahtjeve tržišta • Kvalitet pruženih usluga • Specifičnost proizvoda • Uspješnost u regionalnom plasiranju proizvoda 	<ul style="list-style-type: none"> • Zainteresovanost mladih za oblast KKI • Novi distribicioni kanali nastali širom upotrebom informacionih tehnologija • Podrška lokalnih institucija • Intersektorska saradnja i regionalna saradnja • Spremnost različitih aktera za umrežavanje • Mogućnost za efikasniju promociju proizvoda • Umrežavanje sa projektima srodnih djelatnosti
Slabosti	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Slabo razvijeno umrežavanje između organizacija • Zahtjevi klijenata se često ne mogu predvidjeti • Nedostatak prostora za rad • Potreba kontinuirane podrške zbog perspektive organizacije • Slabija promocija proizvoda • Slabija komunikacija na engleskom jeziku 	<ul style="list-style-type: none"> • Slaba informisanost šire zajednice o aktivnostima u okviru KKI • Konkurencija unutar sektora • Ograničenje tržišta u odnosu na globalne ekonomske trendove • Nedostatak kataloga zajedničkih proizvoda • Administrativne barijere • Slabije interesovanje mladih za vještine KKI koje su izvan IT sektora

<ul style="list-style-type: none"> • Plasman proizvoda • Veličina tržišta • Nedostatak informacija o ponudi unutar sektora KKI 	
---	--

8.3 Sisačko-moslavačka županija

SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija Sisačko-moslavačke županije napravljena je s ciljem da se utvrde mogućnosti za jačanje poduzetničkih kapaciteta ovoga sektora, ali i da se detektiraju slabosti i prijetnje koje bi mogle spriječiti ostvarenje ovoga cilja.

Sektor kulturne i kreativne industrije u Sisačko-moslavačkoj županiji najbolje se razvija u podsektoru razvoja videoigara, što je posljedica izgradnje i opremanja poduzetničkog inkubatora u Novskoj. Postojanje infrastrukture, vrlo skupe tehnologije koja se koristi u računalnom programiranju i izradi videoigara te računalnih igara, snaga je koja otvara mogućnosti za daljnji razvoj ovoga podsektora. Osim infrastrukture, konstantno se provode i edukacije novih kadrova što dovodi mlade ljude iz cijele Hrvatske u Sisačko-moslavačku županiju, a naročito grad Novsku. Nekretnine pristupačnih cijena, blizina Zagreba, zračne luke, te povezanost autocestom, svakako su prednosti i snage koje utječu na razvoj kreativne industrije. Sve navedeno vrlo je važno i kod privlačenja digitalnih nomada kojima je sad i zakonski omogućeno poslovanje u Republici Hrvatskoj.

Trenutno najveći problem u razvoju kulturne i kreativne industrije na području Sisačko-moslavačke županije je odlazak mladih ljudi, što na obrazovanje izvan županije, a što u potrazi za poslom. Kako bi se to spriječilo, potrebno je obrazovati mlade ljude u području kreativnih industrija što će osnažiti i sam sektor. Još uvijek postoji i velika neusklađenost tržišta rada i potreba sektora za adekvatnom i obrazovanom radnom snagom, što je slabost koja je uz dobre političke odluke i poteze nešto što se u skorije vrijeme može pozitivno riješiti. Uz sve navedeno, slabost je zaštita autorskih prava na kojoj se konstantno radi, ali je još uvijek premalo prepoznata i premalo priznata te preskupa, a svakodnevno svjedočimo raznim krađama autorskih prava.

Kako bi se mlade ljude potaknulo na obrazovanje, a potom i zapošljavanje u sektoru kulturne i kreativne industrije, napose u podsektoru videoigara i računalnog programiranja, potrebno je omogućiti im kvalitetno školovanje i smještaj tijekom istoga. Na dobrom je putu izgradnja kampusa u Novskoj u kojemu će studenti imati smještaj i sve potrebne edukacije, teorijske i praktične. Velika je mogućnost i u naseljavanju mladih zbog pristupačnosti cijena nekretnina, ali se postavlja pitanje povezanosti javnim prijevozom, jačina signala za mobitel i Internet u ruralnim područjima, slaba pokrivenost optikom, te loša poduzetnička klima uopće. Rješavanjem problema vezanih uz pristup internetu i signalu za mobitel stvorilo bi se povoljnije ozračje za dolazak digitalnih nomada koji s druge strane, cijene prirodu i prirodne ljepote čime Sisačko-moslavačka županija obiluje, pa joj je to jedna od snaga u ovome području.

