

Ekonomski institut Sarajevo

KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVU

Autori (abecednim redom)

Prof. dr Anto Domazet

Prof. dr Muamer Halilbašić

Prof. dr Jasmina Osmanković

Prof. dr Almir Peštek

Sarajevo, 2016. godina

Nosilac izrade: Ekonomski institut Sarajevo

Naslov: KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVU

Za Ekonomski institut Sarajevo: prof. dr Muamer Halilbašić, direktor

Naručilac: Zavod za planiranje razvoja Kantona Sarajevo

Ugovor: broj

Autori: (abecednim redom)

Prof. dr Anto Domazet

Prof. dr Muamer Halilbašić

Prof. dr Jasmina Osmanković

Prof. dr Almir Peštek

Sarajevo, 2016. godina

SADRŽAJ

LISTA SKRAĆENICA.....	5
POJMOVNIK	7
LISTA SLIKA, TABELA	10
IZVRŠNI SAŽETAK.....	13
UVOD	18
I O KULTURNOJ I KREATIVNOJ INDUSTRIJI - NOVI PRISTUP RAZVOJU.....	23
I 1. Koncept kreativnih industrija	23
I 2. Osnovni modeli kulturnih i kreativnih industrija	28
I 3. Razvojna uloga kreativnih industrija	30
I 4. Razvojni i ekonomski trendovi u kreativnim industrijama	32
I 5. Međunarodni okviri za razvoj kreativne industrije	35
I 6. Od kreativne industrije do kreativnog grada.....	38
II PODRŠKA RAZVOJU KREATIVNIH INDUSTRIJA – EVROPSKA ISKUSTVA.....	41
II 1. Stvaranje preduslova za razvoj KKI	42
II 1.1. Mapiranje i proučavanje potencijala KKI	42
II 1.2. Strateške alijanse i institucionalni okvir	43
II 1.3. Podizanje svijesti	45
II 1.4. Politika i strategija	46
II 2. Jačanje KKI	47
II 2.1. Izgradnja kapaciteta	49
II 2.2. Fizička infrastruktura i regeneracija prostora	50
II 2.3. Inkubacija kreativnih biznisa	51
II 2.4. Pristup finansiranju	53
II 2.5. Umrežavanje i klasterizacija.....	54
II 3. Spill-over efekti KKI	54
II 3.1. KKI i inovacije, produktivnost i podrška ostatku ekonomije.....	54
II 3.2. Turizam, brendiranje i atraktivnost regija	55
II 3.3. KKI i socijalna politika, socijalne inovacije i cjeloživotno učenje.....	56
II 3.4. KKI i održivost okoline	56

III KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVO	57
III 1. pristupi mjerenje kreativnih industrija	57
III 2. Uloga i značaj KKI u Kantonu Sarajevo	58
IV KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVU - PODSEKTOR MUZEJI, BIBLIOTEKE, BAŠTINA.....	66
IV 1.1. Situaciona analiza podsektora muzeji, biblioteke i baština	67
IV 1.1. Djelatnost muzeja	73
IV 1.2. Djelatnost biblioteka i arhiva	84
IV 1.3. Baštine	92
IV 2. SWOT analiza podsektora muzeji, biblioteke i baština	102
IV 3. Potporno okruženje za podsektor muzeji, biblioteke i baština	104
IV 3.1. Projekti podsektora muzeji, biblioteke i baština.....	105
V KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVU: PODSEKTOR IZVOĐAČKA UMJETNOST I UMJETNIČKO STVARALAŠTVO	106
V 1. Situaciona analiza za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo	106
V 1.1. Pozorišta	107
V 1.2. Centri za kulturu.....	109
V 1.3. Galerije	113
V 2. SWOT analiza za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo	123
V 3. Potporno okruženje za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo	123
V 3.1. Projekti za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo	124
VI KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVO - PODSEKTOR FILM, TELEVIZIJA, IZDAVAŠTVO, SNIMANJE ZVUKA I KNJIŽEVNOST	130
VI1. Filmska industrija na Kantonu Sarajevo	130
VI 1.1. Situaciona analiza filmske industrije	130
VI 1.2. SWOT analiza za filmsku industriju	138
VI 1.3. Potporno okruženje za filmsku industriju.....	139
VI 2. Elektronski mediji	139
VI 2.1. Situaciona analiza elektronskih medija	140
VI 2.2. SWOT analiza za elektronske medije	144
VI 2.3. Potporno okruženje za industriju elektronskih medija	147
VI 3. Izdavaštvo.....	148
VI 3.1. Situaciona analiza izdavaštva.....	148

VI 3.2. SWOT analiza izdavaštva	154
VI 3.3. Potporno okruženje za izdavaštvo	155
VI 4. Djelatnost snimanja zvučnih zapisa i izdavanja muzičkih zapisa	155
VI 4.1. Situaciona analiza za djelatnost snimanja zvučnih zapisa i izdavanja muzičkih zapisa	156
VI 4.2. SWOT analiza za djelatnost snimanja zvučnih zapisa.....	158
VI 4.3. Potporno okruženje za djelatnost snimanja zvučnih zapisa	159
VI 5. Oblast literature.....	160
VI 6. Rezime SWOT analize za film, elektronske medije, izdavaštvo, snimanje zvučnih zapisa i literaturu	160
VII KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVO -PODSEKTOR RAČUNARSKI PROGRAMI, OGLAŠAVANJE, ARHITEKTURA I DIZAJN	162
VII 1. Računarski programi, računarske igre i novi mediji.....	162
VII 1.1. Situaciona analiza računarski programi, računarske igre i novi mediji	162
VII 1.2. SWOT analiza računarski programi, računarske igre i novi mediji.....	170
VII 1.3. Potporno okruženje računarski programi, računarske igre i novi mediji	171
VII 2. Oglašavanje	172
VII 2.1. Situaciona analiza za oglašavanje	172
VII 2.2. SWOT analiza za oglašavanje	176
VII 2.3. Potporno okruženje za oglašavanje	177
VII 3. Arhitektura	177
VII 3.1. Situaciona analiza za arhitekturu	177
VII 3.2. SWOT analiza za arhitekturu.....	180
VII 3.3. Potporno okruženje za arhitekturu.....	181
VII 4. Dizajn.....	181
VII 4.1. Situaciona analiza za dizajn	181
VII 4.2. SWOT analiza za dizajn	183
VII 4.3. Potporno okruženje za dizajn	184
VIII NACRT MODELA STRATEŠKOG OKVIRA ZA RAZVOJ KKI U KANTONU SARAJEVO	185
IX PRIJEDLOZI PROJEKATA ZA PODRŠKU RAZVOJU KKI U KANTONU SARAJEVO	187
KORIŠTENI IZVORI.....	204

LISTA SKRAĆENICA

ALU	Akademija likovnih umjetnosti
BDP	Bruto domaći proizvod
bh	Bosanskohercegovačke kompanije
BHT	BH televizija
BiH	Bosna i Hercegovina
CCEE	Center for Culture and Experience Economy Danska
CEKRIN	Centar kreativnih industrija KS
CG	Crna Gora
CREA.RE	Projekat kreativne regije
DCMS	The Department for Culture, Media & Sport
ECOC	European Capitals of Culture
EI	Ekonomski institut
EIS	Ekonomski institut Sarajevo
ERDF	Evropski fond za regionalni razvoj
ESF	Evropski socijalni fond
ETC	Evropske konvencije teataru
EU	Evropska unija
FBiH	Federacija Bosna i Hercegovina
FTV	Federalna televizija
GDP	Ukupan domaći proizvod
GHB	Gazi-Husrev-bega
IKT	Informaciono komunikacione tehnologije
ISCO	International Standard Classification of Occupations
IT	Informacione tehnologije
JP	Javno preduzeće
JU	Javna ustanova
KKI	Kulturna i kreativna industrija
KM	Konvertibilna marka
KS	Kanton Sarajevo
KT55	Kamerni teatar 55
LEG-Culture	The Leadership Group on Cultural Statistics
LQ	Lokacioni koeficijent
MESS	Internacionalni teatarski festival
Mil	Milion
Mld	Milijarde
MSP	Mala i srednja preduzeća
NACE	Statistička klasifikacija ekonomskih aktivnosti
NGO	Nevladine organizacije
NKD	Nacionalna klasifikacija djelatnosti

NKZ	Nacionalna klasifikacija zanimanja
NPS	Narodno pozorište Sarajevo
NUBBiH	Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine
OECD	Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj
OSCE	Organizacija za sigurnost i saradnju u Evropi
PDV	Porez na dodanu vrijednost
R&D	Istraživanje i razvoj
RAK	Regulatorna agencija za komunikacije
RS	Republika Srpska
SAD	Sjedinjene američke države
SARTR	Sarajevski ratni teatar
SEE	Jugoistočna Evropa
SF	Sarajevska filharmonija
SFF	Sarajevo film festival
TIK	Turska agencija za saradnju i koordinaciju
UFI	Udruženje filmske industrije
UFR	Udruženje filmskih radnika
UG	Udruženje građana
UK	Velika Britanija
UN	Ujedinjeni narodi
UNCTAD	Konferencija Ujedinjenih naroda za trgovinu i razvoj
UNDP	Razvojni program Ujedinjenih naroda
UNESCO	Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, nauku i kulturu
USAID	Sjedinjene američke države Agencija za međunarodni razvoj
USD	Američki dolar
WIPO	Svjetska organizacija za intelektualno vlasništvo
ZOI	Zimske olimpijske igre

POJMOVNIK

EVROPSKA PRIJESTONICA KULTURE /EPK - Inicijativa Europske unije, pokrenuta s ciljem isticanja bogatstva i raznovrsnosti evropskih kultura, veličanja kulturnih veza koje povezuju Evropljane, povezivanja stanovnika različitih evropskih država, promoviranja njihove multikulturalnosti i višejezičnosti kao i uzajamnog razumijevanja te poticanja osjećaja pripadnosti evropskom građanstvu.

KULTURA - svi oblici umjetničkog i intelektualnog izražavanja, simboličkog društvenog identiteta, pripadnosti, ponašanja i običaja te industrijskih proizvoda, uključujući medijske, koji su namijenjeni provođenju slobodnog vremena i oblikovanju stavova.

KULTURNI TURIZAM - grana turizma koja koristi kulturne resurse, od spomenika i muzeja do narodnih običaja, u svrhu potpunijeg predstavljanja i oblikovanja pozitivne slike o zemlji.

KULTURNO ODRŽIVI RAZVOJ - razvoj ljudskih interesa i djelovanja koji sve manje opterećuju fond prirodnih rezervi zemlje i postojeće kapacitete infrastrukture i naseljenog prostora, a istovremeno potiču užitak u (starim i novostvorenim, materijalnim i nematerijalnim) vrijednostima koje putem umjetnosti, nauke, obrazovanja te kulturnih igara i običaja povećavaju privlačnost među ljudima.

KREATIVNE INDUSTRIJE - industrije koje kombinuju stvaranje, proizvodnju i komercijalizaciju sadržaja koji su svojstveni kulturi, te mogu poprimiti oblik dobra ili usluge. Kreativne industrije u tom smislu obuhvaćaju kulturne industrije te nove medije, software, oglašavanje, arhitekturu, modu, dizajn i tržišno pokrenuto izdavaštvo. I kulturne i kreativne industrije određene su kao djelatnosti koje stvaraju intelektualne vrijednosti, odnosno intelektualno vlasništvo (i prava), patente, zaštićena autorska prava, zaštitne znakove i dizajnerska rješenja.

KREATIVNI KLASTER - geografska koncentracija kreativnih industrija koje zajednički ulažu vlastite resurse kako bi optimizirale stvaranje, proizvodnju, diseminaciju i korištenje kreativnih djela. Klastersko povezivanje može se kretati i prema stvaranju mreže te povezivanju u partnerstva.

KULturna BAŠTINA - obuhvaća sljedeće: - spomenike: djela arhitekture, monumentalna kiparska i slikarska djela, elemente ili strukture arheološkog karaktera, natpise, većinu i grupe elemenata koji imaju izuzetnu univerzalnu vrijednost s historijskog, umjetničkog ili naučnog gledišta; - grupna zdanja: grupe izoliranih ili povezanih građevina koje po svojoj arhitekturi, jedinstvu i uklopljenosti u krajolik predstavljaju izuzetnu univerzalnu vrijednost s historijskog, umjetničkog ili naučnog stanovišta te - znamenita mjesta: djela ljudskih ruku ili kombinirana djela ljudskih ruku i prirode kao i zone, uključujući arheološka nalazišta koja su od izuzetnog

univerzalnog značaja s historijskog, estetskog i etnološkog ili antropološkog gledišta. Pored spomenutog, kulturna baština uključuje nematerijalnu kulturnu baštinu (vidi definiciju).

KULTURNA DOBRA – pojedinačni dijelovi kulturne baštine čije očuvanje i zaštitu regulira Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, a uključuju: - pokretne i nepokretne stvari od umjetničkog, povijesnoga paleontološkog, arheološkog, antropološkog i naučnog značenja, - arheološka nalazišta i arheološke zone, krajolike i njihove dijelove koji svjedoče o čovjekovoj prisutnosti u prostoru, a imaju umjetničku, historijsku i antropološku vrijednost, - nematerijalne oblike i pojave čovjekova duhovnog stvaralaštva u prošlosti kao i dokumentaciju i bibliografsku baštinu te - zgrade, odnosno prostore u kojima se trajno čuvaju ili izlažu kulturna dobra.

KULTURNE INDUSTRIJE – aktivnosti koje se bave u prvom redu simboličkim dobrima, dobrima čija ekonomska vrijednost proizlazi prvenstveno iz njihove kulturne vrijednosti. Odnose se na tržišnu proizvodnju i distribuciju kulturnih proizvoda u svrhu masovne reprodukcije i potrošnje, slijedom čega je naglašenija ekonomska dimenzija. Riječ je o aktivnostima koje imaju porijeklo u individualnom stvaralaštvu, umijeću i talentu i koje omogućavaju zapošljavanje i dobit. Kulturne industrije obuhvaćaju muziku, umjetničke predstave (pozorište, ples), muzeje, obrt, arhitekturu, književnost, vizuelnu umjetnost, izdavačku djelatnost, film, festivale, dizajn.

KULTURNI PROIZVOD – proizvod koji utjelovljuje ili prenosi kulturni izraz bez obzira na komercijalnu vrijednost koju posjeduje. Često ipak kulturni proizvodi prenose kulturni izraz koji je zanimljiv za tržište pa ih kreira, distribuira i koristi publika u tržišnim uslovima.

MATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA – dijeli se na nepokretnu i pokretnu kulturnu baštinu. Nepokretna obuhvaća pojedinačna kulturna dobra (stare gradove i utvrde; dvorce i kurije i tradicijsko graditeljstvo) i povijesne cjeline, a pokretna manje objekte baštine pokretnog tipa. U tom smislu, fizička, opipljiva ili materijalna kulturna baština uključuje građevine i historijske lokacije, spomenike, artefakte i dr. što se smatra vrijednim očuvanja za budućnost. U to su uključeni predmeti značajni za arheologiju, arhitekturu, nauku ili tehnologiju specifične kulture.

NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA – obuhvaća: prakse, predstave, izraze, znanja, vještine, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostore koji su povezani sa spomenutim, koje zajednice, skupine i u nekim slučajevima pojedinci prihvataju kao dio svoje kulturne baštine. Nematerijalnu kulturnu baštinu, koja se prenosi iz generacije u generaciju, zajednice i skupine uvijek iznova stvaraju kao reakciju na svoje okruženje, svoje uzajamno djelovanje s prirodom i svoju povijest. Ona im pruža osjećaj identiteta i kontinuiteta te tako promovira poštovanje za kulturnu raznolikost i ljudsku kreativnost.

ODRŽAVANJE KULTURNOG DOBRA – sistematsko praćenje stanja kulturnog dobra te poduzimanje mjera i radova nužnih za očuvanje spomeničkih svojstava, cjelovitosti i namjene kulturnoga dobra.

ODRŽIVI RAZVOJ – razvoj koji zadovoljava potrebe današnjice, a pritom ne ugrožava potrebe budućih generacija. Održivi razvoj ostvaruje ravnotežu između zahtjeva za unapređivanjem kvaliteta života (ekonomska dimenzija), za ostvarivanjem socijalne dobrobiti i mira za sve (socijalna dimenzija) te zahtjeva za očuvanjem dimenzije okoliša kao prirodnog dobra o kojima ovise i sadašnja i buduće generacije.

ZAŠTITA KULTURNOG DOBRA – provedba mjera zaštite pravne i stručne naravi propisanih odredbama Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, usklađenih sa pravilima konzervatorske struke.

LISTA SLIKA, TABELA

Lista tabela

Naslov tabele	Stranica
Tabela 1. Sistemi klasifikacije za kreativne industrije izvedeni iz različitih modela	29
Tabela 2. Prihodi i zaposlenost u kreativnim industrijama, po svjetskim regijama u 2013.	32
Tabela 3. Prihodi i zaposlenost u kreativnim industrijama, prema sektorima u 2013.	33
Tabela 4. Dodana vrijednost i udio zaposlenih u kreativnim industrijama zemalja regiona	35
Tabela 5. Zaposleni o podpodručjima kreativnih i kulturnih industrija	60
Tabela 6. Registrovani subjekti po pojedinim djelatnostima KKI, 2014.	61
Tabela 7. Zaposleni i lokacijski koeficijenti po pojedinim djelatnostima KKI, 2014.	63
Tabela 8. Doprinos ostvarivanju ekonomskih ciljeva KS	66
Tabela 9. Broj subjekata u podsektoru Muzeji, biblioteke i nasljeđe	68
Tabela 10. Broj zaposlenih u podsektoru	69
Tabela 11. Pregled broja zbirki i broja predmeta prema vrstama	74
Tabela 12. Vrste muzejske građe u specijalizovanim muzejima, 2014.	75
Tabela 13. Broj i zaposleni u bibliotekama	84
Tabela 14. Biblioteke u KS i FBH	85
Tabela 15. Finansiranje biblioteka iz budžeta Kantona Sarajevo	88
Tabela 16. Članovi i korisnici biblioteka, 2014.	90
Tabela 17. Broj arhiva, fondovi, posjetioci i korisnici arhiva, 2014.	90
Tabela 18. Izdvajanja iz budžeta za rad JU Historijski arhiv	92
Tabela 19. Broj i zaposleni - baština, KS vs. FBiH	94
Tabela 20. Finansiranje zavoda za zaštitu prirodnog, kulturno—historijskog i zaštićenih područja	98
Tabela 21. SWOT analiza podsektora muzeji, biblioteke i baština	102
Tabela 22. Rezime za podsektor muzeji, biblioteke i baština	104
Tabela 23. Broj i zaposleni u izvođačkoj umjetnosti	106
Tabela 24. Finansiranje pozorišta Kantona Sarajevo	106
Tabela 25. Pozorišta: broj, predstave i posjetioci	107
Tabela 26. Pozorišta u Kantonu Sarajevo, 2009-2013.	107
Tabela 27. Centri za kulturu: broj, posjetioci, aktivnosti	110
Tabela 28. Finansiranje JU Centar za kulturu Sarajevo	110
Tabela 29. Broj i zaposleni u djelatnosti umjetničkog stvaralaštva, 2014.	113
Tabela 30. Broj, postavke i posjetioci galerijama, 2014.	113
Tabela 31. SWOT analiza za podsektor izvođačka umjetnost i umjetničko stvaralaštvo	123
Tabela 32. Rezime za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo	125
Tabela 33. Ostvareni prihod 2005-2010 po osnovu zaštite autorskih i srodnih prava	126
Tabela 34. Broj registriranih subjekata i zaposlenosti u djelatnostima filma, 2014.	130
Tabela 35. Rezultati SWOT analize za filmsku industriju KS	138
Tabela 36. Broj registriranih subjekata i zaposlenosti u elektronskim medijima KS, 2014.	140
Tabela 37. Rezultati SWOT analize za elektronske medije	146
Tabela 38. Prikaz broja registriranih subjekata i uposlenih u izdavaštvu na KS i u F BiH, 2014.	148
Tabela 39. Rezultati SWOT analize za izdavaštvo KS	154
Tabela 40. Subjekti i zaposlenost, djelatnost snimanja zvučnih zapisa, 2014.	156

Tabela 41. Prihodi i zaposlenost, djelatnost snimanja zvučnih zapisa, KS vs F BiH, 2006-2013.	156
Tabela 42. Rezultati SWOT analize za djelatnost snimanja zvučnih zapisa na KS	159
Tabela 43. Broj subjekata u podsektoru Računarski programi, računarske igre i novi mediji	162
Tabela 44. Struktura subjekata u podsektoru Računarski programi, računarske igre i novi mediji	162
Tabela 45. Broj zaposlenih u podsektoru Računarski programi, računarske igre i novi mediji	162
Tabela 46. Lista djelatnosti uključenih u IKT klaster	165
Tabela 47. IKT sektor u KS, 2014	166
Tabela 48. Pokazatelji razvoja IKT industrije	166
Tabela 49. SWOT matrica za računarske programe, računarske igre i nove medije	171
Tabela 50. Broj subjekata u podsektoru Oglašavanje	172
Tabela 51. Struktura subjekata u podsektoru Oglašavanje	172
Tabela 52. Broj zaposlenih u podsektoru Oglašavanje	172
Tabela 53. SWOT matrica za oglašavanje	176
Tabela 54. Broj subjekata u podsektoru Arhitektonske djelatnosti	177
Tabela 55. Struktura subjekata u podsektoru Arhitektonske djelatnosti	177
Tabela 56. Broj zaposlenih u podsektoru Arhitektonske djelatnosti	178
Tabela 57. SWOT matrica za arhitekturu	180
Tabela 58. Broj subjekata u podsektoru Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	181
Tabela 59. Struktura subjekata u podsektoru Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	182
Tabela 60. Broj zaposlenih u podsektoru Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	182
Tabela 61. SWOT analiza za dizajn	184
Tabela 59. Nacrt modela strateškog okvira za razvoj KKI u Kantonu Sarajevo	185

Lista slika

Naslov slike	Stranica
Slika 1. Izvoz kreativnih dobara, 2002. i 2011. (u milionima USD)	34
Slika 2. Tri dimenzije podrške KKI	41
Slika 3. Lanac vrijednosti podrške KKI	48
Slika 4. Struktura zaposlenih unutar podsektora Muzeji, biblioteke i baština	69
Slika 5. Izvoz i uvoz podsektora Muzeji, biblioteke i baština BiH, 000 KM	70
Slika 6. Izvoz i uvoz R za Federaciju Bosne i Hercegovine	71
Slika 7. Participacija područja R u dodanoj vrijednosti svih djelatnosti u FBiH	71
Slika 8. Mapa sa svim sadržajima podsektora muzeji, biblioteke i baština	72
Slika 9. Mapa sa svim sadržajima podsektora muzeji, biblioteke i baština	72
Slika 10. Muzeji Kantona Sarajevo	83
Slika 11. Muzeji Kantona Sarajevo, koncentracija u jezgru	84
Slika 12. Prirodno nasljeđe Kantona Sarajevo	98
Slika 13. Prirodno nasljeđe Kantona Sarajevo uže gradsko područje	99
Slika 14. Kulturno-historijsko nasljeđe Kantona Sarajevo	99
Slika 15. Kulturno-historijsko nasljeđe Kantona Sarajevo uže gradsko područje	100
Slika 16. Dijamant konkurentskih prednosti djelatnosti muzeja, biblioteke i baština KS	101

Slika 17. Dijamant konkurentskih prednosti pozorišta, centri, galerije KS	121
Slika 18. Galerije Kantona Sarajevo	122
Slika 19. Galerije Kantona Sarajevo u užem gradskom jezgru	122
Slika 20. Grafički prikaz nivoa i dinamike prihoda filma na KS 2006-2013.(mil. KM)	131
Slika 21. Grafički prikaz nivoa i dinamike zaposlenosti u filmu na KS 2006-2013.	132
Slika 22. Dijamant konkurentskih prednosti filmske industrije	134
Slika 23. Prihodi elektronskih medija KS u periodu 2006-2013 (u mil. KM)	141
Slika 24. Zaposlenost u elektronskim medijima KS 2006-2013.	142
Slika 25. Dijamant konkurentskih prednosti industrije elektronskih medija	143
Slika 26. Prihodi u izdavaštvu KS po djelatnostima 2006-2017 (u mil. KM)	149
Slika 27. Zaposlenost u izdavaštvu na KS 2006-2013.	150
Slika 28. Dijamant konkurentskih prednosti izdavaštva	152
Slika 29. Dijamant konkurentskih prednosti izdavaštva	158
Slika 30. Rezultati SWOT analize za pet istraživanih djelatnosti kreativne industrije	161
Slika 31. Izdavanje drugih vrsta softvera, KS i FBiH, 2006-2013, u KM	163
Slika 32. Računarsko programiranje, KS i FBiH, 2006-2013., u KM	164
Slika 33. Dijamant konkurentskih prednosti računarski programi, računarske igre i novi mediji	170
Slika 34. Agencije za reklamu i propagandu, KS i FBiH, 2006-2013., u KM	173
Slika 35. Agencije za zastupanje medija, KS i FBiH, 2006-2013, u KM	173
Slika 36. Dijamant konkurentskih prednosti oglašavanja	176
Slika 37. Arhitektonske djelatnosti, KS i FBiH, 2006-2013, u KM	178
Slika 38. Dijamant konkurentskih prednosti podsektora arhitektura	180
Slika 39. Dijamant konkurentskih prednosti dizajna	183

IZVRŠNI SAŽETAK

Mnogi gradovi, lokalne i regionalne zajednice u posljednjih desetak godina kulturne i kreativne industrije koriste kao alat za generiranje i/ili akceleriranje ekonomskog razvoja, kao i za postizanje veće vidljivosti i kompetitivnosti.

Interes, odgovornost i potreba Kantona Sarajevo da se pristupi izradi studije Kreativnih i kulturnih industrija izvodi se iz njegovih ustavnih nadležnosti i odgovornosti. Prema Ustavu Kanton Sarajevo ima isključivu nadležnost vezano za utvrđivanje i provođenje kulturne politike i stvaranje pretpostavki za optimalan razvoj privrede koja odgovara urbanoj sredini. Na posredan način i druge nadležnosti i odgovornosti su uzročno-posljedično povezane s kreativnim i kulturnim industrijama. Pored toga, prema Ustavu Bosne i Hercegovine, Sarajevo je glavni grad Bosne i Hercegovine, a time i sjedište kulturnih institucija od nacionalnog (državnog) značaja. KS je osnivač jednog broja kulturnih institucija, koje u skladu s tim podnose izvještaje o radu, planove rada i finansijske planove Skupštini KS na usvajanje. Pored toga, KS finansira ili sufinansira veliki broj drugih kulturnih institucija i manifestacija od lokalnog i kantonalnog, preko entitetskog i državnog do međunarodnog značaja.

U prvom dijelu, O kulturnoj i kreativnoj industriji – novi pristup razvoju, elaborirani su **koncept** kulturnih i kreativnih industrija, zatim **razvojna uloga** kulturnih i kreativnih industrija sa posebnim fokusom na različite **modele** i **pristupe** njihovom mjerenju, zatim ekonomski trendovi u KKI, međunarodni okvir za KKI sa fokusom na Evropa 2020 i SEE 2020, uloga kreativne industrije u razvoju grada, odnosno transformacija/tranzicija od kreativne industrije u gradu/metropoli od kreativnog grada/metropole. Metodom analize, komparacije i sinteze na kraju ovog dijela došlo se do elemenata modela kreativne ekonomije Kantona Sarajevo. U skladu sa projektnim zadatkom, dati su elementi modela, ključni klasteri, subklasteri ili potencijalni stubovi, kao i odgovarajući pristup za mjerenje značaja i doprinosa modela kreativne ekonomije socio-ekonomskom razvoju Kantona Sarajevo.

Analizirajući evropska iskustva i dobru praksu u kontekstu podrške KKI identificirane su tri **dimenzije intervencija**. Prvo, mjere za stvaranje preduslova za povoljniji poslovni ambijent za razvoj kulturne i kreativne industrije koje uključuju: strategije, politike i mjere; podizanje svijesti, usluge i informisanje; strateške alijanse i institucionalni okvir i studije mapiranja. Sve one imaju za cilj kreiranje povoljnog okruženje za razvoj KKI. Drugo, mjere za jačanje kulturne i kreativne industrije koje uključuju: mreže i klastere, pristup finansiranju, inkubaciju kreativnih biznisa, fizičku infrastrukturu i izgradnju kapaciteta, a sve u cilju podizanja konkurentnosti i izvozne orijentacije preduzeća. I treće, mjere koje trebaju osigurati prelijevanja učinaka sa KKI

na ostatak privrede i društva. Ove mjere uključuju: inovacije i produktivnost, obrazovanje i cjeloživotno učenje, društvene inovacije, turizam i brending, regionalni razvoj i održivost.

Generalno, može se identificirati nekoliko pristupa prilikom **mjerenja ekonomskog doprinosa** kreativnih/kulturnih industrija, i to: pristup zasnovan na djelatnostima, pristup zasnovan na zanimanjima, pristup koji kombinira djelatnosti i zanimanja i pristup zasnovan na proizvodima. Analizirajući dostupne podatke za Kanton Sarajevo, a u kontekstu prezentiranih pristupa, konstatovano je da je najbolji pristup za procjenu uloge i značaja KKI onaj baziran na djelatnostima. Za ovu svrhu je korištena Nacionalna klasifikacija djelatnosti – NKD 2010 (koja je usklađena s definicijama i pravilima NACE-a Rev. 2) na četiri cifre (nivo industrijskih razreda). Ovi podaci nisu javno dostupni i isti su osigurani kroz komunikaciju sa Federalnim zavodom za statistiku.

U skladu sa EU statističkim okvirom, sektor kreativnih i kulturnih industrija u **Kantonu Sarajevo** čini 46 djelatnosti (nivo razreda NKD-a 2010) koje su grupisane u 12 pod-sektora, i to: muzeji, knjižare i nasljeđe, umjetnost, muzika i izvedbene umjetnosti, dizajn, film, fotografija, zanati (umjetnički i tradicionalni obrti, arhitektura, računarski programi, igre i novi mediji, elektronski mediji, izdavaštvo, oglašavanje i tržišno komuniciranje. U okviru svakog podsektora identificirane su relevantne djelatnosti.

Uočava se značajna **koncentracija zaposlenih** u kulturnim i kreativnim industrijama na području Kantona Sarajevo. Ovaj sektor zapošljava 6.700 lica ili oko 5% ukupnog broja zaposlenih KS, što je znatno više nego u FBiH (2,5%). Oko 60% ukupnog broja zaposlenih KKI na nivou FBiH koncentrisano je na području KS. Lokacijski koeficijent KKI za Kantou Sarajevo je 2,1. Najveća koncentracija zaposlenih u sektoru kreativnih i kulturnih industrija je u podpodručju elektronskih medija (oko jedne trećine KKI u Kantonu Sarajevo ili gotovo četiri petine ukupne zaposlenosti u ovoj djelatnosti u Federaciji BiH). Na drugom mjestu, prema broju zaposlenih, je podsektor računarski programi, igre i novi mediji sa 18% učešćem u KKI u Kantonu Sarajevo, odnosno 64% ove djelatnosti u Federaciji BiH. Na trećem mjestu je podsektor izdavaštva sa 15% učešćem u KKI Kantona Sarajevo, odnosno učešćem od 61% u ovoj djelatnosti u FBiH. Na području Kantona više od 10% učešće ima još podsektor oglašavanje i tržišno komuniciranje (11%). Prema tome, 76% zaposlenih u sektoru kreativnih i kulturnih industrija Kantona generiraju četiri podsektora, i to: elektronski mediji, računarski programi, igre i novi mediji, izdavaštvo i oglašavanje i tržišno komuniciranje. Podsektori sa najviše izraženim komparativnim prednostima (mjereno lokacijskim koeficijentima) su: oglašavanje i tržišno komuniciranje, elektronski mediji, muzika i izvedbena umjetnost, računarski programi, igre i novi mediji, izdavaštvo, film, dizajn, muzeji, biblioteke, nasljeđe.

Sektor kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo čine **pravni subjekti** u javnom i privatnom vlasništvu, kao i udruženja i fondacije, odnosno civilni sektor. Prema dostupnim podacima na području KS djeluje 879 pravnih osoba i 668 obrta, odnosno oko 1.547 registrovanih subjekata ili nešto više od trećine registrovanih subjekata u FBiH.

Sistem upravljanja kreativnim i kulturnim industrijama na području Kantona Sarajevo sastoji se od tri podsistema i to: podsistem upravljanja pravnim subjektima u javnom vlasništvu, odnosno subjektima čiji je osnivač Kanton Sarajevo, podsistem upravljanja pravnim subjektima u privatnom vlasništvu i podsistem upravljanja nevladinim organizacijama, udruženjima i fondacijama. Sistem upravljanja određen je relevantnim zakonima, socio-kulturnim i ekonomskim uvjetima.

Preduzetničko-menadžerski kapaciteti se mogu diferencirati prema vlasništvu, prema podsektorima ovisno o otvorenosti podsektora prema evropskom i globalnom kreativnom tržištu, prema starosti menadžera, obrazovanju, itd. U posljednje vrijeme je više puta u javnosti apostrofirano pitanje formalnog obrazovanja kao uslova za apliciranje na menadžerske pozicije u kulturi. Istraživanje je potvrdilo da su u cjelini kapaciteti nedovoljni i da je potrebno raditi na njihovom jačanju kroz podizanje kvaliteta obrazovanja i uvođenje cjeloživotnog obrazovanja. Fokus bi trebao biti na menadžmentu, upravljanju ljudskim resursima, komercijalizaciji kulture, tržištu i njegovim zakonitostima, finansiranju kreativnih i kulturnih industrija (projektnom finansiranju, finansiranju putem javno-privatnog partnerstva), novim konceptima razvoja (ekonomskog, urbanog, lokalnog, ljudskog). Stalni lični i profesionalni razvoj kadrova u sektoru kreativnih i kulturnih industrija ima poseban značaj s obzirom da je upravo to bitna odrednica ovog sektora, ono po čemu se diferencira u odnosu na sve druge sektore. Za ovaj sektor je karakteristično visoko učešće umjetnosti, znanja, vještina, kulture, kreativnosti, inovativnosti, autorstva, autorskih prava. Na području Kantona Sarajevo, u kreativnim i kulturnim industrijama, u podsektorima, djelatnostima i sasvim konkretnim institucijama i projektima moguće je pronaći istovremeno izuzetno posvećene, kreativne, inovativne, poduzetne menadžere, umjetnike, ali i veliki broj osoba srednjeg i nižeg nivoa obrazovanja, koje ne pokazuju potrebnu motivaciju i posvećenost vlastitom razvoju i razvoju institucije kojoj pripadaju. Sarajevo kao univerzitetski centar, zatim savremene ICT tehnologije omogućavaju svim zaposlenicima da rade na ličnom i profesionalnom razvoju. To bi trebala da prate normativna rješenja (zakon, ugovori, pravilnici, uredbe itd.), kao i nova kultura rada i poslovanja, nagrađivanja i priznanja.

Doprinos sektora kreativnih i kulturnih industrija ostvarivanju ekonomskih ciljeva Kantona Sarajevo ima dvije dimenzije, i to: doprinos koji je mjerljiv, odnosno može se kvantificirati i doprinos, koji je nemjerljiv ili ga je teško precizno kvantificirati. Druga podjela je na direktni i

indirektni doprinos sektora kreativnih i kulturnih industrija ekonomiji Kantona Sarajevo. Kreativne i kulturne industrije direktno ili indirektno doprinose ostvarivanju svih socijalnih i ekonomskih ciljeva Kantona Sarajevo, ali i ciljeva vezanih za prostorni i urbani razvoj.

Na osnovu analize evropskih iskustava i dobre prakse kada se radi o podršci razvoju KKI, iskustava zemalja u okruženju, kao i mapiranja kreativnih i kulturnih industrija na području KS dat je prijedlog **modela strateškog okvira razvoja** KKI u Kantonu Sarajevo. Jačanje konkurentnosti kreativne i kulturne industrije u cilju promocije pametnog, održivog i uključivog rasta uz stvaranje imidža Kantona Sarajevo kao kreativne regije i grada sa bogatim kulturnim nasljeđem i tradicijom je naznačeno kao **misija**. **Cilj** bi bio: Doprinijeti ostvarivanju misije i stvaranje dugoročno održivog modela jačanja konkurentnosti Sektora KKI kroz provedbu mjera i aktivnosti/projekata postavljenih u tri **prioritetna područja**. Prioritetna područja su: prvo, jačanje institucionalne i infrastrukturne podrške razvoju KKI, drugo, jačanje kreativnih i kulturnih industrija, i u njegovom okviru tri podpodručja, to: (2.1) davanje snažnije podrške istraživačko-razvojnim aktivnostima, (2.2) razvoj ljudskih resursa KKI i (2.3) poboljšanje pristupa finansiranju KKI, i treće, ubrzanje učinka prelijevanja KKI na druge industrije i društvo u cjelini. Za svako od prioritetnih područja date su **mjere**. Za prvo prioritetno područje date su sljedeće mjere, i to: mapiranje raspoloživih i potencijalnih resursa za KKI na kantonalnom, gradskom i općinskom nivou; kreiranje/poticanje i uspostava institucija i standarda formalnih odnosa u okviru profesionalnih specifičnosti struka unutar KKI; implementacija KKI u sve relevantne javne politike na nivou KS, grada i općina; razvijanje percepcije KKI kao isplative investicije u društveno privrednom razvoju i odmicanje od imidža sektora koji je "potrošač" državnih sredstava; formiranje "Info deska kreativne i kulturne industrije" na nivou KS; poticanje i sistematiziranje razvoja prostora i infrastrukture za podršku rasta i razvoja KKI; promocija i osvještavanje javnosti o važnosti KKI u ukupnom privrednom razvoju KS i stvaranje prepoznatljivosti KS kao kreativne regije sa bogatim kulturnim identitetom. Za prioritetno područje 2.1. identificirane su sljedeće mjere, i to: poticanje saradnje umjetničkih, akademskih, naučnih i privrednih institucija kao i javno-privatnih inicijativa koje podržavaju istraživanje, razvoj i eksperimente u KKI; razvijanje holističkog pristupa kroz uključivanje svih privrednih, društvenih i vladinih sektora; poticanje i omogućavanje uspostave zajedničkih komunikacijskih platformi, mreža i klastera između javnih i poslovnih sudionika koji su relevantni za KKI; poticanje KKI u međunarodnoj saradnji i jačanju njihove pozicije i prisutnosti na međunarodnim tržištima, uključujući i razvoj međunarodnih partnerstava; organizovanje razvoja konkurentnih proizvoda i usluga sa većom dodanom vrijednosti u saradnji kreativnih struka. Za prioritetno područje 2.2. identificirane su sljedeće mjere, i to: učvrstiti edukacijski sistem u KKI te investirati u edukaciju orijentisanu na kreativnost i razvoj talenata i oblikovanu prema potrebama edukatora, studenata i tržišta; osiguranje boljeg povezivanja ponude i potražnje tržišta rada; uvođenje tzv. "peer-coachinga" (učenje dodatnih vještina od kolega koji su u istom poslu) i izgradnja mreža profesionalaca KKI; jačanje kapaciteta u KKI kroz provođenje obuka o

upravljačkim sposobnostima, poznavanju evropskih tržišnih mogućnosti i mogućnosti inovativnog finansiranja; poticanje partnerstava između KKI i svih obrazovnih institucija i poticanje medijske educiranosti s ciljem promocije kreativnosti građana te njihove participacije u kulturnom životu zajednice. Za prioritarno područje 2.3 identificirane su sljedeće mjere, i to: olakšavanje pristupa kreditnim sredstvima za KKI; grant sheme za start-up biznise u KKI; razvoj partnerstava između KKI i drugih privrednih sektora; poticanje masovnog ulaganja u KKI tipa crowdfundinga; podrška pripremi i sufinansiranje međunarodnih projekata. Za prioritarno područje 3 identificirane su sljedeće mjere, i to: razvijati partnerstva između KKI i drugih privrednih subjekata i uvođenje učinkovitih mehanizama prenošenja kreativnih znanja u ostale sektore privrede.

U kontekstu operacionalizacije strateškog okvira za razvoj KKIKS data je i lista potencijalnih **projekata**, sa specificiranim ciljevima, aktivnostima, očekivanim rezultatima, razvojnim učincima, nosiocima, okvirnim vrijednostima i izvorima finansiranja.

U tom kontekstu, Studija **doprinosi** ubrzavanju socio-ekonomskog razvoja u Kantonu Sarajevo putem poticanja razvoja kulturnih industrija i kreativnog sektora, a u saglasnosti sa razvojnim usmjerenjima sadržanim strateškim dokumentima Evropa 2020 i SEE 2020, ali i strateškim dokumentima BiH, FBiH i KS. Studija popunjava praznine koje su uočene u procesu izrade Strategije Kantona Sarajevo 2020 i artikulirane na sljedeći način: „U Kantonu Sarajevu ne postoji baza podataka o činjenicama iz oblasti kulture, a zvanična statistika prati samo neke pokazatelje. Takođe, zakonski okvir nije usklađen sa zahtjevima Evropske unije u ovoj oblasti. Kapaciteti kulture nisu ravnomjerno raspoređene na području KS“. Zatim, doprinosi ostvarivanju strateške vizije Kantona Sarajevo, koja glasi: Kanton Sarajevo je evropska dinamična, kreativna i kulturno raznolika regija ugodnog življenja i unosnog poslovanja. Studija nudi i argumentaciju za strateški stav po kome je KS centar kreativnih industrija u BiH, a i šire u regionu, ... razvoj kreativnih industrija je realna podloga socio-ekonomskom razvoju Kantona ... I na kraju, doprinosi afirmaciji izučavanja, mjerenju i promišljanju kreativnih i kulturnih industrija, politika, odnosa javnog, privatnog i civilnog sektora u kontekstu neoliberalnog koncepta u drugoj deceniji 21-og stoljeća.

Ekonomski institut se i ovom prilikom **zahvaljuje** Naručiocu, čiji su komentari i sugestije u svim fazama izrade u cijelosti uključeni. Ekonomski institut ističe saradnju i doprinos Kantona Sarajevo i njegovih institucija, zatim svih institucija kreativne i kulturne industrije KS, statističkih agencija i zavoda, kao i brojnim pojedincima i institucijama, saradnicima i partnerima EIS koji su dali doprinos u istraživanju i oblikovanju Studije.

UVOD

Kreativna ekonomija predstavlja novu fazu socio - ekonomskog razvoja posebno u razvijenim društvima, a i šire u svijetu. Značaj kreativnosti i kreativnih industrija za ekonomski razvoj, naročito na lokalnom i regionalnom nivou potvrđen je od strane mnogih međunarodnih organizacija, kao što su UNESCO, Evropska komisija, UNDP, UNDP-UNCTAD, WIPO itd. Generalna konferencija UN 2010 godine donijela je rezoluciju o kulturi i razvoju, gdje su kreativne industrije prepoznate kao značajan razvojni segment rješavanja problema siromaštva, jačanja identiteta lokalnih zajednica, stvaranja bolje investicione klime i povoljnog okruženja za investiranje u lokalne zajednice, te zaustavljanja migracija ka urbanim centrima. Na nivou EU, strategija "Evropa 2020" podvlači ulogu kreativnih industrija u podsticanju pametnog i održivog razvoja evropskih zemalja.

Kulturne i kreativne industrije u posljednjih desetak godina postale su popularan smjer razvoja gradova/lokalnih zajednica. Mnogi ih gradovi/lokalne zajednice koriste kao alat za poticanje privrednog razvoja, kao i za postizanje veće vidljivosti u širem okruženju, posebno u sinergiji s turizmom.

Interes, odgovornost i potreba Kantona Sarajevo da se pristupi izradi ove studije izvodi se iz njegovih ustavnih nadležnosti i odgovornosti. Prema Ustavu Kantona Sarajevo član 12. pod c) Kanton Sarajevo ima isključivu nadležnost vezano za utvrđivanje i provođenje kulturne politike i pod l) stvaranje pretpostavki za optimalan razvoj privrede koja odgovara urbanoj sredini. Na posredan način i druge nadležnosti i odgovornosti su uzročno-posljedično povezane s kreativnim i kulturnim industrijama. Ovdje se apostrofira i činjenica da je prema Ustavu Bosne i Hercegovine, Sarajevo glavni grad Bosne i Hercegovine, a time i sjedište kulturnih institucija od nacionalnog (državnog) značaja, kao što je Zemaljski muzej, Nacionalna i univerzitetska biblioteka, Umjetnička galerija BiH, Historijski muzej, ali i nacionalno (narodno) pozorište sa nacionalnom operom, dramom, baletom i simfonskim orkestrom. KS je osnivač jednog broja kulturnih institucija, koje u skladu s tim podnose izvještaje o radu, planove rada i finansijske planove na usvajanje Skupštini KS. KS također finansira veliki broj drugih kulturnih institucija i manifestacija.

Opšti cilj Studije je da doprinose ubrzavanju socio-ekonomskog razvoja u Kantonu Sarajevo putem poticanja razvoja kulturnih industrija i kreativnog sektora, a u saglasnosti sa razvojnim usmjerenjima sadržanim u Evropa 2020 i SEE 2020.

Specifični ciljevi izrade studije su:

- Na osnovu proučavanja različitih modela kreativne ekonomije u svijetu i EU postaviti prijedlog modela, koji će biti najadekvatniji za kreativnu industriju u Kantonu.
- Mapirati ključne sudionike, predstavnike različitih podgrupa kreativne ekonomije u skladu sa definiranim modelom te sprovesti potrebna istraživanja (statistička istraživanja i analize postojećih izvora podataka, intervjui/SWOT radionice) za izradu SWOT analize kreativne ekonomije u Kantonu (snage, prepreke, mogućnosti i pretnje razvoju kulturne industrije i kreativnog sektora).
- Analizirati dobre prakse u EU (osobito u metropolama), te u zemljama u okruženju na području potpornih mehanizama, te analizirati pravni, institucionalni okvir, ljudske kapacitete te finansijske poticajne instrumente, koji su primjenjivi na nivou Kantona.
- Izraditi ključne preporuke za unapređenje potporne okoline za ubrzani razvoj kulturne industrije i kreativnog sektora u Kantonu.

Ciljevi su, prema projektnom zadatku, postignuti u nekoliko faza. U prvoj fazi kroz analizu svih raspoloživih podataka i informacija, dostupnih u domaćim i međunarodnim studijama i informacionim bazama definiran je model kreativne ekonomije koji najbolje odgovara situaciji u Kantonu Sarajevo te na toj osnovi opredijeljene su osnovne grupacije (subklastre) ili potencijalni stubovi razvoja kreativnog sektora.

U drugoj fazi, na osnovu postavljenog modela, provedeno je mapiranje svih ključnih sudionika u svim podgrupama aktera, kao u privatnom, nevladinom i javnom sektoru, te upotrebom relevantnih alata (strukturirani intervjui/ SWOT radionice) prepoznate njihove potrebe te urađena SWOT analiza kreativne ekonomije u Kantonu. Zbog nepostojanja domaće definicije i kriterija za svrstavanje preduzeća i organizacija u područje kreativne ekonomije, kao podlogu za mapiranje, nosilac projektnog zadatka je respektirao međunarodno prepoznate kriterije, prema definicijama, koje su navedene u opisu projektnog zadatka.

U trećoj fazi, a na osnovu u EU primijenjenih indikatora, definirana je situacija i položaj kreativne ekonomije (u svim njezinim postojećim pojavnim oblicima) u Kantonu, kao i njezin doprinos ka ostvarenju ekonomskih ciljeva u dosadašnjem razvoju Kantona Sarajevo. U tome kontekstu dati su agregatni podaci za sve podsektore (prema NACE klasifikaciji), uključene u model kreativne ekonomije u Kantonu.

U četvrtoj fazi nosilac zadatka je izradio komparativnu analizu domaćih potpornih politika i dobrih praksi u EU/OECD te kroz primjenu relevantnih istraživačkih alata (strukturirani intervjui sa nosiocima inicijativa, te nosiocima javnih funkcija/SWOT radionica), kao i završni izvještaj sa preporukama i usmjerenjima za ključne potrebne korake za brzi razvoj kreativne ekonomije. U

saradnji sa nosiocima kreativnih i kulturnih industrija Kantona i Naručiocem, identificiran je portfolioj ključnih investicionih projekata i mogućih izvora finansiranja (uključujući donatore i EU i druge fondove).

Radna verzija izvještaja je dostavljena Naručiocu, a primjedbe, prijedlozi i sugestije, su uključene u finalni završni izvještaj.

U pripremi studije korištena je sljedeća metodologija:

- analiza sekundarnih izvora (zvaničnih međunarodnih i domaćih dokumenata, informacija, analiza, studija, izvještaja analiza);
- analiza web stranica institucija kulture; grada Sarajeva, Kantona Sarajevo, Federacije BiH i Bosne i Hercegovine
- analiza registra nevladinih organizacija i fondacija koje djeluju na području Kantona Sarajevo,
- zvanične statistike kulture i drugih relevantnih statistika (Federalni zavod za statistiku, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine),
- sistematsko praćenje pisanja e-medija o kulturi, kulturnoj i kreativnoj industriji, kulturnoj politici, stanju i problemima, posebno u finansiranju u periodu od septembra 2015. do juna 2016.
- strukturirani dubinski intervjui obavljeni u januaru i februaru 2016. godine sa izabranim predstavnicima javnog, privatnog i civilnog sektora sa predstavnicima Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine, Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine, Narodnog pozorišta Sarajevo, JU Muzej Sarajeva, JU Zavod za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa Kantona Sarajevo, Javna ustanova za zaštićena prirodna područja, JU Centar kulture Kantona Sarajevo, Bošnjački institut Adilbeg Zulfikarpašić, Muzej suvremene umjetnosti JAVA, Privatni muzej 11/7/95, JU Biblioteka Sarajevo i drugi,
- radionica održana 26/5/2016 sa učesnicima koji su, radi potpune transparentnosti, pozvani putem javnog poziva u sredstvima javnog informiranja, kao i putem e-maila koji je dostavljen na službene e-mail adrese institucija kulture,
- „breinstroming“ na radnim sastancima tima,
- participacija na domaćim i međunarodnim sastancima koji su se bavili kreativnim i kulturnim industrijama na relevantnom području,
- metoda posmatranja - praćenje rada kulturnih institucija u kapacitetu gledatelja-učesnika
- metod analize i komparativne analize, analize vremenskih serija, SWOT analize, itd.
- metod sinteze.

Problemi prilikom izrade u principu su vezani za dostupnost odgovarajućih statističkih podataka, zatim veliki broj učesnika, nepostojanje ažuriranog registra¹, pristup izvještajima o radu i finansiranju udruženja građana i fondacija koje se bave kulturom, konflikt interesa različitih sektora, promjena upravljačkih struktura u institucijama kulture, kao posljedica promjene koalicionih partnera u Kantonu Sarajevo, neriješen status i finansiranje nacionalnih, u smislu državnih, institucija generalno, pa i u kulturi od 1995. godine.

Posebno delikatan problem ovog istraživanja je balansiranje odnosa i očekivanja između predstavnika nacionalnog, državnog, umjetničkog, regionalnog, lokalnog, komercijalnog, grupnog, javnog i privatnog interesa u svim fazama od pripreme, preko istraživanja, intervjua, prezentiranja i diskusija.

Jedan od problema bila je i nedovoljna informisanost ključnih aktera o mogućnostima i značaju kreativnih i kulturnih industrija. Kreativne industrije i inovacije vrlo su neistražena tema u našoj praksi. Percepcija značaja kulturne industrije i kreativnih sektora kao pokretača razvoja u BiH je u vrlo ranoj fazi.

Sadržaj i obim studije je determiniran projektnim zadatkom, vremenom i namjenom teksta. Prilog je organiziran, pored uvoda i zaključka, u sljedeće cjeline: O kulturnoj i kreativnoj industriji - novi pristup razvoju; Podrška razvoju kulturnih i kreativnih industrija - evropska iskustva; Mapiranje kreativne industrije za razvoj Kantona Sarajevo; Kreativna industrija u KS: podsektor muzeji, biblioteke, baština; Kreativna industrija u KS: podsektor izvođačka umjetnost i umjetničko stvaralaštvo, Kreativna industrija u KS: podsektor film, televizija, izdavaštvo, snimanje zvuka i književnost, Kreativna industrija u KS: podsektor računarski programi, oglašavanje, arhitektura i dizajn. Nakon detaljne analize pojedinih podsektora u osmom dijelu studije dat je i nacrt modela strateškog okvira za razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Kantonu Sarajevo. Posljednji dio rezervisan je za prijedloge projekata u kontekstu operacionalizacije prezentiranog strateškog okvira.

Kao osnovni doprinos studije potenciramo sljedeće:

- Popunjavanje praznine koja je uočena u procesu izrade Strategije Kantona Sarajevo 2020 i koja je artikulirana na sljedeći način: „U Kantonu Sarajevu ne postoji baza podataka o činjenicama iz oblasti kulture, a zvanična statistika prati samo neke pokazatelje. Također, zakonski okvir nije usklađen sa zahtjevima Evropske unije u ovoj oblasti. Kapaciteti kulture nisu ravnomjerno raspoređene na području KS“.²

¹ Posljednji registar nevladinih organizacija je urađen i objavljen 2012.

² Prijedlog Strategije razvoja Kantona Sarajevo 2020, Kanton Sarajevo, 2016, www.ks.gov.ba

- Doprinos ostvarivanju vizije Kantona Sarajevo, koja prema Prijedlogu Strategije glasi: Kanton Sarajevo je evropska dinamična, kreativna i kulturno raznolika regija ugodnog življenja i unosnog poslovanja.³
- Doprinos argumentaciji stava da je KS centar kreativnih industrija u BiH, a i šire u regionu, ... razvoj kreativnih industrija je realna podloga socio-ekonomskom razvoju Kantona ...⁴
- Doprinos afirmaciji izučavanja, mjerenju i promišljanju kreativnih i kulturnih industrija, politika, odnosa javnog, privatnog i civilnog sektora u kontekstu neoliberalnog koncepta u drugoj deceniji 21og stoljeća.

Sve primjedbe, sugstije i komentari Naručioca u svim fazama izrade su uključene u konačnu verziju teksta ovog dijela studije.

Ekonomski institut koristi i ovu priliku da se zahvali Naručiocu, institucijama, organizacijama i pojedincima kreativne i kulturne industrije KS, kao i Kantonu Sarajevo i svim njegovim institucijama, te statističkim agencijama na saradnji.

³ Prijedlog Strategije razvoja Kantona Sarajevo 2020, Kanton Sarajevo, 2016, www.ks.gov.ba

⁴ Prijedlog Strategije razvoja Kantona Sarajevo 2020, Kanton Sarajevo, 2016, www.ks.gov.ba

I O KULTURNOJ I KREATIVNOJ INDUSTRIJI - NOVI PRISTUP RAZVOJU

U ovom dijelu elaboriraju se koncept kulturnih i kreativnih industrija (KKI), zatim razvojna uloga kulturnih i kreativnih industrija sa posebnim fokusom na različite modele i pristupe njihovom mjerenju, ekonomski trendovi u KKI, međunarodni okvir za KKI sa fokusom na Evropa 2020 i SEE 2020, uloga kreativne industrije u razvoju grada odnosno transformacija/tranzicija od kreativne industrije u gradu/metropoli od kreativnog grada/metropole. Metodom analize, komparacije i sinteze na kraju ovog dijela dolazi se do elemenata modela kreativne ekonomije Kantona Sarajevo koji je implementiran u poglavljima 3 do 6. U skladu sa projektnim zadatkom, dati su elementi modela, ključni klasteri, podklasteri ili potencijalni stubovi, kao i odgovarajući pristup za mjerenje značaja i doprinosa modela kreativne ekonomije socio-ekonomskom razvoju Kantona Sarajevo.

I 1. Koncept kreativnih industrija

Kreativna i kulturna industrija postaju značajan i rastući dio globalne ekonomije. Doprinos ovih industrija globalnom BDP-u stalno raste, a prema procjenama UNCTAD-a kreativni sektor učestvuje u stvaranju svjetskog BDP-a sa 7% (UNCTAD, 2010, str. 3). U posljednje dvije decenije, vlade mnogih zemalja su prepoznale značajan potencijal koji ove industrije imaju, te su počele da razvijaju specifične politike kako bi ih promovisale. Na taj način je sektor, za koji je prije smatrano da ima marginalan značaj i koji je posljedično imao malu pažnju istraživača, odjednom postao predmet mnogih istraživanja veza između kulture, kreativnih industrija i ekonomskog razvoja kako bi se vladama obezbijedili podaci za kreiranje navedenih politika. Međutim, i pored svih istraživanja, nije uvijek potpuno jasno šta se podrazumijeva pod pojmovima kulturne i kreativne industrije. Tome posebno doprinosi činjenica da različite zemlje imaju različite definicije ovih pojmova.

Povijest kreativnih i kulturnih industrija započinje s pojmom kulturne industrije. Pojam „kulturna industrija“ su prvi upotrijebili Adorno i Horkheimer u djelu Dijalektika prosvjetiteljstva iz 1947. godine (Adorno i Horkheimer, [1947], 2006.), kako bi dali oštru kritiku kulture masovne potrošnje, standardizacije i komodifikacije. Prema njihovom mišljenju, tretirati kulturnu vrijednost kao monetarnu znači uništiti njen kritički potencijal i njenu autentičnost, te se njihova kritika na neki način svodila na protivljenje ulasku kulturne industrije na tržište. Pojam kulturne industrije je polovinom 20. stoljeća činio okosnicu kritike kulture masovne potrošnje i komercijalizacije umjetnosti od strane Frankfurtske škole (Adorno i Horkheimer, 1989).

Tokom 1970-tih i 1980-tih godina koncept „kulturne industrije“ je značajno transformisan, i to u smjeru odmicanja od kritike masovne kulture i Frankfurtske škole. Uslijed nezaustavljivog tehnološkog razvoja nepovratno se mijenja ne samo način kreiranja umjetnosti, veći i način komuniciranja umjetnosti s publikom, te se koncept kulturnih industrija značajno transformira. Pod uticajem kulturne globalizacije kulturne industrije postaju jednim od glavnih pokretača kulturnog razvoja, odnosno glavni posrednik u približavanju elitne umjetnosti onim djelatnostima koje komuniciraju kulturne sadržaje s većim brojem ljudi (Hesmondhalgh, 2002.).