Gledajući sve navedeno, nameće se zaključak kako je Sisačko-moslavačka županija zbog blizine Zagreba i infrastrukture koju posjeduje u Novskoj, idealno područje za razvoj kulturne i kreativne industrije. Dolazak mladih iz cijele Hrvatske te ostanak domicilnog stanovništva u dogledno bi vrijeme mogao imati velik utjecaj na razvoj ovoga sektora. Povezivanjem gospodarstva s institucijama Županije, te dijalogom između kreativaca, donositelja odluka i provoditelja odluka, mogu se u Sisačko-moslavačkoj županiji razvijati i svi podsektori kulturne i kreativne industrije, a ne samo sektor računalnog programiranja i izrada videoigara.

Tabela 14: SWOT analiza kulturnih i kreativnih industrija u Sisačko-moslavačkoj županiji

Snage	Šanse
<ul style="list-style-type: none"> • Stvoreni svi uvjeti za razvoj industrije videoigara u SMŽ od 2016. godine i ostvareni rezultati – otvoreno 40 startup-ova, zaposleno preko 40 osoba, kreiran sustav financijskih potpora, prostor i oprema, uveden novi kurikulum u srednje škole za gaming • Ljudski i operativni kapaciteti • Dobra prometna povezanost SMŽ s ostatkom RH i EU 	<ul style="list-style-type: none"> • EU i ostala bespovratna sredstva za razvoj KKI sektora • Stvoriti jači i jedinstven sustav potpora za osobe koje se bave kreativnim industrijama (ne samo <i>gamingom</i>) – financijske potpore za startup-ove, smještaj, pogodnosti za obitelji • Potreba za digitalnom transformacijom tradicionalnih industrija u SMŽ • Bogata povijesna i kulturna baština koja može potaknuti KKI sektor
Slabosti	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Neusklađenost tržišta rada SMŽ i obrazovnog sustava • Odlazak mladih ljudi • Nedovoljno razvijena IT infrastruktura (nepokrivenost signalom i sl.) • Nedovoljna osviještenost stanovništva o snazi i mogućnostima KKI sektora – otpor prema promjenama 	<ul style="list-style-type: none"> • Zaštita autorskih prava nedorečena • Političke i gospodarske promjene • Porezne politike (npr. dvostruko oporezivanje SAD – RH)

9. Zaključak

9.1 Prijedor

Područje Grada Prijedora karakteriše postojanje solidnog, ali i nedovoljno iskorištenog potencijala u domenu kulturnih i kreativnih industrija.

Lokalna KKI ima pozitivne (rastuće) trendove vezane za broj subjekata, te nivoe prihoda i zaposlenosti. U 2019. godini, djelatnosti koje se mogu dovesti u vezu sa kulturnom i kreativnom industrijom učestvuju sa manje od 10% u ukupnom broju poslovnih subjekata, a ostvaruju između 2 i 3% ukupnog prihoda prijedorske privrede. U ukupnom broju zaposlenih u Prijedoru, KKI učestvuju sa manje od 7%.

Posebno indikativna je kvalifikaciona struktura zaposlenih, koja pokazuje veću zastupljenost kadrova sa visokom i višom stručnom spremom, po čemu značajno nadmašuje djelatnosti prerađivačke industrije.

Najveći broj KKI u Gradu Prijedoru registrovan je u domenu fotografskih djelatnosti, arhitekture, te popravke računara i opreme i računarskog programiranja, dok je najveći broj lica zaposlen u oblasti telekomunikacije, proizvodnje spoljašnje odjeće, te arhitektonske i inženjerske djelatnosti.

Rezultati ankete upućuju na zaključak da su u sektoru KKI značajno zastupljeni start-up subjekti, odnosno subjekti koji posluju kraće od 5 godina. Dominantno je učešće mlađih od 35 godina u starosnoj strukturi zaposlenih. Karakteristično je da 2/3 anketiranih posao obavlja iz stambenog prostora, što se generalno smatra jednom od prednosti sektora KKI. Gotovo polovina ispitanika ostvaruje godišnji prihod ispod 20,000KM. Za polovinu ispitanika prihod ostvaren od KKI djelatnosti je primarni izvor prihoda.

Skoro 50% anketiranih smatra da ima široko profesionalno iskustvo i mogućnost prenošenja znanja na druge, dok ostatak ima određena ili početna iskustva koja je potrebno nadograđivati.

Paleta usluga koje se pružaju korisnicima je široka, mada je primjetna koncentracija u pojedinim područjima, kao što su dizajn i kreativnost, te djelatnosti u kulturi. Prema oblasti usluga koje nude korisnicima, najveća je ponuda usluga u sljedećim oblastima:

- dizajn i kreativnost - fotografija, grafički dizajn, logo design & branding, video produkcija / voice talent;
- djelatnosti u kulturi - umjetničko stvaralaštvo, produkcija i interpretacija;
- marketing i prodaja;
- web, mobile and software development;
- inženjerstvo i arhitektura;
- pisanje - creative writing editing & proofreading

Anketirane KKI djelatnosti dominantno obavljaju posao na području Grada Prijedora i okoline, a potom na području čitave BiH.

Najveći dio ispitanika stekao je znanja i vještine potrebne za obavljanje posla kroz samostalno učenje, te kroz iskustvo i praksu. Odgovarajući izvori znanja dostupni su za većinu ispitanika, a tek 10% smatra da treba pomoć u pogledu pristupa znanju. Najveća važnost daje se digitalnim vještinama, planiranju i upravljanju i radu sa drugima. Ispitanici smatraju da će digitalne vještine i suočavanje sa promjenama biti vještine, odnosno sposobnosti, koje će najviše dobiti na značaju u pandemijskim uslovima.

Pomoć potrebna za unapređenje posla uključuje finansijsku pomoć, tržišne veze, obuke, treninge i seminare, kvalitetne kadrove, tehničko obrazovanje i pomoć, umrežavanje i saradnju sa privredom i ostalim akterima, učešće u kvalitetnim projektima, te poboljšanje ambijenta za KKI, uz odgovarajuću podršku institucija vlasti.

Potrebno je unaprijediti nivo povezivanja i organizovanja aktera KKI, s obzirom na to da tek četvrtina ispitanika smatra da postoji odgovarajuće udruženje koje zastupa njihove interese u Gradu Prijedoru. Za većinu ispitanika saradnja je dominantna, ako se u obzir uzme da su se svega dva anketirana aktera izjasnila kao individualci. U pogledu saradnje sa ostalim privrednim djelatnostima, postoji snažna veza sa umjetnošću, zabavom i kulturom, dok najslabija veza postoji između KKI i sektora zdravstvene zaštite i socijalnog rada. Važno je naglasiti da su predstavnici prijedorskih KKI pretežno usmjereni na ponudu svojih usluga ostalim sektorima, dok je potražnja za podrškom nešto manja.

Poslom kojim se bavi potpuno je zadovoljan manji broj ispitanika, ali je gotovo polovina djelimično zadovoljna. Većina ispitanika smatra da KKI nisu dovoljno prepoznate u Prijedoru, mada su dvije trećine saglasne u tome da budućnost za KKI postoji, što daje optimističnu prognozu sa ovaj sektor.

9.2 Podgorica

Kulturne i kreativne industrije u Crnoj Gori imaju najveću institucionalnu i infrastrukturnu podlogu u Podgorici, gdje se nalazi većina institucija iz oblasti kulture, udruženja i manifestacija povezanih sa kulturom. Time je sveukupni ambijent za djelovanje u ovoj oblasti KKI olakšan faktorima koji omogućavaju njegovu veću vidljivost, što se značajno odražava i na perspektivu ove oblasti. KKI su već ranije bile predmet pažnje lokalnih i nacionalnih studija. Važnost ove oblasti je takođe prepoznata i od strane institucija koje su kulturni i kreativni sektor ugradile u brojne strategije i akcione planove. Diverzifikacija, pluralizam, identitet su termini koji se najčešće povezuju sa ovim sektorom.