Prvo značajnije razmatranje kulturnih industrija na međunarodnom nivou predstavlja UNESCO-va publikacija *Kulturne industrije: izazov za budućnost kulture* iz 1982. godine. U uvodnom dijelu dokumenta, autori ukazuju na nužnost prihvatanja kulturnih industrija (UNESCO, 1982, str.24):

„Novija istraživanja kulturnog života čitave populacije (statistike o kulturnim praksama i kulturnoj potrošnji, semiotičke studije i sociološka istraživanja) sve jasnije ukazuju na značaj industrijski proizvedenih kulturnih proizvoda koji omogućavaju pristup kulturi najvećem broju stanovnika.“

Prema definiciji UNESCO-a kulturne industrije su:

„industrije koje stvaraju, proizvode i komercijaliziraju nematerijalne sadržaje kulturne prirode. Takvi su sadržaji, u obliku proizvoda ili usluge, obično zaštićeni autorskim pravima“.

Značajan teorijski doprinos u razvoju koncepta kulturnih industrija predstavlja knjiga Kulturne industrije Davida Hesmondhalgha, u kojoj autor naglašava značajan uticaj kulturnih industrija i njihov ubrzani razvoj tokom posljednjih dvadesetak godina 20. stoljeća. Hesmondhalgh kulturne industrije definira kao one aktivnosti čiji je primarni cilj komunikacija s publikom i stvaranje sadržaja (značenja). Pod pojmom kulturne industrije Hesmondhalgh podrazumijeva vrlo široki dijapazon područja, a ključnima smatra reklamu, marketing, radijsku, televizijsku, filmsku i muzičku industriju, Internet, izdavaštvo, te videoindustriju i kompjuterske igre. Pored ključnih, Hesmondhalgh prepoznaje i tzv. sporedne kulturne industrije koje su kao i ključne usmjerene na proizvodnju sadržaja (značenja), ali prilikom reprodukcije sadržaja (proizvoda) koriste polu-industrijske ili neindustrijske metode. Zajedničko obilježje tih industrija je da je tip proizvodnje kulturnih proizvoda unutar tih područja industrijske prirode (Primorac, 2004.)

Kako se koncept kulturnih industrija, zasnovan na užoj definiciji umjetnosti i kulture uslijed brzog razvoja tehnologije i novih medija pokazao nedostatnim, početkom 1990-tih godina se uvodi termin kreativne industrije. Uvođenje termina kreativne industrije na neki način ukazuje na nastavak jačanja ekonomske i industrijske logike u kulturi. Mnogi autori to povezuju i sa činjenicom da su 1990-te godine obilježene dominacijom neoliberalne ideologije u javnim politikama većine kapitalističkih zemalja (Miller, 2009; Garnham, 2005). Iako pojam „kreativne

industrije“ izvorno potiče iz strateškog dokumenta australske vlade *Creative Nation* objavljenog 1994. godine (Commonwealth Government, 1994.), najveća zasluga promoviranju koncepta kreativnih industrija pripisuje se britanskom Uredu za kreativne industrije Odjela za kulturu, medije i sport⁵ (eng. The Department for Culture, Media & Sport - DCMS), koji je 1998. godine objavio dokument *Creative Industries Mapping* koji sadrži prvu definiciju kreativnih industrija:

„one djelatnosti koje proizlaze iz kreativnosti, vještina i talenata pojedinaca, a koje imaju potencijale za stvaranje bogatstva i radnih mjesta kroz proizvodnju i eksploataciju intelektualnog vlasništva“

Osnovno obilježje ove definicije je usredotočenost na ljudsku kreativnost (intelekt, vještine i mašta) te na intelektualno vlasništvo. Uvođenjem termina kreativne industrije proširuje se obuhvat pojma kulturnih industrija, što predstavlja zaokret prema potencijalno komercijalnim djelatnostima. Prema DCMS definiciji kreativne industrije obuhvaćaju trinaest kreativnih područja: arhitektura, oglašavanje, umjetnost i antikviteti, zanati, dizajn, modni dizajn, film i video, interaktivni softveri za zabavu (eng. Interactive leisure software), muzika, izvedbena umjetnost, izdavaštvo, softver i računarske usluge, te televizija i radio.

Iako je britanska definicija široko prihvaćena, postoje brojne kritike po pitanju njene ograničenosti na samo trinaest navedenih sektora. Zbog toga je u UNCTAD Izvještaju o kreativnoj ekonomiji ponuđena opširnija definicija, kojom se ovaj pojam dodatno popularizuje i kojom mu se pripisuje širi društveni uticaj. Prema ovoj definiciji kreativne industrije:

- su ciklusi stvaranja, proizvodnje i distribucije roba i usluga, koje koriste kreativnost i intelektualni kapital kao primarne inpute;
- predstavljaju skup aktivnosti baziranih na znanju, fokusiranih, ali ne i ograničenih na umjetnost, koje potencijalno generišu prihode od trgovine i intelektualnih imovinskih prava;
- obuhvataju opipljive proizvode i neopipljive intelektualne i umjetničke usluge s kreativnim sadržajem, ekonomskom vrijednošću i orijentisanošću ka tržištu;
- stoje na raskršću zanatskih, uslužnih i industrijskih sektora; i
- predstavljaju novi dinamički sektor u svjetskoj trgovini (UNCTAD, 2010., str. 8).

⁵ Velika Britanija ima najrazvijeniji kreativni sektor u Evropskoj uniji. Izraženo u BDP-u britanski kreativni sektor je najveći na svijetu, a prema UNESCO-u, u apsolutnom iznosu, Velika Britanija je najuspješniji izvoznik kulturnih dobara i usluga u svijetu. Ova zemlja preuzima vodeću ulogu u razvoju kreativne industrije sredinom devedesetih godina 20. vijeka utvrđivanjem agende za kreativne sektore, koja je sačinjavala politike i smjernice za djelovanje u cilju razvoja kreativne industrije. Zbog toga ne čudi činjenica, da je vlada Velike Britanije prva ponudila definiciju kreativnih industrija.

I prema definiciji DCMS i UNCTAD-a kreativne industrije obuhvaćaju, pored kulturnih industrija kao i svih vrsta kulturne i umjetničke proizvodnje, znatno širi spektar aktivnosti, poput medija te djelatnosti sektora informacijsko-komunikacijskih tehnologija. U tom kontekstu vrlo je česta i upotreba termina kreativne i kulturne industrije (KKI). Premda su kreativne i kulturne industrije uspostavljene kao uspješna paradigma one su predmet stalnog redefiniranja. Dok prema DCMS pristupu kreativne industrije uključuju i kulturne, u posljednje vrijeme su prisutni trendovi razdvajanja kulturnih od kreativnih industrija, ali i uključivanja djelatnosti koje su u međusobnoj ovisnosti s kreativnim i kulturnim industrijama poput turizma, zabave, rekreacije i opuštanja. S druge strane, američki analitičari češće koriste termin „industrije autorskih prava” (eng. copyright industries, copyright based industries) i „industrije zabave” (eng. entertainment industries), dok se su europskim akademskim i političkim krugovima više koristi termini „kreativne industrije” i „kulturne industrije”.

Pored britanskog, u literaturi se navode još tri koncepta kreativnih industrija: francuski, američki i nordijski (European Commission, 2007., str. 46-48). Za razliku od britanskog, francuski koncept se zasniva na užem pojmu kulturnih industrija. U osnovi, ovaj koncept je orijentisan na masovnu reprodukciju kulturnih djela, te stoga obuhvata djelatnosti koje predstavljaju sektorsko jezgro kreativnih industrija: izdavaštvo i štampu, audio-vizuelne aktivnosti i druge usko povezane aktivnosti (novinske agencije, multimedija i oglašavanje). Američki koncept se zasniva na industrijama autorskog prava, pri čemu obuhvata djelatnosti koje su potpuno ili djelimično zaštićene autorskim pravima (npr. arhitektura), odnosno djelatnosti koje su srodne industrijama autorskog prava (npr. kompjuterska, radio i tv oprema i sl.). I na kraju, nordijski koncept polazi od „ekonomije doživljaja” koja se zasniva na tezi da potrošači pridaju veću važnost doživljaju koji određeni proizvod nudi, nego li samom tom proizvodu. Ekonomija doživljaja pomjera težište sa proizvodnje na potrošnju, ali obuhvata i neke djelatnosti koje stvaraju proizvode čija upotrebna vrijednost zavisi od intenziteta simboličkog značenja (npr. audio-vizuelne djelatnosti, vizuelne umjetnosti, diskografija i sl.). Pored djelatnosti obuhvaćenih kreativnom industrijom prema britanskom konceptu, nordijski koncept obuhvata i zabavu, turizam i sport.

Nije rijetkost da se pojmovi kulturna i kreativna industrija koriste kao sinonimi, međutim bitno je istaći da se radi o dva pojma sa različitim značenjem. Najpoznatija distinkcija među ovim pojmovima je ona koju je dao UNESCO. Prema toj organizaciji pojam kulturne industrije se odnosi na industrije koje kombinuju stvaranje, proizvodnju i komercijalizaciju kreativnih sadržaja koji su neopipljivi i po svojoj prirodi proizvod kulture (UNESCO, 2006., str. 3). Njihov sadržaj je po pravilu zaštićen autorskim pravima, a mogu biti u obliku određenog dobra ili usluge. Kulturne industrije uključuju štampu, izdavaštvo i multimediju, audiovizuelnu,

diskografsku i kinematografsku produkciju, kao i zanate i dizajn. S druge strane, pojam kreativne industrije obuhvata širi spektar aktivnosti, koje uključuju kulturne industrije ali i svu kulturnu ili umjetničku proizvodnju (UNESCO, 2006., str. 3).

Zbog izražene potrebe za jedinstvenim statističkim okvirom unutar Evropske Unije, Operativna grupa za statistiku u kulturi (The Leadership Group on Cultural Statistics, LEG-Culture) je dobila zadatak utvrđivanja zajedničke definicije kulturnog sektora, kao i identifikovanja promjena u statističkim klasifikacijama kako bi se omogućilo bolje praćenje kulturnih aktivnosti. Polazeći od UNESCO definicije kreativne industrije, LEG predlaže proširenje ove definicije na trgovini kulturnim dobrima i uslugama, uključujući i arhitekturu. Tako na primjer, Eurostatova definicija kulture obuhvata umjetničko i spomeničko nasljeđe, vizuelne umjetnosti, arhitekturu, arhivsku i bibliotečku djelatnost, izdavaštvo, izvođačke umjetnosti, audio-vizuelne djelatnosti i multimediju (EUROSTAT, 2000).

Zaokret od koncepta kulturnih prema konceptu kreativnih industrija vidljiv je i na nivou politika Europske unije. Europska komisija je pred kraj 2012. godine predložila novi program za kulturu i medije, za budžetsko razdoblje od 2014. do 2020. godine, pod nazivom „Kreativna Europa“ (eng. Creative Europe 2014-2020). Kreativna Europa zamjenjuje program Kultura 2007-2013 (eng. Culture Programme 2007-2013), koji je za cilj imao jačanje mobilnosti umjetnika, umjetničkih djela i poticanje međukulturnog dijaloga. Kreativna Europa (2014.–2020.) sedmogodišnji je program namijenjen kulturnom i audiovizualnom sektoru u okviru kojeg se nalaze dva zasebna potprograma – potprogram Kultura i potprogram MEDIA. Opći ciljevi Kreativne Europe 2020 su poticanje očuvanja i promocije europske kulturne i jezične raznolikosti te jačanje kompetitivnosti kulturnog i kreativnog sektora, sve u cilju promocije pametnog i održivog rasta. Među specifičnim ciljevima potrebno je istaći pružanje podrške kapacitetima kulturnog i kreativnog sektora u transnacionalnoj saradnji, promociju transnacionalne mobilnosti kulturnih i kreativnih industrija te privlačenje nove publike i olakšanje pristupa kulturnim i kreativnim djelima Unije s posebnim naglaskom na djecu, mlade i isključene skupine.

Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD, 2007, str. 54) je prva svojim konceptom kreativnih industrija obuhvatila digitalni sadržaj. Prema ovom konceptu „industrije sadržaja“ obuhvataju sve industrije koje proizvode informacijskog sadržaja, bez obzira na to da li se radi o digitalnim proizvodima ili ne. Tako se kao podskup ovih industrija javlja industrija elektronskog sadržaja u kojoj se primarno proizvode elektronski proizvodi (digitalni proizvodi) .

U zemljama Jugoistočne Evrope (SEE) ne postoje zvanične definicije kreativne industrije niti klasifikacija sektora koji čine te industrije. Umjesto toga, u ovim zemljama je zastupljen

tradicionalni pristup kreativnim industrijama koji obuhvata polja kulturnog stvaralaštva kao što su muzika, film, knjige i audiovizuelna produkcija, ali ne i softver, oglašavanje ili dizajn. Kreativne industrije se ne smatraju specifičnim sektorom ni u kulturi, ni u ekonomiji, i ne doživljavaju se kao potencijalno profitabilan sektor.

Ako uzmemo u obzir sve navedene definicije možemo zaključiti da kreativne i kulturne industrije predstavljaju mješavinu umjetnosti, kulture, tehnologije i trgovine. Ono što povezuje ove aktivnosti je činjenica da se njihovi proizvodi javljaju u vidu autorskog prava ili intelektualnog vlasništva, čime se osigurava okvir za pretvaranje kreativnosti u ekonomsku vrijednost.

I 2. Osnovni modeli kulturnih i kreativnih industrija

Pregledom dostupne literature identificirana su četiri osnovna modela kreativnih industrija koji na sistematičan način prikazuju strukturalna obilježja kreativnih industrija. Svaki model se zasniva na određenim pretpostavkama o svrsi i načinu funkcionisanja kreativnih/kulturnih industrija te koristi zasebni sistem klasifikacije:

- Britanski DCMS model se zasniva na djelatnostima koje zahtijevaju kreativnost, vještine i talent, a imaju potencijal za rast i stvaranje radnih mjesta (DCMS, 2001).
- Model simboličkog teksta je tipičan model pristupa kulturnim industrijama, zasnovan na industrijskoj proizvodnji i diseminaciji simboličkog teksta (Hesmondhalgh, 2002.)
- Model koncentričnih krugova se temelji na pretpostavki da kreativne ideje nastaju u jezgri kreativnih umjetnosti u obliku teksta, zvuka i slike i da se zatim šire i rasprostiru izvan same jezgre. Rasprostiru se putem niza slojeva ili "koncentričnih krugova" s padajućom proporcijom kulturnog i rastućom proporcijom komercijalnog sadržaja kako se udaljavaju od jezgre (Throsby, 2001).
- WIPO model autorskih prava je zasnovan na industrijama koje su direktno ili indirektno uključene u stvaranje, preradu, proizvodnju, prenos (emitiranje) i distribuciju autorskih prava (WIPO, 2003.).

Sistemi klasifikacije za kreativne industrije izvedeni iz različitih modela su prikazani u Tabeli ispod.

Tabela 1. Sistemi klasifikacije za kreativne industrije izvedeni iz različitih modela

UK DCMS model	Model simboličkog teksta	Model koncentričnih krugova	WIPO model autorskih prava
Oglašavanje	Središnje kulturne industrije	Jezgra kreativnih umjetnosti	Osnovne industrije temeljene na autorskim
Arhitektura	Oglašavanje	Literatura	Oglašavanje
Umjetnost i tržište antikvitetima	Film	Muzika	Društva za prikupljanje kolektivnih prava
Zanati	Internet	Izvedbene umjetnosti	Film i video
Dizajn	Muzika	Vizuelne umjetnosti	Muzika
Moda	Izdavaštvo	Jezgra kulturnih industrija	Izvedbene umjetnosti
Filmska i video industrija	Radio i televizija	Film	Izdavaštvo
Muzika	Video i računarske igrice	Muzeji i knjižare	Softver
Izvedbene umjetnosti	Periferne kulturne industrije	Šire kulturne industrije	Televizija i radio
Izdavaštvo	Kreativne umjetnosti	Baština-usluge	Vizualne i grafičke umjetnosti
Softver	Rubne kulturne industrije	Izdavaštvo	Industrije međuovisne s autorskim pravom
Radio i televizija	Potrošačka elektronika	Snimanje zvuka	Prazan materijal za snimanje
Video i računalne igre	Moda	Televizija i radio	Potrošačka elektronika
	Softver	Video i računarske igrice	Muzički instrumenti
	Sport	Ostale povezane industrije	Papiri
		Oglašavanje	Fotokopirni aparati, fotografska oprema
		Arhitektura	Industrije koje su djelomično zasnovane na autorskim pravima
		Dizajn	Arhitektura
		Moda	Odjeća i obuća
			Dizajn
			Moda
			Dobra u kućanstvu; igračke

Izvor: UNESCO, 2013.

I 3. Razvojna uloga kreativnih industrija

Savremenu ekonomiju karakteriše sve veće učešće sektora usluga u ukupnoj ekonomskoj aktivnosti, ali i stvaranje novih sektora koji su usko povezani sa sektorom usluga i koji doprinose bržem ekonomskom razvoju. Širenje sektora usluga i stvaranje novih sektora u znatnoj mjeri zavisi od kreativnosti, kao jednog od značajnijih faktora ekonomskog razvoja. „Moderna ekonomija“ ili „ekonomija zasnovana na znanju“ se oslanja na kreativnost, pri čemu kreativne industrije predstavljaju generatore ekonomskog rasta. Zbog toga savremeno shvatanje ekonomskog razvoja podrazumijeva ujednačeno povezivanje kulturnih aktivnosti i industrijskih sektora, sa posebnim naglaskom na nove ideje i njihovu kreativnu primjenu u generisanju ekonomskog razvoja.

Već smo istakli da je kreativna industrija najbrže rastući sektor unutar globalne ekonomije. U periodu 2002-2011 prosječna godišnja stopa rasta kreativnog sektora iznosila je 8,8%, pri čemu je ta stopa u zemljama u razvoju bila još veća i iznosila je 12,1% (UNDP, 2013, str. 153). Samo unutar EU prihod od kreativnog sektora je iznosio 654 milijardi eura u 2003., što predstavlja 2,6% ukupnog BDP-a EU (EU, 2012, str. 6). Već u 2008. ovaj udio kreativne industrije u BDP-u EU je bio skoro dvostruko veći, odnosno 4,5%. Kako bismo dobili jasniju sliku o značaju kreativnih industrija, uporedićemo udio kreativne industrije sa udjelima nekih sektora u ukupnom BDP-u EU. Tako je u 2003. udio kreativne industrije u BDP-u bio veći od udjela aktivnosti na tržištu nekretnina (2,1%), industrije hrane, pića i cigareta (1,9%), hemijske industrije (2,3%) itd. (EU, 2012, str. 6). Povrh svega, kreativni sektor raste sve više i njegov doprinos ekonomskom bogatstvu zemalja postaje sve značajniji.

Širom svijeta vlade sve više prepoznaju značaj kreativnih industrija kao generatora zapošljavanja i ekonomskog razvoja. Tome su doprinijela i istraživanja uticaja kreativnih industrija na ekonomski razvoj u kojima je utvrđeno da kreativne industrije, pored toga što su generator ekonomskog rasta i zaposlenosti, imaju potencijal da postanu primarni faktor razvoja cjelokupne ekonomije, ali i da neke njene grane (arhitektura, dizajn i sl.) mogu da obezbijede sekundarnu ekspanziju ekonomskih aktivnosti. U jednoj studiji je utvrđeno da su istraživači do sada sugerisali postojanje čak osam područja ekonomije koja su pod direktnim uticajem kreativnih industrija. Ta područja su: borba protiv nezaposlenosti, doprinos kreiranju nove dodane vrijednosti, pospješivanje vanjske trgovine (izvoza), jačanje socijalne inkluzije, društveni i kulturni razvoj, porast kvaliteta života, borba protiv nezaposlenosti mladih i ostali indikatori socio-ekonomskog razvoja (Daubaraitė i Startiene, 2015, str. 129-134).

Kreativne industrije ne doprinose samo ukupnom razvoju nacionalnih ekonomija, nego i regionalnom i lokalnom razvoju. Razvoj zasnovan na kulturi važan je za regije u svim fazama

razvoja, u regijama konvergencije, u kojima je potrebno podržati infrastrukturni razvoj, ali isto tako i u regijama koje su u kompetitivnoj fazi, gdje se infrastruktura i lokalni resursi eksploatišu kako bi se naglasile komparativne prednosti lokalne ekonomije i kako bi se stimulisala kreativnost i preduzetništvo.

Kreativne industrije imaju mnogo raznovrsnih kvaliteta gledano iz perspektive lokalnog razvoja. Naime, kreativne industrije koriste široku lepezu užih specijalnosti na različitim operativnim nivoima, djeluju društveno odgovorno i uključuju procese koji štite okolinu. U tehničkom smislu, kreativne aktivnosti često generišu pozitivne pojavne oblike u područjima gdje su locirane. Kroz otvorenost i interaktivnost s ostalim disciplinama kreativni sektor podupire aglomeraciju i kreiranje klastera, a što dalje implicira generisanje visokog udjela dodane vrijednosti na lokalnom nivou (UNDP, 2013, str. 29).

Kreativne industrije generišu i niz prelijevajućih efekata na ostatak ekonomije u vidu povećanja konkurentske prednosti, pospješivanja inovacija i poboljšanja društvenog blagostanja. Kreativnost bazirana na kulturi je osnovno svojstvo postindustrijske ekonomije. Preduzećima je potrebno mnogo više od efikasnog proizvodnog procesa, kontrole troškova i dobre tehnološke baze kako bi postala konkurentna. Ona trebaju neke procese koji su usko povezani sa kreativnom industrijom ili su njen produkt kako bi unaprijedila svoju konkurentnost. Tako npr. njima su potrebni proizvodi koji ispunjavaju očekivanja potrošača, jaki brendovi i motivisani radnici. Sve navedeno je usko povezano sa kreativnošću. Zbog toga je potreban razvoj kreativnih vještina, a sama produktivnost više nije dovoljna za stvaranje konkurentskih prednosti.

Industrije bazirane na kreativnosti igraju značajnu ulogu u generisanju inovacija kroz korištenje potencijala kreativnih ljudi i umjetnika koji su često prethodnici u razvijaju novih ideja. One pomažu u promovisanju blagostanja i stimulisanju povjerenja u zajednicu i socijalnu koheziju. Kreativne industrije putem svoje kulturne dimenzije posebno doprinose povezivanju ljudi iz različitih socijalnih, ekonomskih i profesionalnih sfera što u konačnici doprinosi većoj socijalnoj koheziji.

Sve do sada navedene efekte kreativnih industrija na ekonomski razvoj možemo grupisati u sljedeće četiri grupe: ekonomske, socijalne, kulturne i okolinske (UNDP, 2013, str. 128). Ekonomski efekti su svakako od primarnog značaja, a oslikavaju se u povećanju vrijednosti nacionalnog i regionalnog proizvoda, zaposlenosti, investicija, razvoju vještina radne snage i rastu trgovine i turizma. Socijalni efekti su uglavnom posljedica onih aktivnosti koje su povezane sa socijalnom kohezijom, kao što je unapređenje obrazovanja, promovisanje međukulturnog dijaloga, jačanje društvenog kapitala i zaštita ljudskih prava. Kulturni efekti su direktna

posljedica aktivnog učestvovanja građana u produkciji i potrošnji kulturnih dobara. I na kraju, okolinski efekti se javljaju kroz promovisanje svijesti o održivom razvoju putem razvoja kreativnih industrija. Pored toga, okolinski efekti se javljaju i zbog bliske veze između kulture, tradicionalnog znanja i upravljanja prirodnim resursima.

I 4. Razvojni i ekonomski trendovi u kreativnim industrijama

Značaj kreativnih industrija u svjetskoj ekonomiji je sve veći. U 2013. kreativne industrije su generisale rekordan prihod u iznosu od 2 250 milijardi USD (3% svjetskog GDP-a) i zapošljavale 29 miliona ljudi (UNESCO, 2015, str. 14). Region Azije i Pacifika je najveće tržište kreativnih industrija sa ostvarenim prihodom od 743 milijarde USD i 12,7 miliona zaposlenih u 2013. Na drugom mjestu je Evropa sa prihodom od 709 milijardi USD i 7,7 miliona zaposlenih u kreativnoj industriji. Ova dva regiona su zajedno ostvarila 65% ukupnog prihoda i zapošljavala 69% ukupno zaposlenih u kreativnoj industriji svijeta.

Tabela 2. Prihodi i zaposlenost u kreativnim industrijama, po svjetskim regijama u 2013.

Regije	Prihodi (u mld USD)	Zaposlenost (u mil zaposlenih)
Azija-pacifik	743	12,7
Evropa	709	7,7
Sjeverna Amerika	620	4,7
Latinska Amerika	124	1,9
Afrika i Bliski Istok	58	2,4

Izvor: UNESCO, 2015., str. 15.

Sektori koji su najviše doprinijeli generisanju prihoda od kreativnih industrija su televizija i vizuelne umjetnosti, koji su zajedno ostvarili više od trećine ukupne ekonomske vrijednosti (39% prihoda i 35% zaposlenih). Radio i igre su najmanji sektori sa samo 6% zaposlenih i 4% prihoda u 2013., ali se dalje razvijaju na dinamičnim tržištima (UNESCO, 2015, str. 15).

Tabela 3. Prihodi i zaposlenost u kreativnim industrijama, prema sektorima u 2013.

Sektori	Prihodi (u mld USD)	Zaposlenost (u mil zaposlenih)
Televizija	477	3,5
Vizuelne umjetnosti	391	6,7
Novine i magazini	354	2,8
Oglašavanje	285	1,9
Arhitektura	222	1,6
Knjige	143	3,6
Umjetnost performansa	127	3,5
Igre	99	0,6
Filmovi	77	2,4
Muzika	65	3,9
Radio	46	0,5

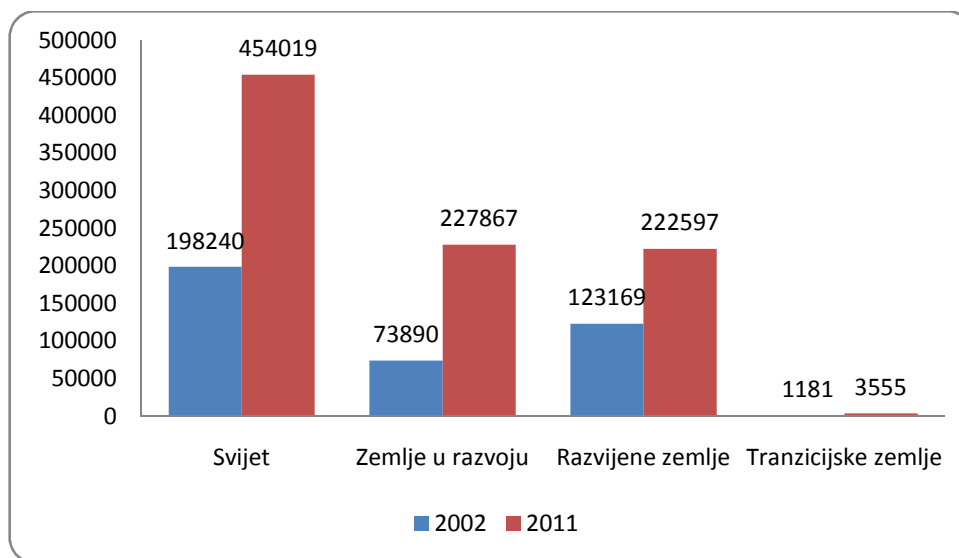
Izvor: UNESCO, 2015., str. 14

Međutim, ako posmatramo produktivnost sektora, igre, oglašavanje i arhitektura imaju najveće prihode po zaposlenom radniku. S druge strane, muzika i filmovi su veliki generatori zaposlenosti, ali uz nisku produktivnost sektora.

Radna snaga u kreativnim sektorima širom svijeta ima četiri zajedničke karakteristike (UNESCO, 2015, str. 19):

- Visoka zaposlenost mladih: U Evropi su kreativni sektori zapošljavali više mladih osoba starosti 15-29 godina, nego bilo koji drugi sektor (19,1% u kreativnim sektorima nasuprot 18,6% u ostatku ekonomije) u 2013. U Centralnoj i Istočnoj Evropi, mlade osobe ostvaruju za 1,3% veću zaposlenost u kreativnim sektorima, nego li u ukupnoj ekonomiji.
- Visoka produktivnost: U nekim sektorima kreativne industrije doprinose više GDP-u zemlje, nego što je to prosjek za ukupnu ekonomiju. U Kini sektori film i televizija generišu 78% više dodane vrijednosti po radniku u odnosu na ostatak ekonomije.
- Nezavisnost i preduzetništvo: Kreativne industrije su oduvijek pokretane od strane malih preduzeća ili pojedinaca. Više od polovine (53%) kanadskih programera igrica su se izjasnili kao nezavisni operateri. U SAD umjetnici su 3,5 puta češće samozaposleni nego radnici u ostatku ekonomije.
- Visok nivo obrazovanja: Zaposleni u kreativnim industrijama su najčešće obrazovaniji od prosjeka ukupne ekonomije. U Brazilu, zaposleni u kreativnim industrijama imaju u prosjeku 17% više godina obrazovanja u odnosu na prosječnu nacionalnu radnu snagu u 2010.

Slika 1. Izvoz kreativnih dobara, 2002. i 2011. (u milionima USD)



Izvor: UNCTAD, 2013., str. 162

Dinamiku razvoja kreativnih industrija najbolje možemo pratiti pomoću analize međunarodne trgovine kreativnim dobrima i uslugama. Međunarodna trgovina kreativnim dobrima i uslugama je porasla sa 559,5 milijardi USD koliko je iznosila 2010. na 624 milijardi USD koliko je iznosila 2011. Trgovina kreativnim dobrima je više nego udvostručena u periodu 2002-2011. rastući sa 198 milijardi USD, koliko je iznosila 2002., na 454 milijardi USD 2011. Prosječni godišnji rast trgovine kreativnim dobrima u tom periodu je iznosio 8,8%. Rast trgovine kreativnim dobrima je bio posebno značajan u zemljama u razvoju, sa prosječnom godišnjom stopom rasta od 12.1%. Takav rast je omogućio zemljama u razvoju da čak prestignu razvijene zemlje po obimu izvoza kreativnih dobara u 2011. Značajan rast izvoza kreativnih dobara je ostvaren i u tranzicijskim zemljama. Ove zemlje su utrostručile svoj izvoz u navedenom periodu.

Kreativne industrije u zemljama Jugoistočne Evrope imaju sve veći značaj. Šest zemalja ovog regiona (Albanija, BiH, Crna Gora, Hrvatska, Makedonija i Srbija) su 2011. zajedno izvezle kreativnih dobara u vrijednosti od 748 miliona eura, što je više nego dvostruko povećanje u odnosu na izvoz ovih zemalja u 2003. godini (332 miliona eura) (Mikić, 2013., str. 7).

Tabela 4. Dodana vrijednost i udio zaposlenih u kreativnim industrijama zemalja regiona

Zemlje	Dodana vrijednost (%)			Udio zaposlenih (%)		
	2003	2007	2011	2003	2007	2011
Albanija	0,80	2,40	0,30	na.	4,06	6,15
Bosna i Hercegovina	13,81	11,90	11,60	4,19	5,62	6,44
Crna Gora	na.	8,58	9,99	5,60	6,53	5,40
Hrvatska	11,12	11,62	11,82	7,80	9,67	9,11
Makedonija	11,10	11,45	11,56	5,60	6,53	6,03
Srbija	6,43	11,48	14,70	4,09	4,72	5,31

Izvor: Mikić, 2013., str. 5-6.

Izuzev Albanije, sve zemlje regiona imaju ujednačen udio dodatne vrijednosti koja je generisana unutar kreativnih industrija. Najveći udio dodatne vrijednosti je ostvaren u Srbiji u 2011. (14,70%), dok je Hrvatska, u istoj godini, imala najveći udio zaposlenih u kreativnim industrijama (9,11%).

Iako treba biti oprezan prilikom interpretacije statističkih podataka o kreativnim industrijama zbog metodoloških ograničenja prilikom njihovog prikupljanja, podaci navedeni u ovom poglavlju ipak pružaju dovoljno argumenata za pozicioniranje kreativnog sektora. Opšte promjene do kojih dolazi u širem ekonomskom okruženju, govore da kreativnost i inovacije postaju značajni faktori razvoja i konkurentnosti različitih ekonomija.

I 5. Međunarodni okviri za razvoj kreativne industrije

Međunarodni okviri za razvoj kreativne industrije predstavljaju skup dokumenata usvojenih od strane različitih međunarodnih organizacija i svjetskih vlada, kojima se žele promovisati i regulisati oblasti kulturnih i kreativnih industrija. Među najvažnijim dokumentima su *Esenska deklaracija*, UNESCO-va *Univerzalna deklaracija o kulturnoj raznovrsnosti i Konvencija o zaštiti i promociji raznovrsnosti kulturnih izraza*, kao i *Rezolucija Evropskog parlamenta o kulturnim industrijama*. Ovim dokumentima treba dodati i dvije razvojne strategije: *Evropa 2020 – Evropska strategija za pametan, održiv i inkluzivan rast* i *Jugoistočna Evropa 2020*.

Prvi evropski dokument o kulturnim industrijama, *Esenska deklaracija*, je rezultat međunarodnog Kongresa eksperata održanog u Essenu, u maju 1999. godine. Cilj ovog Kongresa je bio definisanje uspješnog razvojnog koncepta za kulturne industrije u evropskim regionima i gradovima. Rezultati Kongresa su sažeti u dokumentu *Esenska deklaracija*, a poznati su kao „deset aksioma“:

- 1) Kulturne industrije predstavljaju poseban ekonomski sektor,

- 2) Kulturne industrije su okrenute ka budućnosti,
- 3) Kulturne industrije mogu da obezbijede i pruže mogućnost zapošljavanja na regionalnom nivou,
- 4) Kulturne industrije mogu da potpomognu jačanje endogenih regionalnih potencijala,
- 5) Kulturne industrije uzimaju u obzir evropsko istorijsko naslijeđe,
- 6) Kulturne industrije zahtijevaju aktivnu kulturnu politiku,
- 7) Kulturne industrije zahtijevaju aktivnu ekonomsku politiku,
- 8) Kulturne industrije zahtijevaju podršku politike urbanog razvoja,
- 9) Kulturne industrije zahtijevaju integrisane urbane i regionalne politike,
- 10) Kulturne industrije zahtijevaju odgovarajući kontekst u Evropi (Vujadinović, 2002, str. 123-127).

Esenska deklaracija je skrenula pažnju istraživača i donosioca odluka na potrebu za većim fokusom na razvojnu ulogu kulturnih i kreativnih industrija. Kao posljedica toga, ubrzo je održano niz konferencija i simpozija o kreativnim industrijama. U julu 2000. u Varšavi je održan UNESCO-v Simpozij o razvoju kulturnih industrija (UNESCO Symposium on Culture Industries Development). Zaključeno je da su podrška i zaštita umjetničke kreativnosti važni za kulturne industrije u Evropi i naglašena je potreba za stvaranjem održivih tržišta kulturnih dobara. Proizvođačima kulturnih dobara (umjetnicima i producentima) potrebno je pružiti podršku u oblastima marketinga i distribucije, a takva održiva tržišta ne treba da zadovoljavaju globalne standarde već potrebe i želje lokalne populacije. Potrebno je razvijati i regionalnu saradnju, stvoriti strukture za uzajamnu podršku zemalja-susjeda, finansirati istraživanja i omogućiti razmjenu informacija o kulturnim i medijskim politikama i industrijama (Jović i Mikuć, 2006, str. 29).

UNESCO je organizacija koja je najviše doprinijela razvoju kreativnih industrija u svijetu, a posebno u zemljama u razvoju, kroz niz preporuka koje su sažete u dva dokumenta: *Univerzalnoj deklaraciji o kulturnoj raznovrsnosti i Konvenciji o zaštiti i promociji raznovrsnosti kulturnih izraza*. UNESCO u svojim periodičnim izvještajima prati dinamiku trgovine kulturnim i kreativnim dobrima i uslugama. Zbog činjenice da zemlje u razvoju i posebno tranzicijske zemlje imaju neravnomjeran položaj u međunarodnoj trgovini kreativnim dobrima i uslugama, UNESCO preporučuje uspostavljanje solidarnih odnosa, kako bi svim zemljama, naročito zemljama u razvoju i zemljama u tranziciji, bilo omogućeno da razviju svoje kreativne industrije koje bi bile održive i konkurentne na nacionalnom i međunarodnom planu.⁶ Pored toga, u Deklaraciji se ističe kako tržišne sile, same po sebi, ne mogu garantovati očuvanje i promociju kulturne

⁶ Article 10 – Strengthening capacities for creation and dissemination worldwide, Universal Declaration on Cultural Diversity, UNESCO, 2001, <http://www.unesco.org>

raznovidnosti, koja je ključ održivog ljudskog razvoja. Zbog toga treba obnoviti partnerstva između javnog, privatnog i civilnog sektora.⁷

Uzimajući u obzir sve izraženiju potrebu za definisanjem kulturnih industrija u EU i utvrđivanjem prioriteta u njihovom razvoju, Evropski parlament je 2003. donio *Rezoluciju o kulturnim industrijama*. Parlament u ovoj Rezoluciji konstatuje da razvoj kulturnih industrija zahtjeva podršku javnih vlasti; da mala i srednja preduzeća u oblasti kulture stvaraju i nude jedinstvene proizvode koji doprinose društvenom razvoju u cjelini; da se u strukturi kulturnih industrija nalaze velike i moćne multinacionalne korporacije i da je zbog toga neophodno podržavati mala preduzeća; da postoji jasna veza između kulture, kulturne produkcije i ekonomskog razvoja na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou; da „piraterija“ u ogromnoj mjeri nanosi štetu kreativnim industrijama i negativno utiče na buduće investicije u lokalne kulturne proizvode, i stoga podriva temelje kulturne raznovidnosti; da je poštovanje prava intelektualne svojine preduslov za razvoj kreativnosti i evropskih kulturnih industrija, kao i da su kulturne industrije usko povezane sa turizmom koji je, u ekonomskom smislu, jedna od glavnih evropskih industrija.⁸

Zbog svega navedenog, Parlament je naglasio značaj odnosa između kulture, produkcije kulturnih proizvoda i usluga, ekonomskog razvoja i zapošljavanja na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou; preporučio Evropskoj komisiji da izradi detaljnu studiju, odnosno evropsku mapu kulturnih industrija, koja bi uzela u obzir sve kulturne, ekonomske, pravne i tehnološke aspekte ovih industrija u EU. Dalje, Parlament je Komisiji preporučio da izradi i promoviše novi strateški dokument - Green Paper on European Culture – uzimajući u obzir sljedeće: saradnju između država članica i evropskih regiona u oblasti kulturnih industrija; potrebu da se ispituju postojeće prepreke u razvoju ovih industrija i identifikuju odgovarajuća rješenja; potrebu da se promoviše i održi kulturna raznovidnost Evrope, kao i da se uspostave partnerstva između privatnog i javnog sektora; potrebu da se promoviše konkurentnost evropskih kulturnih i kreativnih industrija i, konačno, potrebu da se istraži uticaj aktivne kulturne politike na ekonomski rast (inovacije, vještine i znanja u sektoru kulture, broj zaposlenih, itd.).

⁷ Article 11 – Building partnerships between the public sector, the private sector and civil society, Universal Declaration on Cultural Diversity, UNESCO, 2001, <http://www.unesco.org>

⁸ European Parliament Resolution on Cultural Industries, European Parliament, 2003, http://www.encatc.org/downloads/Report_Cultural_Industries.pdf

Iako se u strategiji *Evropa 2020* nigdje izričito ne spominju kreativne i kulturne industrije, već iz samih razvojnih ciljeva se može naslutiti da se u ovom dokumentu insistira na segmentima razvoja koji podržavaju razvoj kreativne industrije. U *Evropa 2020* su istaknuti sljedeći prioriteti:

- Pametan rast: razvoj ekonomije bazirane na znanju i inovacijama.
- Održivi rast: promovisanje efikasnije, „zelene“ i konkurentnije ekonomije.
- Inkluzivan rast: poticanje ekonomije visoke zaposlenosti koja obezbjeđuje socijalnu i teritorijalnu koheziju (European Commission, 2010, str. 3).

Kako smo ranije istakli, svaki od ovih ciljeva je u skladu sa razvojem kreativnih industrija, pri čemu kreativne industrije čak doprinose njihovom ostvarivanju.

Za razliku od strategije *Evropa 2020*, u strategiji *Jugoistočna Evropa 2020* je jasno istaknut cilj unapređenja kreativnih industrija. U strategiji se navodi da zbog toga što se u zemljama Jugoistočne Evrope kreativni i kulturni sektori još uvijek ne percipiraju kao pokretači razvoja oni trebaju postati dio nacionalne politike i dobiti značajniju institucionalnu podršku. Zbog kompleksnosti kulturnih i kreativnih sektora, kao i različitih nivoa razvijenosti zemalja Jugoistočne Evrope, potreban je višeslojan holistički pristup kako bi se iskoristili svi potencijali koje ovi sektori imaju. Upravo zbog te kompleksnosti, u strategiji *Jugoistočna Evropa 2020* je istaknuto samo nekoliko prioriteta i akcija koji su od ključne važnosti za razvoj ovih sektora:

- Nastaviti sa razvojem zajedničkih pristupa sanacije regionalnog naslijeđa.
- Poticati aktivnu saradnju između tijela koja donose filmske politike, javnih emitera, produkcijskih i distribucijskih preduzeća.
- Implementirati regionalni *Inkubator dizajna* koji se bazira na dizajnerskoj mreži sastavljenoj od relevantnih sudionika iz regiona (Regional Cooperation Council, 2013, str. 23).

Ukoliko se strateški pristupi razvoju kreativnih industrija u regionu to bi doprinijelo razvoju turizma, rastu malih preduzeća i preduzetništva, unaprjeđujući u konačnici poslovno okruženje i atmosferu.

I 6. Od kreativne industrije do kreativnog grada

Kada se ideja „kreativne ekonomije“ primijeni na gradove dolazi do pojave koncepta „kreativnog grada“. Ovaj pojam se odnosi na urbana područja u kojima su različite kulturne aktivnosti sastavni dio ekonomskog i društvenog funkcionisanja grada. Osnovne karakteristike tih gradova su da posjeduju kvalitetnu društvenu i kulturnu infrastrukturu, da imaju visoku

koncentraciju kreativne zaposlenosti i da su atraktivni za privlačenje investicija zbog svojih dobro poznatih kulturnih sadržaja.

Kreativni gradovi koriste svoje kreativne potencijale na raznovrsne načine. Neki djeluju kao generatori kulturnih iskustava za stanovnike i turiste kroz jednostavnu prezentaciju svoje kulturne baštine. Neki od njih, kao što su Edinburg ili Salzburg, koriste festivale za oblikovanje i promociju identiteta. Ostali se oslanjaju na šire kulturne i medijske industrije kako bi obezbijedili veću zaposlenost i dohodak i kako bi djelovali kao centri urbanog i regionalnog rasta. Zbog svega navedenog, postoje različiti načini mjerenja doprinosa kreativne dimenzije razvoju gradova. S jedne strane, doprinos se može mjeriti direktnim efektima na proizvod, dodanu vrijednost, dohodak i zaposlenost ili indirektnim efektima u vidu potrošnje koju ostvare turisti za vrijeme posjete gradu (UNCTAD, 2010, str. 12).

Ipak, ako želimo klasifikovati pojam „kreativnih gradova“ prema načinu upotrebe, onda možemo govoriti o sljedeće četiri grupe:

- Kreativni grad kao umjetnička i kulturna infrastruktura,
- Kreativni grad kao kreativna ekonomija,
- Kreativni grad kao sinonim za jaku „kreativnu klasu“,
- Kreativni grad kao mjesto koje njeguje kulturu kreativnosti (UNCTAD, 2010, str. 13).

Kako bi pomogao gradovima da iskoriste potencijal za ekonomski razvoj, UNESCO je 2004. ustanovio Mrežu kreativnih gradova. Osnovni cilj ove mreže je olakšavanje razvoja kulturnih klastera širom svijeta kako bi se razmijenila znanja, iskustva i najbolje prakse, kao sredstva promovisanja lokalnog ekonomskog i društvenog razvoja kroz kreativne industrije. U cilju boljeg utvrđivanja razvojnih potreba određenih podsektora kreativne industrije UNESCO je kroz Mrežu kreativnih gradova osmislio sedam tematskih mreža. Gradovi koji imaju tradiciju i pedigree u područjima književnosti, filma, muzike, narodne umjetnosti, dizajna, informacione tehnologije ili gastronomije mogu aplicirati za pristupanje mreži. Gradovi se potiču da razmotre svoju kandidaturu u područjima koja imaju najveći potencijal za ekonomski i društveni razvoj.

Na kraju, treba istaći da koncept „kreativnih gradova“ još uvijek nije u potpunosti zaživio u praksi i da je mnogo više zastupljen u akademskim raspravama nego što se konkretno primjenjuje. Postoje brojne prepreke koje onemogućavaju stvaranje efikasnih javnih politika kreativnih gradova – npr. planeri gradskog razvoja i najšira javnost nisu svjesni ili podcjenjuju značaj kreativnosti za lokalnu zajednicu; nedostaju administrativni resursi i vještine za upravljanje projektima i, na kraju, nema jasnih i upotrebljivih indikatora za mjerenje uspjeha takvih projekata.

Okvir 1. Na putu od kreativne industrije prema kreativnoj i kulturnoj prijestolnici: primjer Grada Zagreba

U ovom istraživanju ulogu kreativne industrije u razvoju grada, odnosno proces transformacije od kreativne industrije do kreativnog grada ilustrira se primjerom iz regije, primjerom grada Zagreba.

Grad Zagreb je 2015. godine usvojio Strategiju kreativnog i kulturnog razvitka 2015-2022. godina. U uvodnom dijelu dokumenta naglašava se spoznaja o vrijednosti kreativnog stvaralaštva kao pokretača promjene, društvene kohezije i privrednog rasta, kao dio kulture Grada Zagreba. Prepoznate su i kreativne industrije koje u svom savremenom značenju uspjeh temelje na istraživanju, povezivanju umjetnosti i nauke i doprinose razvoju ugodnijeg životnog okruženja, revitalizaciji privrede, smanjenju nezaposlenosti te tako ujedno direktno doprinose poboljšanju kvalitete života građana. Dalje se navodi da Grad Zagreb prepoznaje i njeguje energiju i kreativnu viziju umjetnika i kreativnih industrija, promovira raznolikost i umjetnost drugih dijelova svijeta, potiče saradnju i mobilnost umjetnika, te nastoji svojim građanima i posjetiteljima omogućiti jedinstveno kulturno iskustvo svjetskih razmjera.

Proces izrade strategije kreativnog kulturnog razvitka grada Zagreba 2015-2022 (koji je bio sačinjen iz pet faza - preliminarno istraživanje, analiza trenutnog stanja, oblikovanje strategije i procjena izvodljivosti, pisanje strateškog dokumenta, prezentacija, diskusija i prilagođavanje) rezultirao je definiranjem vizije, misije, ciljeva i drugih relevantnih elemenata Strategije.

Vizija glasi: Grad Zagreb je dinamičan, otvoren i inovativni europski grad kulture koji je dostupan, atraktivan i ugodan za svoje građane, turiste i buduće generacije. To je grad ugodnog, privlačnog i kreativnog života i radnog okruženja zbog inovativnih projekata u kulturi i umjetničkih inicijativa, dobro očuvane kulturne baštine, kao i sveprisutne brige za održivi razvoj.

Misija je: Grad Zagreb usmjeren je na očuvanje i zaštitu kulturne baštine i kulturnih izričaja, razvoju kreativnih industrija i kulturnog turizma te poboljšanju kapaciteta kulturnih organizacija. Međunarodna prepoznatljivost je jedan od glavnih ciljeva razvojne strategije i kulturne politike Grada Zagreba. Kulturne organizacije, umjetnici, Grad Zagreb i njegovi građani ulažu napore kako bi zajedno postigli rezultate u: stvaranju i provedbi inovativnih rješenja za istraživanje, razvoj, komunikaciju i promicanje umjetnosti i kreativnih proizvoda; transformaciji kulturnih organizacija u proaktivne i vizionarske subjekte; razvoju kulturnih i kreativnih projekata i inicijativa koji su utemeljeni na stvarnim mogućnostima i društvenim potrebama građana; pridonosenju razvoja gospodarstva kroz angažman mladih u ekonomiji znanja.

Kao osnovni učinak provedne strategije u gradu Zagrebu izdvojeno je:

- Poboljšana kvaliteta života građana
- Unaprijeđena međunarodna prepoznatljivost kulture i kulturni turizam grada Zagreba
- Inovativno kulturno poduzetništvo
- Jačanje umjetničkog i kulturnog stvaralaštva
- Rast prihoda i zapošljavanje u kulturnim i kreativnim industrijama
- Dostupnost i participacija građana svih skupina

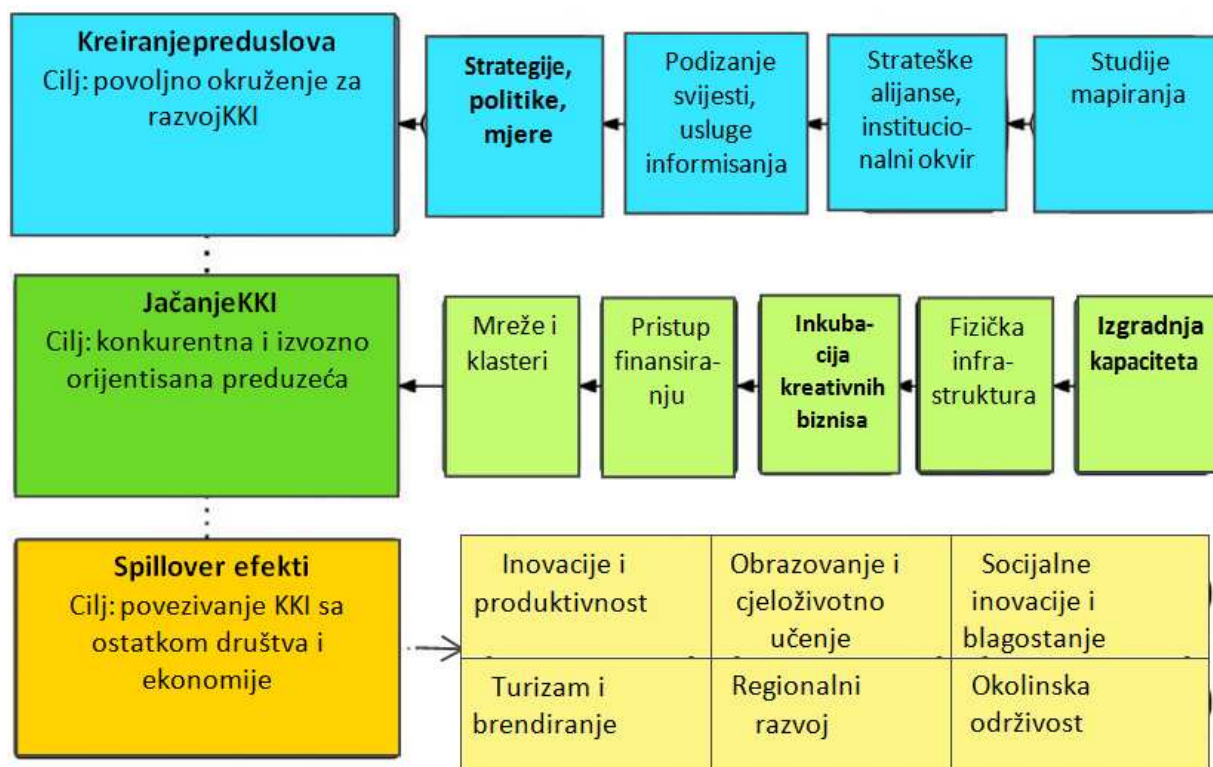
Izvor: Strategiju kreativnog i kulturnog razvitka Grada Zagreba 2015-2022. godina

II PODRŠKA RAZVOJU KREATIVNIH INDUSTRIJA – EVROPSKA ISKUSTVA

Analizirajući evropska iskustva i dobru praksu u kontekstu podrške KKI moguće je identificirati tri dimenzije intervencija (Grafikon ispod):

1. Mjere za stvaranje preduslova za povoljniji poslovni ambijent za razvoj kulturne i kreativne industrije
2. Mjere za jačanje kulturne i kreativne industrije
3. Mjere koje trebaju osigurati prelijevanja učinaka sa KKI na ostatak privrede i društva

Slika 2. Tri dimenzije podrške KKI



Izvor: EU, 2012.

U daljem tekstu dajemo kratku elaboraciju navedenih mjera zajedno sa konkretnim primjerima koji bi mogli pomoći kod planiranja i provedbe razvojnih programa i projekata u ovoj oblasti u Kantonu Sarajevo.

II 1. Stvaranje preduslova za razvoj KKI

Diskusije o ulozi i potencijalu kulturnih i kreativnih industrija u Europi traju već izvjesno vrijeme. Međutim, tek odnedavno su države članice zajedno s Evropskom komisijom napravile strateške iskorake u vezi sa integracijom kulturnih i kreativnih industrija u šire okvire njihovih javnih politika, posebno u vezi sa podrškom preduzetništvu i inovacijama, zatim podrške kulturom i regionalnom razvoju. Iako su velike razlike između zemalja članica, razlike u pristupu su čak i više izražene između pojedinih regija. Iz tog razloga naglašava se potreba sinhronizovanog djelovanja na stvaranju preduslova za razvoj KKI na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou.

Praktična iskustva pokazuju da je većina uspješnih primjera podrške KKI razvijena koristeći sličan obrazac, počevši od okupljanja različitih sudionika iz kulturnih i ekonomskih područja, prikupljanja informacija o raspoloživim resursima, pripreme studija mapiranja potencijala KKI na određenom području, izgradnje snažne političke podrške procesu, podizanja svijesti među kreatorima politika, kulturnim radnicima, kreativnim poduzetnicima, u sektoru obrazovanja i poslovanja iz drugih industrija i pokretanje strategije privlačenja namjenskih sredstava (uglavnom iz različitih programa EU, uključujući i one iz strukturnih fondova).

II 1.1. Mapiranje i proučavanje potencijala KKI

Uspješne politike i strategije razvoja KKI temelje se na jasnom razumijevanju specifičnosti KKI na određenom području: njihovih prednosti, nedostataka, ključnih aktivatora i općih trendova razvoja. Nacionalne statistike rijetko daju sveobuhvatan pregled ovog sektora sa svim njegovom podsektorima. Stoga je prvi korak ka razvijanju odgovarajuće strategije podrške KKI u mnogim zemljama i regijama širom svijeta njihovo mapiranje. Cilj mapiranja KKI je steći uvid u sektor, kako u pogledu volumena tako i lokacije. U nekim zemljama mapiranje je praćeno akademskim istraživanjima koja su imala za cilj identificiranje područja sa najvećim potencijalom za razvoj, što je zatim vodilo razvoju strategija.

Aktivnosti mapiranja daju pregled stanja i vrijedne podatke za kreiranje strategija. Međutim, dokazano je da mapiranje KKI u principu rezultira sa mnogo više efekata u odnosu na osiguranje neophodnih čisto statističkih inputa. Ovi efekti, između ostalog, uključuju:

- Mapiranje je alat za podizanje svijesti, kako za kulturne i kreativne sektore koji učestvuju u vježbi, tako i za javne institucije kao korisnike rezultata i javnosti;
- Mapiranje pomaže da se stvori mreža kulturnih i kreativnih institucija, organizacija i kompanija koje su uključene u studije mapiranja;
- Proces mapiranja predstavlja osnovu za formulaciju politike;
- Studija Mapiranja objedinjuje korištenje definicije i terminologije, stvarajući zajednički prostor za javnu raspravu;

- Mapiranje poboljšava kvalitetu statistike;
- Ako mapiranje uključuje vizuelno mapiranje (mape kulturnih i kreativnih lica), to je izvor za inicijative za stvaranje klastera, kao i potencijalni alat za urbanizam i brendiranje (npr. dizajn mape).

II 1.2. Strateške alijanse i institucionalni okvir

KKI su po prirodi interdisciplinarne, one kombinuju kulturu, s jedne strane, privredu sa druge, ali i mnoga druga povezana područja (kao što je obrazovanje, inovacije i sl.). Stoga je od ključne važnosti da se svi različiti akteri iz vlasti, poslovne zajednice i nevladinog sektora zajedno udruže kako bi stvorili integrisane strategije za KKI.

Prepoznat je niz dobrih modela širom Evrope za stvaranje međusektorskih i među-resornih radnih grupa koje su postale pokretačka snaga za razvoj politika KKI na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou. KKI politika ne bi trebala da bude u vlasništvu ni kulturnog niti poslovnog resora vlade; nego je treba razvijati u bliskoj saradnji između ova dva resora. Osim toga, sam KKI sektor treba da bude uključen u ovaj proces. Treba razvijati prekograničnu saradnju i dijeliti dobre prakse kao i razvijati odgovarajuće mjere i politike. Takođe, projekti prekogranične saradnje između gradova i regija pružaju dobre političke platforme kako bi se omogućila saradnja između regija na dugoročnoj osnovi. Različiti programi podrške EU pružaju mogućnosti finansiranja, uključujući i ERDF.

Strateški savezi mogu imati mnogo različitih oblika:

- ad hoc radne grupe koje čine partneri iz ekonomskog, kulturnog i drugih resora ili ministarstva;
- posebne jedinice u okviru vlade odgovorne za KKI;
- stalne mreže za različite interesne grupe;
- od države podržane organizacija (javna ili polu-javna tijela);
- nevladine organizacije koje obavljaju javne poslove;
- prekogranične mreže za gradove, regije ili nacionalne vlade.

Razvoj KKI zahtijeva posebno prilagođene programe obzirom da su se generički mehanizmi podrške biznisu pokazali previše krutim da bi ispunili vrlo specifične potrebe KKI. Pored specijaliziranih mjera, mnoge zemlje i regije su upostavile specijalizirane organizacije za podršku kreativnom preduzetništvu spajanjem kulturne i ekonomske dimenzije. Ove specijalizirane organizacije kombinuju kulturno i ekonomsko znanje u pružanju integrisanih usluga. U mnogim slučajevima finansiranje potiče i iz ekonomskog i kulturnog resora.