Prema zvaničnim dokumentima, Crna Gora veliku stratešku pažnju usmjerava upravo na mali i srednji biznis, a KKI se smatraju perspektivnim zbog njihove otpornosti na ekonomske krize. Iako je karakteristika kulturnog i kreativnog sektora centripetalnost prema glavnom gradu, mora se istaći da je ovaj biznis dovoljno valorizovan i u ostalim gradovima. Tome u prilog idu podaci iz registra privrednih subjekata koji govore da je svega trećina zaposlenih u ovome sektoru iz Podgorice. Ipak, uprkos rastu broja zaposlenih i broja privrednih subjekata, u oblasti KKI imamo stagnaciju ekonomskih indikatora, pa tako je, na primjer, učešće KKI u budžetu Crne Gore na nivou od 1,5%, dok je to sa ostalim privrednim sektorom na nivou od 3,5%.

Od inicijativa koje postoje u glavnom gradu važno je istaći prije svega podršku prema ostalim gradovima pa, na primjer, projekti koje dodjeljuje lokalna zajednica pomažu i organizacije i preduzeća van njene teritorije.

U odnosu na rezultate iz anketnog dijela istraživanja može se formirati profil organizacije, uzimajući u obzir prosječne vrijednosti ili najučestalije odgovore. U kulturnom i kreativnom sektoru najčešće djeluju organizacije koje su osnovane nakon 2010. godine i u kojima su zaposleni naprednog nivoa iskustva. Njihova profesionalna djelatnost je najčešće u oblasti kulture, dizajna, filma i fotografije, a geografski je najčešće vezana za prostor Podgorice i Crne Gore. Angažman je prisutan tokom cijele godine i najčešće nije vezan za poslovni prostor. Za najveći broj zaposlenih u ovome sektoru on predstavlja primarni izvor prihoda, a zanimanje osnovno. Tome u prilog ide i podatak da se većina organizacija iz Podgorice finansira iz samostalne djelatnosti, ali i većina njih ukazuje na potrebu za boljom ekonomskom perspektivom kroz finansijsku pomoć.

9.3 Sisačko-moslavačka županija

Područje Sisačko-moslavačke županije karakterizira postojanje određenog, ali nedovoljno iskorištenog potencijala u sektoru kulturnih i kreativnih industrija. Gledajući razdoblje posljednjih pet godina, od 2016. do 2020. godine i broj novootvorenih poslovnih subjekata u sektoru kulturnih i kreativnih industrija Sisačko-moslavačke županije, primjetan je rast podsektora računalnih programa, igara i novih medija, umjetnosti, dizajna, filma, fotografije i oglašavanja i tržišnog komuniciranja, što ne čudi s obzirom da su ovi podsektori vrlo prilagodljivi, a približavanjem industriji 4.0 i potrebni ostalim sektorima i podsektorima. Kod podsektora muzeji, knjižnice i baština, te zanati, primjetan je pad novootvorenih poslovnih subjekata u promatranome razdoblju, što upućuje i na to da je potrebno konvertirati zanate kroz kreativnost i digitalizaciju u kreativnu industriju s rastom.

Gledajući rast podsektora računalnih programa, igara i novih medija, te dizajna, može se zaključiti kako je postojanje poduzetničkih inkubatora PISAK u Sisku, te PISMO u Novskoj itekako pridonijelo razvoju ovih dvaju podsektora na području Sisačko-moslavačke županije. Dobra infrastruktura obaju poduzetničkih inkubatora, a za računalnu tehnologiju naročito inkubatora PISMO Novska, pridonijela je otvaranju novih poslovnih subjekata koji samostalno ne bi mogli iznijeti financijski, niti infrastrukturni teret u ovom podsektoru koji raste od 2018. Godine, te obzirom na globalno poslovanje ima priliku rasti i razvijati se i dalje, te izvan granica Republike Hrvatske.

Problem razvoju kreativnih industrija svakako je odlazak stanovništva, bilo na školovanje ili zbog posla, u veće sredine, te neusklađenost tržišta rada i potreba sektora za adekvatnom i obrazovanom radnom snagom. Uz blizinu Zagreba, dobru prometnu povezanost i čistu prirodu, Sisačko-moslavačka županija ima priliku vratiti mlade ljude i omogućiti im ostanak, te na taj način poboljšati i demografsku sliku same županije u skorije vrijeme. Bez ljudi, veći rast kulturnih i kreativnih industrija na ovome području nažalost neće biti moguć.