PRIMJER: Center for Culture and Experience Economy, Danska je nezavisna agencija koju finansira vlada, a osnovana 2008. godine od strane Ministarstva za ekonomiju i poslovna pitanja i Ministarstva kulture. CCEE je osnovana: prvo, da širi glas o tome kako poslovna zajednica može povećati rast i inovacije kroz poslovni razvoj baziran na iskustvu, i drugo radi jačanja poslovnog razumijevanja kreativnog sektora kroz stratešku saradnju sa poslovnim svijetom. Između ostalih aktivnosti, CCEE podržava preduzetničke projekte koji jačaju saradnju i razmjenu vještina između kreativnog sektora i poslovne zajednice u cjelini, promovira kulturne i kreativne industrije i jača saradnju između institucija i preduzeća, prikuplja znanje u Danskoj i na međunarodnom nivou, i distribuira ga u javnom sektoru, u kulturnom sektoru i privredi, daje smjernice i savjete za kompanije koje žele da inkorporiraju kulturne i kreativne vještine u njihove bizinse, kao i na one u kulturnom sektoru koji žele da uđu u saradnju sa poslovnom zajednicom.

Ova vrsta organizacijske strukture se može pojaviti i na regionalnom nivou. *Generator Swedish Creative Industries* je neprofitno udruženje posvećeno razvoju i promociji kulturne i kreativne industrije u Švedskoj. Okupljanjem švedskih regija u mrežu, Generator prikuplja i dijeli iskustva regionalnih projekata, operativnih modela, politika, primjere uspješnih preduzetnika i umjetnika, upravlja diskusijom o budućem razvoju ovih industrija i njihovom uticaju na inovacije i rast. Rad navedenog udruženja podijeljen je u tri područja: razmjena znanja i iskustava, razvoj kompetencija i umrežavanje.

Navedene strukture za podršku razvoja KKI mogu se pojaviti u mnogo različitih oblika. Mogu operirati na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou, kao i pokrivati sve ili samo dijelove KKI. Kao primjer, poljska regija Silesia je oformila *Design Silesia* - regionalnu inicijativu za podizanje svijesti i implementaciju dizajna. Glavni cilj Design Silesia je implementacija i podsticanje inovacija kroz dizajn. Dizajn zahtijeva stručno znanje i sistem podrške za njegovu realizaciju. Stoga je važno da se stvori mreža i razmjena informacija između preduzetnika iz regije, dizajnera, predstavnika lokalnih vlasti i akademske zajednice. Dizajn Silesia dijelom finansira ESF.

PRIMJER: CREA.RE - Kreativne regije Projekt CREA.RE imao za cilj jače uključivanje kreativnih sektora u razvoju evropskih regija i gradova. Većina evropskih glavnih gradova raspolaže programima podrške za njihove kulturne i kreativne industrije. Međutim, ruralna područja i regionalni urbani centri i dalje ne iskorištavaju u potpunosti svoj kreativni potencijal. Stoga, regionalna politika EU nudi finansijske alate za kreativni razvoj evropskih regija i gradova. CREA.RE kombinuje regije koje se suočavaju sa problemima u nastojanju da integriraju kreativni sektor u EU regionalne programe sa nekoliko vrlo naprednih partnera koji su izrazili spremnost

da dijele njihova iskustva. Partnerstvo je činilo 12 lokalnih i regionalnih vlasti iz 10 različitih zemalja EU. Trajanje projekta je bilo od 01/2010 do 03/2013. Finansirana je od strane ERDF.

II 1.3. Podizanje svijesti

Podizanje svijesti o potencijalu KKI u jačanju socio-ekonomskog razvoja je kontinuirani proces koji je od suštinske važnosti kako u početnoj fazi politike i strategije razvoja tako i u poticanju partnerstva u okviru KKI i sa drugim sektorima. Ciljna grupa za ove aktivnosti je široko definisana - počevši od kreatora politika, ljudi iz kulture, kreativnih preduzetnika, drugih industrija, kao i šire javnosti. Inicijative za podizanje svijesti imaju različite ciljeve, uključujući podsticanje ljudi iz kulture za pokretanje vlastitog biznisa, jačanje saradnje između kreativnih poduzetnika, edukaciju poduzetnika i potrošača, povezivanje KKI sa tradicionalnim industrijama, itd. Da bi se povećala svijest, postoje mnoge aktivnosti koje lokalne ili regionalna vlast mogu učiniti uz pomoć evropskih fondova, uključujući:

- organizovanje studijskih posjeta
- diseminiranje rezultata i studije mapiranja
- organizovanje konferencija, seminara i vorkšopa
- prikupljanje i diseminacija dobrih praksi
- kreiranje web stranica i objavljivanje newsletters
- razvoj komunikacijskih kanala i osiguranje podrške u odnosima sa javnošću
- razvoj web baziranih usluga za KKI, itd.

Najbolji rezultati se mogu postići kada su sve gore navedene aktivnosti koordinirane i brendirane na prepoznatljiv način. U mnogim zemljama, postoji centralna organizacija (javna ili privatna ustanova) koja djeluje kao naka vrsta "kišobrana" za sve aktivnosti.

PRIMJER: Creative Industries Štajerska, Austria (osnovana 2007. godine) je mreža udruženja koja radi na strateškom razvoju i unapređenju kreativne industrije u Štajerskoj. Fokus u procesu umrežavanja je na koordinaciji i saradnji; Creative Industries Styria promoviše usluge kreativnog sektora i na taj način implementira kreativne industrije kao potencijalno propulzivno polje Štajerske ekonomije. Creative Industries Styria funkcioniše kao komunikacijska platforma, međusobno povezujući preduzeća kreativne ekonomije i kompanije zainteresovane za saradnju sa kreativnim granama. Cilj je da se da se Grac i Štajerska postave na mapu vodećih lokacija kreativne ekonomije kroz kreiranje inovativnog okruženja. Kreativna ekonomija je definirana

kao polje izvrsnosti od strane pokrajinske vlade i prepoznata je kao jedna od centralnih tema ekonomske agende.

II 1.4. Politika i strategija

Nakon utvrđivanja pretpostavki i postavljanja organizacijskog okvira za strateški razvoj KKI, sljedeći ključni korak je razvoj odgovarajućih alata i politika podrške sektoru. Ti alati mogu imati različite oblike, uključujući regionalne strategije, planove lokalnog razvoja i nacionalne razvojne politike. Takođe, s obzirom na Evropske strukturne fondove, integraciju KKI u nacionalnim reformskim programima i strategijama, strukturni fondovi su često od vitalnog značaja.

Polazište za KKI su politike u oblasti kulture i preduzetništva, ali KKI takođe imaju veze sa nizom lokalnih, regionalnih i nacionalnih politika-područja, uključujući: inovacije, istraživanje i razvoj, izvoz i internacionalizacija, regionalni razvoj, socijalna kohezija i blagostanje, razvoj klastera ekonomska diversifikacija, obrazovanje i cjeloživotno učenje, razvoj turizma, strategija brendiranja, održivi razvoj, integriranje kulturnog diversiteta.

Generalno posmatrano postoje dvije glavne opcije koje se često koriste komplementarno. Prvo, uspostavljanje posebne KKI politike ili strategije, i drugo, integriranje KKI u mnoge druge ključne politike i strategije. Posebna KKI strategija (nacionalna, regionalna, ili lokalna) može imati različite svrhe, uključujući osiguranje holističkog pristupa razvoju cijelog sektora, kao sredstvo za podizanje svijesti i prepoznavanje posebnih karakteristika sektora.

S druge strane, postoje slučajevi kada posebno fokusirana strategija nije uspjela proizvesti pozitivne rezultate, jer nije u potpunosti integrirana u povezanim područjima politika. Ovo je posebno važno za Evropske strukturne fondove. Postoji samo nekoliko primjera država članica koje imaju uspješno lansirane specifične programe podrške KKI iz evropskih strukturnih fondova (npr Finska, Estonija). U mnogim drugim slučajevima, mehanizmi za podršku KKI su generičke prirode (npr. podrška izvozu, poslovne podrške, obuke, R&D programi itd).

PRIMJER: Španski akcioni plan za promociju kulturne i kreativne industrije ima za cilj, u podršku španskog Ministarstva kulture, osigurati poseban tretman za kulturne i kreativne industrije. Osim toga, Akcioni plan ima za cilj da ublaži posljedice međunarodne finansijske krize na stvaranju bogatstva i generiranje zaposlenosti u kulturnoj industriji, koje bi dovelo do većih kredita koji bi bili na raspolaganju kulturnim preduzećima, koji pate od ograničenja u likvidnosti finansijskog sistema. Ministarstvo kulture pojačava podršku novim kulturnim sektorima usko povezanim sa inovacijama i kreativnosti, kao što su dizajn, modni dizajn, arhitektura, oglašavanje, novi mediji, video igre i interaktivna umjetnost. Pored toga više tradicionalnih

sektora uključuje: izvođačke djelatnosti, vizualne umjetnosti, kulturnu baštinu, film, televiziju, radio, muziku, knjige i novine.

U 2011. godini, ovaj plan koristilo je više od 450 organizacija i 150 stručnjaka. Akcioni plan u 2011. godini uključen u budžet je 35.622.000 € a njegovi glavni ciljevi bili su:

- Promocija digitalizacije kulturnog sadržaja
- Redeploy sistema grantova i subvencija Ministarstva kulture kroz uključivanje novih sektora i novih finansijskih instrumenata.
- Ohrabrivanje treninga "kulturnih" preduzetnika
- Ohrabrivanje javno/privatnog finansiranja budući da projekti moraju biti samofinansirani u iznosu od 30%
- Širenje jedinstvenosti Španskog kulturnog nasljeđa, kako bi se potakao turizam u svakoj zajednici i promovirao španski jezik.

Akcioni plan zasniva se na tri glavne linije djelovanja:

1. Unaprijediti obuku i promociju kreativnosti - kroz grantove za obuku i nagrade za kreativnost u školama.
2. Podržati digitalizaciju sadržaja i razvoj, konsolidaciju i internacionalizaciju kulturnih i kreativnih industrija - kroz donacije, garancije za preduzeća, kredite (u saradnji sa zvaničnim kreditnim institucijama) i obuku kulturnih poduzetnika (u saradnji sa Privrednom komorom) .
3. Podrška neprofitnim subjektima - bespovratna sredstva za kulturne aktivnosti i promociju kulturnog turizma.

II 2. Jačanje KKI

Sljedeće poglavlje se fokusira na ključne elemente za jačanje kulturnih i kreativnih preduzeća.

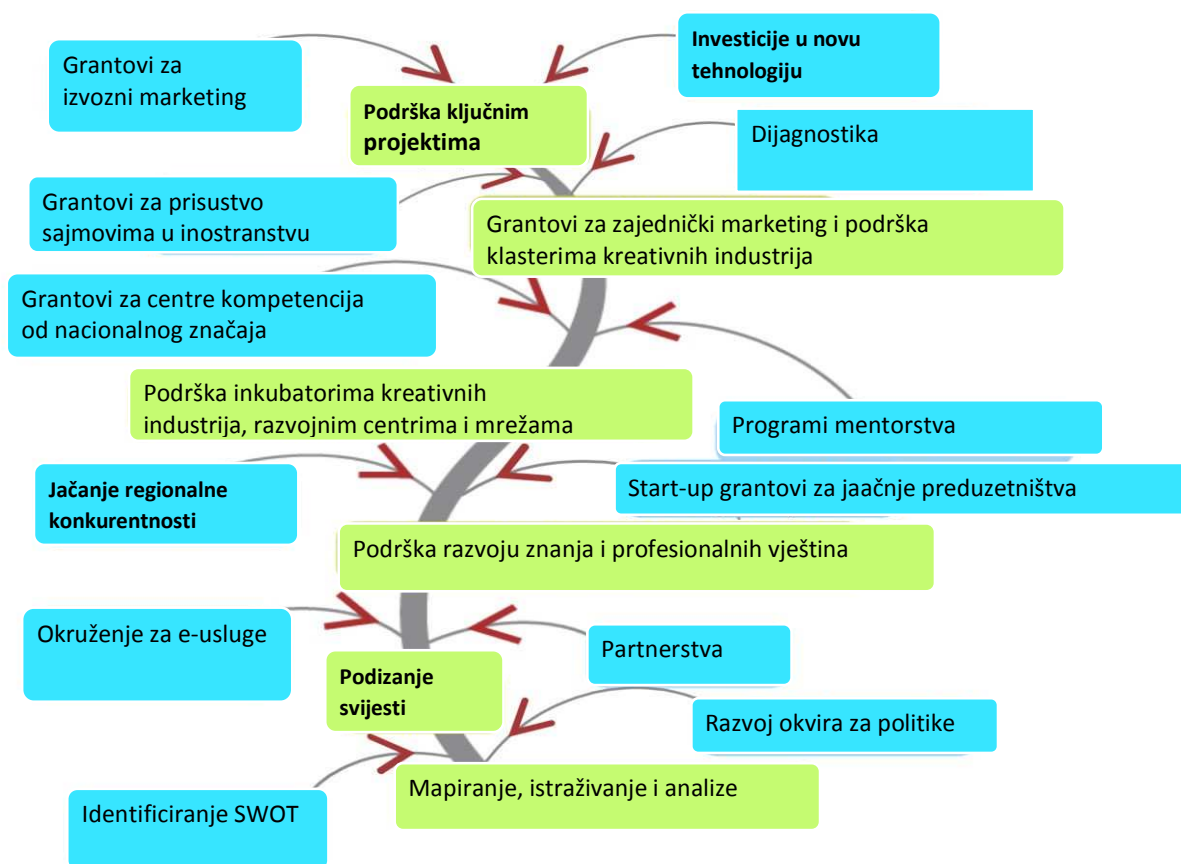
U cilju razvoja KKI, one treba da imaju pristup širokom spektru usluga i mehanizama podrške. Ključni izazov je prepoznati kada mehanizmi generalne podrške biznisu mogu adresirati specifične potrebe KKI, a kada treba razviti nove ciljne mjere podrške KKI sektoru. Tallinn Creative Economy Manifesto iz 2011. godine poziva na "specifičan pristup kod prepoznavanja elemenata koji čine kreativne biznise i preduzetnike posebnim", i integrisan pristup gdje takva "posebnost" ne postoji. Naprimjer, uvesti poticaje za investicije za kreativne biznise, ali samo ako se utvrde propusti tržišta u vezi sa klasičnim izvorima finansiranja (kao što su komercijalne banke, investicioni fondovi, i t.d.) Ili, uvesti poticaje za osiguranje izvoza za biznise koji trguju

krativnim robama i uslugama, ali samo ako postoje dokazi da su slabije izvozne performanse povezane sa nepristupačno visokim troškovima osiguranja."

Prioritet trebaju biti promjene i prilagođavanja općih mjera za podršku poslovanju kako bi se mogle uključiti i KKI. Korištenje već postojećih mehanizama znači da je više sredstava na raspolaganju za podršku razvoju KKI. To međutim zahtijeva podizanje svijesti, a možda i dopune određenih kriterija u postojećim programima i prilagođavanje specifičnim potrebama KKI. Oni elementi podrške KKI koji nisu pokriveni sa postojećim mjerama zahtijevaju specifičan pristup KKI.

Naprimjer, u svom programu razvoja KKI, Estonija koristi model "lanca vrijednosti" za primjenu integrisanog programa podrške sektoru (pogledati sliku ispod). Ovaj model je baziran na "piramida pristupu", gdje na dnu postoje "aktivnosti za sve" (mapiranje, podizanje svijesti), dok u sredini postoje mjere za "samo neke" (razvoj vještina, inkubacija, sajmovi i sl.) i na vrhu su mjere za "nekoliko" (grantovi, investicije, podrška za izvoz i t.d.).

Slika 3. Lanac vrijednosti podrške KKI



Izvor: Enterprise Estonia, www.eas.ee

U estonskom modelu postoji samo jedna KKI konkretna mjera (strukture za podršku kreativnoj industriji), sve ostale mjere su generalne prirode i ciljaju sva poduzeća, s tim da su napravljena izvjesna prilagođavanja kako bi se inkorporirale KKI.

II 2.1. Izgradnja kapaciteta

Izgradnja kapaciteta KKI je od ključnog značaja obzirom da operativno okruženje sektora prolazi kroz rapidne strukturalne promjene, prije svega kao rezultat ubrzanog tehnološkog razvoja (posebno digitalizacije), kao i globalnog razvoja tržišta. Digitalizacija je uzrokovala promjene u lancima distribucije, što opet zahtijeva nove kompetencije biznisa, posebno u vezi ponude i aktivnosti marketinga proizvoda i usluga.

Kulturnim i kreativnim preduzetnicima često nedostaju poslovne vještine kao što je marketing, upravljanje projektima, i digitalne vještine. Postoji potreba za profesionalnom edukacijom na svim nivoima obrazovnog sistema. Svrha ovih aktivnosti je da osiguraju dodatni trening, savjetodavne, finansijske i druge usluge za kulturne i kreativne operatere i preduzetnike. KKI bi trebalo ponuditi konsulting i trening iz domena preduzetništva, poslovnih vještina i razvoja proizvoda i usluga. Postoji takođe potreba za posrednicima kao što su menadžeri, agenti i kustosi koji mogu pomoći mikro preduzetnicima i samozaposlenim da osiguraju finansiranje njihovih projekata i utrže njihove usluge i proizvode.

Primjer: Creative England, UK je nova organizacija usmjerena na podršku održivom rastu nezavisnih kreativnih biznisa, i talenata koji ih opslužuju, u svakom dijelu Engleske, izvan Londona. Pokrenuta u oktobru 2011. godine, njena misija je da razvije film, televiziju, igre, digitalne i kreativne sektore u Engleskim regijama. Njen rad uključuje investicije u talente, rastuće biznise, poboljšanje pristupu publici, podršku proizvodnji, unapređenje znanja o tržištu i podršku inovacijama. Creative England ima osoblje u Birminghamu, Bristolu, Nottinghamu, Manchesteru i Lidsu. Sredstva, između ostalog, osigurava u formi grantova od Britanskog instituta za film (engl. British Film Institute) za podršku filmskoj industriji u regijama izvan Londona. Takođe je osigurala sredstva iz Fonda za regionalni rast u vrijednosti od 5 miliona funti za razvoj investicijske šeme za podršku digitalnim i kreativnim kompanijama, koja je lansirana u 2012. godini. Pokrenut je takođe i projekat ekonomskog jačanja kreativnih kompanija kroz formu klastera

Finska koristi postojeću mrežu centara kako bi osigurala neophodne usluge klijentima iz KKI. Kreativnim preduzetnicima se nude subvencionirane konsultantske usluge od jedan od pet dana po kompaniji. Eksperti organizuju sastanke sa predstavnicima kompanija, diskutuju o zahtjevima za razvoj kompanije i pomažu im da pronađu odgovarajućeg konsultanta. Sačinjen je registar

posebnih eksperata za kreativne industrije koji mogu odgovoriti potrebi razvoja biznisa i proizvoda. Na ovaj način je razvijena mreža konsultanata na nivou cijele zemlje i sistem je integrisan u 15 Centara za ekonomski razvoj, transport i okolinu.

II 2.2 Fizička infrastruktura i regeneracija prostora

Kako bi se povećao kapacitet KKI da eksperimentiraju, inoviraju i rastu, postoji potreba za promocijom razvoja odgovarajuće infrastrukture na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou, kako bi se podržao razvoj kreativnih zajednica:

- KKI trebaju prostor za umrežavanje i saradnju - bilo da se radi o fizičkom ili virtualnom, privremenom ili stalnom - koji može funkcionisati kao profesionalni hub koji će osigurati koncentraciju znanja i resursa, a što je posebno relevantno u sektorima koje karakterizira rastući broj "freelansera" i "nano-preduzeća".
- KKI biznisi trebaju multidisciplinarno okruženje u kojem se mogu jednostavno klasterizirati sa akademskom zajednicom i drugim ekonomskim sektorima na dinamičan način.
- Stara industrijska infrastruktura u gradovima može se konvertirati u takve inovativne i kreativne klastere, osiguravajući dodatni oslonac za lokalni ekonomski razvoj, urbanu regeneraciju, teritorijanu i regionalnu atraktivnost i ruralni razvoj.
- Još važnije, KKI profesionalci takođe trebaju bazičnu infrastrukturu u kojoj mogu razviti njihove aktivnosti, implementirati njihove kreativne i umjetničke ideje ili ostvariti komunikaciju sa publikom. U tom kontekstu naglašava se ključna uloga koju igraju objekti kulturnog nasljeđa i kulturne institucije.

Primjer: Temple Bar, Dublin, Irska je kulturna četvrt Dablina. Zauzima površinu od 28 hektara, a datira iz 10. stoljeća. U 17. i 18. stoljeću dolazi do velike ekspanzije u izgradnji objekata, rasta komercijalne aktivnosti i kućne radinosti. Između 1991-2001 Temple Bar je pretvoren u modernu, prometnu četvrt sa investicijama koje su finansirane kombinirano evropskim i nacionalnim javnim sredstvima, zajedno sa značajnim učešćem privatnih investicija.

Danas je u četvrti locirano više od 450 biznisa, od kojih su velika većina mala preduzeća kojima upravljaju njihovi vlasnici. Poslovni promet ovog područja je oko 700 miliona eura, uz dodate uplate PDV-a preduzeća lociranih u četvrti u iznosu od oko 3 miliona eura. Područje je zadržalo svoju posebnost, sa 80 kulturnih i kreativnih organizacija lociranih tu koje proizvode hiljade

kreativnih radova svake godine. Temple Bar privlači 50.000 posjetitelja dnevno, sa populacijom od oko 3.000 stanovnika.

Projekat regeneracije je finansiran kroz kombinaciju javnog finansiranja iz Evropskih strukturnih fondova i Exchequer, zaduživanja i značajnih investicija od strane privatnog sektora. Pored finansiranja fizičke regeneracije područja, dio javnog finansiranja podržao je ključne projekte, kao što je Inicijativa nezavisnih kulturnih preduzetnika koja je mladim nadolazećim talentima osigurala poslovne vještine neophodne kako bi realizovali njihove potencijale i razvili njihove kreativne biznise na održiv način.

Ukupne investicije javnih sredstava u ovom području iznosile su oko 54 miliona eura, što je došlo iz dva primarna izvora, Evropski Fond za Regionalni Razvoj i domaće Ministarstvo okoliša i lokalnog razvoja. Dodatna 63 miliona eura su osigurana u formi kredita od Evropske investicijske banke i drugih finansijskih institucija. Pored toga, procjenjuje se da je privatni sektor finansirao više od 127 miliona eura investicija u razvoj hotela, restorana, javnih i privatnih objekata, različitih trgovina i drugih biznisa.

Istraživanja pokazuju da jedan sveobuhvatan pristup kulturnom razvoju ima vrlo pozitivan uticaj na same kulturne organizacije i igra ključnu ulogu u razvoju područja kao cjeline. Kvantitativna istraživanja ilustruju pozitivan uticaj i ekonomski značaj kulturnih programa: broj zaposlenih u kulturnom sektoru povećao se sa 29 u 1993. godini na preko 500 u 2001.; broj posjetilaca se drastično povećao (za više od 752%), sa više od 81% posjetilaca koji dolaze u Temple Bar kako bi uživali ambijent područja i raznolike kulturne sadržaje koji se nude. Kulturni aspekt je takođe učinio Temple Bar ključnom destinacijom za posjetioce, od čega strani posjetioci čine 50% svih posjetilaca u četvrti, u poređenju sa samo 14% u 1993. godini.

II 2.3. Inkubacija kreativnih biznisa

Mnoge zemlje, regije i gradovi širom Evrope su investirali u fizičke lokacije kao hub-ove za KKI, ali je svega nekoliko njih uspjelo kreirati kreativne inkubatore. Glavna razlika između hub-ova i inkubatora ogleda se u tome da se ovi poslednji fokusiraju na kvalitet i rast kompanija njihovih stanara, čak i ako ovo može značiti da će dio raspoloživog prostora ostati prazan. Usluge inkubatora obično uključene u paket i (potencijalno) prazni kvadratni metri znače da je trošak inkubatora viši u odnosu na trošak regularnog prostora. Stoga su oni često u vlasništvu i upravljani od strane gradova, ali takođe i univerziteta i javno-privatnih partnerstava. Mnogi su bili uspješni u korištenju fondova regionalnog razvoja i strukturalnih fondova EU u svrhu uspostavljanja, razvoja i umrežavanja inkubatora.

Ne postoji jedinstvena definicija ili kriteriji za kulturne ili kreativne inkubatore. Oni se razlikuju prema veličini, lokaciji, načinu funkcionisanja i izboru kompanija koje će u njima biti smješten. Neki inkubatori se više koncentrišu na kulturne operatere (radeći uglavnom kao smještajni prostor), dok se drugi isključivo fokusiraju na kreativne preduzetnike ili targetiraju određene kompanije iz klastera, kao što su kompanije za razvoj igrica. Sve više regularnih poslovnih inkubatora se aktiviraju na privlačenju kreativnih biznisa u njihove programe inkubiranja, ali je još uvijek očigledna potreba za razvojem specijaliziranih inkubatora za KKI. Tri su ključna razloga:

- KKI generalno traže inspirirajuće, živo okruženje u kojem će djelovati;
- KKI trebaju specijalizirane konsultantske usluge koje su prilagođene njihovim specifičnim operativnim modelima;
- KKI često operiraju na osnovu prototipa ili projekta i profitiraju od sustanara sličnog mentalnog sklopa iz drugih KKI što kreira sinergiju i nove poslovne prilike.

Primjer: Kreativni inkubatori u Estoniji. Estonska nacionalna strategija za korištenje Strukturalnih fondova 2007.-2013. identificirala je kreativnu inkubaciju kao jedan od ključnih elemenata za podršku preduzetništvu u kulturnom sektoru i kreiranju povoljnih uslova za start-up kompanije. Kreativni inkubatori su kreirani i upravljani od strane lokalnih zajednica ili obrazovnih institucija. EU fondovi su pokrivali investicije u infrastrukturu, opremu i dijelom troškove upravljanja.

Kreativni inkubator Talin je otvoren 2009. godine i jedan je od tri inkubatora kojima upravlja Talin fondacija za poslovnu podršku i upravljanje kreditima. Misija je da se osiguraju usluge inkubiranja za start-upe u kreativnim industrijama. Glavni cilj inkubatora je da poveća konkurentnost MSP kroz kreiranje tzv. "meke" infrastrukture, kao što su: mehanizmi saradnje i participacije, razvoj i podrška izvozu. Inkubator je lociran u renoviranom objektu od historijskog značaja i u njemu je smješteno više od 30 start-up biznisa iz svih kreativnih područja: dizajn nakita, umjetnost na bazi stakla, grafički dizajn, fotografija, rukotvorine, izvedbene umjetnosti, itd. Veliku većinu čine umjetnički dizajn, arhitektura interijera i 3D/4D animacije. Talin kreativni inkubator je dograđen sa drugom nagradom za najbolji na nauci bazirani inkubator u 2010. godini koji kombinuje preduzetništvo sa kreativnošću i kulturom (9th Annual Conference on Science Based Incubation of The Technopolicy Network).

II 2.4. Pristup finansiranju

KKI, posebno MSP, se suočavaju sa poteškoćama u pristupu finansiranju njihovih aktivnosti, kako u formi kredita tako i u formi vlasničkih uloga. Iako je ovo generalno izazov za većinu MSP, stanje je mnogo gore za one koji djeluju u kulturnim i kreativnim sektorima iz sljedećih razloga:

- KKI biznisi se uveliko oslanjaju na neopipljivu aktivu (posebno na prava intelektualne svojine), koja obično nije evidentirana u njihovim bilansima;
- Za razliku od drugih industrijskih proizvoda, KKI proizvodi se generalno masovno ne proizvode; svaki film, knjiga, opera, videoigrica se može tretirati kao jedinstven prototip;
- U većini slučajeva finansijski zahtjevi KKI kompanija nisu dovoljno veliki da bi bili komercijalno interesantni bankama da bi one provele analize projekata, razvile njihovu ekspertizu u području koje se još uvijek percipira kao rizično i da bi razvile specijalizirana KKI odjeljenja koja su u stanju razumjeti specifičnosti KKI poslovnih modela;
- KKI se takođe suočavaju sa specifičnim izazovima u razvoju investicijskih sposobnosti, posebno u vrijeme kada trebaju pronaći inovativne poslovne modele za novo digitalno okruženje.

Imajući na umu gore navedeno, od ključnog je značaja uloga javnih vlasti - posebno onih na regionalnom nivou - u stimuliranju privatnih investicija i promociji javno-privatnih partnerstava koja za cilj imaju podršku MSP iz domena KKI, posebno kroz garancijske mehanizme ili fondove riziko kapitala. The Advantage Creative Fund iz Birmingema i VC Fonds Kreativwirtschaft iz Berlina su dva primjera takvih šema koje posebno ciljaju KKI.

Primjer: The Creative Agency of the City of Vienna, Austrija je agencija grada Beča koja podržava kreativne industrije i to u sljedećim oblastima: tržište umjetnina, arhitektura, audio-vizuelne djelatnosti, dizajn, moda, muzika, multimedija i izdavaštvo. Razvijena su četiri programa za finansiranje projekata prilagođena specifičnim zahtjevima aplikanata u vezi sa sadržajem i sa ekonomske tačke gledišta. Finansiranje se vrši kroz bespovratne grantove. Grantovi se kreću u rasponu od 20 hiljada do 200 hiljada eura po projektu u trajanju do tri godine. Fokus je na ekonomski orijentisanim preduzetničkim aktivnostima u oblasti kreativnih industrija. Radi se na razvoju i promociji mjera za podršku novim kreativnim i inovativnim proizvodima, procesima i uslugama u pripremnoj fazi do serijske proizvodnje, zatim su tu konsultantske usluge za projekte koji omogućavaju ubrzani rast i podizanje nivoa znanja, kao i formiranje kompanija. Poduzete su mjere u pravcu poboljšanja podržavajućih struktura za kreativne biznise da uspješno distribuiraju i iskorištavaju njihove proizvode ili usluge. Agencija ohrabruje saradnju između kreativnih biznisa i tradicionalnih industrija kako bi se osnažile konkurentske prednosti na obje strane.

II 2.5. Umrežavanje i klasterizacija

Aktivnosti klasterizacije i umrežavanja grade mostove između različitih zainteresiranih strana: povezanih industrija, KKI, akademske zajednice, javnih tijela, kompanija i investitora. Klasteri se mogu definisati kao kolokacije proizvođača, ponuđača usluga, obrazovnih i istraživačkih institucija, finansijskih institucija i drugih privatnih i vladinih institucija povezanih kroz različite mehanizme. Postoji potreba za KKI klasterima budući da su preduzeća u sektoru najčešće mikro preduzeća, koja operiraju u formi saveza na projektima. Svako donosi specifičnu ekspertizu i savez na jednom projektu može da preraste u dugoročno partnerstvo i integraciju.

Snažniji klasteri između preduzeća povećavaju prilike za kompanije da razviju zajedničke biznise. Fizički prostori, kao što su inkubatori, kreiraju "jedno-lokacijski" klaster, ali klaster ili mreža može takođe biti kreirana unutar regije ili zemlje. Ključni faktor uspjeha je osigurati dovoljno diverziteta u mreži, tako da interakcija vodi razmjeni znanja i zajedničkom biznisu. Funkcionalne mreže operiraju dugoročno, ali u isto vrijeme su i dinamične i fleksibilne, osnažuju lokalne veze, te osiguravaju platformu za izvoz. Mreže obično uključuju lokalne i regionalne partnere i one bi trebale biti povezane sa inovacijskom politikom u zemlji. Na ovaj način one takođe podržavaju ciljeve regionalnog rasta i zapošljavanja.

II 3. Spill-over efekti KKI

KKI proizvode mnoge različite tipove pozitivnih spill-overa na ostatak ekonomije i društvo kao cjelinu: od inspiriranja i razvoja kreativnog i inovativnog preduzetništva do dizajniranja novih usluga javnog transporta i novih interakcija između pacijenata i medicinskog osoblja, od promocije inovacija u drugim sektorima ekonomije do promocije promjena u ponašanju ili razvoja digitalnih alata ili mreža, od promoviranja više kvaliteta orijentisanog turizma u regijama i gradovima do podrške socijalnoj regeneraciji ugroženih područja i inovativnih formi obrazovanja, od razmišljanja o dizajnu u svim tipovima okruženja do upotrebe kulture i kreativnosti kao menadžment alata za poboljšanje radnih odnosa u kompanijama, itd.

Ova sekcija nudi nekoliko promjera regija koje su uspjele naći način za promociju ovakvih spill-over efekata.

II 3.1. KKI i inovacije, produktivnost i podrška ostatku ekonomije

Postoji nekoliko EU finansiranih projekata koji su fokusirani za razvoj veza između KKI i drugih biznisa. Naprimjer, Kaleidoscope projekat u Finskoj kreira mrežu za saradnju i inovacije između

KKI i pomorske i metalske industrije. The Cinergy projekat kreira rast i poslove kroz međusobnu saradnju projekata. Kainu regija u Finskoj se fokusira na pilotiranje novih poslovnih modela između KKI, proizvodnje hrane i turizma.

Kulturni i kreativni profesionalci, kao i kreativna preduzeća, mogu biti veoma korisni za kompanije iz tradicionalnih industrija da prevaziđu različite vrste izazova sa kojima se suočavaju, uključujući pitanja koja se odnose na razvoj proizvoda, inovacije, komunikacije, razvoj ljudskih resursa, međukulturni dijalog, itd. Pored TILLT-a u Švedskoj, postoji nekoliko sličnih inicijativa širom Evrope uključujući: ArtGoesWork i TAIKA (Finsk, finansiran kroz ESF), takođe Arts & Business85 (UK), koji nudi slične usluge kompanijama.

Mnogi gradovi i regije u Evropi su razvili mjere da privuku filmske ekipe iz inostranstva kako bi radili filmove na njihovom području. Ovo je posebno korisno iz nekoliko razloga. Prvo, kreira se veliki broj spill-over efekata za lokalnu ekonomiju (smještaj, logistika i druge usluge). Drugo, može se koristiti za razvoj turizma i brendiranje lokacije. Treće, kreiraju se nove prilike za lokalne filmske profesionalce da rade sa međunarodnim filmskim postavama. Jedan od takvih regionalnih filmskih fondova je uspostavljen u Rigi, Latvija, sa značajnim uspjehom u okviru dvije godine njegovog djelovanja.

II 3.2. Turizam, brendiranje i atraktivnost regija

KKI igraju značajnu ulogu kao podrška razvoju turizma na regionalnom i lokalnom nivou; one nude priliku za ekonomsku diversifikaciju i pametnu specijalizaciju, kao i rastuću atraktivnost regije. Kulturne i kreativne industrije takođe direktno doprinose poslovima i rastu turističkog sektora. KEA studija iz 2006. godine "Economy of Culture in Europe" utvrdila je da kulturni poslovi čine 15% ukupnih poslova u sektoru turizma.

Primjer: European Capitals of Culture (ECoC), koji se određuje šest godina unaprijed zahtijeva stratešku viziju i dugoročno planiranje. Evaluacije su takođe pokazale da Evropske prijestonica kulture ima potencijal da bude podržana i doda vrijednost na investicije realizovane kroz Evropske strukturalne fondove. U Peći 2010. godine, naprimjer, više od 100 miliona eura je investirano kroz ERDF u projekte povezane sa ECoC kao što je izgradnja nove biblioteke ili koncertne i konferencijske dvorane, regeneraciju Zsolnay kvarta ili autoputa između Peći i Budimpešte. U "Essen für die Ruhr 2010", 50 miliona eura je investirano od strane ERDF posebno za transformaciju Zeche Zollverein u kreativni kvart koji se danas smatra modelom dobre prakse kada se radi o doprinosu kulture lokalnom i regionalnom razvoju.

II 3.3. KKI i socijalna politika, socijalne inovacije i cjeloživotno učenje

Euro barometar izvještaj iz 2011. godine o blagostanju rangirao je kulturu na 8 mjesto od 9 faktora koji doprinose ukupnom blagostanju pored ekonomije, građanskih prava i okruženja. U Finskoj, vlade u nekoliko mandata konstantno prepoznaju da zajedno sa naukom i obrazovanjem, kultura, nasljeđe i umjetnost kreiraju intelektualnu osnovu društva. Za neke analitičare, investiranje u neopipljiva dobra mora postati dio nove ekonomske politike kao način da se umjetnost, kultura, muzeji uključe u temelje obnovljenog prosperiteta. Kulturna iskustva mogu biti mnogo više od finog načina da se provede slobodno vrijeme. Ona mogu biti važna platforma za razvoj kapaciteta pojedinaca što može značajno proširiti potencijal samoopredjeljenja, strategije za traženje životne satisfakcije, artikulaciju i usvajanje izbora životnih stilova, itd. Postojeći dokazi čini se da potvrđuju relevantnost kulturnog iskustva u vezi sa indikatorima zdravlja i blagostanja.

II 3.4. KKI i održivost okoline

KKI promoviraju održivu upotrebu prostora i okoline, inkorporirajući nove parametre procjene okruženja i nadogradnju postojećih, doprinoseći očuvanju i razvoju inherentnih okolinskih vrijednosti određenog područja. Očuvanje i valorizacija područja u čemu pomažu KKI vodi ka unapređenju kulturnog i prirodnog turizma i ekonomskom razvoju zajednica i regija.

Okolinu i teritorij treba posmatrati kroz prizmu konceptualizacije kulturnog krajolika. Bilo koje područje, uključujući i ona degradirana, sadži okolinsku, kulturnu ili bilo koju drugu vrijednost koja je vrijedna očuvanja i valorizacije. Specifične intervencije KKI na okruženje mogu značajno doprinijeti njegovom budućem očuvanju. KKI takođe doprinose oporavku degradiranih područja (prirodnih i urbanih) i njihovoj konverziji u ključne elemente lokalnog i regionalnog razvoja. Ključna promišljanja o kulturi, društvu i ekonomiji danas moraju inkorporirati refleksije na okruženje.

III KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVO

III 1. Pristupi mjerenje kreativnih industrija

U posljednjih nekoliko godina raste zanimanje za kulturne i kreativne industrije i kreativna zanimanja kako među naučnicima tako i među kreatorima politika, i to u smjeru istraživanja ekonomske relevantnosti kreativnih industrija. Usprkos značajnom napretku na teorijskom i empirijskom nivou, može se ustanoviti nepostojanje jasne definicije i procjene obuhvata tih industrija. U ovom dijelu studije, a u skladu sa projektnim zadatkom, nastojat ćemo izmjeriti ulogu i značaj KKI za ekonomski razvoj Kantona Sarajevo.

Generalno, može se identificirati nekoliko pristupa prilikom mjerenja ekonomskog doprinosa kreativnih/kulturnih industrija:

1. Pristup zasnovan na djelatnostima
2. Pristup zasnovan na zanimanjima
3. Pristup koji kombinira djelatnosti i zanimanja
4. Pristup zasnovan na proizvodima

Pristup *zasnovan na djelatnostima* kao osnovu uzima Međunarodnu standardnu industrijsku klasifikaciju djelatnosti (eng. International Standard Industrial Classification), pri čemu se značaj kreativnih industrija može mjeriti putem udjela u ukupnoj zaposlenosti ili udjela u ukupnom bruto domaćem proizvodu (bruto dodanoj vrijednosti). Trenutno je na snazi četvrta verzija ove međunarodne klasifikacije (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, Revision 4 – ISIC Rev. 4). ISIC klasifikacija je u nadležnosti Ujedinjenih naroda (UN), a koristi se za prikupljanje, obradu i prikazivanje statističkih podataka na svjetskom nivou. Na nivou EU primjenjuje se Statistička klasifikacija ekonomskih djelatnosti – NACE Rev. 2 (Statistical Classification of Economic Activities, Revision 2 - NACE Rev. 2), koja je usklađena s ISIC klasifikacijom, što osigurava međunarodnu usporedivost podataka. U Bosni i Hercegovini se u svim statističkim istraživanjima kao i u statističkom poslovnom registru primjenjuje Nacionalna klasifikacija djelatnosti – NKD 2010 koja je u potpunosti usklađena s definicijama i pravilima NACE-a Rev. 2.

Ovisno o dostupnosti podataka koristi se nivo od 2,3,4 cifre klasifikacije ISIC odnosno NACE. Osnovni nedostaci ovog pristupa su da dovodi do precijenjenih procjena doprinosa kreativnih industrija (u terminima zaposlenosti) jer u obzir uzima sve zaposlene u određenoj kreativnoj/kulturnoj industriji, pri čemu ne moraju svi zaposleni u toj industriji biti uključeni u proizvodnju kreativnih sadržaja. S druge strane, pristup podcjenjuje doprinos kreativnih industrija jer zanemaruje kreativnu zaposlenost izvan kreativne industrije. Također ovisno o

tome na kojem nivou agregiranosti se zasniva analiza, teško je izbjeći obuhvat nekreativnih djelatnosti (pojedina djelatnost može sadržavati i kreativne i nekreativne djelatnosti). Kreativni se procesi odvijaju u gotovo svim segmentima privrede ali NACE klasifikacija ih teško može obuhvatiti. Nedostaci pristupa utemeljenog na djelatnostima kao i rastuća potreba za definiranjem i kvantificiranjem kreativne zaposlenosti rezultirali su razvojem alternativnog pristupa zasnovanog na zanimanjima.

Pristup *zasnovan na zanimanjima* se fokusira na kreativna zanimanja, a ne na ukupnu zaposlenost u sektorima kreativne ekonomije. Odabir zanimanja se zasniva na Nacionalnoj klasifikaciji zanimanja (odgovara međunarodnoj klasifikaciji zanimanja eng. International Standard Classification of Occupations – ISCO 2010), u Bosni i Hercegovini se koristi Nacionalna klasifikacija zanimanja (NKZ 2010) koja je u potpunosti usklađena s ISCO 2010. Osnovno obilježje ovog pristupa je da se u obzir uzimaju sva zanimanja koja se po određenom kriteriju smatraju kreativnima u svim privrednim djelatnostima. U poređenju s ostalim pristupima, ovaj pristup omogućuje detaljniju analizu kreativne radne snage i strukture zanimanja tokom vremena, po regijama i zemljama. Osnovni nedostatak je pitanje kriterija za uključivanje zanimanja u kategoriju kreativnih/kulturnih zanimanja (Markusen, 2006). Ovaj pristup također u dovoljnoj mjeri ne obuhvaća slobodne umjetnike i obrtnike, ali to ovisi o nacionalnoj statistici odnosno o izvoru koji se koristi prilikom provođenja analize.

Pristup koji čini *kombinaciju djelatnosti i zanimanja* omogućuje preciznije procjene kreativne zaposlenosti budući da kombinira podatke na nivou djelatnosti s podacima na nivou zanimanja. Ovaj pristup omogućuje identifikaciju kreativnih radnika u djelatnostima koje nisu kreativne, kao i nekreativnih radnika u kreativnom sektoru privrede. Korišten je u velikom broju radova (Higgs et al., 2008.), Mellander koji je analizirao distribuciju zanimanja unutar kreativnih industrija i industrije znanja na primjeru Švedske, te na strukturi zanimanja i industrija Danske, SAD-a, Kanade i Švedske (Mellander, 2010.). Također DCMS studiju mapiranja zasniva na kombinaciji podataka na nivou djelatnosti i podataka na nivou zanimanja. Primjenu ovog pristupa predlaže i Evropski okvir za statistiku kulture (Eurostat, 2012).

III 2. Uloga i značaj KKI u Kantonu Sarajevo

Analizirajući dostupne podatke za Kanton Sarajevo, a u kontekstu gore prezentiranih pristupa, konstatovali smo da je jedini mogući pristup za procjenu uloge i značaja KKI onaj baziran na djelatnostima. Za ovu svrhu je korištena Nacionalna klasifikacija djelatnosti – NKD 2010 (za koju smo ranije naveli da je u potpunosti usklađena s definicijama i pravilima NACE-a Rev. 2) na četiri

cifre (nivo industrijskih razreda). Ovi podaci nisu javno dostupni i isti su osigurani kroz komunikaciju sa Federalnim zavodom za statistiku.

U skladu sa EU statističkim okvirom, sektor kreativnih i kulturnih industrija u Kantonu Sarajevo sastavljen od 46 djelatnosti (nivo razreda NKD-a 2010) koji su grupisani u 12 pod-sektora (pogledati tabelu ispod). Dvanaest podsektora čine: muzeji, knjižare i nasljeđe, umjetnost, muzika i izvedbene umjetnosti, dizajn, film, fotografija, zanati (umjetnički i tradicionalni obrti, arhitektura, računarski programi, igre i novi mediji, elektronski mediji, izdavaštvo, oglašavanje i tržišno komuniciranje. Djelatnosti sadržane u ovim sektorima su kako slijedi: 15.12 proizvodnja putnih i ručnih torba i sličnih proizvoda, sedlarskih i remenarskih proizvoda, 16.29 proizvodnja ostalih proizvoda od drva, proizvoda od pluta, slame i pletarskih materijala, 18.20 umnožavanje snimljenih zapisa, 23.41 proizvodnja keramičkih proizvoda za kućanstvo i ukrasnih predmeta, 23.49 proizvodnja ostalih proizvoda od keramike, 32.12 proizvodnja nakita i srodnih proizvoda, 32.13 proizvodnja imitacije nakita (bižuterija) i srodnih proizvoda, 32.20 proizvodnja glazbenih instrumenata, 47.61 trgovina na malo knjigama u specijaliziranim prodavnicama, 47.62 trgovina na malo novinama, papirnatom robom i pisaćim priborom u specijaliziranim trgovinama, 47.63 trgovina na malo glazbenim i videozapisima u specijaliziranim prodavnicama, 58.11 izdavanje knjiga, 58.13 izdavanje novina, 58.14 izdavanje publikacija, 58.19 ostala izdavačka djelatnost, 58.21 izdavanje računalnih igara, 58.29 izdavanje ostalog softvera, 59.11 proizvodnja filmova, video filmova i televizijskog programa, 59.12 djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, video filmova i televizijskog programa, 59.13 distribucija filmova, video filmova i televizijskog programa, 59.14 djelatnost prikazivanja filmova, 59.20 djelatnost snimanja zvučnih zapisa i izdavanja glazbenih zapisa, 60.10 emitiranje radijskog programa, 60.20 emitiranje televizijskog programa, 62.01 računalno programiranje, 63.12 internetski portali, 63.91 djelatnost novinskih agencija, 70.21 odnos s javnošću i djelatnosti izvještavanja, 71.11 arhitektonske djelatnosti, 73.11 agencije za promidžbu, reklamu i propagandu, 73.12 oglašavanje preko medija, 74.10 specijalizirane dizajnerske djelatnosti, 74.20 fotografske djelatnosti, 74.30 tumači, 77.22 iznajmljivanje videokaseta i diskova, 77.39 iznajmljivanje i davanje u zakup ostalih strojeva, opreme i materijalnih dobara, 85.52 obrazovanje i poučavanje u području kulture, 90.01 izvođačka umjetnost, 90.02 pomoćne djelatnosti u izvođačkoj umjetnosti, 90.03 umjetničko stvaralaštvo, 90.04 rad umjetničkih objekata, 91.01 djelatnost knjižnica i arhiva, 91.02 djelatnost muzeja, 91.03 rad povijesnih mjesta i građevina te sličnih znamenitosti za posjetitelje, 91.04 djelatnost botaničkih i zooloških vrtova i prirodnih rezervata.

Pregled broja zaposlenih po pojedinim podsektorima kulturnih i kreativnih industrija dat je u tabeli ispod.

Tabela 5. Zaposleni o podpodručjima kreativnih i kulturnih industrija

Podsektori	KS	FBiH	KS/FBiH %	% KS	LQ
Arhitektura	190	723	26	3	0,93
Dizajn	13	26	50	0	1,78
Elektronski mediji	2118	2709	78	32	2,78
Film	150	276	54	2	1,93
Fotografija	56	213	26	1	0,93
Izdavaštvo	1031	1686	61	15	2,17
Muzeji, biblioteke, nasljeđe	343	731	47	5	1,67
Muzika i izvedbena umjetnost	554	860	64	8	2,29
Oglašavanje i tržišno komuniciranje	730	933	78	11	2,78
Računarski programi, igre i novi mediji	1208	1880	64	18	2,28
Umjetnost	51	290	18	1	0,63
Zanati	263	1029	26	4	0,91
KKI Kreativne i kulturne industrije	6.707	11.356	59	100	2,10
Ukupno zaposleni	126.609	450.121	28		

Izvor: Vlastita elaboracija na osnovu podataka Federalnog zavoda za statistiku, 2016.

Napomena: Broj zaposlenih osoba u Federaciji BiH, odnosi se na zaposlene u pravnim licima i obrtu i slobodnim profesijama

Iz tabele se može uočiti značajna koncentracija zaposlenih u KKI na području Kantona Sarajevo (59 posto ukupnog broja zaposlenih KKI na nivou FBiH) sa lokacijskim koeficijentom od 2,1.

Najveća koncentracija zaposlenih u sektoru kreativnih i kulturnih industrija je u podpodručju elektronski mediji (oko jedne trećine KKI u Kantonu Sarajevo ili gotovo četiri petine ukupne zaposlenosti u ovoj djelatnosti u Federaciji BiH). Na drugom mjestu, prema broju zaposlenih, je podsektor računarski programi, igre i novi mediji sa 18% učešćem u KKI u Kantonu Sarajevo, odnosno 64% ove djelatnosti u Federaciji BiH. Na trećem mjestu je podsektor izdavaštva sa 15% učešćem u KKI Kantona Sarajevo, odnosno učešćem od 61% u ovoj djelatnosti u FBiH. Na području Kantona više od 10% učešće ima još podsektor oglašavanje i tržišno komuniciranje (11%). Prema tome, 76% zaposlenih u sektoru kreativnih i kulturnih industrija Kantona generiraju četiri podsektora, i to: elektronski mediji, računarski programi, igre i novi mediji, izdavaštvo i oglašavanje i tržišno komuniciranje.

Podsektori sa najviše izraženim komparativnim prednostima (mjereno lokacijskim koeficijentima) su: oglašavanje i tržišno komuniciranje, elektronski mediji, muzika i izvedbena umjetnost, računarski programi, igre i novi mediji, izdavaštvo, film, dizajn, muzeji, biblioteke, nasljeđe.

Sektor kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo čine pravni subjekti u javnom i privatnom vlasništvu, kao i udruženja i fondacije, odnosno civilni sektor. Detaljan pregled registrovanih subjekata i zaposlenih po pojedinim djelatnostima (njih 46), kao i komparacija sa

FBiH, te komparativne prednosti mjerene lokacijskim koeficijentima prezentirane su u naredne dvije tabele.

Tabela 6. Registrovani subjekti po pojedinim djelatnostima KKI, 2014.

Podsektor KKI	NACE kod	OPIS	Pravne osobe KS	Obrt KS	Ukup. KS	Pravne osobe FBiH	Obrt FBiH	Ukup. FBiH
Arhitektura	71.11	Arhitektonske djelatnosti	98	14	112	303	56	359
Dizajn	74.10	Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	1	31	32	6	55	61
Elektronski mediji	60.10	Emitiranje radijskog programa	18	0	18	90	0	90
	60.20	Emitiranje televizijskog programa	13	0	13	41	0	41
	63.12	Internetski portali	10	5	15	16	27	43
Film	59.11	Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa	37	3	40	49	7	56
		Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova						
	59.12	i televizijskog programa	2	3	5	3	7	10
	59.13	Distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa	16	1	17	23	8	31
Fotografija	59.14	Djelatnosti prikazivanja filmova	3	0	3	9	1	10
	77.22	Iznajmljivanje videokaseta i diskova	0	59	59	1	247	248
	74.20	Fotografske djelatnosti	13	25	38	41	165	206
	47.61	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim prodavaonicama	13	12	25	42	54	96
Izdavaštvo	47.62	Trgovina na malo novinama, papirnatom robom i pisanim priborom u specijaliziranim prodavaonicama	20	39	59	94	249	343
	58.11	Izdavanje knjiga	54	1	55	86	2	88
	58.13	Izdavanje novina	21	2	23	45	3	48
	58.14	Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija	35	0	35	45	2	47
	58.19	Ostala izdavačka djelatnost	22	7	29	45	22	67
	63.91	Djelatnosti novinskih agencija	3	0	3	6	0	6
Muzeji, knjižare i nasljeđe	74.30	Prevoditeljske djelatnosti i usluge tumača	3	15	18	10	38	48
	91.01	Djelatnosti knjižnica i arhiva	5	0	5	42	0	42
	91.02	Djelatnosti muzeja	7	0	7	22	2	24
		Rad povijesnih mjesta i građevina te sličnih znamenitosti za posjetitelje						
	91.03		3	0	3	28	0	28
	91.04	Djelatnosti botaničkih i zooloških vrtova i prirodnih rezervata	1	0	1	5	0	5

	18.20	Umnožavanje snimljenih zapisa	9	4	13	19	9	28
	32.20	Proizvodnja glazbenih instrumenata	0	0	0	0	0	0
	47.63	Trgovina na malo glazbenim i videozapisima u specijaliziranim prodavaonicama	0	8	8	2	32	34
Muzika i izvedbene umjetnosti	59.20	Djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja glazbenih zapisa	9	1	10	18	2	20
	77.39	Iznajmljivanje i davanje u zakup (leasing) ostalih strojeva, opreme i materijalnih dobara, d. n.	7	1	8	22	6	28
	85.52	Obrazovanje i poučavanje u području kulture	8	1	9	77	3	80
	90.01	Izvođačka umjetnost	20	4	24	213	6	219
	90.02	Pomodne djelatnosti u izvođačkoj umjetnosti	4	11	15	12	23	35
Oglašavanje i tržišno komunicir.	73.11	Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu)	228	36	264	311	145	456
	73.12	Oglašavanje preko medija	12	2	14	14	4	18
	70.21	Odnosi s javnošću i djelatnosti izvještavanja	9	1	10	9	3	12
Računarski programi, igre i novi mediji	58.21	Izdavanje računalnih igara	0	0	0	0	3	3
	58.29	Izdavanje računalnih igara	7	1	8	11	1	12
	62.01	Računalno programiranje	136	75	211	249	177	426
Umjetnost	90.03	Umjetničko stvaralaštvo	2	30	32	39	79	118
	90.04	Rad umjetničkih objekata	5	0	5	27	0	27
	15.12	Proizvodnja putnih i ručnih torba i sličnih proizvoda, sedlarskih i remenarskih proizvoda	3	59	62	13	82	95
Zanati (umjetnički i tradicionalni obrti)	16.29	Proizvodnja ostalih proizvoda od drva, proizvoda od pluta, slame i pletarskih materijala	16	38	54	122	211	333
	32.20	Proizvodnja glazbenih instrumenata	0	0	0	0	0	0
	23.41	Proizvodnja keramičkih proizvoda za kućanstvo i ukrasnih predmeta	0	9	9	2	41	43
	23.49	Proizvodnja ostalih proizvoda od keramike	1	1	2	1	1	2
	32.12	Proizvodnja nakita i srodnih proizvoda	5	152	157	13	300	313
	32.13	Proizvodnja imitacije nakita (bižuterije) i srodnih proizvoda	0	17	17	3	64	67
UKUPNO			879	668	1547	2.229	2137	4.366

Izvor: Federalni zavod za statistiku, 2016. - podaci dostavljeni na zahtjev

Tabela 7. Zaposleni i lokacijski koeficijenti po pojedinim djelatnostima KKI, 2014.

Podsektori KKI	NACE kod	OPIS	Kanton Sarajevo	Federacija BiH	LQ - komparativna prednost
Arhitektura	71.11	Arhitektonske djelatnosti	190	723	0,93
Dizajn	74.10	Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	13	26	1,78
Elektronski mediji	60.10	Emitiranje radijskog programa	154	539	1,02
	60.20	Emitiranje televizijskog programa	2.012	2.447	2,92
	63.12	Internetski portali	3	13	0,82
Film	59.11	Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa	78	92	3,01
	59.12	Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa		1	0,00
	59.13	Distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa	36	80	1,60
	59.14	Djelatnosti prikazivanja filmova	30	84	1,27
	77.22	Iznajmljivanje videokaseta i diskova	6	19	1,12
Fotografija	74.20	Fotografske djelatnosti	56	213	0,93
Izdavaštvo	47.61	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim prodavnicama	172	272	2,25
	47.62	Trgovina na malo novinama, papirom i pisaćim priborom u specijaliziranim prodavaonicama	53	379	0,50
	58.11	Izdavanje knjiga	120	190	2,25
	58.13	Izdavanje novina	443	498	3,16
	58.14	Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija	117	152	2,74
	58.19	Ostala izdavačka djelatnost	32	65	1,75
	63.91	Djelatnosti novinskih agencija	79	103	2,73
	74.30	Prevoditeljske djelatnosti i usluge tumača	15	27	1,98
	91.01	Djelatnosti knjižara i arhiva	151	393	1,37
	91.02	Djelatnosti muzeja	132	208	2,26
Muzeji, knjižare i nasljeđe	91.03	Rad povijesnih mjesta i građevina te sličnih znamenitosti za posjetitelje	24	42	2,03
	91.04	Djelatnosti botaničkih i zooloških vrtova i prirodnih rezervata	36	88	1,45
	32.20	Proizvodnja muzičkih instrumenata			
	18.20	Umnožavanje snimljenih zapisa	3	11	0,97
Muzika i izvedbene umjetnosti	47.63	Trgovina na malo muzičkim i videozapisima u specijaliziranim prodavnicama	6	19	1,12
	59.20	Djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja muzičkih zapisa	11	19	2,06
		Iznajmljivanje i davanje u zakup (leasing) ostalih strojeva, opreme i materijalnih dobara, d. n.			
	77.39		28	49	2,03
	85.52	Obrazovanje i poučavanje u području kulture	79	162	1,73
	90.01	Izvođačka umjetnost	419	559	2,66

	90.02	Pomodne djelatnosti u izvođačkoj umjetnosti	8	41	0,69
Oglašavanje i tržišno komuniciranje	73.11	Agencije za promociju (reklamu i propagandu)	691	892	2,75
	73.12	Oglašavanje preko medija	27	27	3,56
	70.21	Odnosi s javnošću i djelatnosti izvještavanja	12	14	3,05
Računarski programi, igre i novi mediji	58.21	Izdavanje računarskih igara	3	5	2,13
	58.29	Izdavanje ostalog softvera	75	77	3,46
	62.01	Računarsko programiranje	1.079	1.508	2,54
Umjetnost	90.03	Umjetničko stvaralaštvo	19	106	0,64
	90.04	Rad umjetničkih objekata	32	184	0,62
	32.20	Proizvodnja muzičkih instrumenata			
Zanati (umjetnički i tradicijski obrti)	15.12	Proizvodnja putnih i ručnih torba i sličnih proizvoda, sedlarskih i remenarskih proizvoda	50	196	0,91
	16.29	Proizvodnja ostalih proizvoda od drva, proizvoda od pluta, slame i pletarskih materijala	31	408	0,27
	23.41	Proizvodnja keramičkih proizvoda za kućanstvo i ukrasnih predmeta	6	16	1,33
	23.49	Proizvodnja ostalih proizvoda od keramike	2	2	3,56
	32.12	Proizvodnja nakita i srodnih proizvoda	166	377	1,57
	32.13	Proizvodnja imitacije nakita (bižuterije) i srodnih proizvoda	8	30	0,95
KKI - ukupno			6.707	11.356	2,10
Ukupno zaposleni			126.609	450.121	

Izvor: Federalni zavod za statistiku, 2016. - podaci dostavljeni na zahtjev

Sistem upravljanja kreativnim i kulturnim industrijama na području Kantona Sarajevo sastoji se od tri podsistema i to:

- podsistem upravljanja pravnim subjektima u javnom vlasništvu, odnosno subjektima čiji je osnivač Kanton Sarajevo
- podsistem upravljanja pravnim subjektima u privatnom vlasništvu
- podsistem upravljanja nevladinim organizacijama, udruženjima i fondacijama

Sistem upravljanja određen je relevantnim zakonima, socio-kulturnim i ekonomskim uvjetima.

U toku je proces donošenja, izmjena i dopuna određenog broja zakona u skladu sa zahtjevima reformske agende (Zakon o radu, Kolektivni ugovori, itd.).

Uočeni su određeni problemi u upravljanju uzrokovani nestabilnošću upravnih struktura (upravni i nadzorni odbori, direktori) koja se temelji na promjeni vladajuće većine. Uočene su i određene dileme vezane za proces, procedure i kvalifikacije lica koja se biraju/postavljaju u strukture upravljanja u kreativnim i kulturnim industrijama u javnom sektoru.

Također je uočeno da bi javni sektor morao imati aktivan odnos prema civilnom sektoru u onom dijelu i proporcionalno angažiranim javnim sredstvima (budžetskim i projektnim) za njegove

projekte i rad. To se posebno odnosi na monitoring, evaluaciju, nadzor, izvještavanje i transparentnost. Moguće rješenje je uvođenje obaveze pravovremenog i potpunog izvještavanja o utrošenim sredstvima i rezultatima, kao i učešće u dobiti proporcionalno učešću u troškovima.

Poduzetničko-menadžerski kapaciteti se mogu diferencirati prema vlasništvu, prema podsektorima ovisno o otvorenosti podsektora prema evropskom i globalnom kreativnom tržištu, prema starosti menadžera, obrazovanju itd.

U posljednje vrijeme je više puta apostrofirano pitanje formalnog obrazovanja kao uvjeta za apliciranje na menadžerske pozicije u kulturi (samo umjetničke akademije ili i neke druge, srodne itd).

Postoje određene predrasude o lošim ili nedovoljnim poduzetničko-menadžerskim kapacitetima u institucijama kreativne i kulturne industrije u javnom vlasništvu. Istraživanje temeljeno na intervjuima, radionicama, pregledu web stranica i praćenju pisanja medija, konstatira da i u javnom sektoru postoje izuzetno poduzetni menadžeri, krajnje tržišno i projektno orijentirani i orijentirani prema evropskom i globalnom tržištu. S obzirom da ovu menadžeri uglavnom koriste budžetska sredstva, sredstva svih građana veoma bitan je monitoring i evaluacija njihovog rada kako bi se osigurao maksimalan efekat po osnovu angažiranih javnih sredstava.

S obzirom da civilni ili nevladin sektor u Kantonu Sarajevu koristi sredstva međunarodne pomoći, a vremenom sve češće i više budžetska sredstva potrebno je osigurati stručnu evaluaciju njihovih kapaciteta i kontrolu utroška budžetskih sredstava i sredstava koja dolaze na ime pomoći građanima Sarajeva.

Istraživanje je potvrdilo da su u cjelini kapaciteti nedovoljno i da je potrebno raditi na njihovom jačanju kroz podizanje kvaliteta obrazovanja i uvođenje cjeloživotnog obrazovanja. Fokus bi trebao biti na menadžmentu, humanim resursima, upravljanju humanim resursima, komercijalizaciji kulture, tržištu i njegovim zakonitostima, financiranju kreativnih i kulturnih industrija (projektnom financiranju, financiranju putem javno-privatnog partnerstva), novim konceptima razvoja (ekonomskog, urbanog, lokalnog, ljudskog).

Stalni lični i profesionalni razvoj kadrova u sektoru kreativnih i kulturnih industrija ima poseban značaj s obzirom da je upravo to bitna odrednica ovog sektora, ono po čemu se diferencira u odnosu na sve druge sektore. Za ovaj sektor je karakteristično visoko učešće umjetnosti, znanja, vještina, kulture, kreativnosti, inovativnosti, autorstva, autorskih prava.

Na području Kantona Sarajevo, u kreativnim i kulturnim industrijama, u podsektorima, djelatnostima i sasvim konkretnim institucijama i projektima moguće je pronaći istovremeno izuzetno posvećene, kreativne, inovativne, poduzetne menadžere, umjetnike, ali i veliki broj

osoba srednjeg i nižeg nivoa obrazovanja, koje ne pokazuju potrebnu motivaciju i posvećenost vlastitom razvoju i razvoju institucije kojoj pripadaju.

Sarajevo kao univerzitetski centar, zatim suvremene ICT tehnologije omogućavaju svim uposlenicima da rade na ličnom i profesionalnom razvoju. To bi trebala da prate normativna rješenja (zakon, ugovori, pravilnici, uredbe itd), kao i nova kultura rada i poslovanja, nagrađivanja i priznanja.

Doprinos sektora kreativnih i kulturnih industrija ostvarivanju ekonomskih ciljeva Kantona Sarajevo ima dvije dimenzije, i to: doprinos koji je mjerljiv, odnosno može se kvantificirati i doprinos, koji je nemjerljiv ili ga je teško precizno kvantificirati. Druga podjela je na direktni i indirektni doprinos sektora kreativnih i kulturnih industrija ekonomiji Kantona Sarajevo.

Tabela 8. Doprinos ostvarivanju ekonomskih ciljeva KS

Cilj	Direktni	Indirektni	Mjerljiv	Nemjerljiv
Kreiranje radnih mjesta	+	+	+	+
Kreiranje izvoza	+		+	
Kreiranje dodane nove vrijednosti	+		+	
Kreiranje bruto domaćeg proizvoda	+		+	
Privlačenje broja turista		+		+
Duže zadržavanje turista		+		+
Povećanje potrošnje drugih sektora (smještaj, trgovina, hoteli, apartmani, obrazovanje, itd.)		+		+
Punjenje budžeta	+	+	+	+
Punjenje fondova (PIO, zdravstvo, i dr.)	+	+	+	+
Doprinos brendiranju Sarajeva	+	+	+	+
Povećanje vidljivosti Sarajeva	+	+	+	+
Izgradnja imidža (promjena, jačanje)	+	+	+	+
Popravljanje komunalne urbane higijene		+		+
Podizanje estetike prostora		+		+
Popravljanje kulture življenja		+		+
Promjena narativa				
Promjena in i out percepcije				

Izvor: Vlastita elaboracija

Kreativne i kulturne industrije direktno ili indirektno doprinose ostvarivanju svih socijalnih i ekonomskih ciljeva Kantona Sarajevo, ali i ciljeva vezanih za prostorni i urbani razvoj.

IV KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVU - PODSEKTOR MUZEJI, BIBLIOTEKE, BAŠTINA

U sljedećih nekoliko dijelova pod naslovima "Kreativne industrije u Kantonu Sarajevo ..", a prema projektnom zadatku, daju se rezultati provedenog mapiranja ključnih grupacija/klastera,

podsektora i djelatnosti kreativne ekonomije u Kantonu Sarajevo sa inicijalnom situacionom analizom kreativne ekonomije na osnovu raspoloživih prethodnih studija i podataka javnih registara i kantonalne statistike, te međunarodnih studija, zatim sa SWOT analizom kreativne ekonomije, elementima potpornog okruženja, te preporukama i usmjerenjima na ključne korake potrebne za ubrzan razvoj kreativne industrije u Kantonu Sarajevo.

Prvi podsektor koji analiziramo označili smo kao "Muzeji, biblioteke i baština" prema klasifikaciji djelatnosti Bosne i Hercegovine 2010, a u skladu sa NACE klasifikacijom uključuje sljedeće djelatnosti, i to: 91.01 Djelatnosti biblioteka i arhiva; 91.02 Djelatnosti muzeja, 91.03 Rad povijesnih mjesta i građevina te sličnih zanimljivosti za posjetitelje i 91.04 Djelatnost botaničkih i zooloških vrtova i prirodnih rezervata.

IV 1.1. Situaciona analiza podsektora muzeji, biblioteke i baština

Podsektor čini sedam muzeja⁹ sa oko sto pedeset zbirki, u kojima je oko milion i po muzejskih predmeta, 124 biblioteke od nacionalne i univerzitetske, preko školskih do specijalnih, narodnih i vjerskih, kao i tri arhiva. Kulturno-historijsko i prirodno nasljeđe na području Sarajeva ima značajnu naučnu, obrazovnu, kulturnu, estetsko-ambijentalnu i turističku vrijednost, što može biti temelj za razvoj kreativne i kulturne industrije.

Na važnost podsektora ukazuju i podaci o njegovom ekonomskom doprinosu kako ukupnoj privredi tako i sektoru kreativnih i kulturnih industrija. Podsektor kreira oko 340 radnih mjesta ili oko 5% radnih mjesta u sektoru kreativnih i kulturnih industrija, odnosno 0,3% ukupne zaposlenosti Kantona Sarajevo.

Značaj Sarajeva za kreativne i kulturne industrije vezane za ovaj podsektor na nivou entiteta i države se izvodi iz visoke koncentracije ustanova, sadržaja i aktivnosti. Sadržaji i aktivnosti ovog podsektora u Federaciji Bosne i Hercegovine su uglavnom ili u relevantnom procentu koncentrirani na području Kantona Sarajeva. Tu su i neke od najznačajnijih nacionalnih (u smislu državnih) institucija Bosne i Hercegovine, kao i činjenica da je Sarajevo glavni grad.

Učesnici u podsektoru Muzeji, biblioteke i baština pripadaju javnom, privatnom i civilnom sektoru. Pored javnih ustanova od nacionalnog (državnog) i entitetskog značaja, na području Kantona djeluju javne ustanove čiji je osnivač Kanton i/ili općine u njegovom sastavu. Tu su i privatne ustanove, ustanove u sastavu kompanija iz različitih poslovnih sektora i zaklade

⁹ Zemaljski muzej BiH, Historijski muzej BH, Muzej književnosti i pozorišta BiH, JU Muzej Sarajeva sa depadansima, Muzej Alije Izetbegovića, Muzej DB, Muzej 11/07/1945

(vakufi) od 1537 do danas. Posebno se izdvajaju dvije: Gazi Husrev-begova biblioteka i Bošnjački institut Adil-beg Zulfikarpašića. U posljednje vrijeme evidentan je veliki interes civilnog sektora, udruženja građana i fondacija za uključivanje u aktivnosti vezane za rad muzeja, biblioteka i baštinu. Tu su i predstavnici međunarodnih organizacija i institucija koje uzimaju veoma aktivno učešće u rješavanju problema određenih institucija i njihovom profiliranju. Posebno je vidljiv i učinkovit angažman Ambasade SAD-a. Svi nivoi vlasti, od lokalnog (općinskog) preko Grada Sarajeva, bez obzira na njegov finansijski kapacitet, posebno Kantona Sarajevo, do entitetskih i državnih ministarstava su aktivno uključeni u aktivnosti podsektora Muzeji, biblioteke i baština, što je razumljivo s obzirom na značaj, potencijale, „osjetljivost“ kulturnih sadržaja na proces komercijalizacije u procesu društvene, ekonomske i političke tranzicije, kao i na statusne, pravne, imovinske, finansijske, infrastrukturne, kadrovske probleme podsektora.

Sve djelatnosti u podsektoru Muzeji, biblioteke i baština imaju lokacijski koeficijent (LQ) veći od jedan, a djelatnost muzeja i baštine imaju LQ veći od dva, što upućuje na zaključak o komparativnim prednostima i potencijalima za razvoj kreativne i kulturne industrije. U ovom podsektoru, prema dostupnim podacima za 2014 godinu, evidentirano je 16 subjekata, što predstavlja oko 16% ukupnog broja evidentiranih subjekata u ovom podsektoru u FBiH.

Tabela 9. Broj subjekata u podsektoru Muzeji, biblioteke i nasljeđe

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBH	KS u FBH %
91.01	Djelatnost knjižara i arhivara	5	42	12
91.02	Djelatnost muzeja	7	24	29
91.03	Rad povijesnih mjesta i građevina te sličnih znamenitosti za posjetitelje	3	28	11
91.04	Djelatnost botaničkih i zooloških vrtova i prirodnih rezervata	1	5	20
	Ukupno	16	99	16

Izvor: Obrada autora na osnovu internih podataka Federalnog zavoda za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016

U okviru podsektora dominiraju poreski obveznici srednje veličine, mjereno brojem zaposlenih, (oko 65%). Nema evidentiranih poreskih obveznika u kategoriji veliki poreski obveznici. Kategoriji malih, mjereno brojem zaposlenih, pripada nešto više od jedne trećine poreskih obveznika ovog podsektora ¹⁰.

U podsektoru Muzeji, biblioteke i baština na području Kantona Sarajevo zaposleno je oko 340 lica ili nešto manje od 50 posto zaposlenih ovog podsektora Federacije. Podsektor Muzeji, biblioteke i baština u ukupnoj zaposlenosti Kantona Sarajevo participira sa 0,3%, a u ukupnoj zaposlenosti Federacije Bosne i Hercegovine sa 0,2%.

¹⁰ Strategija razvoja Kantona Sarajevo 2020, Prijedlog, Kanton Sarajevo, Sarajevo, 2016 www.ks.gov.ba

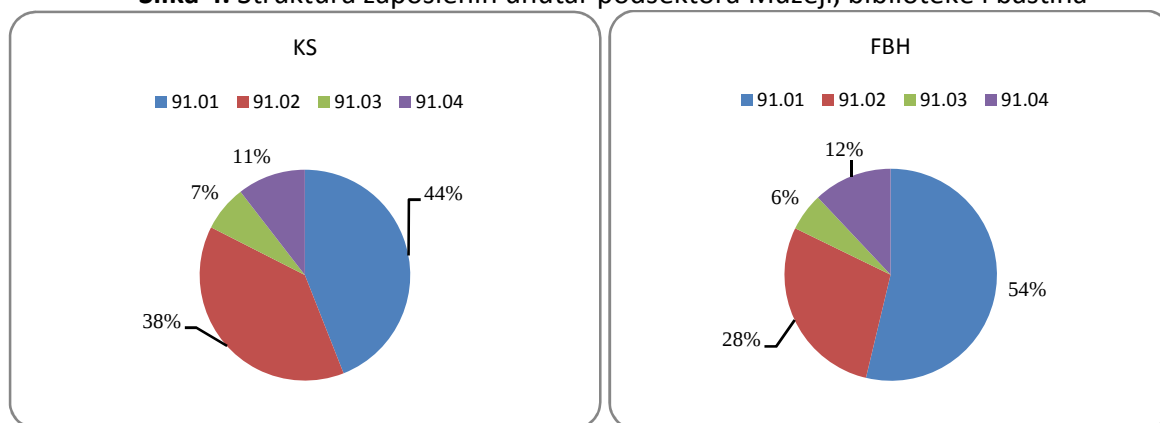
Tabela 10. Broj zaposlenih u podsektoru

NACE kod	Opis	Zaposleni			LQ komparativna prednost
		KS	FBH	KS u FBH %	
91.01	Djelatnost knjižničara i arhivara	151	393	38	1,37
91.02	Djelatnost muzeja	132	208	63	2,26
91.03	Rad povijesnih mjesta i građevina te sličnih znamenitosti za posjetitelje	24	42	57	2,03
91.04	Djelatnost botaničkih i zooloških vrtova i prirodnih rezervata	36	88	41	1,45
	Ukupno	343	731	47	

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, priprema osnovnih podataka MH, Sarajevo, 2016,

Neto plate u podsektoru su na nivou prosjeka neto plata u Federaciji BH (99,3%), što ima reperkusije na atraktivnost podsektora kao poslodavca, posebno ukoliko želi privući potrebnu radnu snagu za naučnu i svaku drugu interpretaciju uključujući i turističku, kao i različite vidove komercijalizacije, što bi povećalo učešće podsektora u zaposlenosti, dodanoj vrijednosti, dohotku, izvozu.

U ukupnom broju zaposlenih u kreativnim i kulturnim industrijama Kantona Sarajevo podsektor Muzeji, biblioteke i baština učestvuje sa oko 5%, a u Federaciji Bosni i Hercegovini sa oko 6%.

Slika 4. Struktura zaposlenih unutar podsektora Muzeji, biblioteke i baština

Izvor: Izračun autora na osnovu internih podataka Federalnog zavoda za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

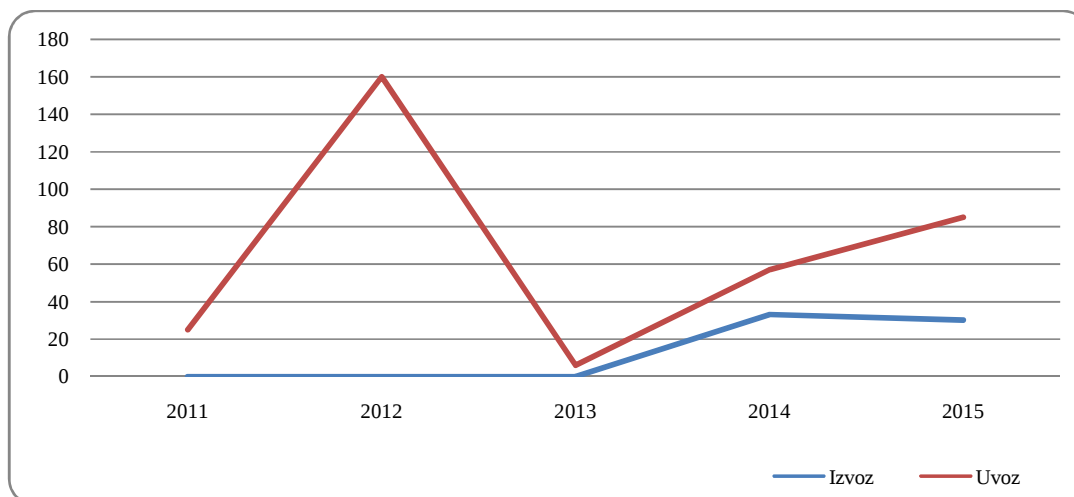
U strukturi zaposlenih podsektora Muzeji, biblioteke i baština, djelatnost bibliotekara i arhivara participira sa 44% u Kantonu Sarajevo, a sa 54% u Federaciji BiH. Djelatnost muzeja učestvuje sa 38% u KS, a 28% u Federaciji BH. U javnim ustanovama broj zaposlenih je do daljnjeg odlukom vlada na različitim nivoima „zamrznut“, što je generiralo probleme u određenim ustanovama. Žene u ovom sektoru čine oko 48% zaposlenih na nivou Kantona, a oko 44% na nivou

Federacije. Prema podacima Federalnog zavoda za statistiku, u podsektoru na nivou Kantona Sarajevo dvije trećine zaposlenih ima srednju stručnu spremu ili manje obrazovanje. Tek nešto više od jedne trećine zaposlenih ima visoku stručnu spremu, a izrazito je malo učešće magistara i doktora nauka među zaposlenim. Kada je riječ o analizi zaposlenih prema intervalima starosti (po petogodištima), a na temelju podataka Federalnog zavoda za statistiku, situacija u podsektoru je slična situaciji na nivou Kantona Sarajevo.

Investicije u ovom podsektoru uglavnom dolaze iz vlastitih sredstava. Podsektor u ukupnom uvozu i izvozu participira sa manje od 0,01%.

Radi ilustracije promjena i potencijala podsektora na slici ispod je prezentirana dinamika izvoza i uvoza na nivou Bosne i Hercegovine, koja pokazuje oscilacije s tendencijom smanjivanja na strani uvoza i rastući trend na strani izvoza.

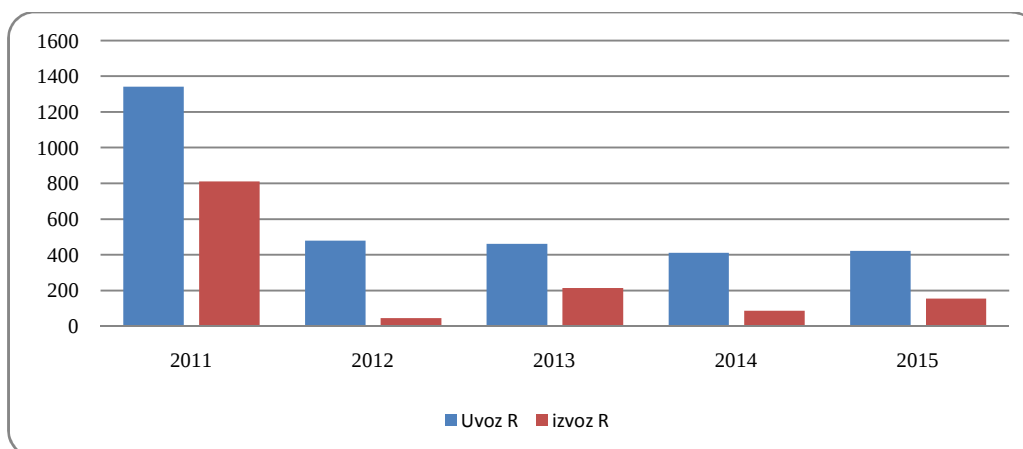
Slika 5. Izvoz i uvoz podsektora Muzeji, biblioteke i baština BiH, 000 KM



Izvor: Robna razmjena BiH s inostranstvom u 2014, Agencija za statistiku BiH, 2015, str. 23-24, www.asbh.ba, Statistika robne razmjene BiH sa inostranstvom januar-decembar 2015, Sarajevo 2016, str.9- 21

U cijelom analiziranom periodu područje djelatnosti R na nivou Federacije BiH, odnosno podsektor Muzeji, biblioteke i baština na nivou Bosne i Hercegovine bilježi deficit, ali i tendenciju njegovog smanjivanja, ali to bitno ne utječe na pojavu na ukupan izvoz i uvoz Kantona, entiteta i Bosne i Hercegovine.

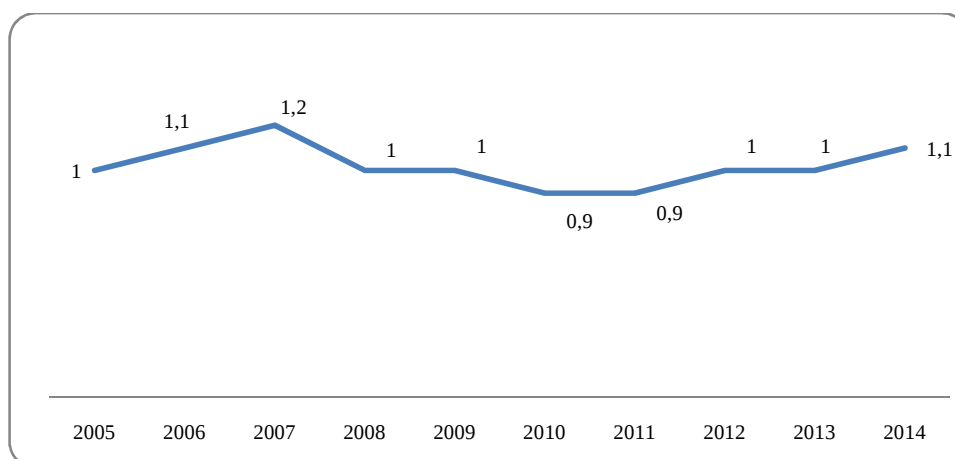
Slika 6. Izvoz i uvoz R za Federaciju Bosne i Hercegovine



Izvor: Robna razmjena BiH s inostranstvom u 2014, Agencija za statistiku BiH, 2015, str. 23-24, www.asbh.ba, Statistika robne razmjene BiH sa inostranstvom januar-decembar 2015, Sarajevo 2016, str.9- 21

Područje R u periodu 2005-2014 u ukupnoj dodanoj vrijednosti svih djelatnosti Federacije Bosne i Hercegovine učestvovalo je sa oko 1%, odnosno podsektor Muzeji, biblioteke i baština je participirao sa daleko manjim procentom.

Slika 7. Participacija područja R u dodanoj vrijednosti svih djelatnosti u FBIH

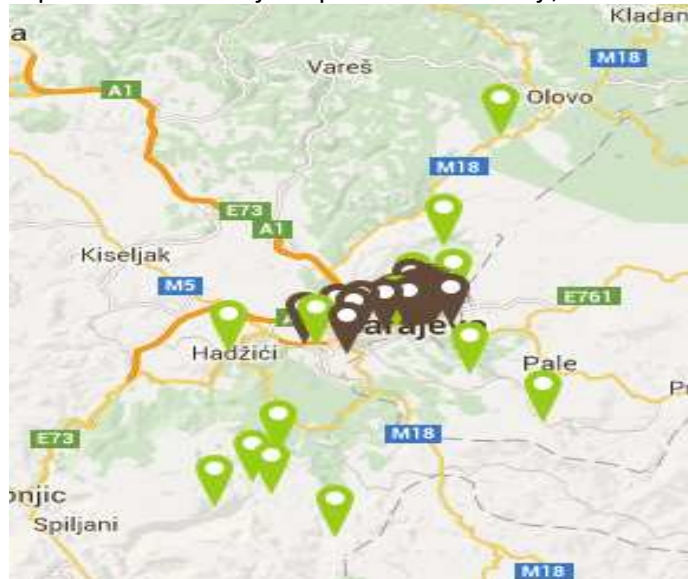


Izvor: Bruto domaći proizvod u Federaciji Bosne i Hercegovine 2014, SB 228, Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2015, str.18-19

Podsektor Muzeji, biblioteke i baština u ukupnoj zaposlenosti, investicijama, dodanoj vrijednosti, bruto domaćem proizvodu, neto poslovnom višku, izvozu učestvuju sa manje od jedan ili oko pola postotka. Prema tome, prema recentnim podacima o direktnim efektima na zaposlenost, dodanu vrijednost, izvoz, uvoz, investicije, bruto domaći proizvod, podsektor nije

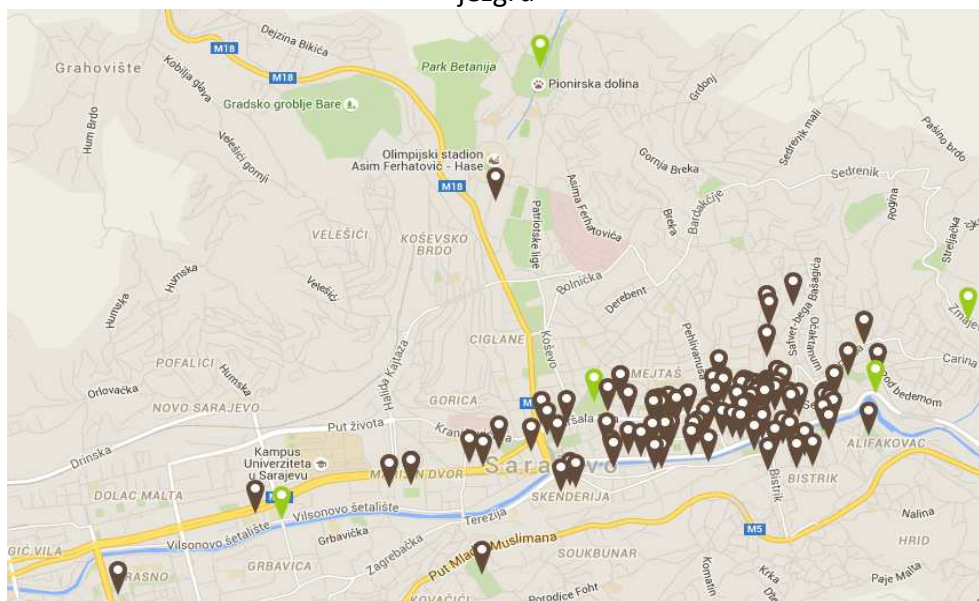
trenutno relevantan. S druge strane, za rad učesnika u ovom sektoru izdvajaju se značajna budžetska sredstva različitih nivoa vlasti, sredstva javnih kompanija, privatnih kompanija, sponzora, donatora, međunarodnih organizacija i institucija. Trenutni ekonomski rezultati podsektora nisu u pozitivnoj korelaciji sa njegovim potencijalima i globalnim, a posebno evropskim trendovima.

Slika 8. Mapa sa svim sadržajima podsektora muzeji, biblioteke i baština



Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

Slika 9. Mapa sa svim sadržajima podsektora muzeji, biblioteke i baština – koncentracija u jezgru



Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

IV 1.1. Djelatnost muzeja¹¹

Na području Kantona Sarajevo, prema podacima Federalnog zavoda za statistiku, u 2014 godini djelovalo je sedam muzeja ili 29% svih muzeja Federacije Bosne i Hercegovine. U njima je bilo zaposleno 132 lica ili 63% svih zaposlenih u muzejima Federacije. Prosječna veličina muzeja, mjerena brojem zaposlenih, je oko dva puta veća od prosjeka Federacije.

Na području Kantona Sarajevo djeluju Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine, Historijski muzej Bosne i Hercegovine, Muzej književnosti i pozorišne umjetnosti Bosne i Hercegovine, Javna ustanova Muzej Sarajeva sa depadansima, Muzej Alije Izetbegović, Muzej DB. Tu su i Muzej 11/07/1945, Muzej Pivara, muzeji u sastavu drugih objekata i institucija.

Ukupna izdvajanja iz budžeta Kantona prema JU Muzej Sarajeva su smanjena, tako da je učešće budžeta u ukupnom prihodu ove ustanove smanjeno sa oko 90% u 2011 na oko 85% u 2016 godini. Broj zaposlenih je smanjen sa 23 na 22 u istom periodu.

Pored izdvajanja za rad kantonalnih javnih ustanova, iz Budžeta Kantona Sarajevo vrše se transferi i prema drugim muzejima koji djeluju na području Kantona Sarajevo. Tako je iz Budžeta Kantona prema tri muzeja od nacionalnog značaja (Zemaljski, Historijski i Muzej književnosti i pozorišne umjetnosti) transferirano oko 269 hiljada KM 2011, a oko 277 hiljada KM 2016 godine.

U muzejima na području Kantona Sarajevo koncentrirano je 50% svih muzejskih zbirki Federacije BiH i skoro četiri petine svih muzejskih predmeta Federacije BiH. Pregled broja zbirki i broja predmeta dat je u tabli ispod.

¹¹ Prema NACE klasifikaciji 91.02

Tabela 11. Pregled broja zbirke i broja predmeta prema vrstama

2014	KS	FBiH	KS u FBiH %
Prirodnjačka			
Broj zbirke	4	9	44
Broj predmeta	750000	791298	95
Historijska			
Broj zbirke	8	18	44
Broj predmeta	350200	424471	83
Arheološka			
Broj zbirke	3	18	17
Broj predmeta	150000	342059	44
Numizmatička			
Broj zbirke	1	10	10
Broj predmeta	20000	35605	56
Etnološka			
Broj zbirke	2	8	25
Broj predmeta	17000	21129	81
Etnomuzikološka			
Broj zbirke	1	2	50
Broj predmeta	100	110	91
Likovna			
Broj zbirke	1	12	8
Broj predmeta	10	8581	

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016, www.fzs.ba

Iz prethodne slike se vidi koncentracija prirodnjačkih, historijskih, etnoloških i etnomuzikoloških zbirke, a posebno predmeta u muzejima Kantona Sarajevo.

Danas muzeji postaju sve fleksibilniji, prilagođavaju se životu i potrebama posjetitelja, razvoju multimedijске i drugih informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Dolazi do uvođenja novih tehnologija, izložbenih projekata i uvođenjem novih programa. Većina muzeja ima vlastitu internet stranicu. Iako je funkcija muzeja prije svega didaktička, sve je učestalije uvođenje elemenata zabave i razonode u muzejsku ponudu. Utjecaj tehnološkog razvoja na muzejsku djelatnost očituje se i u procesu digitalizacije muzejske građe i dokumentacije te stvaranje javno dostupnih virtualnih kreacija. Muzeji na internet stranicama nude 3D preglede predmeta, odjeljenja, muzeja. Stranice se ažuriraju i veoma brzo reagiraju na upite posjetitelja i drugih zainteresiranih vezano za ponudu Muzeja.

Kada je riječ o muzejskoj građi u specijaliziranim muzejima na području Kantona Sarajevo je posebno izražena koncentracija arheoloških, numizmatičkih, etnoloških, književno-izdavačkih predmeta (u rasponu od oko četiri petine do 100%),

Tabela 12. Vrste muzejske građe u specijalizovanim muzejima, 2014.

	KS	FBiH	KS u FBiH %
Historijska			
Broj zbirke	3	14	21
Broj predmeta	500	2303	22
Arheološka			
Broj zbirke	1	9	11
Broj predmeta	2000	2400	83
Numizmatička			
Broj zbirke	1	3	33
Broj predmeta	200	250	80
Etnološka			
Broj zbirke	1	1	100
Broj predmeta	3500	3500	100
Likovna			
Broj zbirke	8	12	67
Broj predmeta	6311	11985	53
Književno-izdavačka			
Broj zbirke	101	101	100
Broj predmeta	20000	20000	100
Tehnička			
Broj zbirke	1	12	8
Broj predmeta		250	
Ostalo			
Broj zbirke	1	4	25
Broj predmeta		127	

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

I prethodna slika potvrđuje značaj muzeja koji djeluju na području Kantona Sarajevo za muzejsku djelatnost Federacije Bosne i Hercegovine, odnosno muzejsku djelatnost Bosne i Hercegovine.

Zemaljski muzej je najstarija moderna kulturna i naučna ustanova zapadnog tipa u zemlji osnovana 1888 godine. Prostor u kome je Muzej bio prvobitno smješten ubrzo je postao suviše skučen i nepodesan za zbirku koja je rasla, pa je 1909. godine počela izgradnja novog muzejskog kompleksa od četiri paviljona i Botaničkog vrta, koji je završen i otvoren 1913. Dugo vremena bio je to jedini namjenski izgrađen muzejski kompleks na prostoru bivše Jugoslavije. U njemu je Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine smješten i danas.¹² Prethodnih godina zbog neriješenog statusa i probleme koji su se na toj osnovi akumulirali muzej je bio zatvoren.¹³ Ponovo je

¹² <http://www.zemaljskimuzej.ba/o-zemaljskom-muzeju-bih>

¹³ Osnovan 1888. godine, Zemaljski muzej je najstarija moderna kulturna i naučna ustanova zapadnog tipa u zemlji. Prva ideja o osnivanju muzeja seže još u polovinu 19. stoljeća, dok je prostor Bosne i Hercegovine – kao Bosanski pašaluk – pripadao Osmanskom carstvu. Ipak, ideja je realizovana gotovo četiri decenije kasnije dolaskom Austrougarske. Prostor u kome je Muzej bio prvobitno smješten – u tadašnjem centru grada – ubrzo je postao suviše skučen i nepodesan za zbirku koja je rasla, pa je 1909. godine počela izgradnja novog muzejskog kompleksa od četiri paviljona i Botaničkog vrta, koji je završen i otvoren 1913. Dugo vremena bio je to jedini namjenski

otvoren polovinom 2016. godine uz veliki angažman Ministarstva civilnih poslova Bosne i Hercegovine, Ambasada SAD, kao i velikog broja drugih ambasada, međunarodnih organizacija i institucija, udruženja, ministarstava. U rješavanje problema muzeja uključena su i najuspješnija javna preduzeća Bosne i Hercegovine (BH Telekom, Pošte BH, JP Elektroprivreda, Lutrija BH).¹⁴

Historijski muzej Bosne i Hercegovine 2016 obilježava 70 godina postojanja i rada. Muzej je predstavljen na 15. Venecijanskom bijenalu¹⁵. Historijski muzej BiH se bavi prikupljanjem, čuvanjem, istraživanjem, prezentacijom i promoviranjem kulturno-historijskog naslijeđa Bosne i Hercegovine. Od osnivanja 1945. godine do 1993. godine Muzej je tematski usmjeren na historiju borbe protiv fašizma u Drugom svjetskom ratu i na njegovanje vrijednosti socijalističke države. Više puta je mijenjao naziv. Nakon preimenovanja u Historijski muzej BiH 1993. godine, promijenila se tematska struktura i Muzej je počeo proučavati historiju Bosne i Hercegovine od srednjeg vijeka do danas. Historijski muzej BiH je jedinstvena institucija kulture u Bosni i Hercegovini, koja je postala prostor za dijalog o prošlosti i različitim aspektima njenog pamćenja. Muzej razvija i nudi publici programe i aktivnosti pomoću kojih se kroz muzejske predmete, priče i prostor govori o prošlosti, sadašnjosti i budućnosti.¹⁶ Historijski muzej se suočava sa problemom krova, zatim grijanja, sanacije kamene fasade, što ugrožava kulturno-historijsko naslijeđe izloženo u stalnoj postavci, kao i zgradu koja je jedinstveni objekt moderne arhitekture i nacionalni spomenik. U rješavanje problema muzeja uključili su se općina Novo Sarajevo i Ministarstvo civilnih poslova. Sredstva za rješavanje problema se traže u saradnji sa međunarodnim donatorima, Ministarstvom civilnih poslova i drugima. Do sada je ostvarena saradnja sa švicarskim ETH, Urban-Think Tenkom te firmom Baier-Bischofberger, Maticom BiH u Švicarskoj koja je osigurala učešće Historijskog muzeja na Bijenalu arhitekture u Veneciji. U toku su aktivnosti na pronalaženju sredstava za realizaciju intervencija na zgradi koje su djelo Baier-Bischofberger ureda Švicarska.

Muzej književnosti i pozorišne umjetnosti Bosne i Hercegovine rijetka je kulturna i naučna institucija u južnoslavenskim/balkanskim i u evropskim razmjerima koja se istovremeno bavi (o)čuvanjem i prezentacijom bogate građe iz dvije umjetničke oblasti: književnosti i pozorišne umjetnosti. Osnovan je 1961. godine kao Muzej književnosti BiH, a deset godina kasnije, 1970. godine, Muzej je proširio svoju djelatnost i na pozorišnu umjetnost BiH.¹⁷ Muzej obilježava 55

izgrađen muzejski kompleks na prostoru bivše Jugoslavije. U njemu je Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine smješten i danas.vlasti. <http://www.zemaljskimuzej.ba/o-zemaljskom-muzeju-bih>

¹⁴ 29. Aprila 2016 održan je sastanak Ministra civilnih poslova, direktora Zemaljskog muzeja, direktora BH Telekom, Elektroprivrede BH, Lutrije BH i BH Pošte o tome koliko ove firme mogu izdvojiti za Zemaljski muzej od novca za donacije i reklame

¹⁵ <http://muzej.ba/?lang=bs>

¹⁶ <http://muzej.ba/collections-research/about-the-museum/>

¹⁷ <http://www.mkpubih.ba/historijat/>

godina postojanja i djelovanja. U fondovima muzeja se nalazi 67 književnih i 17 pozorišnih zbirki sa 20.000 eksponata. Muzej je organizirao poseban program u povodu Dana muzeja, zatim u povodu 55 godina rada, zatim čitalačko ljeto. Muzej na svojoj stranici nudi multimedijalne sadržaje. Održavanje stranice Muzeja pomogla je Ambasada Kraljevine Norveške u Bosni i Hercegovini¹⁸.

Muzej Sarajeva je javna ustanova osnovana od strane Kantona Sarajevo. Čine je centralna zgrada sa depoima i pet depandansa: Svrzina kuća, Despića kuća, Muzej Jevreja BiH, Brusa bezistan i Muzej Sarajevo 1878-1914. U depoima i depandansima se čuvaju i izlažu muzeološki obrađeni predmeti koji govore o prošlosti grada Sarajeva, od prahistorijskih naseobina na Butmiru, ilirskih i rimskih naselja, srednjovjekovne Bosne, osmanske epohe i austrougarskog perioda do današnjih dana. Muzej posjeduje veoma vrijedne zbirke: arheološku, orijentalnu, etnografsku, zbirku umjetničkih djela, jevrejsku, austrougarsku, itd. U proteklom periodu Muzej Sarajeva je dao značajan doprinos u kulturnom, obrazovnom i turističkom životu Grada Sarajeva, što će biti njegova zadaća i dalje. Muzej ima 22 zaposlena, od toga šest voditelja zbirki i četiri vodiča. Muzejski prostori se koriste i za prijeme, kao što je bio prijem diplomata u Svrzinoj kući, kao i druge događaje. Muzej posjetiocima nudi i sadržaje koji su kombinacija fizičke izložbe i digitalnih sadržaja. Muzej je uključen i u izvođenje radova na arheološkim istraživanjima (primjer Bijela Tabija 2013).¹⁹ Muzeju nedostaju određeni profili zaposlenih. Uočen je nedostatak jednog posebnog objekta (depandansa) koji bi prezentirao građansku kulturu stanovanja Hrvata u Sarajevu. Također je uočena potreba da se olakša pristup turistima i uposlenicima objektima Muzeja (saobraćaj u mirovanju, uklanjanje određenih prepreka (žardinjera) za pristup).²⁰

Spomenički kompleks Tunel D-B uspostavio je saradnju sa većinom muzejskih i drugih kulturnih institucija u Kantonu Sarajevo sa kojima se sfere rada preklapaju. Ta saradnja se ogleda kroz zajedničke izložbe, koje kroz različite prizme osvjetljavaju pojedine do sada nedovoljno istražene segmente života pod opsadom. Kada je riječ o planovima Spomeničkog kompleksa Tunel D-B, oni su veliki, a jedan od njih će, kada to bude moguće, ponovno povezati dvije strane, tunelom ispod piste. Kroz tunel bi ponovo prolazili ljudi, ali ovaj put kao turisti.

Odlukom Skupštine Kantona Sarajevo 2009. godine Muzej Alije Izetbegovića postaje zasebna javna ustanova. Tim se otvaraju veće mogućnosti za uspješan kulturni i društveni rad ove institucije. Muzej ima tri zaposlena i finansira se iz budžeta Kantona Sarajevo.²¹

¹⁸ <http://www.mkpubih.ba/>

¹⁹ <http://muzejsarajeva.ba/>

²⁰ Intervju sa direktorom JU Muzej Sarajeva, 2016

²¹ <http://www.muzejalijaizetbegovic.ba/bs/page.php?id=8>

Galerija 11/07/95 prva je memorijalna galerija-muzej u Bosni i Hercegovini. Galerija predstavlja hibridni prostor muzeja i galerije. Konceptom preplitanja muzejske i galerijske forme, kao i vremenskih odrednica prošlosti i budućnosti, zatim kroz forme umjetničkog i dokumentarnog postupka, pokušava da se suprotstavi homogenim i rigidno ideološkim interpretacijama. Posebnost Galerije leži u tome što se ne pokušava nositi sa historijom u njenoj konačnoj formi, već naprotiv intervenira unutar historijskog trenutka, koji nije samo nedavna prošlost nego pripada i sadašnjosti. Kroz širok opseg multimedijalnih sadržaja: fotografija, mapa, zvučnih i vizuelnih materijala Galerija-muzej posjetiteljima kroz stalnu postavku nudi dokumentarnu i umjetničku interpretaciju događaja koji su se odigrali tokom jula 1995. godine u Srebrenici. S druge strane, kroz obrazovne programe i povremene tematske izložbe Galerija stavlja naglasak na aktuelne događaje u svijetu, ali i na historijsku prošlost nekadašnje zajedničke države Jugoslavije. Galerija koristi mješovite medije: fotografiju, video i interaktivne dokumente i time pokreće recipijenta da razmisli o politici i kulturi sjećanja i zaborava, koje obuhvataju ne samo događaj sam već i način na koji se događaj predstavlja u rbi et orbi.²² Osnivač muzeja-galerije je Udruženje građana "Kultura sjećanja". Galerija je otvorena za donacije putem računa u banci. Galeriju su posjetili mnogi ugledni gosti²³ Za svoj rad dobila je brojne međunarodne nagrade i priznanja.²⁴

Godine 2015 Sarajevska pivara je, u povodu obilježavanja 151 godine rada, otvorila Muzej Pivara. Sarajevska pivara se smatra najstarijim industrijskim postrojenjem u Bosni i Hercegovini osnovanim 1864 godine. Na početku prošlog stoljeća (1907) bila je najveća pivara u Austro-ugarskom carstvu. Sama zgrada Sarajevske pivare, mješavina orijentalnog i klasičnog evropskog dizajna, je veoma atraktivna i dio je kulturno-historijskog nasljeđa. Muzej u okviru Sarajevske pivare je jedini muzej ove vrste u Bosni i Hercegovini. Muzejska postavka je podijeljena na različita razdoblja, i to: Osmanlijsko carstvo, Austro-ugarska monarhija, svjetski ratovi, socijalistički period i period nakon agresije na Bosnu i Hercegovinu.²⁵

Prisutan je interes za formiranje novih muzeja (inicijativa za izgradnju muzeja savremene umjetnosti Ars Aevi, inicijativa udruženja građana za Muzej ratnog djetinjstva i drugi). Izložbu Muzeja ratnog djetinjstva organiziranu u Historijskom muzeju Bosne i Hercegovine u deset dana posjetilo je rekordnih 4.000 posjetilaca ili oko 400 posjetilaca dnevno²⁶. Javnosti je prezentirana

²² <http://galerija110795.ba/bs/o-galeriji-110795/>

²³ Princeza Ana, kancelar Merkel, Bramertz, ministar vanjskih poslova Belgije, Direktor Tate Modern Gallery, Ministar vanjskih poslova Škotske, Premijer Turske, Maritn Bell sa BBC, Bernard-Henri Levy, Baronesa Catherine Ashton, Branko Lustig, Predsjednik EC Herman Van Rompuy, drugi.

²⁴ <http://galerija110795.ba/bs/izlozbe/>

²⁵ <http://sarajevska-pivara.com/muzej/>

²⁶ <http://depo.ba/clanak/147317/preko-4-000-ljudi-posjetilo-prvu-izlozbu-muzeja-ratnog-djetinjstva#8>

inicijativa otvaranja Muzeja stradanja građana BiH u nekadašnjem logoru Kon-Tiki u Vogošći, poznatom i kao pansion „Kod Sonje“²⁷

Olimpijski muzej XIV Olimpijskih igara je bio smješten u objektu sagrađenom 1903²⁸. Muzej je od 2004. lociran u kompleksu Zetra. Muzej prezentira duh olimpizma, vrijednosti, kreativnost, mladost, itd. Muzej sadrži dijela domaćih i stranih umjetnika. Raspolaže video opremom, a u njemu se realiziraju različiti programi, izložbe, predavanja, konferencije. Muzej se finansira u okviru djelatnosti Olimpijskog komiteta BiH. Druge prihode Muzej ostvaruje od Ministarstva za kulturu Kantona Sarajeva i Federacije BiH. Zbog nedostatka sredstava Muzej ima samo jednog zaposlenog (direktora)^{29 30}.

Muzej Stare pravoslavne crkve u Sarajevu svetih arhanđela Mihaila i Gavrila, rangiran je među prvih pet u svijetu, jer sadrži ikone i dokumente neprocjenjive Vrijednosti. Muzej je dio vrlo vrijedne graditeljske cjeline koja je proglašena nacionalnim spomenikom BiH. U Muzeju se nalazi zbirka od 140 ikona, četiri ikonostasna fragmenta, zbirka od 114 predmeta izrađenih od metala, zbirka od 13 knjiga, zbirka od šest starih dokumenata, te zbirka od 37 liturgijskih tkanina i veza, kao i drugi brojni vrijedni eksponati³¹. Muzej je lociran u starom gradskom jezgru. Kompleks se spominje od 1539 godine, ali se pretpostavlja da je izgrađen na temeljima još starije crkve.

Muzej sevdaha ili Art kuća sevdaha je u potpunosti posvećen očuvanju sevdalinke, tradicionalne bosanskohercegovačke ljubavne pjesme. U Muzeju su predstavljeni najznačajniji izvođači sevdalinke, ploče, instrumenti i tradicionalna odjeća. Ovaj jedinstveni muzej u svijetu je smješten u daire sa devet magaza³² u ulici Halači, koji su gradili dubrovački kamenoresci 1776 godine za trgovca hadži Ibrahima. Sarajevo je jedini grad u Bosni koji je imao daire, i to ne jedne nego tri.³³ U kontekstu kreativne i kulturne industrije relevantan je spoj graditeljske, kulturno-historijske i nematerijalne baštine u središtu Baščaršije. U ovom prostoru pored suvenira, posjete muzeju, gosti mogu dobiti osvježenje (hrana, piće). Prostor se može rezervirati za različite događaje, promocije, proslave, snimanja i slično.

²⁷ FENA 29 juni 2016, nosilac inicijative je Udruženje logoraša općine Vogošća, [http://klix.ba/vijesti ...](http://klix.ba/vijesti...)

²⁸ arhitekt Paržik projektovao za sarajevskog advokata Mandića, vrlo vrijedna mala vila locirana na rubu padine s prekrasnim pogledom na grad, a u blizini vile Rajtera, jednog od direktora Sarajevske pivare

²⁹ Prije rata je bilo osam zaposlenih

³⁰ <http://www.okbih.ba/new/text.php?id=6>

³¹ <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/muzej-stare-pravoslavne-crkve-u-sarajevu-medu-pet-u-svijetu>

³² magaza, skladište trgovačke robe

³³ <http://www.sarajevo-tourism.com/art-kuca-sevdaha>

Muzej Gazi-Husrev-bega predstavlja jedinstveno mjesto na kojem se posjetioci mogu upoznati sa likom Gazi Husrev-bega i historijatom njegove zadužbine³⁴. Savremena postavka se sastoji od osam tematskih cjelina, koje su raspoređene u nekadašnjim učeničkim sobama. Svaka prostorija je zasebna tematska cjelina pa se posjetitelji mogu upoznati sa Gazi Husrev-begom, kao historijskom ličnošću, potom sa njegovim Vakufom, kao i Gazi Husrev-begovom medresom. U centralnoj prostoriji (predavaonica) je smještena kolekcija raritetnih predmeta GHB vakufa, zatim imamo sobu sa instrumentima za određivanje vremena (muvekkithana), sobu sa starim fotografijama GHB vakufa, kao i sobu o stradanju objekata GHB vakufa za vrijeme opsade Sarajeva 1992-1995. U jednoj od prostorija se može pogledati dokumentarni film o Gazi Husrev-begu, nastanku njegovog vakufa i vakufskim objektima koji su izgrađeni u Sarajevu.³⁵

Grupa entuzijasta³⁶ pozvala je svjetske umjetnike da, u znak podrške Sarajevu pod opsadom, doniraju svoja djela i na taj način stvore zbirku budućeg Muzeja savremene umjetnosti u Sarajevu. Tako je 1992 nastao Muzej savremene umjetnosti Ars Aevi. Jedinstvena kolekcija Ars Aevi, sastavljena od oko 150 djela koja su donirali neki od najpoznatijih domaćih i međunarodnih umjetnika. U Sarajevo je stigla 1999 godine. Danas se ova kolekcija smatra jednom od najznačajnijih zbirki savremene umjetnosti u Jugoistočnoj Evropi, a njezin dio može se pogledati u Art Depou Muzeja Ars Aevi u Domu mladih, gdje će kolekcija biti smještena do izgradnje zgrade muzeja na Vilsonovom šetalištu. Projekat zgrade Muzeja načinio je glasoviti italijanski arhitekta Renzo Piano, koji je izradio i projekat, ali i donirao sredstva za izgradnju pješačkog mosta preko Miljacke u blizini zgrade budućeg muzeja Ars Aevi. Tokom proteklih godina u organizaciji Muzeja Ars Aevi u Sarajevu su održane i brojne izložbe renomiranih umjetnika³⁷. Projekt se realizira pod pokroviteljstvom UNESCO, zatim Vlade Italije, Kantona Sarajevo i grad Sarajevo. U septembru 2015. godine je počela kampanja za nominaciju svog projekta Ars Aevi za Nobelovu nagradu za mir 2018³⁸

Generalno se uočava se rast interesa posjetitelja svih uzrasta, kako stanovnika Sarajeva, učenika, tako i turista. Posebno je bio veliki interes turista za Muzej Mlade Bosne (depadans JU Muzej Sarajeva na Latinskoj ćupriji) 2014. godine u povodu obilježavanja 100 godina od Atentata na Prestolonasljednika Austrougarske, za muzej 11/7/1945 u 2015. godini u povodu dvadeset godina Srebrenice. Godinu 2016. mogao bi obilježiti interes za Zemaljski muzej zbog toga što je ponovo otvoren, zbog napora kojeg ulaže međunarodna zajednica, na čelu sa

³⁴ Vakufa

³⁵ <http://globalcir.com/vest/1875>

³⁶ Enver Hadžiomerspahić

³⁷ www.arsaevi.ba

³⁸ <http://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/ars-aevi-muzej-savremene-umjetnosti/131>;
<http://www.balkandiskurs.com/2015/12/23/english-ars-aevi-a-museum-for-peace/>

Ambasadom SAD, zbog novih međunarodnih priznanja, zbog ponude starih i novih predmeta, postavki i sadržaja od strane uposlenika Muzeja (čitav niz radionica u povodu obilježavanja Dana muzeja, niz radionica za najmlađe posjetioce), Svijet vodenih i močvarnih staništa, Šume BiH, Život i kultura gradskog stanovništva BiH, BiH u antičko doba, Pećinska fauna, itd. U prostorijama Zemaljskog muzeja u junu 2016. je otvorena nova izložba Odjeljenja za etnologiju "Modeli tradicionalnih kuća sa elementima pokućstva" kojom će se posjetiocima prikazati primjeri tradicionalne stambene arhitekture s kraja 19. i iz prve polovine 20. stoljeća.

Muzejsku djelatnost obilježava relativno visok udio zaposlenih sa stručnim zanimanjima. U ukupnom broju zaposlenih sa stručnim muzejskim zvanjima, najviše muzejskih stručnjaka radi na radnom mjestu kustosa, zatim slijede muzejski tehničari. Muzejima, a posebno Zemaljskom muzeju nedostaje određeni broj stručnjaka svih profila (visoka stručna sprema, magistri i doktori nauka, stručnjaci za arheologiju, za različite epohe, nedostaju pravnik, ekonomista, arheolozi, arheolog srednjeg vijeka, stručnjak za praistoriju, itd.) Zbog nedostatka kadrova Muzej ne proizvodi nova znanja, znanja koja bi mogao dalje komercijalizirati. Rad Muzeja opterećuje činjenica da je dug prema zaposlenim zbog neisplaćenih plata dostigao iznos od oko četiri miliona KM.³⁹ Zbog ovog duga, Muzej ne može aplicirati na fondove za zapošljavanje pripravnika. Zavod za zaštitu kulturno-historijskog naslijeđa uradio je projekt sanacije Muzeja procijenjene vrijednosti oko devet miliona KM.⁴⁰ Zbog nedovoljnog broja zaposlenih, kao i zbog neisplaćenih plata Muzej ne uspijeva da produži radno vrijeme do kasnih popodnevni sati, vikendom i praznicima, iako je identificiran interes turista i stanovnika Sarajeva da u tim terminima posjećuju Muzej. U javnim ustanovama Kantona Sarajeva, pa i ovom Muzeju postoji potreba za redefiniranjem zabrane zapošljavanja kako bi se osiguralo nesmetano funkcioniranje muzeja.

Finansiranje i nadzor muzejsko djelatnosti se provode ovisno o tome ko je njihov osnivač. Kako su u većini slučajeva muzeji u javnom vlasništvu, finansiranje muzejske djelatnosti u potpunosti se vrši iz budžeta. Pored finansiranja budžetskim sredstvima, muzeji koji djeluju na prostoru Kantona Sarajevo sredstva osiguravaju i iz drugih izvora kao što su: iznajmljivanje prostora za različite događaje, prodajom ulaznica, dogovorom sa zlatarom Sofić o prodaji replika muzejskih primjeraka nakita uz plaćanje dogovorenog procenta od svake prodaje Muzeju. Zemaljski muzej je pozvao sve zainteresirane da pruže individualnu podršku muzeju, da budu pokrovitelji i partneri muzeja, da podrže web stranicu Muzeja, da doniraju predmete za Muzej, i pomognu na druge načine⁴¹.

³⁹ Razgovor sa direktorom Muzeja, Sarajevo, 19/1/2016

⁴⁰ Razgovor sa direktorom Muzeja, Sarajevo, 19/1/2016

⁴¹ Više vidjeti na <http://www.zemaljskimuzej.ba/podr%C5%BEite-muzej>

Vlada Federacije BiH je krajem juna 2016. dala načelnu saglasnost za prenos osnivačkih prava Historijskog muzeja BiH i Muzeja književnosti i pozorišne umjetnosti. Muzej književnosti i pozorišne umjetnosti bi nastavio rad kao ustanova kulture od javnog interesa za Kanton Sarajevo, a Historijski muzej BiH kao ustanova kulture od javnog interesa za Grad Sarajevo⁴². Ovo bi mogao biti prvi korak ka rješavanju statusnih, osnivačkih, finansijskih i upravljačkih prava ovih institucija.