Tijekom mapiranja anketirano je devetnaest poduzetnika iz kulturnih i kreativnih industrija pri čemu se vidjelo kako je najveći broj novoosnovanih poduzeća pokrenuto 2019. i 2020.

godine, što je dobar i pozitivan pokazatelj. Više od polovice ispitanika smatralo je da ima srednju razinu iskustva i da treba nadogradnju znanja, što bi im pomoglo i u širenju poslovanja, uz tržišne veze i financiranje.

Od konkretnih vještina ispitanici koriste Lumion Software, Blender, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, DaVinci Resolve, GIMP, GIMP2, C#, XCODE, After Effects, Unreal Engine, FLStudio, Construct3, Spine Pro, Andacity, Scripting, VR, Photoshop, animacije, dizajn interijera i smatraju da ovime mogu pomoći drugim uslužnim sektorima kroz marketing, vizualizaciju, poboljšanja prodaje i praćenja iste, promociju i općenito u poslovanju na raznim poljima što pokazuje fleksibilnost ispitanika, te mogućnost povezivanja s tradicionalnom industrijom.

Govoreći o području rada, ispitanici najviše rade na području Sisačko-moslavačke županije, te Hrvatske, ali određeni broj njih posluje isključivo na razini čitavog svijeta, no njih je tek 10%. Na pitanje je li područje KKI prepoznato u Sisačko-moslavačkoj županiji, 13 ispitanika je potvrdno odgovorilo, 1 negativno, a ostali nisu bili sigurni. Ocjenjujući sposobnosti potrebne za djelatnost u KKI, ispitanici su većinom kao vrlo važno naveli digitalne vještine, rad s drugima, uočavanje prilika i mogućnosti, planiranje i upravljanje, te preuzimanje inicijative. Rad stručnih udruženja koja mogu pomoći u poslu podržava 79% ispitanika koji su se uglavnom izjasnili kao individualci, njih čak 74%. Podjednak broj ispitanika na pitanje postoji li odgovarajuće udruženje na području SMŽ koje zastupa njihove interese odgovorio je na sva tri pitanja, po 6 s Da ili Ne, te 7 nije moglo odgovoriti, što znači da udruženja ili ne postoje ili se za njih dovoljno ne zna pa ih se ne može koristiti za zastupanje interesa.

10. Preporuke

10.1 Prijedor

Nalazi ove analize, kao i radionice održane sa prijedorskim akterima KKI saglasni su u tome da najvažnija uska grla za razvoj KKI u Gradu Prijedoru predstavljaju:

- nedovoljno dobra međusobna povezanost KKI, uz nedovoljno snažne (poslovne) veze sa ostalim privrednim sektorima;
- nedovoljna upoznatost javnosti i poslovnog sektora sa aktivnostima, uslugama i potencijalima KKI, te posljedično ograničeno tržište za njihove proizvode i usluge;
- nedovoljno edukovani kadrovi u pojedinim KKI djelatnostima;
- nerazvijeno lokalno tržište ponuđača usluga obuke i treninga (prvenstveno vezanih za IT sektor), koje otežava pristup znanju i dalje jačanje KKI zajednice.

Kao moguće rješenje za prevazilaženje navedenih problema i uskih grla i za iskorištenje punog potencijala KKI u Gradu Prijedoru preporučuje se sljedeće:

- ✓ snažnije povezivanje i umrežavanje zainteresovanih aktera prijedorskih KKI;
- ✓ umrežavanje sa institucijama i pojedincima iz KKI angažovanim van Prijedora;
- ✓ formalna registracija profesionalnog udruženja ili klastera KKI Grada Prijedora;
- ✓ kreiranje gradskih mjera i politika podrške razvoju KKI na kratkoročnom i dugoročnom nivou; identifikovanje zanimanja i vještina u okviru KKI, kojima je potrebno dati prioritet u tom kontekstu;
- ✓ poboljšanje pristupa specifičnim znanjima i vještinama kroz strateška partnerstva sa stručnjacima, poslovnim subjektima i obrazovnim institucijama (formalni i neformalni programi obrazovanja);
- ✓ djelovanje u zajedničkom fizičkom prostoru, uz njegovo opremanje potrebnim tehničkim sredstvima;
- ✓ zajednička promocija kapaciteta, aktivnosti i usluga članova prema domaćoj javnosti, te domaćim i stranim poslovnim subjektima – potencijalnim korisnicima usluga;
- ✓ organizovanje obuka za članove udruženja, ali i ostale zainteresovane pojedince, posebno mlađe ljude, u skladu sa identifikovanim potrebama i tržišnim prilikama;
- ✓ saradnja sa drugim sličnim institucijama i projektima, u zemlji i inostranstvu;
- ✓ obezbjeđenje dugoročne samoodrživosti udruženja kroz pripremu i realizaciju zajedničkih projekata, te kroz članarine i ostale oblike prihoda;
- ✓ angažman profesionalne osobe / osoba za vođenje udruženja, planiranje i implementaciju projekata i aktivnosti;
- ✓ organizovanje tematskih podsekcija udruženja, uz definisanje i implementaciju specifičnih (tematskih) projekata i aktivnosti;
- ✓ imenovanje ambasadora KKI Grada Prijedora – istaknutih umjetnika i ostalih kreativnih osoba koje su porijeklom iz Prijedora, a u mogućnosti su da zahvaljujući svom ugledu i autoritetu dosljedno promovišu prijedorske KKI u inostranstvu.

10.2 Podgorica

U odnosu na analizirano stanje u oblasti KKI, na području Podgorice mogu se izdvojiti sljedeće preporuke za pomenutu oblast:

- ✓ razvijati aktivnosti koje bi imale za krajni cilj promociju kulture izvan Podgorice;
- ✓ apelovati na javne institucije da se kategorizacija djelatnosti iz 2010. dopuni i osvježi novim kategorijama – osnova za rad može biti kategorizacija primijenjena u ovome istraživanju;
- ✓ anketno istraživanje realizovano za potrebe ovoga istraživanja proširiti na reprezentativan uzorak;
- ✓ intenzivirati saradnju između organizacija KKI i njihovo međusobno umrežavanje u cilju bolje intersektorske kooperacije;
- ✓ izrada kataloga zajedničkih proizvoda KKI kako bi se šira zajednica, ali i djelatnici u toj oblasti, upoznali sa proizvodima koje taj sektor nudi;
- ✓ regionalna saradnja između organizacija koje se bave KKI;
- ✓ rad na „oživljavanju“ kreativnih hub-ova, i pomoć organizacijama po pitanju nedostatka prostora za rad;
- ✓ raditi na promociji KKI mlađim generacijama, kao i definisati nove obrazovne kanale za prenošenje znanja u ovoj oblasti;
- ✓ raditi na poboljšanju saradnje između organizacija KKI i Direktorata za projekte od kapitalnog značaja za kulturu i promociju i razvoj kreativnih industrija;
- ✓ razvijati programe podrške za organizacije iz oblasti KKI;
- ✓ razvijati projektnu podršku prema organizacijama iz oblasti KKI u oblasti projektnog menadžmenta.

10.3 Sisačko-moslavačka županija

Na području Sisačko-moslavačke županije, za pomenutu oblast preporučuje se sljedeće:

- ✓ bolja međusektorska povezanost;
- ✓ podizanje svijesti donositelja odluka, ali i javnosti, o važnosti kulturnih i kreativnih industrija;
- ✓ kontinuirano ulaganje u znanje i vještine, te razvoj nove radne snage;
- ✓ apelirati na zakonodavce da uvedu red u Nacionalnu klasifikaciju djelatnosti koja se trenutno koristi od 2007. godine i zastarjela je za kreativne industrije;
- ✓ regionalna suradnja kulturnih i kreativnih industrija;
- ✓ osnivanje klastera ili sličnog oblika udruženja na razini županije;
- ✓ povezivanje s javnim sektorom i bolja suradnja u sektoru obrazovanja i iskorištavanja EU fondova;
- ✓ novi školski smjerovi prilagođeni potrebama kulturne i kreativne industrije;
- ✓ zaustavljanje iseljavanja radne snage, naročito radne snage prikladne za rad u kulturnim i kreativnim industrijama;
- ✓ poboljšanje demografske slike županije;
- ✓ organizacija besplatnih obuka za dionike kulturnih i kreativnih industrija.

11. Sličnosti i razlike KKI na posmatranim lokacijama

U završnom dijelu ove studije, predstavljene su sličnosti i razlike karakteristika KKI u Prijedoru, Podgorici i Sisačko-moslavačkoj županiji. Polazeći od same klasifikacije djelatnosti, jasno je da se radi u veoma sličnoj, gotovo podudarnoj klasifikaciji, što je evidentno iz narednog tabelarnog pregleda.