Primjer dobre prakse: Saradnja zlatare Sofić i Zemaljskog muzeja BiH

U kontekstu kreativnih i kulturnih industrija još jednom se posebno naglašava dugogodišnja saradnja Zlatare Senada i Seada Sofić i Zemaljskog muzeja Bosne i Hercegovine na projektu izrade certificiranih replika nakita i ukrasnih predmeta iz Zemaljskog muzeja od 2009. godine. Rade se replike nakita i predmeta i iz perioda: prahistorija, helenizam, srednjovjekovna Bosna, filigram 18. i 19. vijek.

Ugovor između Zemaljskog muzeja i zlatara podrazumijeva da replike moraju biti istovjetne originalima, nikakvih odstupanja ne smije biti. Uz svaki kupljeni komad nakita dobiva se i poseban certifikat u kojem stoji da autentičnost replike potvrđuje Zemaljski muzej BiH, te da 25% od cijene svih predmeta iz zbirke replika ide muzeju.

Do sada su u replikama oživjeli 55 originala koji datiraju od 4 stoljeća prije nove ere do početka 20. stoljeća, a pronađeni su na lokalitetima kod Višegrada, Stoca, Bihaća, Ljubuškog, Livna, Cazina, Visokog, Bugojna, Čapljine i Sarajeva.

Predmeti iz ove zbirke se mogu vidjeti i kupiti u starom gradu, u Gazihusrevbegovoj ulici u Sarajevu, u centru Zagreba u poznatoj Vlaška ulici i na međunarodnom aerodromu Sarajevo. Održane su izložbe u Sarajevu, Londonu, Pragu, Vašingtonu, Zagrebu, Briselu. Pozivi za izložbe su dolazile i iz Beograda, Madrida, Berlina itd.

Potrebno je naglasiti saradnju sa starom zlatarskom porodicom Božić iz Zagreba, jer i to ovom projektu daje nadnacionalni, regionalni i međunarodni značaj.

Nakit zlatare Sofić iz ove zbirke nosi, između ostalih, i Angelina Joly (zlatne ogrlice i naušnice čiji original je star deset stoljeća), Jeremy Irons (srebrna narukvica čiji original potječe iz trećeg stoljeća prije. Krista), Bred Pitt, Morgan Freeman, Mickey Rourke, Gillian Anderson, Armand Assante, kraljica Jordana Rania (naušnice u obliku ribe i fibulu).

Ova zlatara izrađuje i službenu nagradu Sarajevskog filmskog festivala Srce Sarajeva. Svaka filmska zvijezda koja je bila na SFF festivalu kao dar je dobila i neku repliku starog bosanskog

⁴²<http://www.klix.ba/vijesti> dana 30 juna 2016

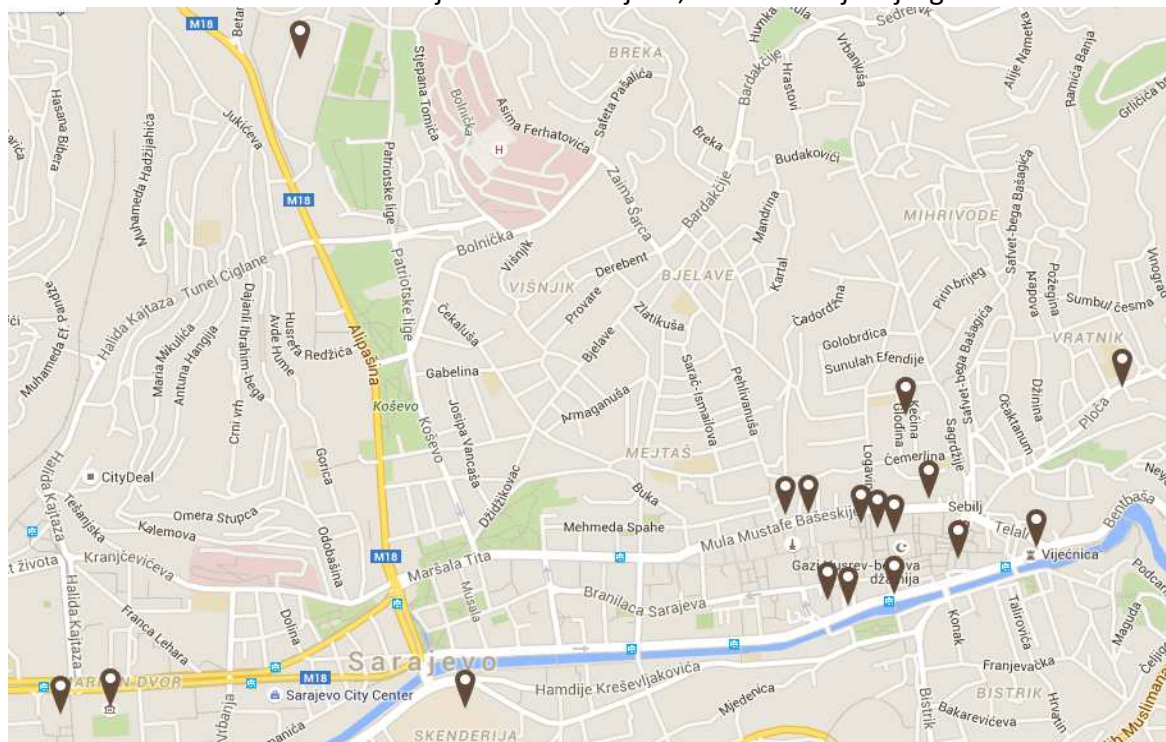
nakita. Šest novčića kralja Tvrtka državne institucije Bosne i Hercegovine koriste i kao državne darove stranim izaslanstvima. Pored Sofića oko ovog projekta su angažirani vrhunski fotograf, dizajner, muzejski stručnjaci i drugi. U perspektivi se očekuje dalje razvijanje saradnje ove zlatare, koja prodaje isključivo ručno rađeni nakit, sa drugim muzejima. Ovaj uspješan projekt prepoznat na regionalnom i međunarodnom nivou mogao bi biti inspiracija i za druge muzeje i druge projekte.

Slika 10. Muzeji Kantona Sarajevo



Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

Slika 11. Muzeji Kantona Sarajevo, koncentracija u jezgru



Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

IV 1.2. Djelatnost biblioteka i arhiva⁴³

Prema dostupnim podacima za podsektor, na području Kantona Sarajevo djeluje pet biblioteka kao pravni subjekti, što je 12% ukupnog broja biblioteka Federacije Bosne i Hercegovine, a u kojima je zaposleno oko 150 lica ili dvije petine ukupnog broja zaposlenih u bibliotekama Federacije. Prosječna veličina biblioteka, mjerena brojem zaposlenih, u Kantonu Sarajevo je oko tri puta veća od prosjeka Federacije.

Tabela 13. Broj i zaposleni u bibliotekama

	KS	F BH
Broj	5	42
Zaposleni	151	393
Prosječna veličina	30	9

Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

Prema podacima Federalnog zavoda za statistiku na području Kantona Sarajevo djeluju ukupno 124 biblioteke, i to: jedna nacionalna i univerzitetska biblioteka, 19 visokoškolskih, 97 školskih, 1 predškolska, 65 osnovnoškolskih, 31 srednjoškolska, 1 za osobe sa posebnim potrebama, 1 vjerska i 4 narodne biblioteke.

⁴³ Prema NACE klasifikaciji 91.01

Komparacija sa podacima za Federaciju Bosne i Hercegovine upućuje na zaključak o potpunoj koncentraciji u Sarajevu za kategoriju nacionalnih biblioteka i biblioteka za osobe sa posebnim potrebama.

Tabela 14. Biblioteke u KS i FBH

	Broj biblioteka	
	KS	FBiH
Ukupno	124	705
Nacionalna	1	1
Univerzitetska	1	11
Visokoškolska	19	42
Školska	97	598
Predškolska	1	39
Osnovna škola	65	384
Srednja škola	31	175
Za osobe sa posebnim potrebama	1	1
Vjerska	1	2
Narodna	4	49

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Na području Kantona Sarajevo djeluje Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine, zatim Javna ustanova Biblioteke Sarajevo kao i posebne/specijalne biblioteke.

Potrebno je u kontekstu mapiranja kreativnih i kulturnih industrija posebno podsjetiti i na Gazi Husrev begovu biblioteku i Biblioteku u okviru Bošnjačkog instituta.

Gazi Husrev-begova biblioteka datira od 1537 godine. Od 2013 godine Biblioteka je smještena u novom objektu, koji je svečano otvoren 2014 godine. Objekat je adekvatno opremljen u skladu sa savremenim standardima bibliotekarstva i lociran je u staroj gradskoj jezgri, u neposrednoj blizini objekta u kome je ova biblioteka bila smještena povodom samog osnivanja prije 479 godina. Biblioteka ima oko 100 000 bibliotečkih jedinica⁴⁴ sistematiziranih u sljedeće fondove: fond rukopisa, fond orijentalistike, periodike, Evropski fond, fond osmanske građe, arhiv islamske zajednice, fond fonoteke. Ova biblioteka, stara skoro pet vjekova, ima izvanredne prostorno, tehničke uslove i lokacijske prednosti koje je čine izuzetno atraktivnom za istraživače, pripadnike akademske zajednice, studente, a potencijalno i turiste. Biblioteka ima muzejske eksponate velike vrijednosti o svakodnevnom i vjerskom životu Sarajeva i Bosne i Hercegovine. Biblioteka nudi preko 300 mjesta u četiri konferencijske sale sa vrhunskim uslovima za održavanje promocija, skupova i konferencija, preko 100 mjesta u dvije savremeno

⁴⁴ <http://www.ghb.ba/historijat>

opremljene čitaonice, od kojih je jedna namijenjena studentima, a druga istraživačima, te kongresnu⁴⁵, VIP salu⁴⁶, malu salu⁴⁷ i salu za sastanke⁴⁸. Biblioteka je stavila na raspolaganje javnosti bogatu građu za izučavanje genealogije jer se pojavio veliki interes stanovništva, posebno dijaspora. Između ostalog, u 18 kataloga koji obrađuju 10.500 kodeksa nalazi se 20.000 dijela, zatim fond arhivske građe sa oko 5.000 pojedinačnih dokumenata itd. Biblioteka je dobila Šestoaprilsku nagradu grada Sarajeva, kao i brojne nagrade i priznanja za očuvanje kulturno-historijskog nasljeđa.⁴⁹

Biblioteka Bošnjačkog instituta predstavlja jedinstveni primjer kulturne tradicije Bosne i Hercegovine. Dugogodišnje prikupljanje i klasificiranje građe Adil-bega Zulfikarpašića rezultiralo je bogatom kolekcijom koja danas ima posebnu vrijednost u afirmaciji bosanskohercegovačke kulture i civilizacije. Biblioteka sadrži preko 150 000 bibliotečkih jedinica i izvora za proučavanje bosanskohercegovačke historije i kulture Balkana, te pruža velike mogućnosti za naučno-istraživački rad iz oblasti društveno-humanističkih nauka. Posjeduje bogatu kolekciju periodičnih publikacija (oko 3000 naslova). Glavni dio fonda čine publikacije o kulturnoj historiji Bošnjaka i njihovih veza sa ostalim južnoslavenskim narodima. Sastoji se od nekoliko odjela, i to: Bosnika, Serbika, Kroatika, Jugoslavika, Islamika, Turkika, Arhivska građa i Odjel enciklopedija, leksikona i rječnika. Posebnu važnost imaju kolekcije specijalnih zbirki kao što su: orijentalni rukopisi, stare i rijetke knjige, kartografska zbirka i zbirka razglednica. U zbirci starih i rijetkih knjiga može se pronaći prvi prijevod Biblije na mađarski jezik 1590, Hronologija cijelog svijeta iz 1677, te Historia Saracenica iz 1625, i druga vrijedna djela. Godišnje, fond biblioteke se povećava za oko 3500 bibliotečkih jedinica kupovinom, poklonom i saradnjom u vidu razmjene knjiga sa mnogim srodnim institucijama u zemlji i inostranstvu. Biblioteka sadrži poklonjene privatne zbirke. Građa biblioteke namijenjena je svim zainteresiranim naučnicima, istraživačima i studentima iz Bosne i Hercegovine i inostranstva. Obrađena je u online katalogu EOS Web koji je dostupan svim zainteresiranim istraživačima preko web stranice Bošnjačkog instituta.⁵⁰ Samo u 2005 godini evidentirano je 4.000 posjetilaca, a interes za razne manifestacije je pokazalo oko 10.000 ljudi. U Bošnjačkom institutu se održavaju promocije, koncerti, izložbe, konferencije, što je u kontekstu kreativnih i kulturnih industrija relevantno.

⁴⁵ Raspolaže sa preko 220 udubnih fotelja, RCF audio konferencijskim sistemom, full HD projektorom, klimatizacijom, bogatim osvjetljenjem, kabinama za simultano prevođenje i drugom potrebnom opremom, www.ghb.ba

⁴⁶ 20 mjesta, dva plazma displeja za prikazivanje onoga što se dešava u kongresnoj Sali i mogu se uživo pratiti događaji iz kongresne sale

⁴⁷ Sala sa 70 mjesta dobro opremljena

⁴⁸ 24 mjesta za ad hoc sastanke, konferencije za medije i druga manja okupljanja. Ova sala ima izuzetno lijep pogled na Kuršumli medresu

⁴⁹ <http://www.ghb.ba/nagrade-i-priznanja>

⁵⁰ <http://www.bosnjackiinstitut.ba/home/sadrzaj/44#/gallery/foto/022010/biblioteka/01.jpg>

U postratnom periodu u ove dvije biblioteke investirana su značajna finansijska sredstva. Angažirani su renominirani bosanskohercegovački arhitekti (Kapidžić, Ćemalović, drugi), izvođači radova i drugi.

Posebnost ovog objekta za stanovnike Sarajeva, ali i za turiste je to što se posredstvom zgrade Hamama, koja je izgrađen 1535.godine, ostvaruje historijski susret dva vakifa: Gazi Husrev-bega (koji je utemeljitelj Sarajeva i koji je, između ostalog, dao da se izgradi hamam) i Adil-bega (koji je utemeljitelj Bošnjačkog instituta u Cirihu i Sarajevu).

Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine osnovana je 1945. godine. To je prepoznatljiva institucija kulture od značaja za Bosnu i Hercegovinu, jer već 70 godina u kontinuitetu predstavlja središnju instituciju u oblasti bibliotekarstva u Bosni i Hercegovini.⁵¹ Nacionalna i univerzitetska biblioteka BiH je uspjela obnoviti dio fondova, uključujući i rekonstrukciju zgrade u krugu univerzitetskog kampusa. Nacionalna i univerzitetska biblioteka aktivno učestvuje u svim projektima čiji je cilj obnova dokumentarnog nasljeđa. Obnovljen je rad na tekućoj i retrospektivnoj bibliografiji; osnovan veoma respektabilan Centar za permanentno obrazovanje bibliotekara; utemeljena je laboratorija za restauraciju i prezervaciju bibliotečke građe; osnovani su centri za ISBN, ISSN, ISMN; uspostavljena saradnja i članstvo u međunarodnim bibliotečkim asocijacijama: IFLA, CDNL i CENL; potpisani su sporazumi o saradnji sa Narodnom bibliotekom Srbije u Beogradu, Nacionalom i sveučilišnom bibliotekom u Zagrebu, Aleksandrijskom bibliotekom u Egiptu. Od aprila 2005. godine, NUBBiH je sjedište Virtualne biblioteke BiH, koja je dio COBISS.NET-a.⁵² Broj zaposlenih u NUBBH je smanjen sa 120 prije 1992 na 51 u 2015 godini.⁵³ Osnovni problem biblioteke je neriješen pravni status, adekvatna zgrada i neriješeno finansiranje.

Biblioteka Sarajeva je javna kulturna ustanova čiji je osnivač Kanton Sarajevo. Kao institucija od posebne društvene važnosti ima značajnu ulogu u unapređenju obrazovanja stanovništva i očuvanja kulturne baštine. Biblioteka ima centralnu, dječiju i njemačku čitaonicu, američki kutak, kao i 16 odjela. Ima vrijednu kolekciju knjiga, od kojih se neke ubrajaju u spomenike kulture. Kao posebni fondovi se izdvajaju Zavičajna, Sarajevska, Spomenička zbirka, fond strane knjige, multimedijalna građa, zbirka edukacijskih sredstava za najmlađe. Zahvaljujući modernim tehnologijama i uvođenjem programskog servisa COBISS postignuta je veća brzina pristupa informacijama i dokumentima.⁵⁴ Biblioteka se uključila u obilježavanje svjetskog dana knjige, dan/noć knjige, dan ljubavi, organizira čitalačko ljeto, aktivnosti u toku zimskog raspusta.

⁵¹ <http://www.nub.ba/index.php/o-nama/rijec-direktora>

⁵² <http://www.nub.ba/index.php/o-nama>

⁵³ 69 godina postojanja i rada NUBBiH, NUBBiH, Sarajevo, 2015, str.11

⁵⁴ <http://www.bgs.ba/aktuelnosti.html>

Organiziraju se aktivnosti u saradnji sa Švedskom ambasadam, Ambasdom SAD, Ambasdom Njemačke i drugima. Biblioteka već duže vrijeme pokušava da riješi problem centralnog objekta, kao i određene probleme smještaja odjeljenja po općinama. Biblioteka je dobila brojne zahvalnice, nagrade, priznanja za rad. prije 1992 godine. Rad biblioteke se finansira iz budžeta Kantona Sarajevo i iz članarina, s tim da je članstvo u čitaonici Američki kutak besplatno. Biblioteci je potreban namjenski centralni objekat, rješavanje problema plaćanja zakupa za objekt na Brezi i Čengić vili⁵⁵, pristup bazama, odgovarajuća oprema za smještaj bibliotečkog fonda, veći i adekvatniji prostor u vanjskim općinama i drugo⁵⁶.

Tabela 15. Finansiranje biblioteka iz budžeta Kantona Sarajevo

	2011	2016
Ukupno (KM)	1.583.000	1.627.900
Budžet (KM)	1.411.100	1.506.900
Bu/U (%)	89	93
Zaposleni (broj)	64	60

Izvor: Izvještaj o izvršenju Budžeta KS, www.ks.gov.ba

Biblioteka za slijepa i slabovidna lica u Bosni i Hercegovini jedinstvena je institucija ove vrste u BiH. Slijepim i slabovidnim osobama svih uzrasta obezbjeđuje i pozajmljuje bibliotečku građu neophodnu u svakodnevnom životu, stručnom usavršavanju, profesionalnom radu i društvenom angažmanu. Raspolaze knjižnim fondom od preko 25 hiljada bibliotečke jedinice u tehnikama za slijepe na Brajevom pismu, audio i digitalnoj tehnici, svih književnih žanrova koje koriste 1200 slijepih i slabovidnih korisnika svih uzrasta širom BiH, u republikama ex-Jugoslavije i bosanskohercegovački slijepi građani koji žive u inostranstvu. Biblioteka ima isturena odjeljenja, a sve usluge u pogledu korištenja knjiga i časopisa su besplatne.⁵⁷ Donatori Biblioteke su Ambasada UK u BiH, UNESCO i BH Pošta. Na listi donatora su Aktiva Synskadade, Švedska; Radio Jelpen, Švedska; Ambasada Kraljevine Saudijske Arabije, Ambasada Japana u BiH; Ambasada Kuvajta u BiH; Ambasada SAD u BiH; Ambasada Češke Republike; OSCE BiH; Fondacija SOROS; Misija UN u BiH; Svjetska banka; UNESCO; Turska agencija za saradnju i koordinaciju - TIK-a Vlada Republike Austrije; Ministarstvo civilnih poslova BiH ; Vlada Kantona Sarajevo; Federalno ministarstvo kulture i sporta; Fondacija za izdavaštvo/nakladništvo; Fondacija za bibliotečku djelatnost; Gradsko vijeće Sarajeva; Općina Centar; Općina Stari Grad;

⁵⁵ Zakup se nije plaćao u postratnom periodu. Dug se procjenjuje na oko 200.000 KM, intervju sa vd direktor JU Biblioteke Sarajeva, 2016

⁵⁶ Intervju sa vd direktor JU Biblioteka Sarajevo, 2016

⁵⁷ <http://www.bibsis.org.ba/index.php/o-nama>

BH TELECOM; Revicon.⁵⁸ Krajem juna 2016 postignuta je načelna saglasnost da ova biblioteka nastavi s radom kao ustanova kulture od javnog interesa za Kanton Sarajevo.⁵⁹

Biblioteka instituta za bošnjačke studije BKZ Preporod osnovana je 1991 i pripada grupi specijalnih biblioteka. Biblioteka pripada grupi specijalnih biblioteka i s obzirom na profil knjižnog fonda, jer nastoji prikupiti sve ono što su Bošnjaci objavili u vidu knjiga, časopisa, listova, kalendara, spomenica, zbornika i ostalih publikacija u naznačenim nacionalnim disciplinama. Knjižni fond besplatno se koristi samo u čitaonicama, koje su otvorene ne samo za istraživače koji rade u okviru nekog od dugoročnih projekata zasnovanih u Institutu, već i za ostale zainteresirane istraživače izvan tog kruga, kao i za doktorante, magistrante i studente, ujedno za sve ljude željne znanja i učenja. Biblioteka Instituta za bošnjačke studije BZK „Preporod“ ima značaj centralne biblioteke u okviru Bošnjačke zajednice kulture „Preporod“, kao svjetske cjeline udruživanja Bošnjaka na području kulture.⁶⁰

Godine 2003. Napredak je ponovo otvorio svoju biblioteku nakon stanke od preko polovice stoljeća. Time je upravo na najljepši način obilježena 75. obljetnica osnutka stare Napretkove biblioteke (otvorena 1928). 2014. godine otvara svoje nove prostorije i time obogaćuje ponudu korisnicima biblioteke. Radi se o internet klubu sa svom pratećom opremom (računari, skener, printer) te čitaonici koja sa svojih sedam mjesta daje priliku korisnicima biblioteke da pretražuju knjižni fond čije iznošenje van biblioteke nije dozvoljeno. Adaptacija i opremanje novog prostora je realizirana uz pomoć Vlade Republike Hrvatske koja je putem konkursa za finansiranje obrazovnih, kulturnih i zdravstvenih projekata Hrvata u Bosni i Hercegovini donirala značajna sredstva. Rad Napretka, pa i biblioteke podržavaju Vlada Kantona Sarajevo, Vlada Federacije BiH, Vlada Republike Hrvatske, BH Telecom, EZA, Movimento Cristiano Lavoratori, HT Eronet.⁶¹

Biblioteka Prosvjeta u Sarajevu je od osnivanja 1902 građena po uzoru na svjetske univerzitetske i nacionalne biblioteke.⁶²

U promatranom petogodišnjem periodu Kanton Sarajevo je povećao izdvajanja iz Budžeta za javnu ustanovu Biblioteka Sarajeva. Učešće budžetskih sredstava se povećalo sa 89% u 2011 na 93% u 2016, a broj zaposlenih smanjio sa 64 na 60. Uočava se trend rasta ukupnih sredstava i rasta budžetskih sredstava. Iz budžeta Kantona Sarajevo se vrše transferi i prema drugim bibliotekama koje djeluju u Sarajevu (biblioteka za slijepa i slabovidna lica, biblioteke

⁵⁸ <http://www.bibsis.org.ba/index.php/donatori>

⁵⁹ Vijesti klix.ba od 30 juna 2016

⁶⁰ <http://preporod.ba/biblioteka2/o-bibiloteci/>

⁶¹ <http://hkdnepredak.com/napredak/organizacije/organizacije-napretkova-knjiznica/>

⁶² <http://www.prosvjeta.com.ba/prosvjeta/bosanski/biblioteka.html>

prosvjetno-kulturnih zajednica Preporod, Napredak, Prosvjeta, nacionalna i univerzitetska biblioteka). Finansiranje Biblioteke do 1997. godine obezbjeđivano je putem državnog budžeta na osnovu godišnjeg programa rada. Od 1997-2001. plaće zaposlenih i dio materijalnih troškova obezbjeđivani su iz Budžeta Kantona Sarajevo. Od 2002. status je upitan, finansiranje neriješeno – sporadično, nedovoljno, bez jasnih naznaka i rješenja. Biblioteka angažira deset uposlenika i veći broj volontera.⁶³

Tabela 16. Članovi i korisnici biblioteka, 2014.

	Članovi biblioteka		KS u FBiH %	Korisnici biblioteka		KS/ FBH %
	KS	FBiH		KS	FBH	
Ukupno	90588	312789	29	9793	94157	10
Visokoškolska	27655	36942	75	675	6380	11
Školska	43046	214237	20	8852	66914	13
Predškolska	89	1365	7	0	27	
Osnovna škola	27412	132280	21	7787	54768	14
Srednja škola	15545	89592	17	1095	12119	9

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

U Kantonu Sarajevo je koncentrirano oko trećine članova biblioteka i oko desetine korisnika biblioteka u Federaciji Bosni i Hercegovini.

U bibliotekama Kantona Sarajevo zaposleno je 342 osobe (oko četvrtine ukupnog broja zaposlenih u bibliotekama Federacije Bosne i Hercegovine) od toga su 266 žene ili 78%. U Federaciji Bosni i Hercegovini u bibliotekama radi 1265 lica, od toga je 74% žena. U JU Biblioteka Sarajeva broj zaposlenih se smanjio sa 64 u 2011 na 60 u 2016 godini.

Na teritoriji Kantona Sarajevo djeluju tri arhiva, i to: Arhiv Bosne i Hercegovine, zatim Arhiv Federacije Bosne i Hercegovine i Historijski arhiv Sarajevo. Postoje i drugi arhivi. Na primjer arhiv SPKD Prosvjeta.⁶⁴

Tabela 17. Broj arhiva, fondovi, posjetioци i korisnici arhiva, 2014.

	KS	FBiH	KS u FBH %
Arhivi broj	3	9	33
Fond	1167	2393	49
Posjetioци	3100	9470	33
Korisnici	533	3823	14

Izvor: Federalni zavod za statistiku, 2016.

Arhiv Bosne i Hercegovine se nalazi u zgradi Predsjedništva. Državni Arhiv Bosne i Hercegovine je osnovan 1947, a s radom je počeo 1948 godine. Arhiv kao samostalna ustanova skuplja,

⁶³ <http://www.bibsis.org.ba/index.php/o-nama>

⁶⁴ <http://www.prosvjeta.com.ba/prosvjeta/bosanski/arhiv.html>

sređuje, čuva arhivsku građu i omogućava njeno proučavanje. Arhivska građa dio je svjetske kulturne baštine i državno je dobro od općeg interesa i značaja. Arhivska i registrirana građa zaštićena je bez obzira na to u čijem je vlasništvu ili posjedu.⁶⁵ U Bosni i Hercegovini postoji bogata tradicija čuvanja i zaštite arhivske građe. Tome svjedoči i najstarija sačuvana povelja Kulina bana iz 1189⁶⁶.

Arhiv Federacije Bosne i Hercegovine osnovan je 1994, a 1997 godine započeo je s radom. Arhiv Federacije vrši stručne i druge poslove, koji se odnose na: evidentiranje, sređivanje, obradu, zaštitu i korištenje ukupne arhivske građe i registratorskog materijala; izradu metodskih uputstava, standarda i normativa za arhivsku djelatnost; razvoj arhivske djelatnosti u Federaciji; mjere osiguranja i zaštite arhivske građe; stručni nadzor nad čuvanjem i zaštitom registratorskog materijala i arhivske građe i odabiranje arhivske građe iz registratorskog materijala, izdvajanje uvjerenja, potvrda i drugih zvaničnih isprava o činjenicama i dokazima koji se nalaze u građi koju čuva; stručno usavršavanje radnika arhivske službe i naučno-istraživački i publicistički rad u arhivskoj djelatnosti kao i međunarodnu arhivsku saradnju.⁶⁷

Tradicija čuvanja arhivske građe na području Sarajeva seže do srednjeg vijeka. O tome svjedoče brojni sačuvani primjerci listina, povelja, rukopisnih knjiga i raznih drugih dokumenata povijesnog, kulturnog, privrednog, političkog i drugog značenja i vrijednosti.⁶⁸ Kanton prava osnivača JU Istorijiski arhiv Sarajevo preuzima 1997. Upravna zgrada Arhiva je 1999 godine, preseljena u nove prostore u ulici Alipašina 19, koji ne odgovaraju ni njegovim potrebama, ali ni njegovom ugledu. Nažalost, arhivska građa je raštrkana na više mjesta u Gradu i njegovoj okolini, što u velikoj mjeri znatno otežava njegov normalan i efikasniji rad.⁶⁹ Historijski arhiv ima 26 zaposlenih, što je za jedan manje nego 2011. Temeljem uvida u budžet Kantona Sarajevo, uočava se rast izdvajanja iz budžeta za rad JU Historijski arhiv Sarajevo u periodu 2011-2016. To je rezultiralo povećanjem učešća budžetskih sredstava u ukupnim sredstvima sa 79% u 2011 na 89% u 2016. Osnovni problemi arhiva su prostor, neriješeni imovinsko-pravni odnosi, finansiranje, trezorsko i budžetsko poslovanje koje blokira preduzetnički duh i mogućnosti kreiranja prihoda na tržištu.⁷⁰

⁶⁵ <http://www.arhivbih.gov.ba/arhivi>

⁶⁶ <http://www.arhivbih.gov.ba/>

⁶⁷ http://www.arhivbih.gov.ba/bh/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=103&Itemid=159

⁶⁸ http://www.arhivsa.ba/wordpress/?page_id=104

⁶⁹ http://www.arhivsa.ba/wordpress/?page_id=104

⁷⁰ Izjava direktora arhiva na radionici u maju 2016

Tabela 18. Izdvajanja iz budžeta za rad JU Historijski arhiv

	2011	2016
Ukupno (KM)	783.800	777.300
Budžet (KM)	621.300	692.300
Bu/U (%)	79	89
Zaposleni	27	26

Izvor: Izvještaji o izvršenju budžeta Kantona Sarajeva

Biblioteke Sarajeva su koncentrirane u gradskom jezgri (Gazi Husrev-begova biblioteka, biblioteka Bošnjačkog instituta, biblioteke u okviru Preporda, Prosvjete i Napretka). Prve dvije su posebno zanimljive za kreativne i kulturne industrije. Ta zanimljivost se izvodi iz lokacije, prostornih i infrastrukturnih kapaciteta, znanja i vještina zaposlenih, međunarodne vidljivosti, uspostavljene međunarodne suradnje, broja i kvaliteta fonda kojim raspolažu itd. JU Biblioteke Sarajeva treba centralni objekt. Pitanje adekvatnog smještaja je otvoreno i kod Nacionalne i univerzitetske biblioteke. Historijski arhiv također ima problem adekvatnog smještaja. Prema tome, osnovni problem biblioteka i arhiva je status, objekti, oprema, model finansiranje.

IV 1.3. Baštine⁷¹

Kanton Sarajevo raspolaže izuzetno vrijednim prirodnim i kulturno-historijskim nasljeđem, koje nije niti u jednoj dimenziji potpuno valorizirano, tako da postoji veliki prostor za njegovu kreativnu i komercijalnu valorizaciju u kontekstu kreativnih i kulturnih industrija⁷².

Kada je riječ o prirodnom nasljeđu većina izvora apostrofira Ilidžu, Vilsonovo šetalište, Pionirsku dolinu, Darivu i Babin zub, Veliki park, Barice i Čavljak, Vodopad Skakavac, Bijambarske pećine, Olimpijske planine, Planinu Treskavicu, Kanjon Rakitnice, Bjelašnička sela, Hadžiće i pećinu Megaru, Sedam šuma, vidikovac Zmajevac.

Kulturnohistorijsko nasljeđe se obično kod prezentiranja sistematizira prema historijskim etapama kroz koje je Sarajevo prolazilo (prahistorija, srednji vijek, osmanski period, austrougarski period, period između dva svjetska rata, socijalistički period). Riječ je, prema svim ocjenama, o veoma bogatom i vrijednom nasljeđu.

Na području Kantona Sarajevo nalazi se skoro petina nacionalnih spomenika Bosne i Hercegovine (vidi Prilog lista nacionalnih spomenika na području Kantona

⁷¹NACE klasifikacija 91.03

⁷²Više vidjeti na <http://www.spomenici-sa.ba/kulturna-i-prirodna-bastina-sarajeva>; <http://www.sarajevo.ba/ba/stream.php?kat=32>, zavod za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa Kantona Sarajevo

Sarajevo)⁷³klasificirana kao: Ambijentalna cjelina, Arheološko područje, Graditeljska cjelina, Grobljanska cjelina, Historijska građevina, Historijski spomenik, Historijsko područje, Industrijska graditeljska cjelina, Mjesto i ostaci historijske građevine, Pokretno dobro, Prirodno-graditeljska cjelina, Stambena cjelina i Stambena graditeljska cjelina. Na listi ugroženih spomenika⁷⁴ nalazi se oko 8% nacionalnih spomenika, i to:

- Arheološko područje Tašlihan, Općina Stari Grad, Sarajevo, FBiH – ugroženi novim intervencijama kojima je narušena integralnost i autentičnost dobra
- Historijsko područje – Nekropola sa stećcima Srednje, općina Ilijaš, FBiH – započeti radovi na izgradnji objekata (gasulhana i imamska kuća), koji su potkopali nekropolu i ugrožavaju stećke;
- Stambena graditeljska cjelina – Hadžišabanovića kuća u Sarajevu, općina Stari Grad Sarajevo, FBiH – objekat teško oštećen eksplozijom plina i trenutno je izložen utjecaju atmosferilija;
- Graditeljska cjelina – Jajce kasarna u Sarajevu, općina Stari Grad, FBiH – cjelina nema definiranog vlasnika; struktura objekta je tokom rata teško oštećena i objekat je otada izložen atmosferskim utjecajima i bez održavanja što dovodi do daljnjeg propadanje cjeline;
- Pokretno dobro – Fondovi i zbirke Historijskog arhiva Sarajevo, FBiH – prostori u kojima se arhivska građa čuva svojim uslovima ne zadovoljavaju međunarodne arhivske standarde (vlažnost zraka, temperatura, svjetlost i dr.) što u budućnosti može usloviti brže propadanje ili potpuno uništenje pojedinih eksponata;
- Pokretno dobro – Filmski materijal Kinoteke Bosne i Hercegovine u Sarajevu, FBiH – ugroženo usljed nezadovoljavajućih uslova čuvanja materijala (vlaga), nepostojanja laboratorije za restauraciju i potrebe za stručnom obukom osoblja;
- Historijska građevina – Stara željeznička stanica na Ilidži u Sarajevu, FBiH - ugroženo usljed dugotrajnog neodržavanja i oštećenja zbog kojih prijeti kolaps objekta (urušen krov, međuspratna konstrukcija u lošem konstruktivnom stanju);
- Graditeljska cjelina – grupa zgrada u Kotromanićevoj ulici (Kotromanićeva br. 36, br. 38. i zgrada na uglu Kotromanićeve i Ul. Kalmija Baruha) u Sarajevu – opasnost od konstruktivnog kolapsa dijelova vanjskih zidova. Kotromanićeva ulica u Sarajevu; opasnost od konstruktivnog kolapsa (objekat u Ulici Kotromanića br. 38);
- Arhivska građa Arhiva BiH, općina Centar, FBiH – ugrožena vandalizmom i nezadovoljavajućim uslovima čuvanja materijala (vlaga u pojedinim dijelovima depoa),

⁷³ http://kons.gov.ba/nacionalni_spomenici/Nacionalni_spomenici/default.aspx?id=7204&langTag=bs-BA

⁷⁴ http://kons.gov.ba/nacionalni_spomenici/ugrozeni_spomenici/default.aspx?id=6182&langTag=bs-BA

- Historijsko područje – Nekropole sa stećcima i nišanima na Ozrenu, općina Ilijaš, FBiH – ugroženo usljed vandalizma (premještanje stećaka na lokalitetu Travnjak i prelazak motornih vozila preko stećaka na lokalitetu Bandijera), dezintegracije nekropola zbog dugogodišnjeg neodržavanja, nepovoljnih vremenskih utjecaja i niskog stepena svijesti članova PD Igman i zaposlenika KJP Sarajevo-šume o vrijednostima spomenika iz perioda srednjeg vijeka i osmanske uprave u BiH;

Prema tome, od 84 evidentirana ugrožena nacionalna spomenika BiH deset se nalazi na teritoriji Kantona Sarajevo (oko 12%).⁷⁵

Među dobrima iz Bosne i Hercegovine koja se nalaze na Tentativnoj listi je Sarajevo - jedinstveni simbol univerzalne multikulturalnosti (1997.)⁷⁶.

Na listi nominiranih za upis na Listu svjetske baštine UNESCO⁷⁷ nalazi se i Prirodno i historijsko područje – Nekropole sa stećcima, nišanima na lokalitetu Dolovi i ostaci srednjovjekovne građevine na lokalitetu Crkvina, kod sela Umoljani, Općina Trnovo, FBiH;

Prema dostupnim podacima, na području Kantona Sarajevo registrirana su tri pravna subjekta koja se bave nasljeđem, a koja zapošljavaju 60 zaposlenih ili skoro polovinu svih zaposlenih u Federaciji Bosni i Hercegovini u okviru ove djelatnosti. Prosječna veličina subjekata u ovoj djelatnosti je skoro četiri puta viša od prosjeka Federacije (mjereno brojem zaposlenih).

Tabela 19. Broj i zaposleni - baština, KS vs. FBiH

	KS	FBH	KS/FBH %
Broj	4	33	12
Zaposleni	60	130	46
Prosječna veličina	15	4	375

Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

Formiranje službe zaštite kulturne baštine na prostoru Sarajeva započinje 1963 godine, osnivanjem Fonda za uređenje Baščaršije. Nakon ukidanja Fonda, 1965 godine je osnovan Gradski zavod za zaštitu i uređenje spomenika kulture. U decenijama koje dolaze prerasta u dobro organizovanu i moderno opremljenu specijalizovanu ustanovu, koja bilježi značajne rezultate na zaštiti i obnovi spomeničkog fonda. Odlukom Skupštine Kantona Sarajevo 1997 godine, Kantonalni zavod za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa Sarajevo preuzima u nadležnost cjelokupno kulturno-historijsko i prirodno nasljeđe na prostoru Kantona Sarajevo. Osnovni cilj, očuvanje sarajevske baštine, Zavod ostvaruje kroz sljedeće vidove rada: zaštita i čuvanje spomenika, evidentiranje pokretnog i nepokretnog nasljeđa, prikupljanje

⁷⁵ http://kons.gov.ba/nacionalni_spomenici/ugrozeni_spomenici/default.aspx?id=6182&langTag=bs-BA

⁷⁶ http://kons.gov.ba/nacionalni_spomenici/svjetsko_bih/default.aspx?id=6189&langTag=bs-BA

⁷⁷ http://kons.gov.ba/nacionalni_spomenici/svjetsko_bih/default.aspx?id=6805&langTag=bs-BA

dokumentacije o spomenicima, valorizacija baštine, izrada separata zaštite nasljeđa u oblasti prostornog planiranja, izrada projekata, elaborata i studija, radovi na spomenicima, popularizacija kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa⁷⁸. Kantonalni zavod ima 23 zaposlena⁷⁹. Stručnjaci iz najrazličitijih oblasti, od arhitekata, istoričara umjetnosti, biologa, orijentalista, pravnika, do informatičara i bibliotekara, organizirani su u dva sektora i pet službi. Mali broj zaposlenih kompenziran je saradnjom sa ekspertima i relevantnim ustanovama.⁸⁰

Dejtonskim sporazumom (aneks 8), formirana je Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika BiH, čiji je osnovni i prvi cilj bio utvrđivanje jedinstvenog spiska nacionalnih spomenika Bosne i Hercegovine. Taj posao je povjeren službama zaštite i njihovim ekspertnim timovima za pojedine oblasti. U ove radne grupe ušli su predstavnici svih službi zaštite iz BiH. Zajednički je utvrđena metodologija i nomenklatura, na osnovu koje je urađen preliminarni spisak nacionalnih spomenika.⁸¹ Na osnovu odluke Predsjedništva Bosne i Hercegovine (2001), Komisija daje inicijativu za pokretanje postupka za zaključivanje međunarodnih ugovora, priprema prijedloge ugovora, učestvuje u prethodnim pregovorima radi zaključivanja međunarodnih ugovora na ekspertnom nivou, izvršava međunarodne ugovore, te obavlja druge poslove međunarodne saradnje u oblasti zaštite nacionalnih spomenika, koji se odnose naročito na: zastupanje interesa Bosne i Hercegovine u vezi sa potpisivanjem i provođenjem međunarodnih konvencija; rješavanje spornih pitanja od zajedničkog interesa za Bosnu i Hercegovinu i druge države, odnosno međunarodne organizacije; odlučivanje o kandidaturi nacionalnih spomenika za upis na Listu svjetske baštine (UNESCO) i Listu 100 najugroženijih spomenika (WMW) i sl.; saradnju s INTERPOL-om, drugim međunarodnim organizacijama i državama u slučajevima nestanka pokretnih nacionalnih spomenika; pitanja procedure za izvoz pokretnih nacionalnih spomenika i davanja garancija za njihovu zaštitu u slučaju privremenog izvoza; davanje koncesija stranim državljanima za istraživanja koja se odnose na nacionalne spomenike; osiguranje sredstava iz donacija za finansiranje rada Komisije i zaštitu nacionalnih spomenika; angažman stranih eksperata za potrebe Komisije.⁸²

JU Zaštićena prirodna područja Kantona Sarajevo osnovana je 2010 godine i ima odgovornost za sljedeća zaštićena prirodna područja, i to: Spomenik prirode Vrelo Bosne, Spomenik prirode Skakavac, Zaštićeni pejzaž Trebević i Zaštićeni pejzaž Bijambare. Zadaci Javne ustanove su zaštita i očuvanje izvornih prirodnih vrijednosti (geoloških, hidroloških, bioloških) i ambijentalne raznolikosti, kao i obezbjeđivanje nesmetanog odvijanja prirodnih procesa, te nadzor nad

⁷⁸ <http://www.spomenici-sa.ba/o-zavodu>

⁷⁹ Zbog odlaska u mirovinu 22, što je manje nego u 2011 kada je Zavod imao 25 zaposlenih

⁸⁰ <http://www.spomenici-sa.ba/o-zavodu>

⁸¹ http://kons.gov.ba/Default.aspx?langTag=bs-BA&template_id=175&pageIndex=1

⁸² <http://kons.gov.ba/onama/nadleznosti/default.aspx?id=6172&langTag=bs-BA>

provođenjem uslova i mjera zaštite na zaštićenim područjima.⁸³ Učesnici u razvoju zaštićenih prirodnih područja su: Ministarstvo prostornog uređenja i zaštite okoliša Kantona Sarajevo, Ministarstvo privrede Kantona Sarajevo, Evropska unija, Federalno ministarstvo okoliša i turizma, međunarodni projekti⁸⁴. Partneri u razvoju zaštićenih prirodnih područja su: Centar za okolišno održivi razvoj, Planinarsko društvo Lisin, Udruženje Ruža, JU Zavod za zapošljavanje KS, NGO Alisel Milano, općine Ilijaš, Centar, Stari grad, Ilijaš, Vogošća, Ilidža, Udruženje fijakerista⁸⁵ Broj zaposlenih u Zavodu se povećao sa 24 u 2011 godini na 25 u 2016 godini. Učešće sredstava Budžeta u finansiranju je smanjeno sa 84% u 2011 na 54% u 2016 godini. Istovremeno su ukupna sredstva na godišnjem nivou povećana sa 0,7 miliona u 2011 na 1,3 miliona u 2016 godini. Pored budžetskih sredstva, finansiranje se osigurava prodajom ulaznica, međunarodnim projektima i na druge načine (snimanje u prostoru zaštićenih prirodnih područja). Interes posjetitelja za ova područja raste.

Kulturno-historijsko nasljeđe grada Sarajeva datira iz sljedećih historijskih razdoblja: prahistorija (Butmir, neolitsko nalazište), rimsko doba (banja, putevi), srednji vijek, osmansko doba (islamski sakralni objekti⁸⁶, hanovi i karavan saraji⁸⁷, stari sarajevski mostovi, katolički, pravoslavni i jevrejski sakralni objekti⁸⁸), austro-ugarsko doba (Pošta, Vijećnica, Zemaljski muzej), period Kraljevine Jugoslavije, period socijalističke Jugoslavije (Skenderija, ZOI, Muzej ZOI, olimpijski objekti – bob staza itd), ratni period 1992-95 (Tunel DB Butmir, Muzej Srebrenica, Spomenik Međunarodnoj pomoći, Spomenik djeci Sarajeva, Spomenik Nermine dođi, spomenik poginulim u ratu 92-95, mezar Kovači, mezari u Velikom Parku, itd) i postratni period.

U toku je proces digitalizacije nasljeđa. Polovinom 2016 godine predstavljena je treća faza projekta 4D virtualna prezentacija Bijele tabije. Cilj projekta je da predstavi historijski razvoj ovog objekta kroz kombinaciju digitalnih priča i interaktivnih 3D modela Tabije u različitim vremenskim periodima. Ovaj projekt je realiziran u koprodukciji: Sarajevo Graphics Group Elektrotehničkog fakulteta u Sarajevu, Baosanskohercegovačke radiotelevizije i Udruženja za digitalizaciju kulturne baštine DIGI.BA. Sama Bijela tabija je jedna od najimpresivnijih i najvažnijih historijskih lokacija u Sarajevu.⁸⁹

⁸³ <http://www.zppks.ba/o-nama/osnovni-podaci>

⁸⁴ <http://www.zppks.ba/o-nama/ucesnici-u-razvoju>

⁸⁵ <http://www.zppks.ba/o-nama/ucesnici-u-razvoju>

⁸⁶ Careva džamija, Gazi-Husrev begova džamija, Džamija M Čekrekčija, Baščaršijska, Ferhadija, Magribija, Hadžijska, Biječa, Sinanova tekija, Kuršumlija medresa,

⁸⁷ Morića han, Gazi-Husrev begov hamam, Sahat kula, bezistani (Brusa, Daire), Gazi Husrev begova biblioteka

⁸⁸ Katedrala, Franjevački samostan i Crkva sv Ante, Crkva Svetog Josipa, Crkva Presvetog Trojstva, Saborna crkva, Stara pravoslavna crkva, Evangelistička crkva, Stari Novi jevrejski hram, Askenaška sinagoga

⁸⁹ <http://www.klix.ba/vijesti/kultura/..../169521026>

Botanički vrt osnovan je 1912/13. godine, pod rukovodstvom poznatog botaničara Karla Malija. Vremenom je mijenjao svoju fizionomiju, ali mu je koncepcija, uz manje izmjene, i do danas ostala onakva kakva je bila na početku. Botanički vrt sa svojim živim zbirkama prvenstveno je namijenjen naučnom proučavanju u svim granama botanike, od morfologije i sistematike do citologije i genetike. Poseban značaj ima u primijenjenoj botanici (agronomija, silvikultura, florikultura, farmacija i dr.). Njegova uloga u direktnoj nastavi biologije (botanike) očita je i nužna na svim nivoima školovanja, od osnovnog do fakultetskog, jer verbalna nastava botanike nema punu vrijednost bez neposrednog uvida u izučavane vrste. Danas se u Botaničkom vrtu uzgaja oko 1.700 vrsta biljaka sa nekoliko hiljada jedinki. Od toga je oko 750 primjeraka drveća i grmlja, a ostalo su višegodišnje i jednogodišnje biljke. Botanički vrt sastoji se od sljedećih nasada: flora na škriljevcima; flora na serpentinitu; flora na dolomitu; flora vapnenastih planina Bosne i Hercegovine (flora Trebevića, pećinska flora); flora doline rijeke Miljacke; sukulente biljke; flora planinskih vrtića; grupa močvarnih i vodenih biljaka; grupa papratnjača (Pteridophyta); flora kserotermnih staništa; alpinetum; arboretum.⁹⁰

Rekreaciono-zabavni centar "Pionirska dolina" i zoo vrt najstariji je zoo vrt u Bosni i Hercegovini. U austro-ugarskom periodu bio je smješten na području Ilidže, ali je poslije dislociran u sjeveroistočni dio Sarajeva, samo 2 kilometra udaljenom od centra grada, na području opštine Centar. Sarajevski zoološki vrt godinama je bio „oaza“ za odmor, rekreaciju i edukaciju svih generacija. RZC "Pionirska dolina" za vrijeme održavanja olimpijskih igara 1984.godine uznapredovao je i obogatio svoj sadržaj i ponudu za sve populacije, čak i za strance koji su zoo vrt prepoznali kao atraktivnu destinaciju Sarajeva. Nakon rata, 1995. godine prostor „Pionirska dolina“ bio je u potpunosti uništen i miniran. Zoo vrt ima status kandidata za zoo vrtove i akvarija (EAZA). RZC "Pionirska dolina" i zoo vrt trenutno raspolaže sa 38 životinjskih vrsta koje vode porijeklo iz svih dijelova svijeta. Godine 2016 po prvi put je organizirana radionica EAZA akademije⁹¹. ZOO vrt se finansira iz budžeta Kantona Sarajevo, prodaje karata i drugih usluga, kao i donacija, a radi tokom cijele godine.

⁹⁰ <http://zemaljskimuzej.ba/bs/izlozbe/botani%C4%8Dki-vrt>

⁹¹ http://park.ba/?page_id=223

Tabela 20. Finansiranje zavoda za zaštitu prirodnog, kulturno—historijskog i zaštićenih područja

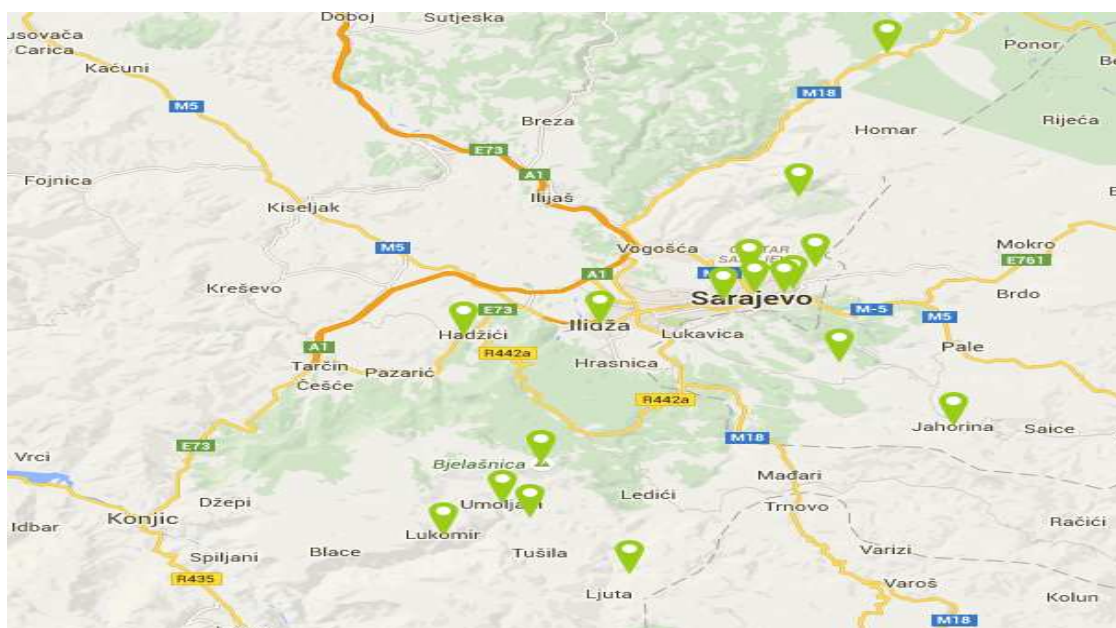
	Ukupno		Zavod za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa		JU za zaštićena prirodna područja	
	2011	2016	2011	2016	2011	2016
Ukupno (KM)	1824300	2115600	1119600	823400	704700	1292200
Budžet (KM)	705900	1490300	645600	793400	593000	696900
Bu/U (%)	39	70	58	96	84	54
Zaposleni	49	48	25	23	24	25

Izvor: Budžet Kantona Sarajevo, www.ks.gov.ba

U dvije kantonalne institucije odgovorne za zaštitu kulturno historijskog i prirodnog naslijeđa, zaštićenih prirodnih područja, angažirano je 48 zaposlenih u 2016, što je za jednu osobu manje nego u 2011. Izdvajanja iz budžeta su značajno povećala svoje učešće u ukupnim sredstvima.

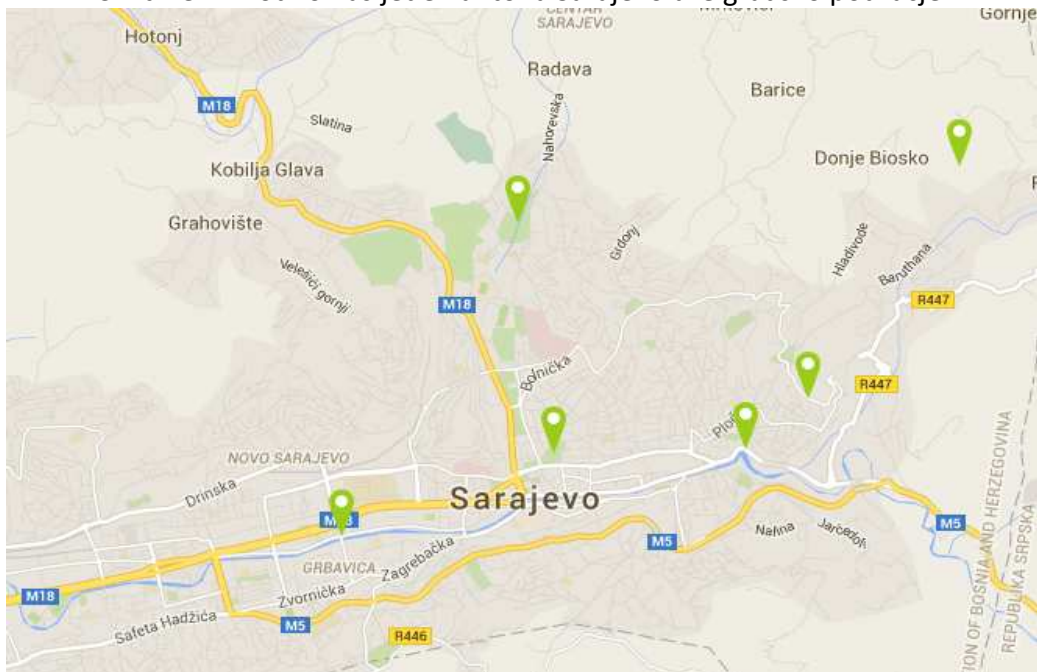
Kada je riječ o odnosu prema objektima i prostoru Kantona Sarajevo, pa i prema prirodnom i kulturno-historijskom naslijeđu, naglašeno je prisustvo uništavanja, degradiranja, huliganstva, destrukcije svake vrste, otuđivanja, uništavanja, oštećivanja, odsustvo reda i komunalne higijene, bacanje smeća, formiranje deponija, zanemarivanje, itd. U tom kontekstu, Fondacija Kulturno naslijeđe bez granica (Foundation Cultural Heritage without Borders CHwB) je uputila apel u povodu nestanka skulptura sa javnih površina u Sarajevu. Neposredan povod je bio nestanak ili otuđivanje skulpture književnika Isaka Samakovlije iz jednog od sarajevskih parkova.

Slika 12. Prirodno naslijeđe Kantona Sarajevo



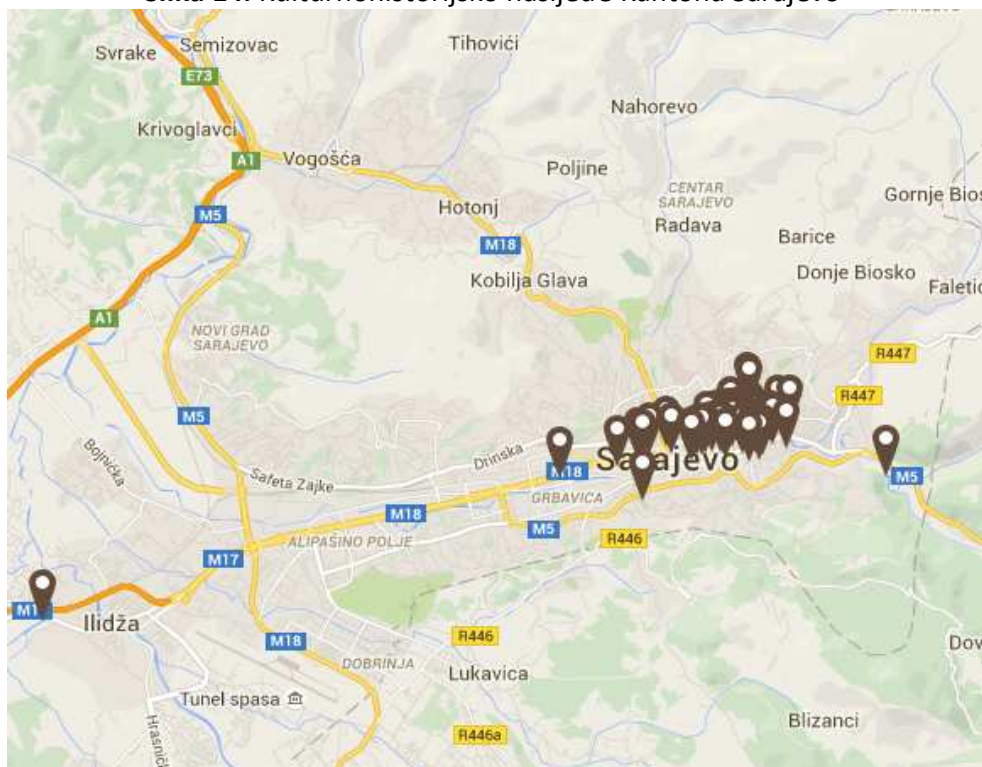
Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

Slika 13. Prirodno nasljeđe Kantona Sarajevo uže gradsko područje



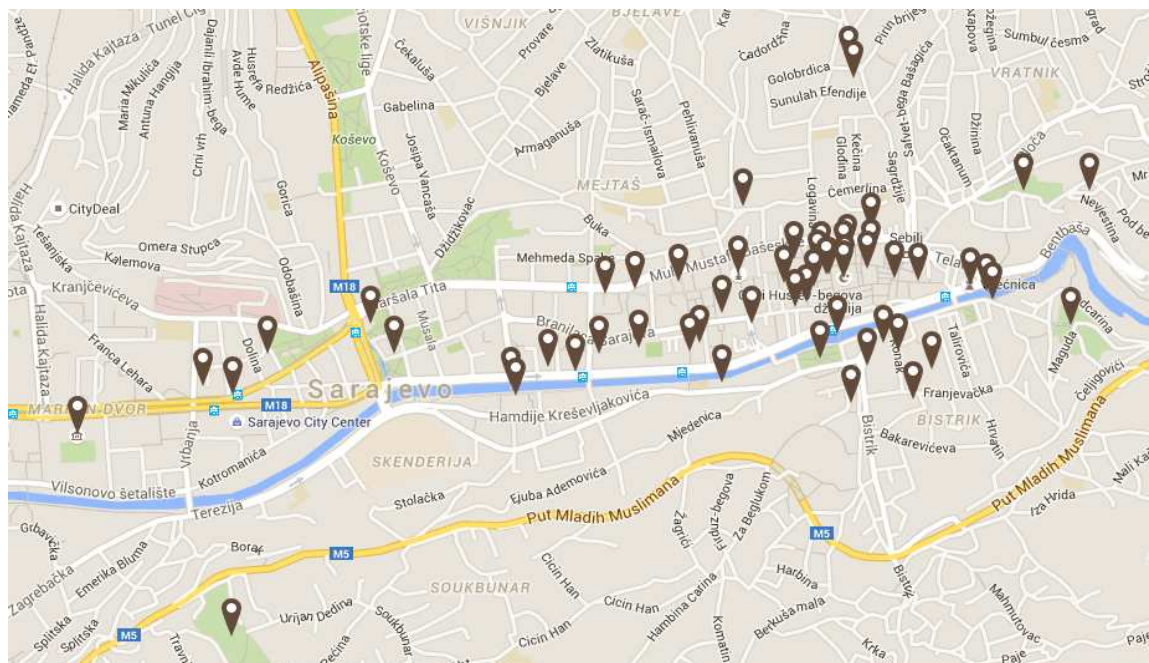
Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

Slika 14. Kulturnohistorijsko nasljeđe Kantona Sarajevo



Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

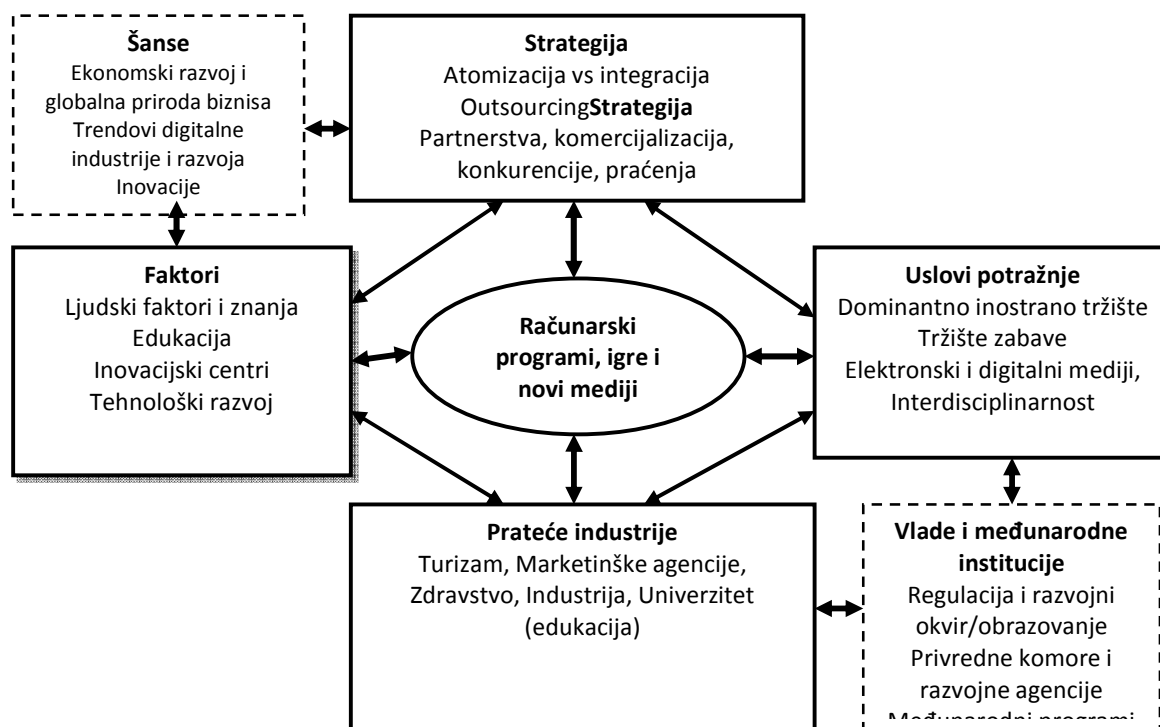
Slika 15. Kulturno-historijsko nasljeđe Kantona Sarajevo uže gradsko područje



Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

Naredna slika pokazuje osnovne elemente Porterovog dijamanta za podsektor muzeji, biblioteke i baština Kantona Sarajevo.

Slika 16. Dijamant konkurentskih prednosti djelatnosti muzeja, biblioteke i baština KS



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

Prema tome, sarajevski muzeji, biblioteke i baština imaju potencijal da budu bitna karika u lancu razvoja kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo. To se, prije svega, temelji na tradiciji koja seže od 1888 godine. Zatim na iskustvu, znanju, vještinama i ugledu zaposlenih u muzejima. Na lokaciji muzeja u najužem gradskom centru u blizini drugih turistički interesantnih objekata i sadržaja. Muzeji su lako dostupni i stanovnicima Sarajeva i nalaze se koncentrirani na dvije tačke. Prva staro gradsko jezgro (JU Muzej Sarajeva sa depadansima, Muzej-galerija 11/7/95, Muzej književnosti i pozorišne umjetnosti, Muzej Pivara, Kuća sevdaha, Muzej u Bošnjačkom institutu). Tu su i komplementarni sadržaji (galerije, kulturno-historijski objekti, pozorišta). Druga tačka je u Novom Sarajevu, na samom Vilsonovom šetalištu, koje ima veliku kulturno-historijsku i prirodnu vrijednost, gdje se nalaze: Historijski muzej i Zemaljski muzej. Najavljena je izgradnja Muzeja Ars Aevi u neposrednoj blizini. U neposrednoj blizini je Orijentalni institut, Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine, Raffesein galerija, univerzitet, srednje i osnovne škole, rezidencije, ambasade i državne institucije. Muzeji raspolažu vrlo vrijednim zbirkama, odnosno muzejskim predmetima. Menadžment muzeja je pokazao interes, spremnost i znanje da uspostavi saradnju i/ili partnerstva u cilju komercijalizacije sadržaja (saradnja sa zlatarom Sofić, iznajmljivanje prostora, prodaja ulaznica, itd).

IV 2. SWOT analiza podsektora muzeji, biblioteke i baština

U nastavku su date interne snage i slabosti podsektora Muzeji, biblioteke i baština, kao i eksterne prilike i prijetnje identificirane na radionici i u razgovorima sa ključnim učesnicima.

Tabela 21. SWOT analiza podsektora muzeji, biblioteke i baština

SNAGE	SLABOSTI
• Tradicija u nekim slučajevima veoma duga skoro pet vijekova • Lokacija u centru grada • Komplementarni sadržaji kreativnih i kulturnih industrija, ali i drugi relevantni za komercijalizaciju • Vrijedni i rijetki sadržaji u muzejima, bibliotekama, arhivima • Bogato kulturno-historijsko i prirodno nasljeđe • Savremeni objekti sa izvanrednom opremom za različite programe (promocije, konferencije, prezentacije, sastanke Gazi Husrev-begova biblioteka, Bošnjački institut Adil-beg Zulfikarpašić) • Zaposleni sa iskustvom • Postojanje određenih prvih iskustava u komercijalizaciji objekata i sadržaja • Uspostavljena saradnja sa domaćim i međunarodnim partnerima • Multisektorski profil podsektora (prisutno javno, privatno i civilno) • Susret historijskih ličnosti i epoha • Sadržaji nacionalno, nadnacionalno i globalno interesantni • Koncentracija institucija i resursa	• Neriješen status objekata od nacionalnog (državnog) značaja i iz toga generirani problemi (Zemaljski muzej, Historijski muzej, Muzej književnosti i pozorišnih umjetnosti, NUBBiH drugi) • Velike obaveze temeljem tužbi zaposlenih (oko 4 mil KM samo u jednoj instituciji) • Nedostaje objekat za prezentaciju gradskog života katolika u Sarajevu • Nedostaje centralni objekt za JU Biblioteke Sarajeva • Nedostaje adekvatan objekt za NUBBiH • Neriješeno pitanje adekvatnog smještaja Historijskog arhiva • Radno vrijeme tokom cijele godine, posebno ljeti je neadekvatno prema potrebama posjetilaca • Nedovoljna menadžerska znanja (menadžment u kulturi) • Osjetljivost menadžmenta u javnim institucijama na utjecaj politike • Konflikt interesa horizontalno i vertikalno, interno i eksterno • Koordinacija javnog-privatnog-civilnog u ovim ustanovama • Privatiziranje podsektora od strane pojedinaca ili malih grupa • U ukupnoj ekonomiji ovaj podsektor nema signifikantno recentno učešće mjereno brojem zaposlenih, dodanom vrijednošću, izvozom, uvozom, bruto domaćim proizvodom
PRILIKE	PRJETNJE
• Veliki interes međunarodne zajednice za ove institucije • Postojanje globalnih i evropskih fondova za finansiranje kreativne i kulturne industrije • Veliki pritisak javnosti na lokalne i državne organe da nešto poduzmu vezano za status i probleme • Integriranje regije ex Jugoslavije temeljem povezivanja tržišta kreativnih i kulturnih industrija • Veliki i rastući interes turista za Sarajevo • Orijentacija Vlade Kantona da Sarajevo postane regionalni univerzitetski centar • Orijentacija Vlade Kantona Sarajevo na razvoj kreativnih i kulturnih industrija • Orijentacija EU prema razvoju kreativnih i kulturnih industrija	• Politička i ekonomska nestabilnost na globalnom, regionalnom i nacionalnom nivou • Eskalacija drugih egzistencijalnih problema koji imaju prioritet pred institucijama ove vrste • Stabilnost budžeta, odnosno njegovo smanjivanje po različitim osnovama • Zamor javnosti i države od zahtjeva i pritiska ovog podsektora prema budžetu, koji se smanjuje po različitim osnovama • Nerealni zahtjevi podsektora ili pojedinaca iz podsektora koji mogu generirati negativan stav • Veoma nemaran, vandalistički, destruktivan odnos stanovnika Sarajeva prema prirodnom i kulturno-historijskom nasljeđu, pa i prema institucijama, objektima i sadržaju

-
- Interes Kine, kao sveobuhvatnog strateškog partnera Srbije, da se razvijaju kreativne i kulturne industrije i na prostoru Bosne i Hercegovine, odnosno Sarajeva
 - Savremene tehnologije koje omogućavaju i/ili olakšavaju vidljivost ovih institucija i njihovih potencijala na regionalnom i globalnom nivou
-

Valorizacija internih snaga i eksternih prilika, a minimiziranje i/ili eliminiranje internih slabosti i eksternih prijetnji pretpostavlja koordiniran, jasan i strateški pristup podsektoru, temeljen na stavu da se razvoj kreativnih i kulturnih industrija temelji na tržištu, a da država intervenira tamo i kada se pojave neuspjesi tržišta. Po pravilu, država se ne bi trebala direktno uključivati u komercijalizaciju kulturnih sadržaja, ali bi trebala da proporcionalno svom finansijskom učešću participira i kod podjele profita (dobiti).

U ovom podsektoru, vlade bi trebale da osiguraju makroekonomsku stabilnost, o urbano i okolišno održivi razvoj, pomoć u prevazilaženju neuspjeha koordinacije, zajednički rast putem djelovanja na smanjenje siromaštva i nejednakosti, osiguravanje obrazovanja vezano za menadžment u kulturi i novim tehnologijama. Država bi trebala osigurati socio-kulturne preduslove, i to: povjerenje, izvršavanje ugovora, poštovanje zakona i reda u prostoru, sigurnost osoba i imovine, ravnotežu konkurencije i saradnje, podjelu odgovornosti, altruizam zajednice, društvenu mobilnost, priznavanje ambicije i toleriranje konkurentnosti, materijalističke vrijednosti i odgođeno nagrađivanje u svrhu privatne štednje, tradicijom neograničena racionalnost, nulta tolerancija na korupciju i sukob interesa, efikasni oblici konkurencije, sloboda informisanja, transparentnost.

Pored toga, uspostavljanje, jačanje i/ili dinamiziranje sektora kreativnih i kulturnih industrija pretpostavlja sljedeće pravne i ekonomske prakse: jasno utvrđena i razgraničena imovinska prava, procedure za utvrđivanje imovinskih prava i njihovo prenošenje; javna supervizija, osiguravanje adekvatnih informacija, zaštita izbora potrošača/konzumenta, poticanje inovacija i drugo.

Tabela 22. Rezime za podsektor muzeji, biblioteke i baština

Cilj	Kreativne i kulturne industrije utemeljene na muzejima, bibliotekama i arhivima i baštini
Ključne zainteres. Strane	Muzeji: Zemaljski muzej BiH, Muzej Sarajeva, Muzej 11/7/95 Biblioteke i arhivi: NUBBiH, Bošnjački institut, Gazi Husrev-begova biblioteka, Baština: Zavod za zaštitu kulturno historijskog i prirodnog nasljeđa i JU za zaštićena područja
Snage Slabosti	Tradicija, resursi, lokacija, koncentracija, Pravni status, stanje objekata i infrastrukture, konflikti interesa, nekoordinacija, nesigurnost
Prilike Rizik	Interes, fondovi, trendovi, strateška orijentacija na svim nivoima Konflikt interesa javno-privatno, orijentacija na budžet i pritisak na budžet, zamor od pomoći,
Javni sektor Projekti	Koordinacija; eliminiranje konflikta javno vs privatno, sukoba interesa; osiguravanje transparentnosti; • Urgentno rješavanje statusa i problema kulturnih institucija od državnog značaja koje djeluju na području Kantona Sarajevo (vidi prilog) • Kreiranje suvenir šopa Zemaljskog muzeja BiH kroz kreativni inkubator (vidi prilog) • Poboljšanje naučne infrastrukture u Kantonu Sarajevo (vidi prilog) • Izgradnja centralnog objekta biblioteke JU Biblioteke Sarajeva (vidi prilog) • Formiranje depadansa JU Muzej Sarajeva kultura življenja građanske obitelji Hrvata u Sarajevu (vidi prilog) • Formiranje klastera kulture Centar (vidi prilog) • Osiguravanje adekvatnog smještaja za Historijski arhiv* • Digitalizacija prirodnog i kulturno-historijskog nasljeđa* • Smještaj Javne ustanove za zaštićena prirodna područja* • Projekt privatizacije određenih institucija kulture, odnosno uvođenja javno-privatnog partnerstva i drugi
Sredstva Efekti	sredstva nosioca aktivnosti, privatna, međunarodni fondovi i projekti, budžetska sredstva Kreiranje prihoda, profita, izvoza, optimalan broj zaposlenih, smanjivanje deficita

Izvor: Vlastita elaboracija

IV 3. Potporno okruženje za podsektor muzeji, biblioteke i baština

Sušтина ili bitne dimenzije potpornog okruženja koje treba da osigura Kanton Sarajevo u partnerstvu sa drugim relevantnim učesnicima, mogu se sistematizirati u dvije velike grupe, i to: sociokulturni i institucionalni preduslovi i ekonomski uslovi za pozicioniranje muzeja, kao ključne karike kreativne i kulturne industrije Kantona Sarajevo. Grupu institucionalni i kulturni preduslovi za vođenje djelotvornih privatnih tržišta čine: povjerenje, zakon i red, sigurnost osoba i imovine, ravnoteža konkurencije i kooperacije, podjela odgovornosti, altruizam zajednice, društvena mobilnost, priznavanje ambicije i toleriranje konkurencije, materijalističke vrijednosti i odgođeno nagrađivanje, tradicijom neograničena racionalnost, poštenje vlada, efikasni oblici konkurencije, sloboda informisanja. Pored toga, potrebno je osigurati sljedeće

pravne i ekonomske prakse, i to: javno utvrđena i razgraničena imovinska prava, propise i njihovo provođenje, slobodu osnivanja preduzeća u svim sektorima, stabilnu valutu, pouzdan i efikasan sistem transfera, javnu superviziju, adekvatne informacije, izbor potrošača, javno upravljanje eksternalijama, instrumente za stabiliziranje monetarnih i javnih politika, sigurnosne mreže, poticaj inovacija.

Pored toga, Kanton Sarajevo u skladu sa svojim ustavnim odgovornostima i nadležnostima treba osigurati potrebne elemente urbane, komunalne i saobraćajne infrastrukture, a na prvom mjestu sigurnost, shvaćenu u punini te riječi.

IV 3.1. Projekti podsektora muzeji, biblioteke i baština

U podsektoru Muzeji, biblioteke i baština identificirani su sljedeći kapitalni projekti, i to:

- Urgentno rješavanje statusa i problema kulturnih institucija od državnog značaja, koje djeluju na području Kantona Sarajevo (vidi prilog)
- Kreiranje suvenir šopa Zemaljskog muzeja BiH kroz kreativni inkubator (vidi prilog)
- Poboljšanje naučne infrastrukture u Kantonu Sarajevo (vidi prilog)
- Izgradnja centralnog objekta biblioteke JU Biblioteke Sarajeva (vidi prilog)
- Formiranje depadansa JU Muzej Sarajeva kultura življenja građanske obitelji Hrvata u Sarajevu (vidi prilog)
- Formiranje klastera kulture Centar (vidi prilog)
- Osiguravanje adekvatnog smještaja za Historijski arhiv*
- Digitalizacija prirodnog i kulturno-historijskog nasljeđa*
- Smještaj Javne ustanove za zaštićena prirodna područja*

Projekti bi se realizirali budžetskim sredstvima, sredstvima međunarodnih fondova za kulturu, vlastitim sredstvima institucija, donacijama i sponzorstvima.

Izvori finansiranja mogu biti: Privatna sredstva, EU fondovi (prilog ...), kao što su:

- Creative Europe (1,4 milijarde eura) potprogram Kultura
- Europa for citizens
- Horizon 2020
- Intereg IPA prekogranična saradnja Hrvatska-Bosna i Hercegovina-Crna gora
- Prekogranična saradnja Srbija i BH
- Transnacionalni program MEDiteran
- Intereg ADRION (Jadransko-jonska makroregija 2014-2020)
- Intereg Danube Transnational Program (Dunavska makroregija 2014-2020)

Sredstva po osnovu realizacije takođe mogu biti korištena za finansiranje projekata:

- Strategije razvoja JIE 2020 (dimenzija G Kultura i kreativni sektor)
- Dunavska strategija u dijelu u kome se zalaže za „jačanje kulturne suradnje, turizma i kontakata među ljudima“
- Jadransko-jonska strategija (dijelom vezano za četvrtu točku)

Tu su i sredstva po osnovu javno-privatnog partnerstva i alternativni modeli finansiranja.

V KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVU: PODSEKTOR IZVOĐAČKA UMJETNOST I UMJETNIČKO STVARALAŠTVO

Drugi podsektor kreativne industrije koji analiziramo uključuje izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo.

V 1. Situaciona analiza za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo

U okviru podsektora Izvođačka umjetnost shvaćenog kao zbir djelatnosti izvođačka umjetnost 90.01 i pomoćne djelatnosti izvođačke umjetnosti 90.02 na području Kantona Sarajevo registrirano je 39 subjekata (15% Federacije Bosne i Hercegovine), u kojima radi skoro 430 zaposlenih ili preko 70% zaposlenih u ovom podsektoru Federacije Bosne i Hercegovine.

Tabela 23. Broj i zaposleni u izvođačkoj umjetnosti

	KS	FBH	KS/FBH %
Broj	39	254	15
Zaposleni	427	600	71
Prosječna veličina	11	2	550

Izvor: Federalni zavod za statistiku BiH, Sarajevo, 2016.

Prosječna veličina subjekata u izvođačkoj umjetnosti Kantona Sarajevo (mjereno brojem zaposlenih) je preko pet puta veća od prosjeka Federacije Bosne i Hercegovine. U kontekstu mapiranja kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo, fokus je na pozorištima i centrima za kulturu.

Tabela 24. Finansiranje pozorišta Kantona Sarajevo

	2011				2016			
	Ukupno	Budžet	B/U (%)	Zaposleni	Ukupno	Budžet	B/U (%)	Zaposleni
NP	6.306.000	5.809.000	92	226	6.331.800	5.951.000	94	217
PM	1.313.900	1.052.900	80	41	1.218.100	1.113.000	91	41
KT 55	1.324.000	1.177.000	89	49	1.688.500	1.400.500	83	49
SARTR	933.800	791.800	85	26	945.500	888.500	94	27
Ukupno	9.877.700	8.83.0700	89	342	10.183.900	9.353.000	92	334

Izvor. Budžeti Kantona Sarajevo, www.ks.gov.ba

Napomena: NP narodno pozorište, PM pozorište mladih, KT55 Kamerni teatar 55,

U analiziranom periodu Kanton Sarajevo je povećao izdvajanja iz budžeta za pozorišta. Budžetska sredstva su svoje učešće u ukupnim sredstvima pozorišta povećala sa 89% na 92%. Od četiri promatrana pozorišta, kod tri su budžetska sredstva povećala svoje učešće, samo se kod Kamernog teatra 55 uočava smanjenje učešća budžetskih sredstava (sa 89% na 83%). Istovremeno, broj zaposlenih se smanjio sa 342 na 334. U ovom podsektoru dominira javni sektor, koji je uspostavio saradnju sa privatnim i poslovnim sektorom, svim nivoima vlasti u Bosni i Hercegovini, te sa međunarodnim organizacijama i institucijama.

V 1.1. Pozorišta

Na području Kantona Sarajevo djeluju sljedeća pozorišta: Narodno pozorište, Pozorište mladih, Kamerni teatar 55, Sarajevski ratni teatar SARTR.

Tabela 25. Pozorišta: broj, predstave i posjetioci

	2010			2014		
	KS	FBIH	%	KS	FBIH	%
Broj	4	16	25	4	23	17
Broj predstava	227	1007	23	472	1629	29
Broj posjetilaca	48.106	173.367	28	93.466	369.928	25
Broj posjetilaca po predstavi	212	172	123	198	227	87

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Iz prethodne slike koja je formirana uvidom u biltene Federalnog zavoda za statistiku, može se uočiti da su pozorišta Kantona Sarajevo povećala broj predstava. Broj posjetilaca se također povećao. To upućuje na zaključak da se gledaoci vraćaju u pozorišta.

Tabela 26. Pozorišta u Kantonu Sarajevo, 2009-2013.

	Pozorišta	Predstave	Posjetitelji	Zaposleni
2009/10	4	351	65.359	298
2010/11	4	355	69.970	316
2011/12	4	299	61.996	333
2012/13	4	681	134.898	333

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Broj zaposlenih u ovim pozorištima se povećao (za oko 11%). Pored broja, kod pozorišta kao specifične kulturne aktivnosti potrebno je imati u vidu i čitav niz drugih posebnih zahtjeva, bitnih da bi se mogao kreirati repertoar opere, drame i baleta. Jedan od zahtjeva prema osnivaču se odnosi na pronalaženje rješenja za članove baleta, koji zbog godina ili nekih zdravstvenih razloga ne mogu više nastupati u baletnim predstavama, a samo pozorište nema mogućnosti da ponudi drugi radni angažman.

Narodno pozorište Sarajevo osnovano je 1919, a otvoreno 1921 godine⁹². O uspjehu i napredovanju Narodnog pozorišta Sarajevo najrječitije govore brojna učešća na gotovo svim značajnim festivalima u regionu, pa i u Evropi, i gostovanjima u zemlji i inostranstvu, te mnoge nagrade i priznanja koje su dobili umjetnici i ansambli za kvalitet svojih izvedbi. Pozorište je ugostilo veliki broj umjetničkih ansambala i renomiranih umjetnika iz cijelog svijeta⁹³. Narodno pozorište Sarajevo ima 217 zaposlenih. Poseban doprinos je dalo razvoju drame i novih dramskih oblika i autentičnom tumačenju klasike u Drami, Operi i Baletu⁹⁴. Pozorište se finansira iz Budžeta Kantona Sarajevo, ali i iz budžeta drugih nivoa vlasti (općine⁹⁵, entitet), zatim od iznajmljivanja dvorane, prodaje ulaznica, organizacija koktela (ugostiteljske usluge restoran Lav), uvedena je srebrena, zlatna i brončana plus kartica, sponzorstvo Sarajevske Pivare, saradnja sa Centrotransom, i drugim sponzorima, donatorima, medijskim partnerima itd. Za rad Narodnog pozorišta se iz budžeta Kantona Sarajevo osigurava oko 6 miliona KM na godišnjem nivou.

U određenim programskim aktivnostima narodnog pozorišta nužna je suradnja sa Sarajevskom filharmonijom. Sarajevska filharmonija prvi je profesionalno organizovan simfonijski orkestar na području BiH, koji radi od 1923 godine i uskoro će slaviti 100 godina postojanja i rada⁹⁶.

Godine 1950 formirana su dva pozorišta, i to pozorište lutaka i pionirsko pozorište, koja će se 1977 godine udružiti u pozorište mladih sa dvije samostalne scene Lutkarskom i Dramskom. Sve ove godine pozorište je ostalo pozorište svih generacija. Rad pozorišta se finansira sa oko 1,1 milion KM, iz Budžeta Kantona Sarajevo na godišnjem nivou.⁹⁷

Kamerni teatar 55 formiran je 1955 godine. Tokom godina, ovaj teatar je stekao veliki ugled koji je prevazišao granice Bosne i Hercegovine kao teatar visokih umjetničkih standarda sa izuzetnim glumačkim ansamblom. U prosjeku oko 13.000 ljudi tokom godine pogleda predstave KT55, a kapacitet dvorane Kamernog teatra je 160 mjesta. Nakon šest decenija postojanja, Kamerni ima stalni ansambl od 49 zaposlenih, ali je otvoren za gostujuće umjetnike, tako da vrlo često ugošćava domaće i internacionalne vrhunske glumce, reditelje, pisce i umjetnike. Svoju ulogu vidi u pomirenju i približavanju naroda, te u uspostavljanju saradnje i razmjene sa umjetnicima u drugim zemljama i kulturama.⁹⁸ Kanton Sarajevo za rad Kamernog teatra izdvaja oko 1,4 miliona KM na godišnjem nivou. Pored toga teatar se finansira iz drugih budžeta (lokalni

⁹² <http://nps.ba/Program.aspx?id=1&lang=BS>

⁹³ <http://nps.ba/Program.aspx?id=1&lang=BS>

⁹⁴ <http://nps.ba/Program.aspx?id=1&lang=BS>

⁹⁵ Općina Centar je podržala rad Pozorišta sa 20.000 KM,

⁹⁶ <http://www.saph.ba/bs/o-nama/sarajevska-filharmonija>

⁹⁷ www.pozoristemladih.ba

⁹⁸ <http://www.kamerniteatar55.ba/o-nama/>

općinski, entitetski), od sponzorstava (Vlada Kantona Sarajeva, BH Telecom, Logosoft, BBI centar, Alem Sistem, Centrotrans, Sarajevo osiguranje, partnerstva, prodaje ulaznica. Prijatelji Kamernog teatra su: BH Telecom, Grad Sarajevo, klix, antena, ETC European Theatre Convention, SCC, Sarajevo osiguranje, BBI centar, Alem system i drugi)⁹⁹ Teatar je dobio brojne domaće i međunarodne nagrade za svoj rad. Kamerni teatar 55 je 2016 postao prvo bosanskohercegovačko pozorište koje je primljeno u članstvo Evropske konvencije teatarara ETC¹⁰⁰, što može biti relevantno u razvoju kreativnih i kulturnih industrija.

Sarajevski ratni teatar SART utemeljen je 1992 godine. Kanton Sarajevo je 1997 godine preuzeo ulogu osnivača. Godine 2003 dodijeljena mu je Šestoaprilska nagrada. Pozorište je dobilo i brojne druge nagrade i priznanja¹⁰¹. Tim Sarajevskog ratnog teatra čine 27 zaposlenih¹⁰². Rad Teatra se finansira iz budžeta Kantona Sarajevo u iznosu od oko 0,9 miliona KM na godišnjem nivou. U ukupnim sredstvima SARTR-a budžet učestvuje sa skoro 94%, što je znatno više u poređenju sa 2011 (manje od 85%).

Internacionalni teatarski festival MESS svoj rad finansira dijelom sredstvima iz Budžeta Kantona Sarajevo u iznosu od oko 0,4 miliona KM. Učešće budžeta u ukupnim sredstvima se povećalo sa oko 25% 2011 na oko 35% 2016. Pored toga, rad je finansiran kroz sponzorstvo (Bosnalijek, Ministarstvo kulture i sporta Kantona Sarajevo, Federalno ministarstvo kulture, Ministarstvo civilnih poslova, British Council, Institut Francais, Gete Institut, EU, BH Telecom, Porsche, Sarajevski kiselj, Unicredit Banka, Lutrija BH, Navigator, Globtour, Fabrika, Metromedia, BHRT, Sarajevo radio, Oslobođenje, Dani, itd.)¹⁰³ MESS zapošljava osam lica.

V 1.2. Centri za kulturu

Na području Kantona Sarajevo djeluju sljedeći centri kulture: Centar za kulturu Sarajevo (nastao povezivanjem Bosanskog kulturnog centra¹⁰⁴, Collegijuma artisticum, JU Sarajevo art¹⁰⁵), zatim

⁹⁹ <http://www.kamerniteatar55.ba/prijatelji-kamernog-teatra/>

¹⁰⁰ <http://www.source.ba/clanak/Cooltura/402479/Kamerni-teatar-55-postao-clan-Evropske-konvencije-teatarara-ETC>

¹⁰¹ <http://www.sartr.ba/historijat/>

¹⁰² <http://www.sartr.ba/sartr/onama/>

¹⁰³ <http://www.mess.ba/2015/program>

¹⁰⁴ Javna ustanova Bosanski kulturni centar Sarajevo djeluje od 1993. godine (ranije Javna ustanova Radnički univerzitet "Đuro Đaković"). U svojoj strukturi sadrži: sektor kulturne djelatnosti, sektor obrazovne djelatnosti i sektor izdavačko-štamarske djelatnosti. <http://www.sarajevo.ba/ba/stream.php?kat=99>

¹⁰⁵ JU "Sarajevo art" je kantonalna javna ustanova kulture koja nastavlja tradiciju predratne Republičke poslovnice za kulturno umjetničke priredbe, koja djeluje od 1948. godine. Njena djelatnost je: pružanje programskih i drugih usluga organizacionog i tehničkog realiziranja kulturno-umjetničkih i estradnih programa, projekata i priredbi za druge naručitelje. Iz reda tradicionalnih festivala koji se održavaju u Sarajevu, JU "Sarajevo art" je organizator

Centar za mlade Sarajevo, Centar Andre Malro, Kulturni centar islamske republike Iran, Gete institut, British council, Međunarodni centar za djecu i omladinu Novo Sarajevo, Multimedijalni centar Mak, Turski kulturni centar, Ured za kulturu ambasade kraljevine Španije, Centar za kulturu Sarajevo Jelićeva¹⁰⁶, Bošnjački institut Fondacija Adil-beg Zulfikarpašić¹⁰⁷.

Tabala 27. Centri za kulturu: broj, posjetioci, aktivnosti

	2014		
	KS	FBIH	KS/FBH %
Broj	6	57	11
Broj posjetilaca	94.310	452.906	21
Od toga žene posjetioci	52.720	250.496	21
Aktivnosti	393	2.648	21
Posjetioci po aktivnosti	240	171	140

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016

Prema informacijama Federalnog zavoda za statistiku, na području Kantona Sarajevo djeluje šest centara kulture, koji godišnje realiziraju 393 aktivnosti. Aktivnosti kulturnih centara na godišnjem nivou prati preko 94.000 posjetilaca, u prosjeku 240 posjetilaca po aktivnosti, što je za oko 40% više u odnosu na prosječan broj posjetilaca na nivou Federacije BiH. Oko 56% posjetilaca ovih aktivnosti su žene, kao i na nivou Federacije Bosne i Hercegovine.

Tabela 28. Finansiranje JU Centar za kulturu Sarajevo

	2011				2016			
	Ukupno	Budžet	B/U (%)	Zaposl.	Ukupno	Budžet	B/U (%)	Zaposl.
Collegium								
Artisticum	207700	140200	68	5	-	-	-	-
Sarajevo Art	795500	675500	85	8	-	-	-	-
BKC	591700	443700	75	20	-	-	-	-
Centar za kulturu	-	-	-	-	1284100	1073100	84	30
	159490	125940						
	0	0	79	33	1284100	1073100	84	30

Izvor: Izvještaj o izvršenju budžeta Kantona Sarajevo za godine 2010-2015.

U periodu 2011-2016 izdvajanja za Centar kulture, odnosno izdvajanja tri integrirane institucije su se smanjila sa oko 1,3 na oko jedan milion KM, a broj zaposlenih sa 33 na 30. Učešće budžetskih u ukupnim sredstvima centra za kulturu se povećalo sa 79% na 84%. Centar se suočava sa neriješenim imovinsko-pravnim pitanjima na Skenderiji, zatim sa neadekvatnom strukturom zaposlenih, nedostatkom osoba za specifičnim visokim obrazovanjem (kustosi, producenti, itd), veoma lošim stanjem objekata i infrastrukture. Centar ima veoma atraktivnu

festivala "Bašćaršijske noći" i "Međunarodni festival folkloru" Sarajevo. <http://www.sarajevo.ba/ba/stream.php?kat=99>

¹⁰⁶ <http://sarajevo.co.ba/kultura/kulturni-centri-u-sarajevu/>

¹⁰⁷ <http://www.sarajevo.ba/ba/stream.php?kat=92>

lokaciju. Prostore centra koriste brojna udruženja građana iz sektora kulture. U neposrednoj blizini su druge institucije kulture, obrazovanja, hoteli i institucije zanimljive turistima. Prema izjavi vd direktora Centra, kulturno-historijska i svaka druga vrijednost Centra, posebno BKC, bi porasla vraćanjem ovog objekta u stanje u kome je zgrada bila u vrijeme kada je Jevrejska općina ovaj objekt darovala Sarajevu.¹⁰⁸ Kao vrijednost treba naglasiti viziju daljeg razvoja, kompetencije i interes prvog čovjeka institucije.

East West Centar Sarajevo radi od 2006. godine u Bosni i Hercegovini i inostranstvu. Povodom desetogodišnjice rada objavio je monografiju "10". U projektima East West Centra učestvovalo je više od hiljadu umjetnika i saradnika iz 23 zemlje. East West je igrao u više od 40 malih gradova Bosne i Hercegovine i u 17 zemalja na tri kontinenta. Najpoznatije predstave ovog centra su: Hamlet, Faust, Nora, Klasni neprijatelj, Osvajanje sreće, i mnogih drugih, kao i projekata Sarajevska crvena linija i Stoljeće mira nakon stoljeća ratova¹⁰⁹.

Međunarodni centar za djecu i omladinu Novo Sarajevo je osnovan 1961. godine. Rad je obnovio 2001 godine. Osnivač centra je Općina Novo Sarajevo. Općina je 2011. u prizemlju centra obnovila i otvorila svečanu salu za vjenčavanje. U Centru se održavaju radionice, izložbe, predstave, predavanja, koncerti, sportska takmičenja, realiziraju projekti međunarodne saradnje i drugo (MESS, SFF, Bašćaršijske noći, Sarajevska zima, Juventa fest) Centar ima dvoranu, centar za razvoj karijere, svečanu i plesnu salu, penjačku stijenu, hol za izložbe, kafeteriju, muzički studio i poslovne i prateće prostorije. Centar se oblikuje kao uporište urbane kulture u Sarajevu. Prijatelji i partneri Centra su Općina Novo Sarajevo, ARHUS Centar Sarajevo, Friedricshafen¹¹⁰.

U Centru su smješteni ili s njim sarađuju: DEPO.ba, INPUT.doo, Nash Studio, Arhus centar Sarajevo, Lucca Dance, Kafeterija Centar, No Coment, Plesni centar Move, Drum Orchestar, Scout film, Škola gitare Pink Partner, UG Klub prijatelja Sarajeva, UG Putokaz¹¹¹. U neposrednoj blizini se nalazi Osnovna škola Grbavica II, Osnovna muzička i plesna škola Novo Sarajevo, a nešto dalje su druge osnovne, srednje škole i fakulteti, hotel, šetalište, obdaništa (na udaljenosti 5-10 minuta hoda). U toku su aktivnosti na rekonstrukciji i otvaranju centra Boško Buha na prostoru općine Novo Sarajevo u neposrednoj blizini Vilsonovog šetališta, odnosno Zemaljskog muzeja, Historijskog muzeja i drugih za ovaj sektor relevantnih institucija, čime će se povećati kapaciteti i uslovi za rad Međunarodnog centra za djecu i omladinu Novo Sarajevo (Malešvić, 2016).

¹⁰⁸ Intervju sa vd direktora JU Centar za kulturu Sarajevo

¹⁰⁹ <http://depo.ba/clanak/147377/monografija-i-izlozba-plakata-10-godina-east-west-centra-u-galeriji-novi-hram>

¹¹⁰ http://www.mladi.ba/o_centru.html

¹¹¹ <http://www.mladi.ba/organizacije/?str=2>

Javna ustanova Centar za kulturu Sarajevo, osnovana je 1965. godine. Do 1992. godine objedinjavala je rad 13 domova kulture na području današnjih Općina Centar Sarajevo i Stari Grad, i sa tridesetak zaposlenih bila jedna od najvećih ustanova ovog umjetničkog profila. Kontinuitet rada nije se prekidao ni u ratnom periodu. Poslijeratni period obilježen je izvanrednim entuzijazmom malog broja zaposlenih radnika, koji svojim angažmanom uspijevaju obezbijediti vlastita sredstva za renoviranje devastiranog objekta u Jelićevoj 1., izvršiti nabavku osnovnih sredstava za rad, organizirati programske aktivnosti, polako trasirajući puteve prema traženju odgovora kako i koliko snaga kulture utiče na nesvjesne sile od kojih se sastoji čovjekov unutrašnji svijet. Danas, Centar programske aktivnosti realizira se u dva objekta: Centar za kulturu "Sarajevo" (Jelića broj 1) i Centar za mlade Gorica (Avde Jabučice broj 52). Centar za kulturu u Jelićevoj, adaptiran je 2010. sredstvima Općine Centar Sarajevo. Objekat raspolaže sa velikom salom od 200 mjesta, kao i manjim salama u kojima se realizira niz kulturnih sadržaja. (Festival za djecu Hajde svijete budi dijete, Teatarski festival komedije Smijeh je lijek, Festival mladih gitarista BiH, Predstave za djecu, mlade i građane, Škola klasičnog baleta i plesa, Škola gitare, Likovna škola, Ples, Pilates, Hor Muzičke akademije iz Sarajeva, koncerti, seminari, izložbe, promocije, radionice...). JU Centar za kulturu „Sarajevo“ i Centar za mlade-Gorica, aktivno učestvuju u osmišljavanju slobodnog vremena djece, mladih i građana, u neposrednoj saradnji sa drugim institucijama, školama, vrtićima, ustanovama za specijalno vaspitanje i obrazovanje, nevladinim i humanitarnim organizacijama, medijima, javnim i kulturnim radnicima, pružajući mogućnost kreativnog stvaralačkog rada. Pod okriljem Centra razvilo se više aktivnih grupa koje rade u oblasti muzike, scenskih umjetnosti, likovnih umjetnosti, književnosti, saradnje, putovanja, druženja... Za svoj rad JU Centar za kulturu "Sarajevo" dobila je niz priznanja i zahvalnica, (na primjer Plaketu grada Sarajeva i nagradu UNICEF-a za rad sa djecom). U toku jedne kalendarske godine oko 10.000 posjetilaca (djeca, mladi, građani), bude prisutno na projektima i programima, dok oko 600 djece, mladih i umjetnika bude aktivnim sudionicima realiziranih projekata i programa...Širok spektar aktivnosti, kao i organizovanje javnih manifestacija, pokazali su da Javna ustanova Centar za kulturu „Sarajevo“, može biti značajan činilac u razvoju kulture i umjetnosti, te pružiti djeci, mladima i građanima pozitivan podsticaj za izražavanje i razvijanje kulturnih i umjetničkih sklonosti. Osnivač ustanove je Općina Centar Sarajevo¹¹². Ostvarena je saradnja sa mladima iz Austrije, Francuske, Njemačke, Kirgistan, SAD-a, Počitelja, Mostara, Travnik, Zenice, Sarajeva i drugih sredina. U Centru se realiziraju različite škole (baleta, gitare, crtanja, pjevanja, plesa, glume, slikanja), multimedijalni projekti, audio vizuelni projekti, fotofestivali, teatarski festivali, muzika, kursevi itd. Pokrovitelji

¹¹² <http://centarkulture.ba/index.php/2015-12-10-20-08-13/o-centru>

Centra su Vlada kantona Sarajevo, Ministarstvo kulture i sporta, općina Stari grad. Prijatelj Centra je Centrotrans Eurolines.

V 1.3. Galerije¹¹³

U podsektoru umjetničko stvaralaštvo, koje je zbir djelatnosti Umjetničko stvaralaštvo 90.03 i djelatnosti Rad umjetničkih objekata 90.04, evidentirano je 37 subjekata sa oko 480 zaposlenih, što predstavlja svakog drugog zaposlenog u ovom podsektoru na nivou entiteta. Prosječna veličina subjekata je oko dva puta veća u Kantonu nego u Federaciji mjereno brojem zaposlenih.

Tabela 29. Broj i zaposleni u djelatnosti umjetničkog stvaralaštva, 2014.

	KS	FBH	KS/FBH
Broj	37	145	26
Zaposleni	478	890	54
Prosječna veličina	13	6	217

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Prema podacima Federalnog zavoda za statistiku, na području Kantona Sarajevo djeluje 11 galerija, koje organizuju 58 stalnih postavki, 71 višednevnu postavku i 4 jednodnevne postavke. Izlagači na izložbama su uglavnom domaći autori (oko 88%), kao i na nivou Federacije Bosne i Hercegovine. Prema istom izvoru, sve ove aktivnosti posjeti oko 33 hiljade posjetilaca, što je oko 51% u odnosu na Federaciju Bosnu i Hercegovinu. U daljem tekstu fokus je na galerijama, njihovom broju, sadržaju i posebnostima.

Tabela 30. Broj, postavke i posjetioci galerijama, 2014.

	KS	FBH	KS U FBH %
Broj galerija	11	24	46
Stalne postavke	58	82	71
Višednevne postavke	71	168	42
Jednodnevne postavke	4	16	25
Izlagači iz BiH	419	757	55
Izlagači iz inostranstva	57	87	66
Posjetioci	32649	64535	51

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Na području Kantona djeluju sljedeće galerije: Galerija Agiart, Galerija Akademije likovnih umjetnosti Bosne i Hercegovine, Galerija Ergenta, Galerija Ars Aevi, Galerija Art X Club, Galerija ASA, Galerija Bosanskog kulturnog centra, Galerija B Smoje, Galerija Centra društvenih aktivnosti, Galerija Collegium Artisticum, Čarlama Depoit galerija¹¹⁴ Duplex 10m2 galerija, Galerija E&A, Galerija FAKTA, Galerija Faronela, Galerija Gabrijel, Galerija Gaudeamus, Galerija

¹¹³ 90.03 + 90.04

¹¹⁴ Prema objavljenim intervjuima sa Hadžijusufovićem, ova galerija je zatvorena zbog finansijskih razloga.

Hanikah Kuršumli Medrese, Galerija Historijskog muzeja BiH, Galerija JAVA, Galerija Leonardo, Galerija Mak, Mala galerija, Galerija Melanie, Galerija Novi Hram, Galerija Paleta, Galerija paleta Ćulhan, Galerija pozorišta mladih, Galerija Preporod, Galerija Prosvjeta, Galerija Raiffeisen, Galerija Roman Petrović, Galerija Atelje Safet Zec, Galerija Stari grad, Galerija Sveti Anto, Galerija Škole primjenjenih umjetnosti, Umjetnička galerija Bosne i Hercegovine¹¹⁵, i druge.

Umjetnička galerija Bosne i Hercegovine osnovana je 1946 godine. Njen status od rata nije riješen. Jezgro početne zbirke činilo je oko 600 eksponata preuzetih iz tadašnje Galerije Zemaljskog muzeja. Galerija je za javnost otvorena 1959. godine svojom prvom stalnom postavkom. Danas kolekcija ima preko 6.000 inventarskih jedinica podijeljenih u više zbirke (Zbirka bosanskohercegovačke umjetnosti, Zbirka Ferdinanda Hodlera, Zbirka ikona, Zbirka jugoslovenske umjetnosti, Međunarodna zbirka donacija, Zbirka fotografije i novih medija, Likovni arhiv „NADA“). Pored zbirke, u sklopu Umjetničke galerije BiH oformljeno je i odjeljenje dokumentacije i biblioteke te su se na taj način stvorili uslovi za naučno istraživački rad. Također su formirani odjeli restauratorske radionice, stolarske i pozlatarske radionice, fotostudio sa fototekom i odjeljenje koje se bavi pedagoškim radom. Od osnivanja do danas u Galeriji je postavljeno, pripremljeno ili preuzeto preko 900 većih i manjih izložbi, te izdato više od 150 vlastitih izdanja. U ratnom periodu 1992-1995 Galerija nije prestajala sa svojom djelatnošću, organiziravši u ovom periodu 42 izložbe. Najteži period za ovu instituciju nastupio je nakon potpisivanja Dejtonskog sporazuma, jer novi ustroj kulture ne predviđa postojanje državnih institucija pa je Umjetnička galerija BiH ostala bez osnivača i finansijera¹¹⁶. Objekat u kome se danas nalazi izgrađen je oko 1912 godine kao robna kuća Ješue i Mojce Saloma. Pretpostavlja se da je djelo Josipa Vancaša. Po svojim odlikama spada u kasna djela historicizma, a pored renesansno-klasicističkih oblika na njoj se prepoznaju i elementi secesije. Zgrada je nakon drugog svjetskog rata promijenila namjenu, a od 1953. godine u njoj je smještena Umjetnička galerija BiH. U vrijeme agresije i opsade Sarajeva zgrada je usljed granatiranja pretrpila teška oštećenja. Po završetku rata, Umjetnička galerija BiH je zahvaljujući Vladi Švicarske Konfederacije i vlastitim naporima uspjela pronaći donatore za gotovo kompletnu sanaciju objekta.¹¹⁷

Od potpisivanja Dejtonskog sporazuma do danas, država Bosna i Hercegovina se nije odredila prema svojim osnivačkim pravima u odnosu na Umjetničku galeriju BiH i još šest institucija kulture, navedenih u Zakonu o muzejskoj djelatnosti BiH. Neriješeno pitanje pravnog statusa ove institucije uslovljava i nepostojanje izvora finansiranja njenog redovnog rada. Rad

¹¹⁵ <http://sarajevo.co.ba/kultura/galerije-u-sarajevu/>

¹¹⁶ <http://ugbih.ba/udi/o-nama/>

¹¹⁷ <http://ugbih.ba/udi/o-nama/>

Umjetničke galerije BiH finansira se isključivo grantovima, putem javnog konkursa, iz Budžeta Federacije BiH i Kantona Sarajevo (preko resornih Ministarstva za kulturu i sport) te Budžeta Vijeća ministara BiH (preko Ministarstva civilnih poslova). Ta sredstva su nepredvidiva, neredovna i umanjuju se iz godine u godinu. Ovakav način finansiranja skoro u potpunosti blokira rad institucije i otežava pripremanje ozbiljnih finansijskih planova¹¹⁸. Velikim i nesebičnim ličnim angažmanom svih uposlenih, ova institucija se uspijeva održati na životu, pa se tako, u rasponu od 25 do 30%, troškovi djelovanja pokrivaju vlastitim prihodom, što je za ustanovu iz oblasti kulture i umjetnosti izrazito visok udio samofinansiranja¹¹⁹. Do 2000 godine redovan rad Umjetničke galerije BiH finansirao je Kanton Sarajevo putem nadležnog ministarstva. Naredne dvije godine finansiranje je preuzelo Federalno ministarstvo kulture da bi potom, pozivajući se na svoju nenadležnost u smislu Dejtonskog sporazuma, bez prethodne najave, odbacilo ovu i još šest državnih institucija kulture. Od tada je, kao prelazno rješenje, Umjetnička galerija BiH ostavljena na milost (i nemilost) Ministarstvu civilnih poslova BiH¹²⁰. Novčana sredstva za redovan rad Umjetnička galerija BiH u posljednje tri godine ostvaruje na nivou „pomoći“ – putem javnog konkursa koji objavljuje Ministarstvo civilnih poslova BiH jedanput godišnje. Ovako dobijena sredstva (150.000 KM) nisu dovoljna ni za održavanje dostignutog nivoa rada za pola godine. Za pokrivanje osnovnih troškova rada Umjetničke galerije BiH (bez programa) potrebno je oko 450.000 KM¹²¹. Kanton Sarajevo je planirao transfer prema ovoj galeriji u iznosu od oko 41 hiljade KM, što je manje nego prethodnih godina. U 2011. prema ovoj instituciji je transferirano oko 51 hiljada KM. U dijelu objekta je nakon 1995. bila smještena kafeterija, knjižara, a sada je tu banka.

Svoje ustavno pravo na rješavanje pravnog statusa, Umjetnička galerija BiH je (zajedno sa Zemaljskim muzejom BiH, Historijskim muzejom BiH, Nacionalnom i univerzitetskom bibliotekom BiH, Muzejima književnosti i pozorišne umjetnosti BiH, Bibliotekom za slijepa i slabovidna lica BiH i Kinotekom BiH) inicirala kod nadležnih državnih organa uz punu podršku Ureda OHR-a, Ombudsmena za ljudska prava i javnih medija, ali je odgovor izostao. Galerija je zbog toga uputila poziv i dala potrebna pojašnjenja kako se može postati donator Umjetničke galerije BiH. Do sada su sredstva donirali: Vlada Švicarske Konfederacije, Evropska komisija, Misija UN u BiH, Misija Republike Portugal, Svjetska banka, Ambasada SR Njemačke, Vlada Japana, USAID, OPA, Federalno ministarstvo kulture i sporta, Kantonalno ministarstvo kulture i sporta, Uprava grada Sarajeva, Opština Stari grad i drugi.

¹¹⁸ <http://ugbih.ba/udi/o-nama/nerjeseni-status-ugbih/>

¹¹⁹ <http://ugbih.ba/udi/o-nama/nerjeseni-status-ugbih/>

¹²⁰ <http://ugbih.ba/udi/o-nama/nerjeseni-status-ugbih/>

¹²¹ <http://ugbih.ba/udi/o-nama/nerjeseni-status-ugbih/>

U kontekstu kreativnih i kulturnih industrija naglašavaju se uspostavljena partnerstva ove galerije. Njeni partneri su postali: Ambasada Švicarske Konfederacije, Ambasada Japana, Ambasada Kraljevine Španije, Ambasada Republike Francuske, Ambasada Republike Italije, Ambasada SAD-a, Ambasada Republike Poljske, Ambasada Kraljevine Danske, Ambasada Kanade, UNDP, UNHCR, OSCE, Fondacija Conrad Adenauer, Fondacija Heinrich Böll, Goethe Institut Sarajevo, Centar André Malraux, Akademija likovnih umjetnosti Sarajevo, Muzej savremene umjetnosti RS, Banja Luka, Likovna akademija Široki Brijeg i Galerija franjevačkog samostana, Galerija Klovićevi dvori, Zagreb (Hrvatska), Umjetnički paviljon, Zagreb (Hrvatska), Moderna galerija, Zagreb (Hrvatska), Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb (Hrvatska), Cankarjev dom, Ljubljana (Slovenija), Kulturni centar Beograd (Srbija), Narodni muzej Crne gore, Cetinje (Crna gora), Centar za savremenu umjetnost, Podgorica (Crna gora), Nacionalna galerija, Skoplje (Makedonija), Pro Helvetia, SCCA, Pro.ba, Ars Aevi, Međunarodni festival Sarajevo „Sarajevska zima“, Bijenale mladih Evrope i Mediterana, MESS, JU Sarajevo Art, SONEMUS, Omladinski simfonijski orkestar Jugoistočne Evrope. Za rad Umjetničke galerije BiH Kanton Sarajevo je u budžetu planirao oko 41 hiljadu KM.

Raiffeisen GALERIJA ističe posvećenost dugoročnim odnosima s klijentima, uz istovremeno nastojanje da uspjeh podijeli sa zajednicom. Vodeći se ovim principima Raiffeisen banka kontinuirano pruža podršku i projektima iz oblasti kulture. Jedan od takvih projekata je Raiffesien GALERIJA, koja predstavlja jedinstven spoj umjetnosti i bankarstva. Osnovna ideja je pružiti mogućnost mladim, neafirmisanim umjetnicima da svoje radove izlože široj javnosti. Projekat Raiffeisen GALERIJA (2009) implementiran je u saradnji sa Akademijom likovnih umjetnosti u Sarajevu (ALU), najstarijom obrazovnom institucijom ove vrste u BiH¹²².

Atelje-zbirka Zec posjetiteljima nudi bogatu zbirku slika, crteža i grafika jednog od najznačajnijih bosanskohercegovačkih slikara Safeta Zeca. Zec je akademski slikar i grafičar, koji je 70-tih godina prošlog stoljeća postao glavnim predstavnikom pravca kojeg je kritika nazvala poetski realizam. Njegova djela izložena su u značajnim evropskim i svjetskim galerijama i muzejima, a dobitnik je brojnih nagrada i priznanja, među kojima je i Šestoaprilaska nagrada Grada Sarajeva. Sarajevski atelje slikara Safeta Zeca osnovan je 1987. godine, a od početka je bio zamišljen kao otvoreni radni i galerijski prostor, te mjesto za likovne, književne i muzičke susrete. Tokom rata Atelje je bio značajno devastiran, a ponovo je otvoren 2003. godine i danas posjetiteljima pruža mogućnost da kroz stalnu postavku slika, crteža i grafika iz različitih perioda njegova rada

¹²² <https://raiffeisenbank.ba/bhs/menu/view/408>

upoznaju svu raskoš umjetničkog opusa Zeca. Pored izložbenih i promotivnih aktivnosti, Atelje – zbirka Zec realizira i projekte na zaštiti umjetničkih djela¹²³.

Smještena u centru grada, galerija „Java“ već duže od decenije igra značajnu ulogu u afirmaciji i izgradnji savremene likovne scene u Sarajevu, dajući priliku umjetnicima da prezentiraju svoja djela u veoma atraktivnom izložbenom prostoru. Galerija JAVA intenzivno radi na podršci i promociji bh. i međunarodnih umjetnika, a sarađuje sa autorima različitih likovnih izražaja, koji su reprezentativni predstavnici savremene umjetničke scene. Sam prostor galerije podijeljen je u dva dijela – izložbeni dio, te fundus galerije, sastavljen od radova umjetnika koji su do sada izlagali u galeriji¹²⁴.

U galeriji BlackBOX izlažu su većinom radovi autora sa kojima sarađuje BlackBOX art&print radionica, koja važi za jednu od najboljih sarajevskih radionica za izradu slika i fotografija. Specifičnost ove male galerije, koja se nalazi u sarajevskom naselju Marijin Dvor, jeste što posjetiteljima obično nudi mogućnost i da kupe reprodukcije izloženih djela, pri čemu kupac može birati u kojem formatu i na kojoj podlozi će djelo biti odštampano. Uz kupljeni rad posjetitelji dobijaju i certifikat o autentičnosti djela ovjeren od strane galerije i samog autora. BlackBOX art&print radionica opremljena je “state of the art” tehnologijom i prilikom produkcije umjetničkih djela koriste najkvalitetnije materijale, što garantuje dugovječnost djela koja se u ovoj radionici izrađuju¹²⁵.

U Ateljeu Figure, koji djeluje u nekadašnjem privatnom stanu porodice Mašić u strogom centru Sarajeva, održavaju se različita kulturna dešavanja. Ovaj prostor površine 160 kvadratnih metara (kapacitet sto posjetilaca), specifičan po svom autentičnom, minimalističkom enterijeru, sa radom je počeo 2010 godine. Ulaz za sva dešavanja u Ateljeu Figure uvijek je besplatan, a za posjete je Atelje otvoren isključivo u vrijeme održavanja programa¹²⁶.

Galerija Mersad Berber posjetiteljima nudi bogatu zbirku djela jednog od najpoznatijih bh. slikara i grafičara - Mersada Berbera. Ovaj umjetnik, koji važi za najveće slikare-neoklasiciste svoga doba, u svojim likovnim radovima kreirao je raskošan svijet fantastične figuralike, oslonjene na bosansku tradiciju, španski barok i ranu renesansu. Tokom veoma plodonosnog života Berber je imao gotovo stotinu samostalnih izložbi širom Evrope, SAD i Azije, a dobitnik je preko 50 nagrada i priznanja za svoj rad, među kojima je i Šestoaprilka nagrada grada

¹²³ <http://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/atelje-zbirka-zec/122>

¹²⁴ <http://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/galerija-java/124>

¹²⁵ <http://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/blackbox/320>

¹²⁶ <http://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/atelje-figure/383>

Sarajeva. Jedan od njegovih radova je 1984. otkupila Tate Gallery iz Londona, te ga tako postavila uz bok velikana umjetnosti čija su djela izložena u ovom muzeju.¹²⁷

Duplex/100m2 je izložbeni prostor, radionica, agencija za osmišljavanje i proizvodnju umjetničkih projekata, show room za ljubitelje umjetnosti i kolekcionare, te mjesto susreta i djelovanja. Galerija postoji od 2004. godine, kada ju je pod imenom Duplex/100m2 osnovao francuski umjetnik Pierre Courtin sa ciljem da kroz osnivanje novog, umjetnicima pristupačnijeg prostora, podrži domaću umjetničku scenu. Od 2012. galerija je smještena u prostrani stan austrougarskog stila sa pogledom na rijeku Miljacku i tada dobija i novo ime - Duplex/100m2.