Tabela 15: Usporedni prikaz klasifikacije djelatnosti KKI na posmatranim područjima: Prijedor, Podgorica i Sisačko-moslavačka županija

Prijedor	Podgorica	Sisak
Biblioteke, arhivi, muzeji i ostale kulturne djelatnosti	Muzeji, biblioteke i baština	Muzeji, knjižnice i baština Umjetnost
Kreativne, umjetničke i zabavne djelatnosti	Muzika, vizuelne i izvođačke umjetnosti	Glazba i izvedbene djelatnosti
Dizajn	Dizajn	Dizajn
Film	Film	Film
Fotografija	Fotografija	Fotografija
Arhitektura	Arhitektura	Arhitektura
Računarske igre	Računarski programi i igre	Računalni programi, igre i novi mediji
Radio	Elektronski mediji	Elektronički mediji
Izdavaštvo	Izdavaštvo	Izdavaštvo
Oglašavanje i odnosi sa javnošću	Oglašavanje i tržišne komunikacije	Oglašavanje i tržišno komuniciranje
Umjetnički i tradicionalni zanati	Umjetnički i tradicionalni zanati	Zanati

Na osnovu nalaza ankete predstavnika KKI iz posmatranih projektnih lokacija, može se zaključiti da dominantne oblasti usluga u Prijedoru uključuju dizajn i kreativnost, kulturu, pisanje, softver, marketing i prodaju, slično kao i u Podgorici gdje dominiraju djelatnosti u kulturi, dizajn, film i fotografije. Situacija u Sisačko-moslavačkoj županiji je nešto drugačija, a dominantne djelatnosti su računalstvo, dizajn, marketing i prodaja, te kultura.

Po pitanju sličnosti, djelatnost KKI je dominantan posao za većinu ispitanika, koji posao primarno obavljaju na lokalnom tržištu i u matičnoj zemlji. Oko tri četvrtine ispitanika vidi budućnost KKI, a preko polovine je zadovoljno poslom kojim se bavi. Po pitanju potrebne podrške, predstavnicima KKI na sve tri lokacije potrebna je finansijska podrška, tržišne veze, znanja i vještine, te kvalitetna radna snaga. Instance koje pružaju takođe su slične na sve tri posmatrane lokacije i uključuju grad i međunarodne projekte. U Podgorici i SMŽ važna je i pomoć države, dok u Prijedoru ova vrsta pomoći nije zastupljena. Potrebna znanja i vještine dominantno se stiču samostalno i neformalno, kroz iskustvo i praksu. Digitalne vještine predstavljaju oblast koja je relevantna za posao KKI na sve tri posmatrane lokacije, a ispitanici smatraju da će ove vještine posebno dobiti na značaju kroz uticaj pandemije Covid-19.

Razlike u posmatranim lokacijama najuočljivije su u pogledu ocjene prepoznatljivosti KKI. Ona je najveća u SMŽ (69%), a najmanja u Prijedoru (36%), dok 48% podgoričkih ispitanika

smatra da su KKI prepoznate u njihovom gradu. Razlike su evidentne i kod podrške koja stoji na raspolaganju ovom sektoru, gdje 73% anketiranih KKI iz SMŽ izražava zadovoljstvo ovom vrstom podrške u lokalnu, u Prijedoru ih je zadovoljno 37%, a u Podgorici svega 3%.

Određene razlike postoje i u pogledu mogućnosti saradnje sa ostalim djelatnostima, gdje u Prijedoru najveće perspektive za saradnju postoje sa sektorima umjetnost, zabava i rekreacija, usluge smještaja i ishrane i IKT. Podgoričani preferiraju saradnju sa sektorima digitalizacija servisa javne uprave, stručne, naučne i tehničke djelatnosti, mediji, trgovina, te hotelijerstvo i ugostiteljstvo, dok sisačko-moslavački predstavnici KKI partnere pronalaze u sektorima digitalizacije, medija, umjetnosti, trgovine i turizma, te, generalno, poduzetništva.