Od svog osnivanja ova galerija ugošćava umjetnike, omogućava im da proizvode, izlažu i predstavljaju svoje radove, te osmišlja i organizira izložbe na lokalnom, regionalnom i međunarodnom nivou. Duplex/100m2 sastoji se iz dva dijela – salona, koji služi kao ured i prostor za sastanke, diskusije i predstavljanje umjetničkih djela, te dvije prostorije u formi standardnih „bijelih kocki“, u kojima je izložbeni prostor¹²⁸.

Galerija Paleta izložbeni je prostor sa dugogodišnjom tradicijom i ugledom jedne od najznačajnijih sarajevskih galerija. U dosadašnjem djelovanju Paleta se uglavnom bavila prezentacijom domaćeg umjetničkog stvaralaštva od djela iz bogatog kaligrafskog fundusa, preko izlaganja drevnih i vrijednih rukopisa, pa do predstavljanja radova eminentnih likovnih klasika i aktuelnih stvaralaca iz BiH, ali i sa prostora zemalja nastalih na tlu bivše Jugoslavije.

Galerija Paleta organizovala je nekoliko stotina kulturnih programa, a posebno aktivna je bila tokom posljednjeg rata (1992. - 1995.), kada je u ovom izložbenom prostoru organizovano preko stotinu izložbi, čime je dat ogroman doprinos kulturnom životu u gradu pod opsadom. U stalnoj galerijskoj postavci nalaze se radovi umjetnika kao što su: Roman Petrović, Karlo Mijić, Behaudin Selmanović, Mica Todorović, Gabrijel Jurkić, Petar Šain, Đoko Mazalić. Unutar galerije Paleta, se pored izlaganja vrši i procjena, prodaja, otkup i restauracija umjetničkih djela¹²⁹.

Galerija Mak je izložbeni prostor Muzeja književnosti i pozorišne umjetnosti Bosne i Hercegovine (kapacitet 180 mjesta, wi fi dostupan). Smještena je u prizemlju zgrade Muzeja, stare porodične kuće Despića iz 19. stoljeća, koja je kulturno-historijski spomenik prve kategorije. Prostor Galerije, koja je sa radom započela 1992. godine, prevashodno se koristi za prezentiranje izložbi Muzeja književnosti i pozorišne umjetnosti, ali i gostujućih izložbi, te organizaciju književnih večeri. U galeriji se često dešavaju i pozorišne i muzičke manifestacije, te naučne konferencije i seminari.

¹²⁷ www.mersad-berber.com

¹²⁸ www.duplex100m2.com

¹²⁹ www.paleta.ba

Gradska galerija Collegium Artisticum otvorena 1975 godine, predstavlja relevantno izlagačko mjesto i jedan od centara okupljanja umjetničke, intelektualne i kulturne scene glavnog grada BiH. Galerija danas djeluje kao organizaciona jedinica JU Centar za kulturu Kantona Sarajevo.

U ovoj galeriji izlagali su svi relevantni umjetnici Bosne i Hercegovine i bivše Jugoslavije, a Grand Prix kojeg Collegium Artisticum dodjeljuje na svojoj godišnjoj, Šestoaprilskoj izložbi, smatra se jednom od najprestižnijih umjetničkih nagrada u regionu. U prostoru Collegium Artisticuma djeluju i tri umjetnička udruženja - ULUBiH (Udruženje likovnih umjetnika), ULUPUBiH-a (Udruženje likovnih umjetnika primijenjenih umjetnosti) i AABiH (Asocijacija arhitekata)¹³⁰.

Galerija Roman Petrović osnovana je 1980 godine na inicijativu Udruženja likovnih umjetnika Bosne i Hercegovine. Nalazi se u Titovoj. Ulaz u ovu galeriju je besplatan¹³¹.

Kreativni centar vizuelnih umjetnosti Galerija Preporod je izložbeni prostor Bošnjačke zajednice kulture Preporod. Kapacitet galerije je 100 posjetilaca. U sklopu izlagačke djelatnosti ova galerija godišnje organizira između 10 i 20 pojedinačnih i kolektivnih izložbi istaknutih domaćih i međunarodnih umjetnika, a u njenom prostoru, koji se nalazi u centru Sarajeva, redovno se organiziraju i škole slikanja, crtanja i kaligrafije. Također, Galerija Preporod nekoliko puta godišnje organizira i izložbe u prostoru Gazi Husrev-begovog Hanikaha¹³².

U Klub-galeriji Slikar, izložena je stalna postavka radova slikara Adina Hebiba, dizajnerice unikatnog nakita Mie Hebib i skulptorke Edine Selesković. Posjetitelji Klub-galerije Slikar mogu vidjeti i ekskluzivni i unikatni nakit, djelo Adinove kćerke Mie Hebib, koja je završila studij obrade metala i izrade nakita na Savannah College of Art and Design u SAD, nakon čega je 2007. godine pokrenula vlastitu liniju nakita Oblik Atelier.¹³³ Rad galerije i projekte umjetnika finansira Federalno ministarstvo kulture, kao i druge institucije.

Kafe galerija Zvono izlaže slike, organizira omaže, promocije, poetska druženja, večeri poezije, izložbe fotografija, privatnih zbirki domaćih i stranih umjetnika.¹³⁴

Galerija Akademije likovnih umjetnosti u Sarajevu predstavlja prostor susreta publike i umjetničke produkcije nastale u sklopu nastavnih i van-nastavnih programa Akademije. Osim pojedinačnih izložbi studenata, organiziranih u sklopu II ciklusa studija, izložbi i performansa nastavnika i saradnika Akademije, u galeriji se održavaju radionice i zajedničke izložbe organizirane u saradnji sa umjetnicima koji dolaze sa drugih umjetničkih institucija. Galerija ALU

¹³⁰ www.collegium.ba

¹³¹ www.ulubih.ba

¹³² <http://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/galerija-preporod/384>

¹³³ <http://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/klub-galerija-slikar/403>

¹³⁴ <http://www.klix.ba/tagovi/kafe-galerija-zvono/262/str1>

Sarajevo može se unajmiti na komercijalnoj osnovi za organiziranje događaja poput izložbi, okruglih stolova i simpozija. U kontekstu kreativnih i kulturnih industrija, pored koncentracije umjetnika i studenata, kao i neposredne blizine drugih vrijednih objekata, relevantna je i orijentacija Akademije i Galerije na iznajmljivanje prostora odnosno otvaranje prema komercijalnim sadržajima. Velika sala (oko 120 m²) ALU može se unajmiti za potrebe prezentacija, konferencija, seminara i drugih događaja. Prihod ostvaren po osnovu iznajmljivanja Velike sale i Galerije ALU namijenjen je Fondu za nabavku potrošnog umjetničkog materijala, podršci studentskim projektima/stručnim ekskurzijama i Biblioteci ALU. Pored Velike sale iznajmljuju se i galerija (oko 100m²), mala sala (oko 60m²), akt sala (oko 160 m²), crtaone (80-100 m²), učionice (40m²), kupola (oko 60m²). Galerija raspolaže potrebnom opremom.¹³⁵ Galerija je smještena u vrlo vrijednom objektu evangelističke crkve u neposrednoj blizini Narodnog pozorišta, Sarajevske pošte itd.

Galerija Gabrije locirana je u prostorima Kamernog teatra 55.

Galerija Novi hram djeluje u okviru Jevrejskog kulturno-prosvjetnog i humanitarnog društva La Benevolencije u zgradi stare sefardske sinagoge. Veoma aktivno, galerija je sarađivala sa drugim nacionalnim kulturnim društvima, s nekoliko ambasada u našoj zemlji i s određenim brojem galerija koje djeluju van našeg grada i države, organizujući zajedničke izložbe ili ustupajući galerijski prostor za prezentaciju stvaralaštava drugih društava ili umjetnika iz drugih država. Galerija "Novi hram" je u postratnom period organizirala 350 različitih izložbi, koje je posjetilo nešto više od 50.000 posjetilaca, čime je ova galerija opravdala svoje postojanje, a i tendenciju da pruži utočište mladim, nedovoljno afirmisanim umjetnicima, s ciljem da se predstave veoma brojnoj likovnoj publici u gradu¹³⁶. Tu su i Galerija Franjevačkog samostana sv Ante, Galerija egzotik art (pririn brijeg) umjetnina i poklona, Galerija Art X club u Mula Mustafe Bašeskije, Galerija Arcus Gaudeamus Club u Mehmeda Spahe, Galerija ASA art Bulevar (Meše Selimovića), Galerija Stari grad u okviru Centra za kulturu (Jelića 1), Galerija FACTA (Hamdije Kreševljakovića), Galerija Charlama Depo (Privredni grad Skenderija Hadžijusufović), Galerija Boris Smoje (Radićeva 11), Galerija Evergreen (Avdage Šahinagića). Lista sarajevskih galerija izvjesno nije kompletna. Ovo je vrlo vibrantno područje kreativnih i kulturnih industrija. Ilustracije radi, 16. Juna 2016 Sarajevo je dobilo novu javnu galeriju u haustoru¹³⁷. Ovo je četvrti haustor koji je oplemenjen umjetnošću u okviru projekta H:ART zajednice. Haustor će biti dom radova mladih dizajnera koji će predstavljati svoja djela u formi minimalističkih plakata. Ovaj projekt se zasniva na sljedećim principima, i to: svaka osoba zaslužuje da uživa u ljepoti i

¹³⁵ <http://www.alu.unsa.ba/galerija-akademije-likovnih-umjetnosti-sarajevo>

¹³⁶ <http://www.newtemple.com.ba/o%20nama.htm>

¹³⁷ Kranjčevićeva 39, Marijin Dvor, Sarajevo ; Marka Marulića 2 (zgrada Uniprometa 13 juli 2016; itd)

U narednoj slici je dat dijamant konkurentskih prednosti za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo sa fokusom na pozorišta, centre za kulturu i galerije.

The diagram illustrates the context of cultural strategy (Kontekst strategija) and its relationship with various factors and conditions. At the center is an oval labeled "Pozorišta, centri, galerije KS". Surrounding this central element are six rectangular boxes, each representing a different aspect of the context, connected to the center by double-headed arrows. The boxes are:

- Šanse** (Opportunities): Razvoj, turizam, kultura, integracija, globalizacija, ICT, pristup fondovima. This box is enclosed in a dashed border.
- Kontekst strategija** (Context of strategy): Komercijalizacije, inovacije, integracije, digitalizacije.
- Uslovi faktora** (Conditions of factors): Lokacija, infrastruktura, tradicija, ugled, ljudski kapital.
- Uslovi potražnje** (Conditions of demand): Komercijalan, interdisciplinarni sadržaj, prezentiran novim medijima, interaktivan.
- Prateće industrije** (Supporting industries): Turizam, obrazovanje, festivali, odmor i rekreacija, ICT.
- Vlade** (Government): Osigurava sociokulturni i institucionalni preduslovi, pravne i ekonomske prakse, Pristup fondovima. This box is enclosed in a dashed border.

Double-headed arrows connect the central oval to each of the six surrounding boxes, indicating a reciprocal relationship between the central cultural scene and these contextual factors.

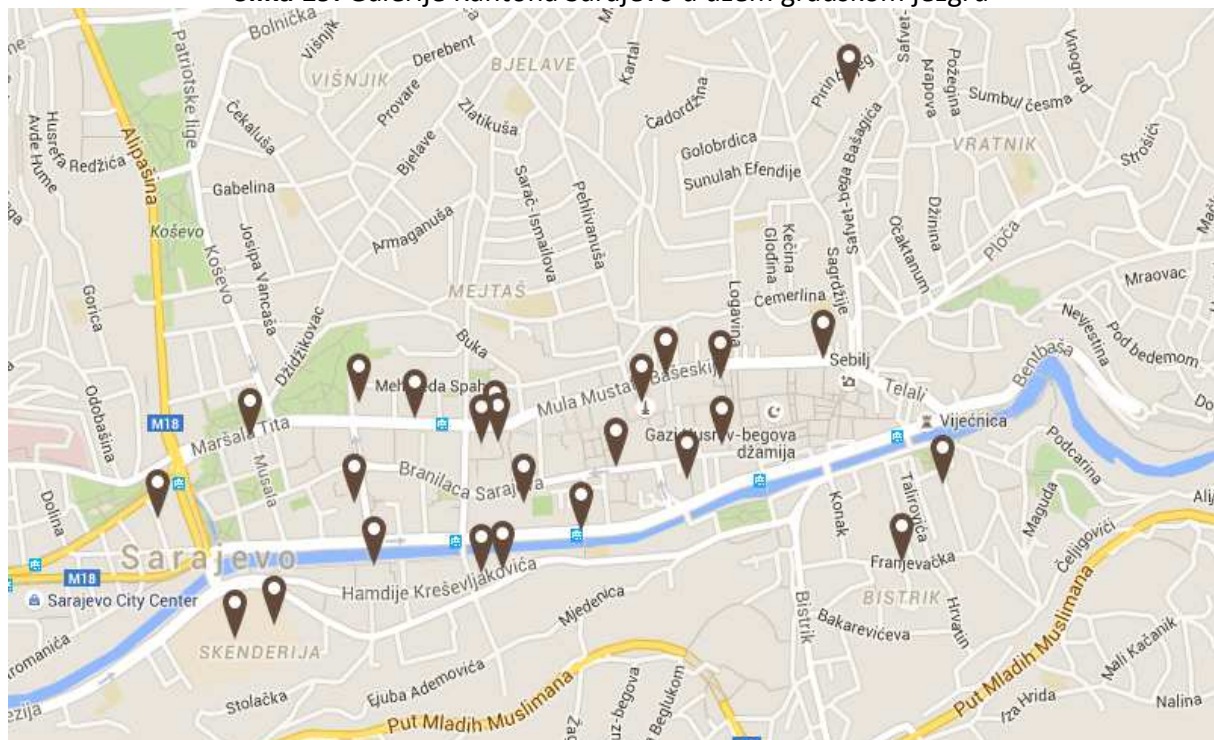
¹³⁸[http://www.klix.ba/vijesti/kultura/h-art-projekt .../160615142](http://www.klix.ba/vijesti/kultura/h-art-projekt.../160615142)

Slika 18. Galerije Kantona Sarajevo



Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

Slika 19. Galerije Kantona Sarajevo u užem gradskom jezgru



Izvor: <http://www.sarajevo-tourism.com/interaktivna-google-mapa>

V 2. SWOT analiza za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo

U formi SWOT matrice, a na temelju intervjua i održane radionice, se prezentiraju identificirane interne snage i slabosti, kao i eksterne prilike i prijetnje.

Tabela 31. SWOT analiza za podsektor izvođačka umjetnost i umjetničko stvaralaštvo

SNAGE	SLABOSTI
• Međunarodni ugled umjetnika • Veliki broj galerija na malom prostoru • Uspostavljeno partnerstvo sa poslovnom zajednicom • Uspostavljeno partnerstvo sa međunarodnim organizacijama, posebno predstavnicima međunarodne zajednice u BiH • Međunarodna priznanja i međunarodna vidljivost • Značajno prisustvo institucija i pojedinaca u regiji • Saradnja sa teatarskim kućama u regiji (ex Jugoslavija) • Pojedinci sa izuzetnim umjetničkim potencijalom • Dobra saradnja sa akademijama	• Nedostatak određenih kategorija zaposlenih u operi, baletu, • Odvojenost Simfonijskog orkestra od narodnog pozorišta • Infrastruktura – stanje u kome se objekti i oprema nalaze • Neriješeni imovinsko-pravni odnosi • Nemogućnost da se otpusti balerina koja više ne može nastupati u baletu zbog godina života • „Zatrpavanje“ kadrovima koji više u teatru ne mogu dati rezultat, ne mogu biti angažirani • Višak nepotrebnih profila, a nedostatak ključnih visokoobrazovnih, inovativnih i motiviranih profila • Status: Narodno pozorište Sarajevo bi u cijelosti ili nekim svojim sadržajima opera, balet i drama morala imati nacionalni značaj. Ne bi mogli biti reducirani na teatar nižeg ranga • Nekoordinacija različitih učesnika • Nepotizam, korupcija, sukob interesa
PRILIKE	PRIJETNJE
• Fondovi – domaći i međunarodni • Nove ICT • Integriranje tržišta na regionalnom nivou • Integriranje tržišta na globalnom nivou	• Politička i ekonomska nestabilnost • Smanjivanje budžetskih i drugih sredstava za ove namjene • Nestabilnost u upravljanju zbog promjena direktora i upravnih odbora generiranih odnosima koalicionih partnera u vlasti • Konkurencija drugih sadržaja

Izvor: Vlastita elaboracija

V 3. Potporno okruženje za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo

Prema tome, kada je riječ o galerijama na području Kantona Sarajevo, one pripadaju javnom, privatnom i civilnom sektoru. Finansiraju se iz budžeta svih nivoa vlasti, od donatora i sponzora, privatnim i međunarodnim sredstvima. Locirane su uglavnom na prostoru gradskih općina, i to: Stari grad i Centar. U njihovoj neposrednoj blizini su brojni relevantni komplementarni sadržaji, koji osiguravaju veliku frekvenciju ljudi. S obzirom da neki sarajevski slikari imaju značajnu međunarodnu reputaciju, mogu biti relevantni za kreativne i kulturne industrije. Ta međunarodna vidljivost sarajevskih slikara (Berber, Zec, Obralić, Ramić, drugi) bi mogla biti temelj za oblikovanje i brendiranje sarajevske škole slikanja. U tom kontekstu bi se mogao

razviti projekt SZS (Sarajevo Zec Safet ili Safet Zec Sarajevo) u Titovoj na broju 31, gdje se već nalazi atelje i galerija Safeta Zeca. Cijeli ovaj objekt bi, nakon rješavanja imovinsko-pravnih odnosa trebalo dopuniti muzejskim sadržajem i edukacionim centrom (Sarajevskom školom slikanja i promišljanja, koju bi vodio Safet Zec). Edukativni sadržaji bi se mogli realizirati i na relaciji Sarajevo – Počitelj.

Suština ili bitne dimenzije potpornog okruženja koje treba da osigura Kanton Sarajevo u partnerstvu sa drugim relevantnim učesnicima mogu se sistematizirati u dvije velike skupine, i to: sociokulturni i institucionalni preduslovi i ekonomski uslovi za pozicioniranje muzeja kao ključne karike kreativne i kulturne industrije Kantona Sarajevo. Grupu institucionalni i kulturni preduslovi za vođenje djelotvornih privatnih tržišta čine: povjerenje, zakon i red, sigurnost osoba i imovine, ravnoteža konkurencije i kooperacije, podjela odgovornosti, altruizam zajednice, društvena mobilnost, priznavanje ambicije i toleriranje konkurencije, materijalističke vrijednosti i odgođeno nagrađivanje, tradicijom neograničena racionalnost, poštenje vlada, efikasni oblici konkurencije, sloboda informisanja. Pored toga, potrebno je osigurati sljedeće pravne i ekonomske prakse: javno utvrđena i razgraničena imovinska prava, propise i njihovo provođenje, slobodu osnivanja preduzeća u svim sektorima, stabilnu valutu, pouzdan i efikasan sistem transfera, javnu superviziju, adekvatne informacije, izbor potrošača, javno upravljanje eksternalijama, instrumente za stabiliziranje monetarnih i javnih politika, sigurnosne mreže, poticaj inovacija.

Kod izvođačke umjetnosti i umjetničkog stvaralaštva poseban značaj ima zaštita autorskih prava.

V 3.1. Projekti za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo

Valorizacija internih prednosti i eksternih prilika, a minimiziranje ili eliminiranje internih slabosti i eksternih rizika u kontekstu razvijanja kreativne i kulturne industrije Kantona Sarajevo uključuje realizaciju niza projekata. Neki od njih bi mogli biti:

- Rekonstrukcija krovova i prozora zgrade Narodnog pozorišta (vidi prilog)
- Integracija Narodnog pozorišta Sarajevo i Sarajevske filharmonije (vidi prilog)
- Formiranje klastera kulturnih industrija Centar (vidi prilog)
- Rješavanje statusa Umjetničke galerije Bosne i Hercegovine (vidi prilog)

Sredstva bi se osigurala temeljem javno-privatnog partnerstva, odnosno iz budžeta, zatim privatnim sredstvima, sredstvima fondova, sredstvima za realizaciju relevantnih strategija, javno-privatnim partnerstvom i alternativnim modelima finansiranja.

EU fondovi koji su fokusirani na kreativne i kulturne industrije, pa time i posebno pogodni, su:

- Creative Europe (1,4 milijarde eura) potprogram Kultura
- Europa for citizens
- Horizon 2020
- Intereg IPA prekogranična suradnja Hrvatska-Bosna i Hercegovina-Crna gora
- Progranična suradnja Srbija i BH
- Transnacionalni program MEDiteran
- Intereg ADRION (Jadransko-jonska makroregija 2014-2020)
- Intereg Danube Transnational Program (Dunavska makroregija 2014-2020)

Sredstva po osnovu realizacije strategija podrazumijevaju:

- Strategije razvoja JIE 2020 (dimenzija G Kultura i kreativni sektor)
- Dunavska strategija u dijelu u kome se zalaže za „jačanje kulturne saradnje, turizma i kontakata među ljudima“
- Jadransko-jonska strategija (dijelom vezano za četvrtu tačku)

Tabela 32. Rezime za izvođačku umjetnost i umjetničko stvaralaštvo

Cilj	Kreativne i kulturne industrije utemeljene na pozorištima, centrima za kulturu i galerijama
Ključne	Pozorišta: Narodno pozorište, Kamerni teatar, MESS,
zainteresovane	Centri za kulturu: Centar za kulturu Sarajevo, East West,
strane	Galerije: Umjetnička galerija BiH, Galerija 11/7/95, Bošnjački institut
Snage	Tradicijska, resursi, lokacija, koncentracija, međunarodna vidljivost
Slabosti	Pravni status, stanje objekata i infrastrukture, konflikti interesa, nekoordinacija, nesigurnost
Prilike	Interes, fondovi, trendovi, strateška orijentacija na svim nivoima
Rizik	Konflikt interesa javno-privatno, orijentacija na budžet i pritisak na budžet, zamor od pomoći,
Javni sektor	Koordinacija; eliminiranje konflikta javno vs privatno, sukoba interesa; osiguravanje transparentnosti;
Projekti	• Rekonstrukcija krovova i prozora zgrade Narodnog pozorišta (vidi prilog) • Integracija Narodnog pozorišta Sarajevo i Sarajevske filharmonije (vidi prilog) • Formiranje klastera kulturnih industrija Centar (vidi prilog) • Rješavanje statusa Umjetničke galerije Bosne i Hercegovine (vidi prilog)
Sredstva	sredstva nosioca aktivnosti, privatna, međunarodni fondovi i projekti, budžetska sredstva
Efekti	Kreiranje prihoda, profita, izvoza, optimalan broj zaposlenih, smanjivanje deficita

Izvor: Vlastita elaboracija

Slučaj: Autorska i srodna prava u izvođačkoj i audiovizuelnoj umjetnosti

U kontekstu kreativnih i kulturnih industrija intelektualno vlasništvo, preciznije autorska i srodna prava, odnosno njihova zaštita, imaju posebno mjesto i značaj. Intelektualno vlasništvo se odnosi na industrijsko vlasništvo i autorska prava i srodna prava^{139 140}.

¹³⁹ Autorska i srodna prava se odnose na: prvo, autorska prava na intelektualne tvorevine, kao što su: književna djela, glazbena djela, dramska i dramsko-glazbena djela, koreografska i pantomimska djela, djela likovnih

Kao početak zaštite autorskih prava na području Bosne i Hercegovine, može se uzeti 1848 godina kada je usvojen mađarski Zakon o autorskim pravima¹⁴¹.

Pravna regulativa uključuje zakone i druge propise iz oblasti intelektualnog vlasništva Bosne i Hercegovine (zakoni, podzakonski akti, odluke), zatim međunarodne konvencije i ugovore kojih je BiH članica, kao i propise EU iz intelektualnog vlasništva¹⁴².

U periodu od 2005 do 2010 u sustavu kolektivnog ostvarivanja autorskih i rodniha prava, djelovale su Sine qua non doo Sarajevo, UG Uzus Sarajevo, UG Kvantum Bijeljina, Elta-kabel doo Dobo.

Tabela 33. Ostvareni prihod 2005-2010 po osnovu zaštite autorskih i srodnih prava

	Sine qua non doo	UG Uzus
2005	334	78
2006	685	96
2007	1.310	125
2008	2.030	165
2009	1.488	171
2010	1.977	159
Ukupno	7.824	794
Total Sine qua non i Uzus		8.618
Sve četiri organizacija u BiH*		19.200

*Sine qua non doo, UG Uzus, UG Kvantum, Elta kabel doo

Izor: <http://www.ipr.gov.ba/hr/stranica/kolektivne-organizacije-hr>

Prema tome, u periodu od 2005 do 2010, prema informacijama Instituta, po osnovu zaštite autorskih i srodnih prava, u BiH je ostvaren prihod od oko 19 miliona KM.

Prema podacima i informacijama Instituta za intelektualno vlasništvo Bosne i Hercegovine¹⁴³, koji je sljedbenik Instituta za standardizaciju, mjeriteljstvo i intelektualno vlasništvo Bosne i Hercegovine, kolektivne organizacije za ostvarivanje autorskog prava, autora glazbenih djela su AMUS (Asocijacija skladatelja-muzičkih stvaratelja Bosne i Hercegovine) i AIS (Asocijacija izvođača i svirača), prava na audiovizuelnim djelima UFR (Udruženje filmskih radnika BiH), prava na naknadu za kablovsko reemitovanje audiovizuelnih djela UFI (Udruga filmske industrije), te prava proizvođača fonograma Udruženje za zaštitu proizvođača Fonogram.

umjetnosti s područja slikarstva, kiparstva i arhitekture, djela primjenjenih umejtnosti, fotografska djela, kinematografska djela, prijevodi, prilagodbe, obrade i druge prerrade djela, zbirke autorskih djela, podata ili druga građa i drugo, srodna prava, koja se odnose na: izdve umjetnika izvođača, fonograme, emitiranje radija i televizije, videograme, baze podataka

¹⁴⁰ <http://www.ipr.gov.ba/hr/stranica/povijest>

¹⁴¹ Austrougarski zakon o autorskim pravima iz 1895, Konvencija iz Berna 1929, 1946 Zakon o autorskim pravima FNRJ,

¹⁴² <http://www.ipr.gov.ba/hr/stranica/pravna-regulativa-hr2>

¹⁴³ <http://www.ipr.gov.ba/hr/stranica/povijest>

Asocijacija skladatelja - muzičkih stvaratelja Bosne i Hercegovine - AMUS upisana u Registar udruga u Ministarstvu pravde BiH. Osnovan je 1946. Rad se obnovio 2000, a 2012 reaktivirao¹⁴⁴. AMUS je prilikom izdavanja rješenja 2012 imao zaključene ugovore o isključivom ustupanju imovinskih autorsko-pravnih ovlasti sa ukupno 234 autora iz Bosne i Hercegovine, sa ukupnim brojem od 4.645 djela, koja će činiti repertoar kolektivne organizacije. Prema javno dostupnim podacima, polovinom 2016 AMUS ima zaključene ugovore sa 740 autora, sa ukupnim brojem od oko 22.000 djela. U Poslovnom planu dostavljenom Institutu, procijenjen je godišnji prihod na oko 2,5 miliona KM prosječno godišnje. U periodu od 2012 zaključno sa 2015, ostvaren je prihod u rasponu od 2,5 do 3,1 miliona KM ili ukupno za četiri analizirane godine oko 11,1 milion KM. Do sada su zaključeni ugovori sa velikim brojem autorskih društava (Mađarska, Hrvatska, Švicarska, Portugal, Rumunija, Kanada, Armenija, Ukrajina, Moldavija, Gruzija, Turska, Azerbejdžan, Brazil, Island, Costa Rica. Zaključen je i ugovor sa digitalnim servisom Deezer, koji pokriva više od 180 zemalja i ima preko 16 miliona aktivnih korisnika. Ova asocijacija je 2015 pripremila projekt pod nazivom Kreativnost – pokretač kulturnog razvoja za čije finansiranje je dobila 5.000 KM iz Budžeta Federacije BiH.¹⁴⁵ Asocijacija ima zaključene ugovore sa 11 kabl operatera, sa 156 elektronskih medija. U 2015 zaključen je 161 ugovor u kategoriji muzičke priredbe i koncerti, 13 u kategoriji hoteli, 670 ugostiteljski objekti, 14 poslovno-prodajni prostori, tržni centri i trgovinski lanci.¹⁴⁶

Asocijacija izvođača i svirača ima dozvolu za kolektivno ostvarivanje prava izvođača muzičkih djela. AIS je zaključio ugovore o isključivom ustupanju imovinskih izvođačkih ovlaštenja sa ukupno 297 izvođača iz Bosne i Hercegovine, s ukupnim brojem od 3.835 objavljenih djela, koja će činiti repertoar kolektivne organizacije. U prvoj godini poslovanja, prema dostavljenom poslovnom planu, planiran je ukupan prihod u iznosu od 519.000 KM i to: od elektronskih medija 200.000 KM, od kablovskih operatera 80.000 KM, od javnog izvođenja 220.000 KM, od fonograma 16.000 KM i od prihoda iz inostranstva 3.000 KM. Planirano je povećanje ukupnog prihoda, tako da se 2019. godine planira ostvariti ukupan prihod od 1.350.000 KM. Kolektivne organizacije iz inostranstva izrazile su spremnost za zaključenje recipročnih ugovora s AISom u slučaju da AIS dobije dozvolu za kolektivno ostvarivanje izvođačkih prava, i to: HUZIP iz R. Hrvatske, PI iz R. Srbije, IPF iz R. Slovenije, APIK Kosovo i MMI iz R. Makedonije.¹⁴⁷

Godine 2015 Institut je izdao dozvolu za kolektivno ostvarivanje prava na audiovizuelnim djelima Udruženju filmskih radnika u Bosni i Hercegovini. UFR u BiH je zaključio ugovore o

¹⁴⁴ www.amus.ba

¹⁴⁵ www.amus.ba

¹⁴⁶ www.amus.ba

¹⁴⁷ http://www.ipr.gov.ba/upload/documents/dokumenti_podstranice/kolektivne_org/kolektivne_org_sr/rjesenje_ais.pdf

isključivom ustupanju imovinskih ovlaštenja sa 24 filmska producenata iz BiH, te 33 koautora (režiseri i scenaristi) audiovizuelnih djela iz Bosne i Hercegovine, sa ukupnim brojem od 953 objavljena audiovizuelna djela, koja će činiti repertoar kolektivne organizacije. Imajući u vidu ukupan broj nosilaca prava na audiovizuelnim djelima iz BiH i repertoar UFR u BiH, procjena Instituta je da UFR u BiH okuplja većinu nosilaca prava na audiovizuelnim djelima iz Bosne i Hercegovine, odnosno 90% aktivnih producenatskih kuća u BiH, sa najvećim brojem djela. Radi se o sljedećim producenatskim kućama u BiH: Deblokada, Depo, Akademija scenskih umjetnosti u Sarajevu, Mebius film, Refresh production, Relative pictures, SCCA proba, Vizart, Compnex, Dokument, Film House, Fist, Flash, Fotoart, Hava film, Kadar, KultB, Marletti, Obala art centar, Saga production, Studio Neum, Viamedia, Aeon i 2006. U poslovnom planu UFR se navodi da je planirano da se u prvoj godini poslovanja ostvari ukupan prihod u iznosu od 606.971 KM. U narednim godinama planirano je povećanje ukupnog prihoda, tako da se 2019. godine planira ostvariti ukupan prihod od 900.000 KM. Procjena očekivane visine ubranih naknada od korisnika pravijena je na osnovu istraživanja o potencijalnom broju korisnika odnosno kablovskih operatera u BiH. Kolektivne organizacije iz inostranstva izrazile su spremnost za zaključenje recipročnih ugovora sa UFR u BiH u slučaju da dobije dozvolu za kolektivno ostvarivanje prava na audiovizuelnim djelima, i to: DHFR iz R. Hrvatske, A-Prava Montenegro iz Crne Gore i Vapik sa Kosova).¹⁴⁸

U maju 2016 godine Institut je izdao dozvolu za kolektivno ostvarivanje prava na naknadu za kablovsko reemitovanje audiovizuelnih djela na ime Udruge Filmske Industrije (UFI). UFI je zaključio ugovore o isključivom ustupanju imovinskih autorskopравnih ovlaštenja sa 6 producenatskih kuća i 15 autora, sa ukupnim brojem od 1148 objavljena audiovizuelna djela, koja predstavljaju repertoar kolektivne organizacije. U poslovnom planu UFI planirano je da se za posljednja tri mjeseca 2015. godine ostvari ukupan prihod od 950.746 KM, u 2016. godini 4,230.978 KM, u 2017. godini 4,805.437 KM, u 2018 godini 5,364.613 KM, u 2019 godini 5,908.008 KM i u 2020 godini 6,437.953 KM¹⁴⁹. Ukupno je planirano skoro 28 miliona KM u periodu 2015-2020.

Udruženje za zaštitu proizvođača fonograma "FONOGRAM" štiti prava proizvođača fonograma. Udruženje je zaključilo ugovore o isključivom ustupanju imovinskih prava proizvođača fonograma sa ukupno 10 proizvođača fonograma iz Bosne i Hercegovine, sa ukupno 16.789 objavljenih fonograma koja će činiti repertoar kolektivne organizacije. Procjena Instituta je da

¹⁴⁸ http://www.ipr.gov.ba/upload/documents/dokumenti_podstranice/kolektivne_org/kolektivne_org_bos/ufr_sl_glasnik.pdf

¹⁴⁹ http://www.ipr.gov.ba/upload/documents/dokumenti_podstranice/kolektivne_org/kolektivne_org_bos/dozvola_ufi.pdf

udruženje "FONOGRAM" okuplja većinu proizvođača fonograma u Bosni i Hercegovini, sa najvećim brojem objavljenih fonograma. Radi se o sljedećim proizvođačima fonograma u BiH: "Extra music" d.o.o. Živinice, "Hayat" d.o.o. Sarajevo, "Tropik" d.o.o. Zenica, "Sarajevo-disk" d.o.o. Sarajevo, "BN Music" d.o.o. Bijeljina, "Halix Records" d.o.o. Prijedor, "Tempo production" Sarajevo, "Nimfa sound" d.o.o. Tuzla, "Slay production" Pale i "Valentino Records" (Denicompani) d.o.o. Bijela. 5).

U poslovnom planu se navodi da je planirano da se u prvoj godini poslovanja (2015) ostvari ukupan prihod u iznosu od 500.000 do 700.000 KM. U narednim godinama planirano je povećanje ukupnog prihoda, tako da se 2019. godine planira ostvariti ukupan prihod od 1,350.000 KM¹⁵⁰.

Prema dostavljenim planovima Institutu, ukupan prihod pet kolektivnih organizacija za zaštitu autorskih prava izvođača se procjenjuju na oko 13 miliona KM na godišnjem nivou i ima trend rasta¹⁵¹. Ove organizacije zastupaju interese preko hiljadu izvođača, preko sedamdeset autora (filmski producenti, režiseri, scenaristi), oko trideset producenstskih kuća, deset proizvođača fonograma.

¹⁵⁰ http://www.ipr.gov.ba/upload/documents/dokumenti_podstranice/kolektivne_org/kolektivne_org_bos/fonogram_sl_glasnik.pdf

¹⁵¹ U periodu 2005-2010. ukupno ostvaren prihod je bio oko 19 miliona KM.

VI KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVO - PODSEKTOR FILM, TELEVIZIJA, IZDAVAŠTVO, SNIMANJE ZVUKA I KNJIŽEVNOST

VI1. Filmska industrija na Kantonu Sarajevo

Film je uspješna industrija kreativne ekonomije na KS kao kreator ekonomskih a i kulturnih dobara. Ta ocjena temelji se na rezultatima produkcije, ostvarenim međunarodnim nagradama, ostvarenim prihodima i zaposlenosti, privučenim stranim direktnim investicijama, korištenim sredstvima iz domaćih i međunarodnih izvora, stvaranju baze visokokvalitetnih ljudskih resursa i sposobnosti kroz univerzitetsku edukaciju i najbolje umjetničke i poslovne kreacije, razvijanju lanca vrijednosti i doprinosu filmske industrije promociji turizma, kulturnih vrijednosti i građenju pozitivnog identiteta i imidža Bosne i Hercegovine u međunarodnoj javnosti (vidjeti detaljno u Marjanović, 2013).

VI 1.1. Situaciona analiza filmske industrije

U mapiranju filmske industrije BiH ističe se iznenađenje zbog jako niskog udjela Kantona Sarajevo u finansiranju bosansko-hercegovačkog udjela u zvaničnim većinskim domaćim filmskim koprodukcijama u periodu 2007-2012. godina (svega 3%), posebno imajući u vidu da je većina tih filmova snimljena u Sarajevu i da je KS imao najveće ekonomske i promotivne koristi iz filmske djelatnosti. Sami efekti ulaganja u filmsku industriju su izvanredni sa multiplikatorom prihoda u odnosu na ulaganja javnog novca od oko 5 (Marjanović, str. 46).

Tabela 34. Broj registriranih subjekata i zaposlenosti u djelatnostima filma, 2014.

Elementi	NACE* 59.11.	NACE** 59.12	NACE*** 59.13	NACE**** 59.14	NACE***** 77.22
REGISTRIRANI SUBJEKTI					
Pravne osobe KS	37	2	16	3	0
Obrti KS	3	3	1	0	59
Ukupno KS	40	5	17	3	59
Pravne osobe F BiH	49	3	23	9	1
Obrti F BiH	7	7	8	1	247
Ukupno F BiH	56	10	31	10	248
ZAPOSLENOST					
Kanton Sarajevo	78	0	36	30	6
Federacija BiH	92	1	80	84	19
Lokacijski koeficijenti	3,01	0	1,60	1,27	1,12

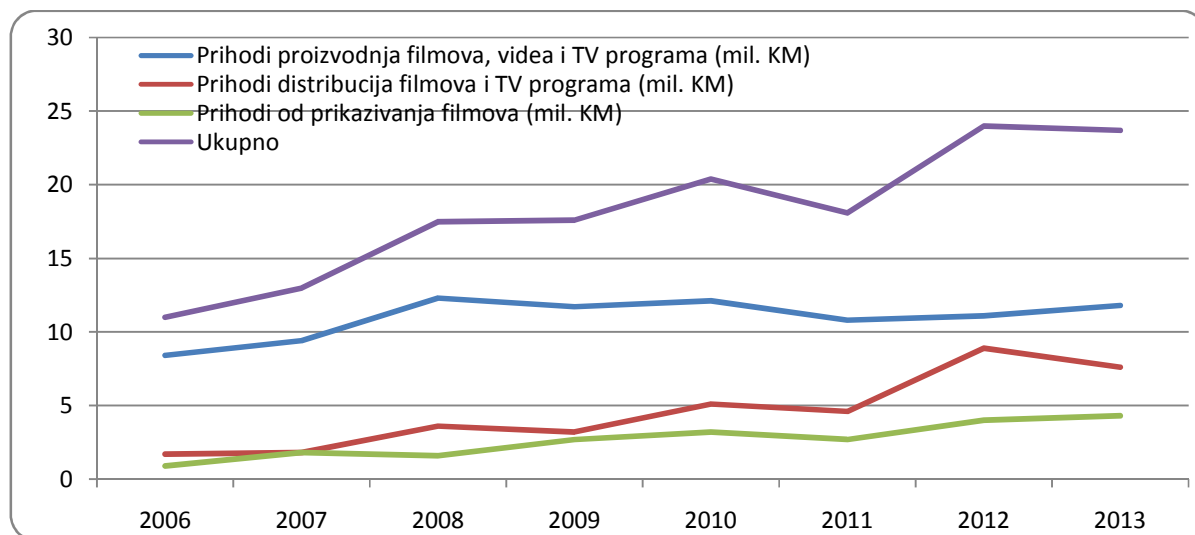
Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

Legenda NACE*: Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa, NACE**Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa, NACE***Distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa, NACE****Djelatnosti prikazivanja filmova, NACE*****Iznajmljivanje videokaseta i diskova

Podaci prikazani u tabeli pokazuju da su iz oblasti filma na Kantonu Sarajevo najrazvijenije djelatnosti proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa (40 registriranih subjekata sa 78 zaposlenih) i distribucije filmova (16 registriranih subjekata i 36 zaposlenih). I najizraženije konkurentske prednosti koncentrisane su u te dvije djelatnosti, sa lokacijskim koeficijentima od 3,01 i 1,60.

Film na KS je rastuća industrija. Prihodi rastu u skoro svim djelatnostima a ukupno prihodi imaju trend rasta. Proizvodnja bilježi najmanje stabilno kretanje prihoda zbog nestabilnosti uslova proizvodnje, prvenstveno u oblasti finansiranja. Distribucija i prikazivanje filmova bilježe višu dinamiku prihoda i doprinose da ukupna djelatnost ima rastući trend prihoda (vidjeti graf na slici 20).

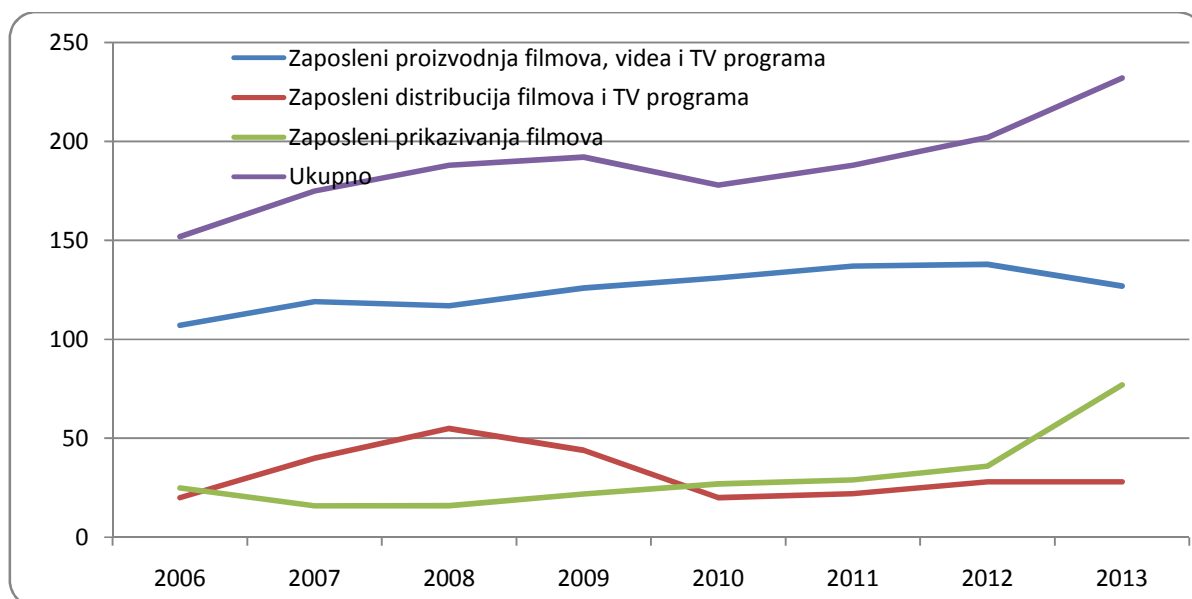
Slika 20. Grafički prikaz nivoa i dinamike prihoda filma na KS 2006-2013.(mil. KM)



Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

Zaposlenost bilježi divergentnu dinamiku u odnosu na dinamiku prihoda filmske djelatnosti. Rast zaposlenosti je izraženiji sa padom zaposlenosti u 2010. godini, koji je rezultat pada zaposlenosti u distribuciji (vidjeti graf na slici 2). Međutim, ukupni pokazatelji zaposlenosti koje prikazuje statistika ne izražavaju pravo stanje, zbog velikog broja sezonski zaposlenih u produkciji filmova i filmskim festivalima, koje statistika ne uključuje u filmske djelatnosti, nego ih vodi kao posebnu granu kulture – festivali. Taj broj se kreće oko 400-500 uposlenih u trajanju od 3 mjeseca, što daje ekvivalent godišnje zaposlenosti od 100 do 125 zaposlenih (vidjeti Marjanović, 2013, str. 26-27).

Slika 21. Grafički prikaz nivoa i dinamike zaposlenosti filmu na KS 2006-2013.



Izvor: Federalni zavod za statistiku, 2016, Sarajevo

Filmska industrija u KS sastoji se iz jezgra i periferije. **Jezgro** čine produkcija dugometražnih i kratkometražnih filmova. U periodu 2002-2012. godina od 47 dugometražnih filmova, 36 su proizvela preduzeća iz Sarajeva. Kontinuitet proizvodnje od oko 5 dugometražnih filmova i 20-tak kratkometražnih filmova godišnje održava se i danas. On najviše ovisi o tome u kojoj mjeri je produkcija podržana od strane Fondacije za kinematografiju F BiH, od podrške iz evropskih (Euroimages) i određenih nacionalnih fondacija (Njemačka, Velika Britanija, Slovenija, Francuska, Austrija, Hrvatska, Belgija, Italija, Irska, Srbija) i osiguranja drugih izvora kapitala. Fondacija za kinematografiju F BiH poslije drastičnih smanjenja u vrijeme krize bilježi oporavak, pa je 2014. godine izdvajanje sredstava za filmsku industriju F BiH iznosilo 1,6 mil. KM, a 2015. godine nešto niže – 1,3 mil. KM. U samoj produkciji dominiraju koprodukcijski filmovi u odnosu na 100% nacionalne filmove finansirane iz domaćih izvora. **Periferiju** filmske industrije čine distribucija filmova koja godišnje obuhvaća oko 150 filmova, kino prikazivaštvo sa oko 50% modernih dvorana ukupne posjete oko 550-600.000 posjetilaca i prihodom od 2,5 do 3 mil. KM godišnje, kućni video i filmski festivali, među kojima je svakako vodeći po svom regionalnom značaju Sarajevo film festival (FSS).

Filmska industrija KS razvila je dosta konkurentan dijamant konkurentskih prednosti koji se neprestano unapređuje (vidjeti sliku 3).

U uslovima faktora dominantni izvori konkurentskih prednosti su ljudski resursi i sposobnosti širokog kruga scenarista reditelja, producenata, glumaca dokazanih umjetničkih i upravljačkih

kapaciteta. Uz univerzitet i akademije, kao napredni resursi ističu se reputacija i branding Sarajeva koji nose nukleuse posebne Sarajevske škole filma koju treba u budućnosti još više i jasnije profilirati i izgrađivati. Jer, kao što kaže reditelj Ademir Kenović „ za razliku od Beograda i Zagreba u Sarajevu nije bilo istaknute dramske književnosti. Kod nas je prevladajuća ulična komunikacija, duh ulice, čaršije, mahale, direktna komunikacija, što uslovljuje da film ovdje bude snažno prisutan. Stvari su najdramatičnije u Sarajevu i to se najbolje ispoljava u filmu. Sve je dramatično. Nije bilo kvalitetnog pozorišta i sve je pripadalo filmu. Problem jezika – filmu je dopušteno da bude autentičan i to mu je vrlina“ (intervju vođen 23.2.2016.). Najslabiji element kod uslova faktora je oskudica kapitala za finansiranje proizvodnje i ulaganja u periferiju filmske industrije. Taj se problem prevazilazi korištenjem sredstava međunarodnih fondova, u čemu je danas vodeći Creative Europe 2020, kao poseban program EU, zatim Euroimages i fondacije većeg broja zemalja koje ostvaruju koprodukcije u filmskoj proizvodnji sa filmskom industrijom BiH. Već sada se uočava da filmska industrija koristi najviše sredstava iz fonda Kreativna Evropa, a to je po riječima Aide Kalender, voditeljice Deska Kreativne Evrope za BiH, rezultat okolnosti da ta industrija ima veze sa globalnim tržištem, da je agilna i sposobna ponuditi partnerstvo u zajedničkim projektima i da tako nadomješćuje nedostatak javnog novca za finansiranje svoje djelatnosti (Oslobođenje, 23.juni 2016, str. 29).

U uslovima tržišta treba istaći da je filmska industrija izvezno orijentisana, ali da je to tržište niša koje ne osiguravaju masovne prodaje naših filmova. Uz to, kroz korištenje novih tehnologija, prije svega digitalnih platformi kućnih kina, trebalo bi širiti tržište na području bivše SFRJ i dijaspore.

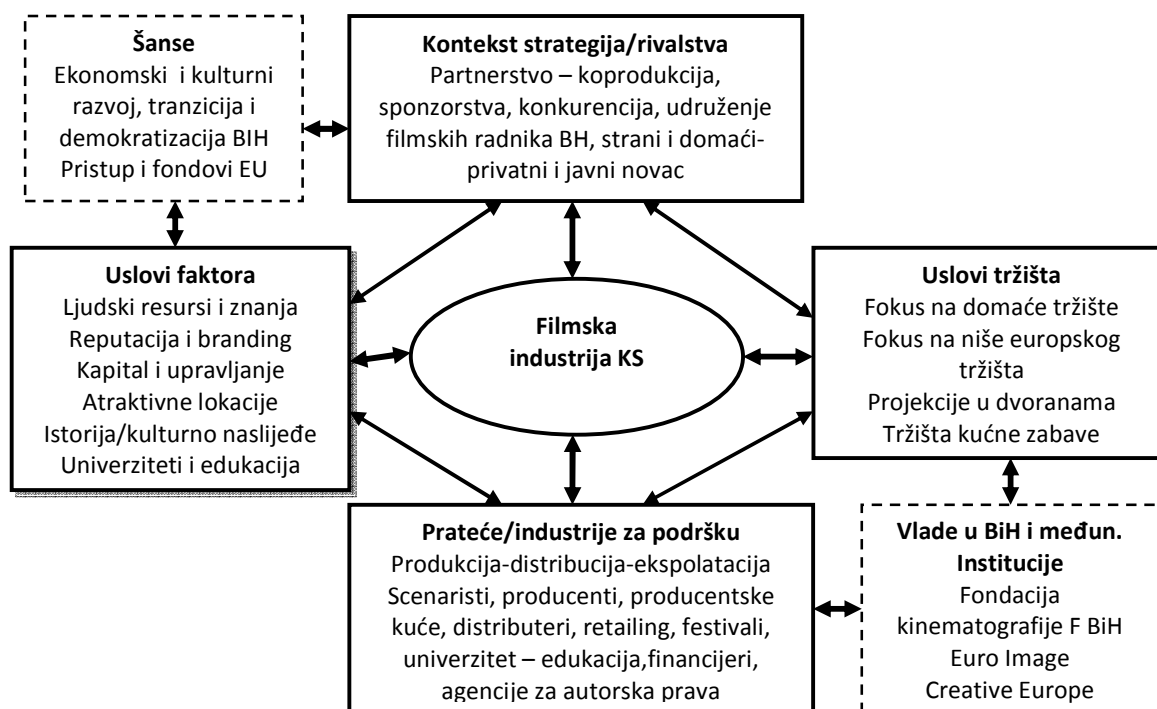
U kontekstu strategija i rivalstva filmska industrija razvija kooperaciju i govori jednim glasom prema vladama u BiH i iz toga osigurava značajne prednosti u javnoj podršci.

U okviru **pratećih i industrija za podršku** jasno su vidljivi elementi klsterskog organizovanja za čije uobličavanje bi trebalo osigurati znatno veći obim aktivnosti jezgra filmske industrije.

Šanse za razvoj dijamanta konkurentskih prednosti filmske industrije KS leže u ekonomskom i kulturnom razvoju, tranziciji i demokratizaciji BiH i pristupanju BiH u EU sa mogućnostima intenzivnijeg korištenja njenih fondova nakon sticanja statusa kandidata.

Podrška **vlada** u BiH je značajna za konkurentnost filmske industrije i ogleda se u neposrednoj podršci kroz državnu pomoć, ali bi ona trebalo da bude projicirana i na neposrednu podršku u građenju javne infrastrukture za razvoj kreativne ekonomije.

Slika 22. Dijamant konkurentskih prednosti filmske industrije



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

Kao posebno značajno područje filmske djelatnosti u okviru produkcije treba istaći produkciju TV programa koja nije nedovoljno istaknuta ni u studiji Mapiranje filmske industrije u Bosni i Hercegovini iz 2013. godine. Naime, zasebno posmatrano, produkcija TV programa je najstabilnije i najpotentnije područje produkcije u okviru filmske industrije, zbog toga što najvećim dijelom čini dio lanca vrijednosti TV kuća koje i emituju TV program. Ta se vrsta produkcije nalazi integrisana u okviru vodećih TV kuća, a neke od njih kao što su Al Jazeera Balkans (AJB) i N1, težište u svojim aktivnostima imaju u produkciji kvalitetnog TV programa na osnovama finansiranja od strane osnivača, s obzirom da nije moguće postići ekonomsku samoodrživost takvog koncepta proizvodnje i emitiranja TV programa (vidjeti okvir 2 ispod).

Okvir 2. Strane direktne investicije u proizvodnju i emitiranje TV programa na KS

Po svojim specifičnostima koje se tiču poslovnog koncepta i načina finansiranja proizvodnje i emitiranja TV programa izdvajaju se dvije investicije u BiH od kojih su obje u Sarajevu, odnosno na KS. To su Al Jazeera Balkans (AJB) i Adria News Production BH (ANPBH) sa 68 uposlenih koja opslužuje televiziju N1.

Al Jazeera Balkans je u vlasništvu Al Jazeera Media Networka – multimedijskog i multinacionalnog konglomerata koji u svom vlasništvu ima sve news kanale Al Jazeera. Program na Balkanu pokrenut je u novembru 2011, sa ukupnim investicijama od 40,3 mil. KM i 230 uposlenih početkom 2016. Osim sjedišta u Sarajevu, u kome je zaposleno početkom 2016. godine 180 ljudi, formirana su i dva centra u Zagrebu i Beogradu. AJB je u dinamičnom procesu razvoja i novih investicija, kako u proizvodnji, tako i u emitiranju TV programa.

Televizija N1 je europski projekt emitiranja sa regionalnim programom koga opslužuju tri regionalna produkcijska centra u Sarajevu, Zagrebu i Beogradu, organizirani kao kćerke firme Adria News Luxembourg, a svi su u vlasništvu grupacije United Group Luxembourg. Grupacija financira sva tri produkcijska centra na regiji, s obzirom da u regionalnim ekonomskim uslovima nije moguće postići samoodrživost produkcije i emitiranja TV programa. U produkciji i emitiranju preko N1 ostvaruje se strateško partnerstvo sa CNN i primjenjuju se njegovi standardi i know-how, s tim što se i dio programa CNN emitira preko N1 televizije. Cilj N1 televizije je širenje globalnih, europskih i regionalnih demokratskih vrijednosti putem elektronskih medija i integriranje društava Zapadnog Balkana u te sisteme demokratskih vrijednosti.

Neslućene tehnološke mogućnosti pretvaraju se u nove produkcijske i korisničke mogućnosti koje produkciju TV programa pomjera od tradicionalnih modela ka modelima digitalne, internet i interakcijske televizije. O tome jasno govori i studija o TV tržištu Hrvatske koja je u pogledu razvoja produkcije TV programa znatno ispred BiH (vidjeti okvir 3 ispod).

Okvir 3. Novo tehnološko doba televizije

Tehnologija za proizvodnju, obradu i emitiranje televizijskog sadržaja razvija se uporedno s brzim razvojem korisničke elektronike, a u nekim aspektima i sporije. Jednostavna za korištenje, opće dostupna i jeftinija nego ikad, televizijska tehnologija u HDTV standardu više ne predstavlja prepreku ulasku u televizijski posao. S druge strane, zahtjevi u proizvodnji vrijednih igranih ili sportskih sadržaja dodatno su povišili tehničke standarde, a takve produkcije i dalje su vrlo kompleksne i skupe.

Uz takvu naprednu tehnologiju za proizvodnju televizijskog sadržaja, i tehnologije distribucije sadržaja doživjele su značajna tehnička unapređenja u proteklom desetljeću što je sve zajedno omogućilo i potaknulo pojavu velikog broja novih televizijskih kanala na svim distributivnim platformama. Pri tome IPTV tehnologija koristi vlastite tehničke prednosti i brzo osvaja značajne tržišne udjele na račun zemaljskih, kablskih i satelitskih platformi za distribuciju televizije.

PAY-TV segment pokazuje trend zauzimanja dominantne pozicije u industriji, a FTA kanali suočeni su istovremeno s izazovima gubitka publike koja se raspršuje u multikanalnoj ponudi operatera i ekonomske recesije koja negativno utiče na njihove prihode od oglašavanja. Za klasičnu televiziju tehnološka opasnost prijeto i od mobilnih telefona, tableta, Internet televizora i drugih uređaja spojenih na Internet koji sve više zaokupljaju pažnju korisnika. Tehnički uslovi za migraciju televizije na Internet već postoje, a sam proces je započeo.

Iako će migracija biti postupna i dugotrajna, u konačnici možemo očekivati njezin dubinski uticaj na čitavu industriju. Tradicionalni modeli ekskluzivnih programskih prava će nestati, neki korisnici će u potpunosti napustiti tradicionalni način gledanja televizije, a globalizacija će ukinuti jezične i druge barijere te svaki sadržaj učiniti dostupnim svakome na bilo kojem uređaju. Tehnološki razvoj teško je ili nemoguće regulirati, ali je potrebno težiti osigurati što je moguće efikasnije, tehničke uslove za domaće televizijske izdavače, kako bi im se i time pomoglo u borbi za opstanak na budućem, još konkurentnijem, medijskom tržištu.