U zaključku, može se reći da postoje bitne sličnosti sektora KKI u Prijedoru, Podgorici i SMŽ. Evidentno je da u SMŽ postoji snažnija sistemska podrška, koja je na preostale dvije lokacije u povojima i koja tek treba da doprinese da se kreativni potencijal usmjeri u određenom pravcu (poput računalstva u SMŽ) i na taj način tržišno valorizuje i ostvari.

U nastavku slijedi poređenje posmatranih karakteristika za sve tri lokacije.

Tabela 16: Poređenje karakteristika KKI na posmatranim područjima: Prijedor, Podgorica i Sisačko-moslavačka županija

Elementi	Prijedor	Podgorica	SMŽ
Istraživački uzorak	30	29	19
Struktura ispitanika (preduzetnik, pojedinac, NVO, d.o.o., ostalo, u %)	47:20:17:13:3	-	-
Iskustvo (napredno, srednje, početno, u %)	47:43:10	48:38:14	-
Djelatnosti (dizajn, IT, audio, film i video, fotografija, mediji, ostalo, u %)	20:20:10:10:10:7:13		
Dominantne oblasti usluga	dizajn i kreativnost, kultura, pisanje, softver, marketing i prodaja	djelatnosti u kulturi, dizajn, film i fotografija	računalstvo, dizajn, marketing i prodaja, kultura
Karakter posla (pun angažman, ostalo, u %)	73:27	69:31	94:6
Karakter posla (osnovno, dopinsko/dodatno zanimanje, u %)	67:33	72:28	80:20
Mjesto obavljanja posla (poslovni prostor, stambeni)	34:23:30:13	28:31:24:17	42:5:48:5

Elementi	Prijedor	Podgorica	SMŽ
prostor, kombinovano, nevezano za mjesto, u %)			
Zadovoljstvo poslom (da, djelimično, ne, u %)	50:47:3	53:36:11	59:26:15
Zaposlenih / angažovanih po ispitaniku	1,5 / 2,9	-	1,63 / -
Starosna struktura (do 35, preko 35 godina, u %)	57:43	-	72:28
Stručna sprema (SSS; VSS i VŠS; master i više, u %)	42:51:7		0:51:49
Dominantno geografsko područje djelovanja	lokalno, matična zemlja	lokalno, matična zemlja	lokalno, matična zemlja
Prepoznatljivost KKI (da, ne, ostalo, u %)	36:17:47	48:17:35	69:5:26
Budućnost KKI (da, ne, ostalo, u %)	73:4:23	66:3:31	73:6:21
Zadovoljstvo podrškom u lokalnu (da, ne, ostalo u %)	37:37:26	3:55:45	73:6:21
Dominantna podrška	grad, međunarodni projekti	grad, međunarodni projekti, država	grad, županija, država
Potrebna podrška	finansije, tržišne veze, znanja i vještine	finansije, tržišne veze, kvalitetni (sa)radnici	financije, tržišne veze, kvalitetna radna snaga, znanja i vještine
Način sticanja znanja i vještina	samostalno, iskustvo i praksa, formalno obrazovanje	iskustvo i praksa, samostalno, prirodni talent	samostalno, formalno, neformalno, kroz praksu
Važnost vještina i sposobnosti za praksu KKI	digitalne vještine, planiranje i upravljanje, rad sa drugima	pisana komunikacija, rad sa drugima, digitalne vještine	digitalne i komunikacijske vještine, upravljanje, planiranje, budžetiranje
Pristup znanju (lak, težak, treba pomoć, ostalo, u %)	53:27:10:10		58:21:16:5

Elementi	Prijedor	Podgorica	SMŽ
Uticaj pandemije	sve vještine i sposobnosti dobiće na značaju, a najviše digitalne vještine	sve vještine i sposobnosti dobiće na značaju, a najviše digitalne vještine	vještine - rad s drugima, digitalne vještine
Dugoročna perspektiva posla (postoji, ostalo, u %)	77:23	-	89:11
Saradnja (individualac, timski rad, svejedno, u %)	7:50:43	-	-
Mogućnosti saradnje sa ostalim djelatnostima	umjetnost, zabava i rekreacija, usluge smještaja i ishrane, IKT	digitalizacija servisa javne uprave, stručne, naučne i tehničke djelatnosti, mediji, trgovina, hotelijerstvo i ugostiteljstvo	digitalizacija, mediji, umjetnost, trgovina, turizam, općenito poduzetništvo