Navedene tehnološke karakteristike traže nove poslovne koncepte i transformaciju TV kuća u multimedijalne institucije koje osiguravaju novu poziciju korisnika u realnom vremenu u praćenju događaja, korištenju slike, preuzimanju informacija. To sve čini TV produkciju još skupljom i postavlja pitanje ekonomske održivosti TV kuća u BiH u novom svjetlu. I konkurencija u proizvodnji TV programa mora se razmatrati u novom svjetlu. Naime, u tom segmentu tržišta pojavljuju se lanci vrijednosti tri strateške grupe TV kuća u BiH: 1) javni servisi koji objedinjuju produkciju sa emitiranjem TV programa, a resurse osiguravaju iz javnog prihoda u formi pretplate ili subvencija (taj sistem u praksi doživljava slom i neizvjestan je budući razvoj događaja za BHT i FTV, a za javne Televiziju Sarajevo i Televiziju Vogošća osiguravaju se resursi za postizanje minimalnih standarda lokalne TV), 2) TV kuće sa stranim kapitalom koje osiguravaju visok napredan nivo produkcije informativnog i dokumentarističkog programa preko vlastitih emitterskih mreža (AJB, N1) i 3) privatne TV stanice koje na slobodnom tržištu treba da osiguravaju prihode koji će im omogućiti ekonomsku održivost, što zahtjeva razvijanje specifičnih programskih sadržaja utemeljenih na zabavno-muzičkoj produkciji (OBN, PINKBH, Hayat i drugi).

U takvom ograničenom ambijentu za ozbiljnije produkcijske poduhvate ipak se razvijaju projekti serijalno-dramskog tipa koji su našli svoje mjesto, ne samo na domaćem, nego i na regionalnom tržištu BH dijaspora, uz angažman javnog i privatnog kapitala (navodimo kao primjer serije Viza za budućnost; Lud, zbunjen, normalan, Dobro došli u Orijent ekspres, a u pripremi je niz novih projekata). Iako je i ovdje od ključnog značaja osiguranje finansijskih sredstava za projekte, ipak je kritično pitanje osiguranja inicijalnih sredstava za start-up, jer se nakon početnih uspjeha takvih serija javlja veliki interes sponzora za sudjelovanje u finansiranju radi postizanja marketinških ciljeva investiranja (Jasmin Duraković, intervju od 13.11.2015.).

S druge strane, stvara se i prostor za nezavisnu produkciju za potrebe javnih i privatnih emitera. U 2015. godini je nezavisna produkcija osigurala za BHT1 22.014 minuta ili 367 sati programa, što je činilo 5,26% vlastitog programa. To stvara mogućnosti za ozbiljno preduzetničko djelovanje u sferi produkcije TV programa i odgovarajuće prilagođavanje resursa i sposobnosti privatnih producenata da koristeći i javne i privatne resurse obogaćuje ponudu sadržaja za TV emitere.

Dijamant konkurentskih prednosti se stvara, održava i unapređuje. Konkurentske prednosti koje iz njega izviru se grade, razvijaju i gube. Zato bi za generiranje novih održivih konkurentskih prednosti dijamant konkurentskih prednosti filmske industrije KS trebalo neprestano unapređivati.

Danas u KS postoji Zakon o filmskoj djelatnosti koji je usvojen 2001. godine (Sl. Novine KS 7/2001). Predmet tog zakona je normativno regulisanje pitanja vezanih za snimanje, promet, prikazivanje i arhiviranje filmova, koje odražava klasičnu ulogu države u regulisanju određenih djelatnosti. Finansiranje filma je spomenuto na neutralan način i ne predviđa nikakve oblike aktivne uloge KS u finansijskoj podršci filmskoj djelatnosti. Programom rada za 2016. godinu u Ministarstvu kulture KS se predviđa izrada dopuna i izmjena tog zakona, ali nema jasnih naznaka u kom pravcu bi one mogle ići.

Udruženi filmski radnici u F BiH pokrenuli su još 2014. godine aktivnost na pripremi Zakona o kinematografiji i audiovizuelnom stvaralaštvu Federacije BiH. Iako nadležnost F BiH nije predmet ove studije, navodimo osnovni koncept i sadržaj predloženog radnog materijala zakona, zbog toga što smatramo da se u nekim elementima takav zakon može vezati i za Kanton Sarajevo.

Predmet predloženog zakona je uređivanje obavljanja, organizovanja i finansiranja kinematografije i audiovizuelnog stvaralaštva kao osnovnog dijela kulture i kreativne ekonomije, poticaj distribucije i prikazivanja audiovizuelnog stvaralaštva, te ostalih komplementarnih djelatnosti (čl. 1). U zakonu je sadržan pojam kinofikacija koji se određuje kao „plansko staranje o obnovi, tehničkom opremanju i održavanju bioskopa na teritoriji F BiH, uključujući i digitalizaciju“ (član 3, stav 25). Poglavlje 2 zakona predviđa formiranje Federalnog audiovizuelnog centra koji ima svoje prihode, poglavlje 3 je posvećeno finansiranju podrške audiovizuelnom stvaralaštvu, koja se osigurava iz budžeta F BiH, doprinosa javnih i privatnih emitera, operatera u pokretnim i nepokretnim telekomunikacijskim mrežama, i drugih izvora, uključujući i dio prihoda ostvarenog obavljanjem audiovizuelnih djelatnosti od priređivača igara na sreću. U poglavlju 4 regulira se način evidencije o audiovizuelnom stvaralaštvu u F BiH, a u poglavlju 5 proizvodnja, promet i javno prikazivanje audio vizuelnih djela. U poglavlju 7 - prijelazne i završne odredbe, predviđa se da stupanjem na snagu iniciranog zakona, prestaju sa radom Fondacija za kinematografiju F BiH i Filmski centar Sarajevo.

Budući da je od pokretanja zakona prošlo već oko 2 godine i da nikakvih odgovora nema iz Ministarstva kulture i sporta, može se pretpostaviti da takav zakon nije u prioritetima Vlade F BiH i da neće uskoro biti pušten u proceduru. S obzirom na nesumnjivo unapređenje audiovizualne djelatnosti koje se njime predlaže, postoje razlozi da se neki bitni prijedlozi iz tog zakona ugrade u Zakon o audiovizuelnoj djelatnosti Kantona Sarajevo, koji bi zamijenio postojeći prevaziđeni Zakon o filmskoj djelatnosti KS.

Budući da bi Kanton Sarajevo trebalo da primjeni generalno novi pristup prema kreativnoj industriji u KS, neka rješenja koja su predložena opisanim zakonom bi trebalo da budu

projecirana na kreativnu industriju, pri čemu se misli prvenstveno na formiranje Centra za kreativne industrije KS i Fondaciju za kreativne industrije KS.

VI 1.2. SWOT analiza za filmsku industriju

SWOT analiza za filmsku industriju KS predstavlja alat strateške analize koji ukazuje na elemente vanjske i unutrašnje okoline koji stvaraju prilike, odnosno prijetnje u vanjskoj i snage, odnosno slabosti u internoj okolini. Ta analiza služi za izbor strateških opcija za budući razvoj te industrije. Identificiranje elemenata vanjske i unutrašnje okoline i njihova procjena dati su u tabeli 35.

Tabela 35. Rezultati SWOT analize za filmsku industriju KS

VANJSKA OKOLINA			UNUTARNJA OKOLINA		
RB	Elementi vanjske okoline	Ocjena	RB	Elementi unutrašnje okoline	Ocjena
1.	Ekonomsko okruženje (zaposlenost, BDP, ekonomski rast, tražnja i potrošnja)	6	1.	Ljudski resursi i sposobnosti	9
2.	Tehnološko okruženje i inovacije	8	2.	Organiziranost industrije	8
3.	Pravno-institucionalni okvir (regulacija industrije, zaštita intelektualnog vlasništva)	7	3.	Raspoloživost financijskih resursa	5
4.	Kulturološko okruženje (životni stilovi, subkulture, prihaćanje inovacija)	7	4.	Stupanj internacionalizacije	8
5.	Demografsko okruženje (stari-mladi, urbano vs ruralno, migracije, dijaspora)	7	5.	Reputacija i brand industrije u domaćim i međunarodnim okvirima	8
6.	Naslijeđena razvijenost lanca vrijednosti industrije	6	6.	Marketing tržišna orijentacija	7
7.	Konkurencija (generička)	7	7.	Kapacitet razvijanja programa i aplikacija prema domaćim, EU i drugim fondovima	8
8.	Podrška domaćih institucija	7	8.	Sposobnost razvijanja projekata koprodukcije i suradnje (JPP)	8
9.	Podrška međunarodnih institucija i EU	7	9.	Sposobnost inovativnih rješenja u lancu vrijednosti	7
Ukupno		62	Ukupno		68
Prosjek		6,9	Prosjek		7,6

Izvor: konstrukcija i procjena autora

Napomena: Ocjene u rasponu od 1 do 10 znače: 1) za vanjsku okolinu: od 1 do 3 prijetnje; od 4 do 6 neutralni utjecaj; od 7 do 10 prilike, 2) za internu okolinu: od 1 do 3 slabosti; od 4 do 6 neutralni utjecaji; od 7 do 10 snage (rasponi ocjena u okviru svake kategorije odražavaju intenzitet prijetnji/prilika ili snaga/slabosti)

Rezultati SWOT analize pokazuju da je vanjska okolina na donjoj tački prilika, a da je interna okolina nešto dublje u zoni snaga. To znači da je kapacitet filmske industrije veći od prilika koje joj stvara vanjska okolina ove industrije. Iz takvog odnosa može se zaključiti da bi za budući

razvoj ove industrije bilo značajno graditi povoljnije okruženje uz istovremeno dalje jačanje njene konkurentske snage.

VI 1.3. Potporno okruženje za filmsku industriju

Obzirom da liberalizacija niza djelatnosti kreativne industrije oslobađa snage tržišta i preduzetništva u stvaranju vrijednosti i razvoju tih djelatnosti, potrebno je preduzimati one mjere javne podrške filmu, koje će omogućiti da se ispravljaju uočeni nedostaci i ograničenja djelovanja tržišnih snaga i koje će potaći preduzetničko djelovanje u filmu u pravcu privlačenja većeg obima deficitarnih resursa za njegov razvoj (prvenstveno kapital). U tom smislu se predlažu sljedeće aktivnosti i mjere:

- Građenje poslovnog ambijenta u KS koji će omogućiti privlačenje stranog kapitala u različitim formama, uključujući i najnaprednije forme koje obuhvaćaju strano direktno investiranje u produkciju, distribuciju i prikazivanje filmova.
- Jačanje javne podrške u dostupnosti novca za pripremu projekata za EU fondove – Creative Europe i druge nacionalne fondacije i sponzore i privatne investitore, kao i za osiguravanje vlastitog udjela, s obzirom da Creative Europe osigurava najviše 50-60% sredstava za finansiranje projekata
- Podrška razvoju akademija za film i scenske umjetnosti u smislu obogaćivanja kurikuluma, podizanja nivoa opremljenosti i veće privlačnosti i otvorenosti prema stranim studentima
- Podršku javno-privatnom partnerstvu u modernizaciji bisokopskih sala u lokalnim zajednicama na području grada (kinofikacija), kako bi se ojačao dio lanca vrijednosti filmske industrije koji se odnosi na prikazivaštvo
- Aktivno uključivanje u inicijative za povrat poreza na dodanu vrijednost koji se plaća za korištene robe i usluge od strane inozemnih producenata koji snimaju u BiH, čime bi se omogućila znatno veća atraktivnost BiH i Kantona Sarajevo za snimanja inostranih filmova u BiH (sličnu praksu povrata poreza imaju zemlje okruženja).
- Pristupiti pripremi novog Zakon o audiovizuelnoj djelatnosti u Kantonu Sarajevo, kojim bi se zamijenio postojeći Zakon o filmskoj djelatnosti KS, a koji bi koncepcijski bio usklađen sa novim Zakonom o kreativnoj industriji KS.

VI 2. Elektronski mediji

Na području KS koncentrisan je veliki potencijal elektronskih medija, prvenstveno televizijskog emitiranja. To je najviše rezultat činjenice da su javni radiotelevizijski servisi BiH i Federacije BiH locirani u Sarajevu.

VI 2.1. Situaciona analiza elektronskih medija

Prikaz stanja elektronskih medija na KS dat je u tabeli 36.

Tabela 36. Broj registriranih subjekata i zaposlenosti u elektronskim medijima KS, 2014.

Elementi	Emitiranje radijskog programa	Emitiranje televizijskog programa	Interenet portali
REGISTRIRANI SUBJEKTI			
Pravne osobe KS	18	13	10
Obrti KS	0	0	5
Ukupno KS	18	13	15
Pravne osobe F BiH	90	41	16
Obrti F BiH	0	0	27
Ukupno F BiH	90	41	43
ZAPOSLENOST			
Kanton Sarajevo	154	2012	3
Federacija BiH	539	2447	13
Lokacijski koeficijenti	1,02	2,92	0,82

Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

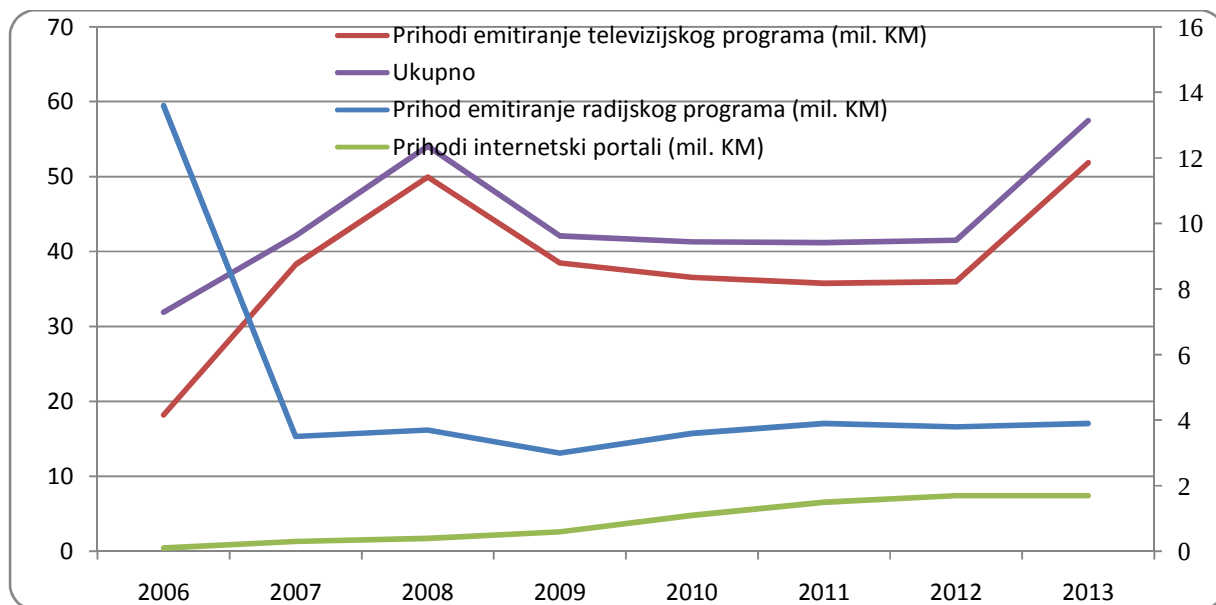
Najrazvijenija djelatnost elektronskih medija u Kantonu Sarajevu, kao i na nivou F BiH, je emitiranje televizijskog programa, u kojoj je u Kantonu Sarajevo zaposleno 82,2% ukupno zaposlenih na nivou Federacije BiH. Međutim, kada se isključe zaposleni u javnim radio servisima situacija je drugačija. BHRT ima krajem 2014. godine 945 zaposlenih, dok Radio televizija Federacije BiH ima 380 ili ukupno 1325 zaposlenih, što znači da privatni televizijski emiteri imaju krajem 2014. godine 687 uposlenih. Posebno dinamična kategorija elektronskih medija su internet portali, koji, međutim, imaju vrlo nizak potencijal zapošljavanja. Čini se, ipak, da je ovdje u pitanju određena statistička nedoročenost, jer je nemoguće da portali na području KS zapošljavaju samo tri čovjeka, a broj portala je 15.

Najveći udio u prihodima elektronskih medija u koje su uključeni i javni servisi BiH i FTV ima emitiranje TV programa. Ti su prihodi 2008. godine bili 50 mil. KM, da bi kasnije pali na najniži nivo, a 2013. se podigli na nivo od 51, 9 mil. KM. Međutim, izvjesno je da oni bilježe dalji pad, posebno zbog položaja u kome se nalaze javni emiteri. Prihodi radijskog emitiranja su iz neobjašnjivih razloga zabilježili višestruk pad nakon 2006. i u daljem periodu se zadržavaju na konstantnom nivou od 3-4 mil. KM godišnje. Internet portali bilježe konstantan rast i dostižu u 2013. godini vrijednost prihoda od 1,7 mil. KM. Ukupno prihodi elektronskih medija poslije pada izazvanog krizom bilježe u 2013. oporavak.

Treba izraziti velike rezerve u pogledu statističkih podataka koji govore o prihodima elektronskih medija, a emitera TV programa, posebno. Naime, prema grubim podacima visoka koncentracija TV stanica na području KS: BHT, FTV, Al Jazeera Balkans, N1, OBN, PinkBH, Hayat i

drugi generira prihod od oko 100 mil. KM godišnje, što je oko 2,5 puta više od zvaničnih statističkih podataka.

Slika 23. Prihodi elektronskih medija KS u periodu 2006-2013 (u mil. KM)



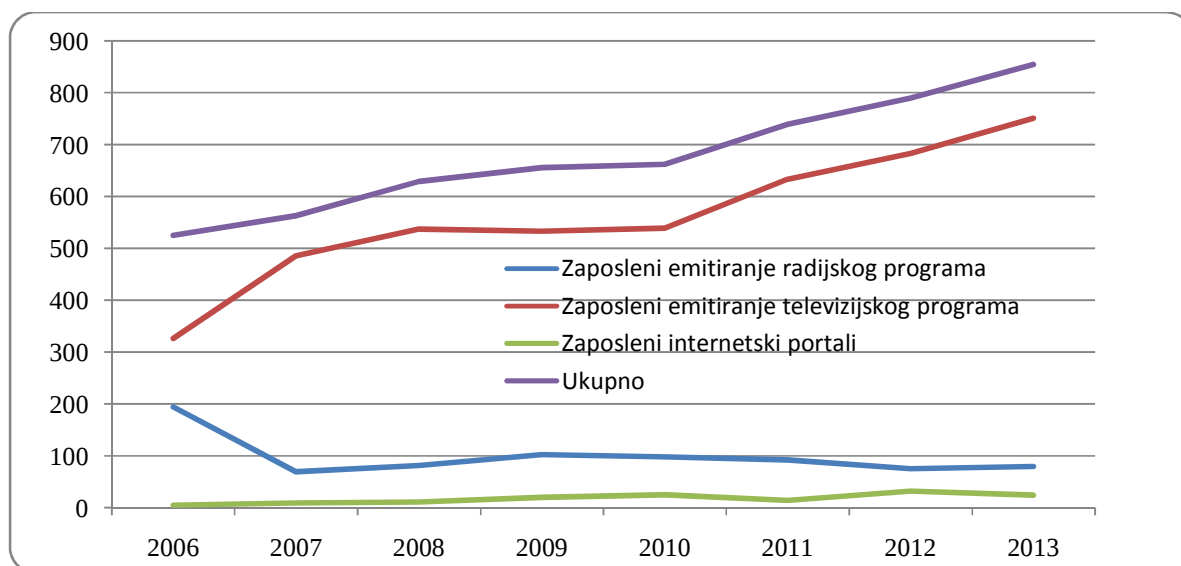
Izvor: SZF BiH, 2014

Legenda: prihodi ukupno i prihodi od emitiranja TV programa (lijeva skala), prihodi od radijskog emitiranja i internet portala (desna skala)

Iz prikaza datog na grafu sa slike 24 vidljivo je da zaposlenost u elektronskim medijima u KS bilježi konstantan rast i 2013. dostiže brojku od 854 zaposlenih¹⁵². Broj zaposlenih u radijskom emitiranju je drastično smanjen sa 194 u 2006. godini na 79 u 2013. godini, što ukazuje na opadajući trend te djelatnosti elektronskih medija. Zaposlenost u emitiranju TV programa (skok sa 326 uposlenih u 2006. na 751 uposlenog u 2013.) i kod internet portala (skok sa 5 uposlenih na 24 uposlena) bilježi kontinuirani rast i on je najtješnje vezan sa produkciju vlastitog TV programa, odnosno tržišnom prihvatljivošću ponude TV sadržaja i ponude sadržaja internet portala.

¹⁵² Razlike između navedenog i broja zaposlenih iz tabele 3 su rezultat različitog obuhvata podataka. Na primjer, u BHRT 2014. godine ukupan broj uposlenih je 945, a u prenosu i emitiranju programa uposleno je 80 radnika, na BH Radiju 166 i na BHT1 154 radnika, odnosno ukupno 300 radnika. Vjerojatno je da je u statističkim izvorima za graf na slici 4 sadržan upravo podatak o 66 u radijskom i 234 uposlenih u TV emitiranju.

Slika 24. Zaposlenost u elektronskim medijima KS 2006-2013.



Izvor: Federalni zavod za statistiku, 2016.

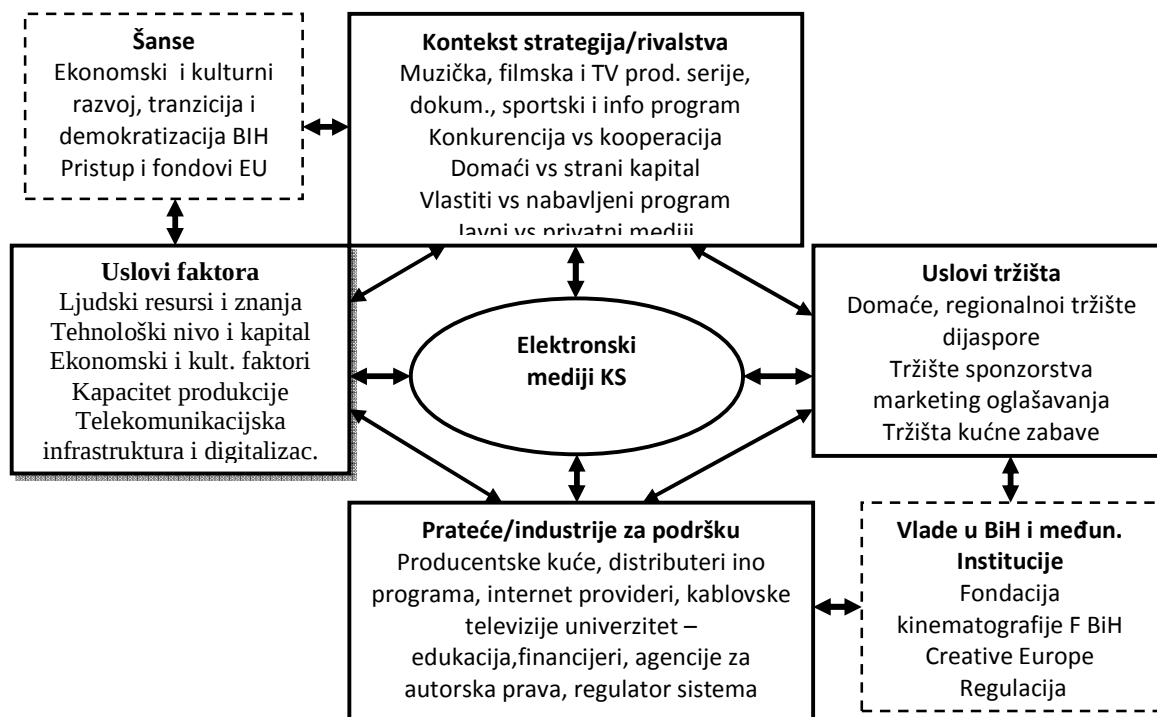
Kao što smo izrazili rezerve u pogledu adekvatnosti podataka o prihodima medijskih servisa, moguće je govoriti i o neadekvatnosti podataka o zaposlenosti u medijskim servisima, ali u nešto blažem stepenu. Pri tome posebne rezerve postoje za broj uposlenih na portalima, ako se ima u vidu zaposlenost koju generiraju brojne novinske, radijske i TV medijske kuće.

Liberalizacija elektronskih komunikacija stvorila je u poslijeratnom periodu veoma dinamično tržište elektronskih medija. Dijamant konkurentskih prednosti elektronskih medija se razvija najviše pod uticajem institucionalnih faktora, tržišnih faktora i preduzetničke aktivnosti aktera industrije elektronskih medija.

U grupi uslova faktora, poticajno djeluju faktori stalnih tehnoloških inovacija, čije primjena zahtjeva veliki obim kapitala. Kapacitet vlastite produkcije je ograničen, tako da se većina TV emitterskih aktivnosti oslanja na nabavljeni program. Prema poacima RAK-a iz 2010. godine većina TV emitera u strukturi programa ima do 1/3 vlastitu produkciju, a preko 2/3 koprodukciju i nabavljeni program. U strukturi programa dominira igrani i informativno-politički program, a ta struktura je najviše uslovljena mogućnostima ostvarivanja prihoda iz osnova oglašavanja, sponzorstva i drugih vidova marketing aktivnosti privatnih televizija. U tom smislu privatne televizije ocjenjuju kao nelojalnu konkurenciju javnih televizijskih servisa u oglašavanju, s obzirom da oni imaju „garantirane“ prihode iz osnova TV pretplate, pa im oglašavanje donosi dodatne prihode. Otuda i zahtjevi da se ograniči vrijeme za oglašavanje kod

javnih televizijskih servisa. Inače, konkurencija na tržištu oglašavanja vodi destrukciji tog tržišta, tako da ono po našoj procjeni, stagnira na nivou od 40-50 miliona KM godišnje u 2015. godini.

Slika 25. Dijamant konkurentskih prednosti industrije elektronskih medija



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

Uslovi tržišta su dosta veliko ograničenje za razvoj elektronskih medija, s obzirom na mali kapacitet domaćeg tržišta. Mogućnosti regionalnog pristupa imaju tek vodeće mreže, tako da u budućnosti treba očekivati značajno restrukturiranje tržišta TV emitiranja. Internet portali su dosta tržišno nedefinirani. Naime, internet portali su daleko brojniji nego što ih statistika prikazuje, jer svaka novinska kuća ili skoro svaka televizijska stanica ima vlastiti portal koji djeluje kao komplementarni u odnosu na vodeći medij u strukturi takvih kompanija. Budućnost portala je zbog njihovih konkurentskih prednosti na domaćem tržištu izvjesnija, ali svakako i oni moraju usvajati regionalni marketing pristup.

Kontekst strategija/rivalstvo odražava početne oblike razvoja elektronskih medija u kojima odnosi među kompanijama počivaju uglavnom na konkurenciji. Međutim, izdvajaju se strateške grupe velikih tv mreža (Al Jazeera, N1, Pink, OBN) i malih TV mreža koje konkurišu na sasvim različite načine i kod kojih je različita i struktura programa, kako po profilu, tako i po načinu kreiranja programa (vlastita produkcija naspram kupovina).

Povezane i industrije za podršku dosta su nerazvijene u dijelu koji se odnosi na produkciju programa. Nisko je involviranje TV emitera u produkciju TV programa, a zbog teškog

ekonomskog polazaja javnih servisa izostaje i ona podrška u koprodukciji koja bi inače trebalo da bude motor domaće produkcije igranog, kulturnog, dokumentarnog, obrazovnog i drugih programa koji osiguravaju općedruštvene vrijednosti za gledaoce u zemlji.

VI 2.2. SWOT analiza za elektronske medije

Procjena u SWOT analizi daje se za elektronske medije bez dva javna radiotelevizijska servisa. Razlog tome je što ti servisi nisu u nadležnosti Kantona Sarajevo i njihov, uglavnom težak razvojno-ekonomski položaj je rezultat neadekvatnih politika i institucionalnog okvira, koje se definiše na nivou BiH i Federacije BiH. Bez ovakvog pristupa ne bi se dala prava slika stanja vanjske i unutrašnje okoline elektronskih medija, odnosno ona bi nerealno odražavala veoma loše stanje te industrije.

Vanjska okolina industrije elektronskih medija je izuzetno poticajna za rast. Tu se posebno ističu oni elementi vanjske okoline koji se odnose na tehnološki progres u oblasti informacijsko-komunikacijskih tehnologija, odnosno digitalnih tehnologija i interneta u užem smislu. Posebno značajne su prednosti digitalne televizije koja je u BiH trebalo da bude uvedena 2015. godine, ali je sa testnim emitovanjem započela tek u martu 2016. (okvir 4).

U ekonomskoj okolini veoma značajni su elementi koji se odnose na visinu dohotka u BiH koja preferira vid zabave putem korištenja televizijskog programa, tzv. kućnu zabavu, što će putem digitalne TV biti prošireno na brojne mogućnosti interaktivnog odnosa korisnika programa sa širenjem područja upotrebe za lične i poslovne svrhe. Ovome svakako doprinose i elementi kulturološkog okruženja u kome porodica predstavlja snažan element lokalne kulture. Pored digitalne televizije i internet portali dobivaju snažne poticaje za širenje ponude, posebno u poslovne svrhe u formi e-tradinga, oglašavanja, promocije i interaktivnog djelovanja u zabavne, informativne i poslovne svrhe, uključujući i radna mjesta kod kuće.

Okvir 4. Prednosti digitalne televizije za Bosnu i Hercegovinu

Prelazak na digitalnu televiziju je proces isključivanja starog analognog televizijskog signala i njegova zamjena novim digitalnim signalom. Digitalna TV (DTV) je napredna tehnologija emitovanja koja je, u zemljama gdje je provedena, izmijenila iskustvo gledanja televizijskog programa. DTV je gledaocima ponudila programe sa boljim kvalitetom slike i zvuka, te mogućnost interakcije, a emiterima je dala mogućnost za emitovanje većeg broja programa (*multicasting*). Prelaskom na digitalno emitovanje, odnosno digitalni prenos, televizija dobija konvergenciju sa mrežnim stanicama, kompjuterima, kompjuterskim igricama, te različitim varijantama konzola (PS2 i 3, Nintendo, XBox), CD-ROM-ovima, DVD-jevima... Zajednička tehnička karakteristika nabrojanih sistema i proizvoda je da su zasnovani na digitalnim podacima (*data basic*) odnosno kodiranim, ljudskom oku i uhu često potpuno nejasnim pojavama, koji digitalnim pretvaranjem postižu izuzetnu vizuelnost i auditivnost. Zajednički društveni element je to što novi, digitalni mediji omogućavaju interaktivnost.

Sa stanovišta TV gledalaca, prednosti digitalnog prijema TV signala se ogledaju: u: boljem kvalitetu slike, većoj otpornosti na spoljašnje – atmosferske smetnje, maloj grešci prijema u projektovanoj zoni digitalnog predajnika, visokom kvalitetu tona, visokom nivou primljene slike, primljenoj slici bez refleksije i formatu reprodukovane slike (odnos širine i visine) 4:3 i 16:9 (široki ekran).

TV stanicama digitalno emitovanje signala pak omogućuje veće oblasti pokrivanja nego što je to bio slučaj u analognoj tehnici, pri istoj izraženoj efektnoj snazi predajnika; mogućnost emitovanja dodatnih „servisa“ – tele-šoping, vremenska prognoza, video igre, servisne informacije, plaćanje po emisiji, izlaz na internet i znatno brži teletext; emitovanje više programa po jednom TV kanalu (do 8 kanala u standardnoj rezoluciji slike); nižu cijenu eksploatacije emisionih uređaja – TV predajnika; te mobilni prijem digitalnog signala.

Izvor: Digitalna televizija u Bosni i Hercegovini, RAK, Sarajevo, 2012, str. 3

U ekonomskoj okolini također veoma važni su i poticaji koji dolaze iz povoljnog poslovnog okruženja. To potiče, kako domaće, tako i strane investitore koji su posebno aktivni u oblasti televizije i internet portala. Strane direktne investicije samo u oblasti televizije procjenjuju se na oko 100 mil. KM krajem 2015. godine. U tome je vodeći investitor Al Jazeera Media Network Qatar sa oko 40,3 mil. KM krajem 2013. godine i sa zaposlenošću od 186 radnika početkom 2016. godine, a slijede OBN, PinkBH i United Group Luxemburg kao investitor u Adria News Production BH koja radi za Televiziju N1.

Jasmin Duraković, raniji direktor Federalne televizije Sarajevo, a sada direktor produkcije DEPO, koja vrši emitiranje filmova, serija i muzičke produkcije preko digitalne platforme za regionalno i globalno tržište, kaže da velike tehnološke mogućnosti za emitiranje omogućavaju da se bez ikakvih ograničenja prodaje produkcija igranih filmova, televizijskih serija i muzička produkcija preko kablovskih TV i digitalnih platformi. Sve to omogućava dosezanje većeg tržišta regije, dijaspore, a i šire, ako je na engleskom jeziku. Takve tržišne mogućnosti omogućavaju da se u većoj mjeri animiraju sponzori i drugi partneri, čime se čak i prevazilaze ograničenja izostanka finansiranja produkcije od strane javnih televizijskih servisa zbog njihovog teškog ekonomskog položaja. O tome svjedoče uspjesi televizijskih serija „Lud, zbunjen, normalan“ i novih serija koje

se već emitiraju ili će ući u fazu produkcije – Dobro došli u Orijent Expres, Balada o Pišonji i Žugi i drugi projekti. Ključni je problem start-up i za njega bi trebalo da se osigurava novac od strane javnih emitera, a onda se mnogo lakše osigurava kapital na komercijalnoj osnovi. Navodi primjer serije "Budva na pjenu mora" čiji je start-up finansirala TV Crne Gore, a onda su se uključili privatni investitori, ili "Viza za budućnost" čiji je start-up financirala FTV, a kasnije je obilato podržavana privatnim investicijama, jer je sponzorstvo donosilo ogromne ekonomske efekte.

Duraković navodi da nije imao razumjevanje domaćih telekom operatera u pružanju usluga servis provajdera za emitiranje programa preko digitalnih platformi i da je bio prinuđen sklapati ugovore sa inostranim operaterima, što je u konačnom i za DEPO donijelo mnogo bolje dugoročne efekte (Intervju vođen 13.11.2015.).

Tabela 37. Rezultati SWOT analize za elektronske medije

VANJSKA OKOLINA			UNUTARNJA OKOLINA		
RB	Elementi vanjske okoline	Ocjena	RB	Elementi unutrašnje okoline	Ocjena
1.	Ekonomsko okruženje (zaposlenost, BDP, ekonomski rast, tražnja i potrošnja, strane direktne investicije)	9	1.	Ljudski resursi i sposobnosti	8
2.	Tehnološko okruženje i inovacije	9	2.	Organiziranost industrije	6
3.	Pravno-institucionalni okvir (regulacija industrije, zaštita intelektualnog vlasništva)	6	3.	Raspoloživost finansijskih resursa	7
4.	Kulturološko okruženje (životni stilovi, subkulture, prihaćanje inovacija)	9	4.	Stupanj internacionaliziranja	8
5.	Demografsko okruženje (stari-mladi, urbano vs ruralno, migracije, dijaspora)	8	5.	Reputacija i brand industrije u domaćim i međunarodnim okvirima	6
6.	Naslijeđena razvijenost lanca vrijednosti industrije	7	6.	Marketing tržišna orijentacija	7
7.	Konkurencija (granska i generička)	8	7.	Kapacitet razvijanja programa i aplikacija prema domaćim, EU i drugim fondovima i sponzorima	7
8.	Interes sponzora za ulaganje u TV produkciju i emitiranje	8	8.	Sposobnost razvijanja projekata koprodukcije i suradnje (JPP)	7
9.	Podrška domaćih i međunarodnih institucija i EU	6	9.	Sposobnost inovativnih rješenja u lancu vrijednosti	7
Ukupno		70	Ukupno		63
Prosjek		7,8	Prosjek		7

Izvor: konstrukcija i procjena autora

Napomena: Ocjene u rasponu od 1 do 10 znače: 1) za vanjsku okolinu: od 1 do 3 prijetnje; od 4 do 6 neutralni utjecaj; od 7 do 10 prilike, 2) za internu okolinu: od 1 do 3 slabosti; od 4 do 6 neutralni utjecaji; od 7 do 10 snage (rasponi ocjena u okviru svake kategorije odražavaju intenzitet prijetnji/prilika ili snaga/slabosti)

U Bosni i Hercegovini krajem 2015. godine bilo je 636.726 internet pretplatnika i 2.782.107 korisnika interneta, odnosno, stopa korištenosti interneta iznosi 72,41%. Dominantna vrsta internet pristupa bio je xDSL, čiji broj pretplatnika čini 58,54% od ukupnog broja internet pretplatnika, dok se na drugom mjestu pretplatnici kablovskog pristupa, 31,56% od ukupnog broja internet pretplatnika. Korištenje širokopojasnog pristupa internetu je u stalnom porastu, o čemu svjedoči podatak da stepen korištenosti širokopojasnog pristupa iznosi 16,82%. U BiH je djelovalo 70 pružalaca internet usluga. Dalja liberalizacija tržišta telekomunikacija i uvođenje novih tehnologija omogućit će prisustvo kvalitetnih usluga i time nastaviti pozitivna kretanja u primjeni interneta u Bosni i Hercegovini. Ponuda bržeg i jeftinijeg pristupa internetu je preduslov razvoja informacionog društva, a samim tim i napretka ekonomije i društva u cjelini (Regulatorna agencija za komunikacije BiH, priopćenje 31.5.2016).

U zaključku može se ocijeniti da elektronski mediji imaju prilike generalno posmatrano, ali da konkurencija zahtijeva podizanje tehnološkog nivoa, veliko investiranje ograničenog kapitala i nove poslovne modele. Zbog toga treba očekivati restrukturiranje tržišnih aktera na području televizije sa tendencijom gubljenja pozicije malih TV stanica. S druge strane, radio će zadržati svoju dosta ograničenu poziciju kao medij iz konteksta (upotreba u automobilu, muzička linija i slično)¹⁵³ koji treba da unapređuju svoju konkurentsku snagu kroz fokus na specifične tržišne niše i dizajniranje njima prilagođenog programa. Internet portali imaju velike perspektive razvoja i u tom će području tržišni poticaji i odgovarajući modeli preduzetničkog djelovanja biti vodeća snaga tržišnog rasta i zapošljavanja.

VI 2.3. Potporno okruženje za industriju elektronskih medija

U oblasti elektronskih medija, isključujući javne radi televizijske servise koji su u nadležnosti Bosne i Hercegovine i Federacije Bosne i Hercegovine, ključni pokretači razvoja i zapošljavanja bile su tržišne snage, oslobođenje liberalizacijom elektronskih komunikacija, unapređenje poslovnog okruženja i preduzetničko djelovanje kompanija iz oblasti elektronskih medija. Takav trend će se nastaviti i u budućnosti.

I pored toga sugerišemo sljedeće aktivnosti na nivou KS:

¹⁵³ Za razliku od ostalih medija, stručnjaci smatraju da će radio ostati jednako prisutan medij kao i sada, ne očekuju velike promjene što se tiče slušanosti radija, jer je radio medij koji služi kao zvučna kulisa, koja je uvijek u pozadini i koja će kao takva opstati. Pojava novih platforma neće ugroziti stabilnost radija, ona će samo potaknuti radio kao medij da slijedi trendove i da se prilagodi novim potrebama slušatelja. Stručnjaci vjeruju da će se stvarati više specijaliziranih radio postaja namijenjene užem krugu slušatelja (radio postaje s klasičnom glazbom, specijaliziran za mlade, za starije i slično). U pogledu načina slušanja dominira slušanje u automobilu sa 40,8% i kao samostalni radio sa 29,9% slučajeva (Analiza radijskog tržišta Hrvatske, Ipsos, Zagreb 2015, dostupno na www.e-mediji.hr/repository_files/file/871/ pristup 25.6.2016.)

- Unapređenje poslovnog okruženja industrije elektronskih medija u KS iz okvira nadležnosti KS kao nivoa vlasti (posebno klstersko djelovanje uz veze sa drugim kompanijama i institucijama iz oblasti ICT, univerziteta i edukacijskih ustanova)
- Promocija Sarajeva kao centra industrije elektronskih medija i njegove privlačnosti za strane investitore u KS
- Uspostavljanje Centra kreativnih industrija KS u okviru koga bi svoje mjesto imala i industrija elektronskih medija KS

Izdavaštvo je djelatnost kreativne industrije koja doživljava krupne strukturalne promjene, kako pod uticajem vanjskih ekonomskih, tehnoloških i kulturoloških promjena, tako i pod uticajem preduzetničkih aktivnosti koje poduzimaju akteri industrije izdavaštva.

VI 3. Izdavaštvo

VI 3.1. Situaciona analiza izdavaštva

Izdavaštvo na KS je relativno slabo razvijena djelatnost kreativne industrije koja bilježi opadanje. Tabela 34 u nastavku ukazuje na skromne razmjere izdavaštva, ne toliko u broju pravnih osoba, koliko u zaposlenosti i prihodima¹⁵⁴. Kanton Sarajevo u takvoj situaciji ostvaruje visoke konkurentske prednosti koje ilustrira lokacijski koeficijent od 2,25, što znači da je udio izdavaštva u zaposlenosti na KS 2,25 puta veći od odgovarajućeg udjela u Federaciji BiH.

Tabela 38. Prikaz broj registriranih subjekata i uposlenih u izdavaštvu na KS i u F BiH, 2014.

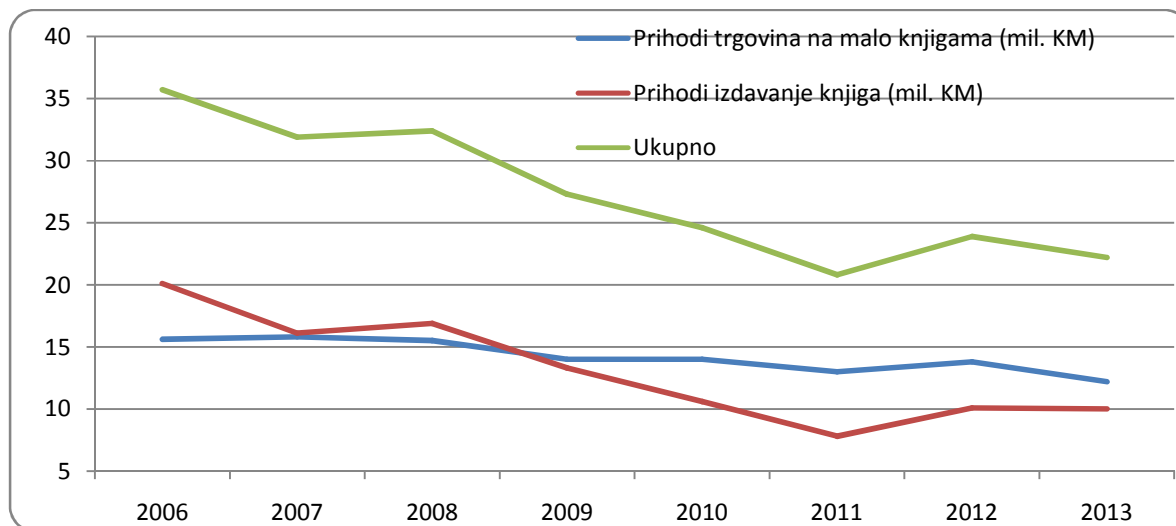
Elementi	Izdavanje knjiga	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim prodavaonicama
REGISTRIRANI SUBJEKTI		
Pravne osobe KS	54	13
Obrti KS	1	12
Ukupno KS	55	25
Pravne osobe F BiH	86	42
Obrti F BiH	2	54
Ukupno F BiH	88	96
ZAPOSLENOST		
Kanton Sarajevo	120	172
Federacija BiH	190	272
Lokacijski koeficijenti	2,25	2,25

Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

¹⁵⁴ Za komparaciju djelatnost izdavanja knjiga u Hrvatskoj u 2014. okupljala je 328 kompanija koje su ostvarivale prihod od 2,8 milijardi kuna (više od 700 mil. KM), a u toj djelatnosti bilo je zaposleno 1488 osoba, iako ih je 2010. godine bilo 1895. <http://www.poslovni.hr/marketing-i-mediji/skolska-knjiga-ima-dvostruko-veci-prihod-od-takmaca-profila-311509>

Izdavaštvo je industrija kreativne ekonomije koja se nalazi u fazi opadanja, kako prihoda, tako i zaposlenosti.

Slika 26. Prihodi u izdavaštvu KS po djelatnostima 2006-2017 (u mil. KM)

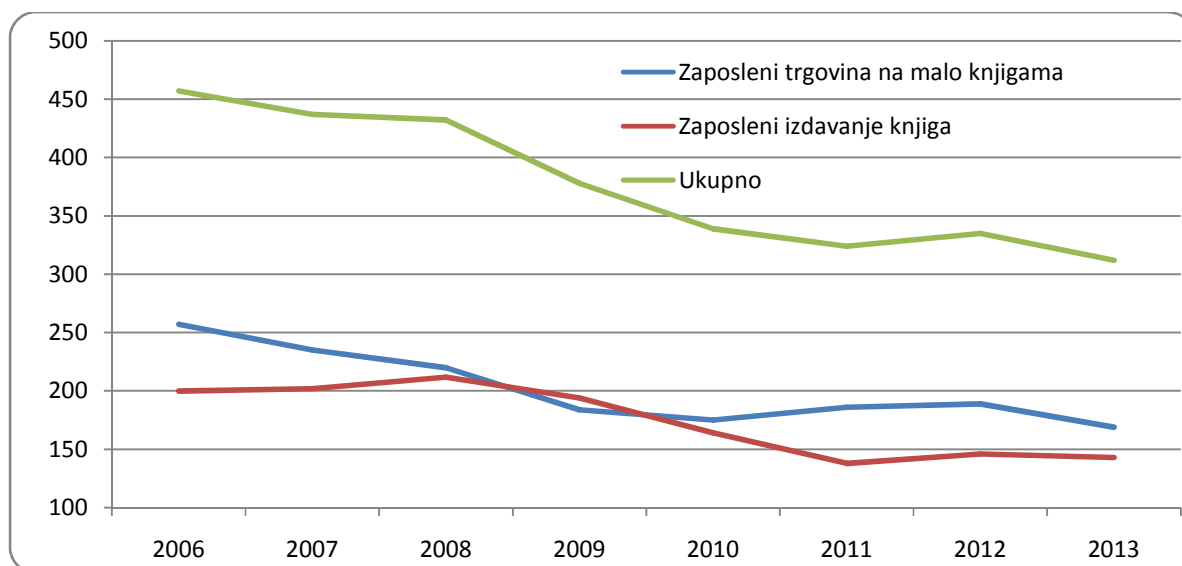


Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

Tako su prihodi ukupno opali za više od jedne trećine, sa 35,7 mil. KM u 2006. na 22,2 mil. KM u 2013. godini. Prihodi od izdavanja knjiga su u tom periodu upolovljeni i sa 20,1 mil. KM u 2006. pali su na 10 mil. KM u 2013. godini. Prihodi od trgovine na malo knjigama, opadali su nešto sporije, tako da su sa 15,6 mil. KM u 2006. pali na 12,2 mil. KM u 2013. godini. (vidjeti sliku 7).

Opadanje prihoda u posmatranom periodu bilježi se i u izdavaštvu na nivou F BiH. Prihodi ukupno su pali sa 42,6 mil. KM u 2006. na 28,9 mil. KM u 2013., dok je prihod u izdavanju knjiga opao sa 27,1 mil. KM na 16,7 mil. KM u 2013. godini. Ovakva kretanja u aktivnosti izdavaštva odrazila su se i na zaposlenost koja bilježi trend opadanja (vidjeti sliku 26).

Slika 27. Zaposlenost u izdavaštvu na KS 2006-2013.



Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

Ukupan broj uposlenih u izdavaštvu KS opao je sa 457 u 2006. na 312 u 2013. godini. Zaposlenost u izdavanju knjiga bilježi rast sa 200 uposlenih u 2006. godini sve do 2008. kada počinje opadati i traje do 2011. kada se lagano oporavlja i zadržava na blago rastućem nivou do 2013. godine sa 143 uposlena radnika. Zaposlenost u trgovini na malo knjigama je imala sličan tok, a broj zaposlenih sa 257 u 2006. opao je na 169 u 2013. godini.

Razlozi ovakvog destruktivnog razvoja industrije izdavaštva su rezultat djelovanja eksternih faktora u okolini ove industrije i internih faktora u kompanijama te industrije. Od faktora eksterne okoline treba istaći sljedeće:

- Slab ekonomski rast i pad kupovne moći i javnih rashoda u čemu knjiga nema poziciju prioriternih izdataka. Ove okolnosti djeluju i u sektoru lične potrošnje i u sektoru javne potrošnje (škole, fakulteti, biblioteke i javna administracija). Tu svakako treba dodati promjene u kulturološkoj okolini u kojoj do izražaja dolazi slabljenje interesa za knjigu i sve manji broj čitalaca, posebno u mlađoj populaciji.
- Javna podrška izdavačima se ostvaruje kroz podršku za izdavanje knjiga i podršku u otkupu knjiga za biblioteke. Te aktivnosti uglavnom provodi Fondacija za Bibliotečku djelatnost¹⁵⁵ i

¹⁵⁵ Iz transfera Fondaciji za bibliotečku djelatnost u budžetu F BiH za 2015. godinu bilo je predviđeno da se za otkup knjiga osigura 201.000 KM i za opremanje biblioteka 101.000 KM (vidjeti: . <http://www.fbihvlada.gov.ba/bosanski/zakoni/2015/odluke/439.html>)

Fondacija za izdavaštvo F BiH¹⁵⁶ koja dodjeljuje sredstva za podršku izdavanju knjiga i časopisa i podršku za promociju knjiga i autora. Podrška KS je izuzetno niska i svodi se na pojedinačne podrške izdanjima nekih knjiga.

- Knjigu kulturološki potiskuju televizija i internet, a na sceni je sistem vrijednosti u kome je ljudski intelektualni kapacitet najviše pod uticajem brzih, površnih informacija, dok u drugi plan padaju temeljne vrijednosti ljudskog stvaralaštva koje se iskazuju kroz literaturu ili knjige različitih sadržaja
- Od faktora eksterne okoline treba istaći i uticaj interneta i pojave e-knjige, koja istina još nije u velikoj mjeri zastupljena na tržištu BiH, ali bilježi početne značajne promjene (posebno kod univerzitetskih udžbenika, primjer Ekonomskog fakulteta Sarajevo)
- Ilegalna trgovina knjigama iz drugih zemalja, prvenstveno susjednih zemalja Srbije, Hrvatske i Crne Gore, koja nije registrovana niti se na njihov promet naplaćuje porez na dodanu vrijednost. Najorganizovanija forma ilegalne trgovine knjigama u KS su sajmovi knjige, čak i kada se ispostavljaju fakture, cijena je desetak puta niža i na nju se plaća PDV kod uvoza. Tolerisanjem takvog stanja se guši domaća knjiga i ugrožava njena ekonomska održivost. (Damir Uzunović, direktor Buybook Sarajevo, intervju 22.1.2016.).

Od faktora interne okoline treba istaći način organizovanja i povezivanja izdavaštva u sferi izdavanja knjiga, izvedbe marketinga i prodaje knjiga na malo. Većina izdavača nastoje da uvežu maloprodaju i izdavaštvo knjiga, dok nezavisna maloprodaja samostalno koncipira poslovni model sa ponudom knjiga različitih izdavača, uključujući uvozne knjige. Malen je broj knjiga koje imaju prodaju na regionu, pa je usko domaće tržište uz slabu javnu potporu najveće ograničenje za uspješne projekte izdavaštva. Organiziranje izdavača je slabo, njihova jedinstvena aktivnost prema vladama skoro da ne postoji.

Započete su aktivnosti na korištenju sredstava iz programa Kreativna Europa. Za izdavače je tu prilika u dva poziva iz podoblasti kultura i to projekti europske suradnje i prevodi književnih dijela. za BiH. Do sada su kompanije Vrijeme knjige i Šahinpašić dobili po 10.000 Eura za prevode djela književnika koji su nagrađivani u Europi, a mogu i domaći autori biti prevodeni na strane jezike. Postoji prostor za povezivanje sa hrvatskim i srbijanskim izdavačima čime se smanjuju izdaci za prevod, sa adaptacijama na bosanski jezik. Naručuju se prevodi iz Zagreba ili Beograda i on se adaptira na BH jezike (Damir Uzunović, intervju 22.1.2016.).

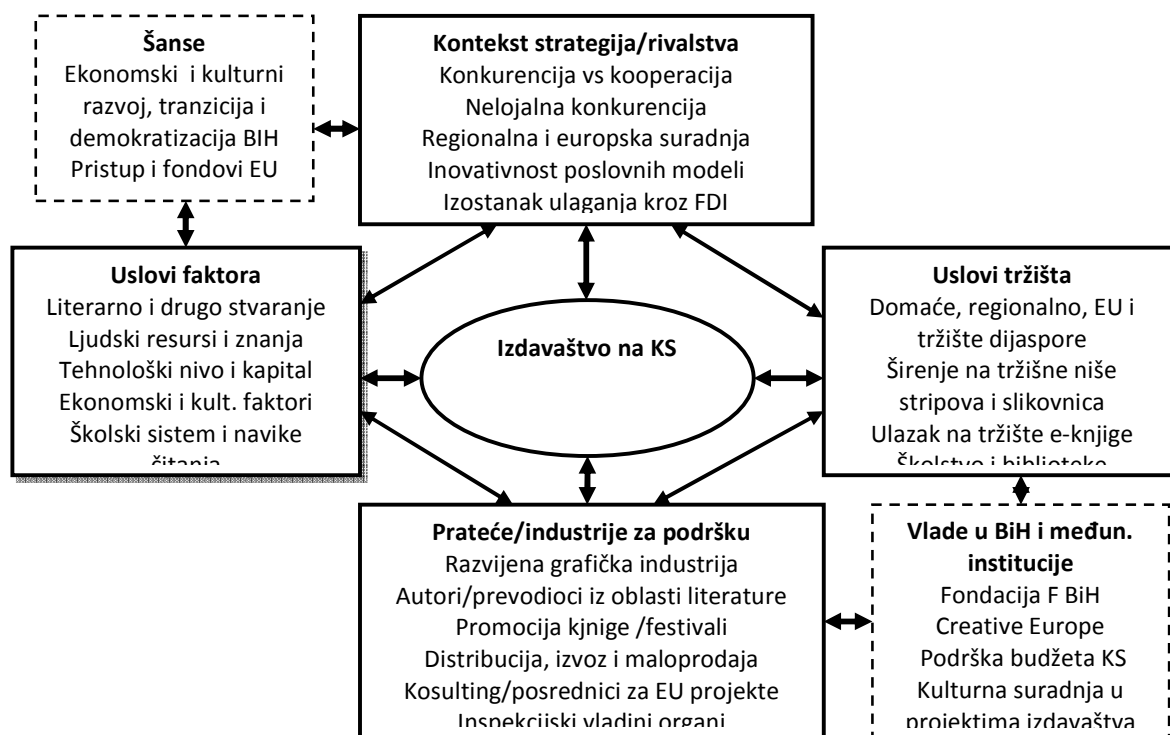
¹⁵⁶ Za 2015. godinu Fondacija za izdavaštvo je dodjelila od ukupno 200.000 KM predviđenih za izdavanje knjiga izdavačima iz Sarajeva 165.500 KM, a za promoviranje knjige i autora od ukupno 90.000 KM za sarajevske izdavače je odobreno 65.000 KM
http://www.fondacijaizdavastvo.ba/images/stories/dokumenti/2015/Odluka_o_izboru_korisnika_sredstava_Fondacije_za_izdavastvo_za_2015_godinu.pdf

Nema organiziranih pokušaja da se razviju novi poslovni modeli masovne knjige čija se distribucija vrši preko netradicionalne maloprodajne mreže kioska i univerzalnih prodajnih punktova, niti za ponudu knjiga putem e-platформи. Ovaj posljednji poslovni model je važan za dostupnost knjige za BH dijasporu i za regionalno tržište.

Izdavaštvo u BiH ima oko 50-60 naslova prosječno u zadnje tri godine. U Hrvatskoj izdavašvi angažira oko 12.000 ljudi (bez grafičke industrije), Srbija je oko 10.000 ljudi. U prometu dominiraju knjige iz Srbije sa oko 70% (u RS 90%, a u FBiH 50%). Sektor distribucije hrvatskih knjiga je prema knjižarama ograničen, ali u trgovačkim centrima u BiH jako visok (Konzum, Tisak – udio popularnih knjiga sa popularnim cijenama u knjižarama, centrima i na prodajnim izložbama). E- prodaja je posebno prisutna kod hrvatskih i srbijanskih knjiga iz oblasti ekonomije. Nova knjiga iz CG sa oko 100 naslova podržanih novcem vlade orijentirana je na BiH i to putem uličnih i drugih sajмова u BiH.

Dijamant konkurentske prednosti industrije izdavaštva na KS je tek u nastajanju, s obzirom na destruktivne efekte okoline na razvoj ove djelatnosti kreativne industrije (vidjeti sliku 27).

Slika 28. Dijamant konkurentske prednosti izdavaštva



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

Uslovi faktora su nedovoljno razvijeni s obzirom na destruktivno djelovanje ekonomskog i kulturološkog okruženja i nedovoljnu produkciju lietararnog i drugog stvaralaštva u domaćim razmjerama. Također, potrebno je unapređivati nivo menadžerskih znanja u izdavaštvu sa ciljem razvijanja novih poslovnih modela u uslovima neslučenih promjena u poslovnoj okolini izdavaštva. Pored kulturoloških i ekonomskih nepovoljnih činilaca, faktori školskog sistema ne razvijaju navike čitanja kao općekulturne vrijednosti. Cijena knjige je visok i zbog toga što knjige nisu izuzete iz sistema plaćanja poreza na dodanu vrijednost (PDV). Uslovi tržišta su također nepovoljni, koliko zbog malenog domaćeg tržišta i nelegalnog prometa knjiga iz inozemstva, toliko i zbog izostanka značajnije javne podrške za generiranje tražnje domaćih izdavača preko mreže školstva i javnih biblioteka. Rješenja za budućnost su u diverzifikaciji tržišta i geografskom širenju tržišta.

Kontekst strategije i rivalstva je nepovoljan zbog isključivo tržišne koordinacije ponašanja aktera industrije izdavaštva, dok izostaju aktivnosti međusobne suradnje. Prilike koje pružaju programi EU ukazuju na mogućnosti razvijanja regionalne i europske suradnje, posebno u okviru programa Kreativne Europe. Prateće i industrije za podršku su različito razvijene. Grafička industrija ima visoke kapacitete, ali je još uvijek nedovoljan broj kvalitetnih domaćih književnih djela koja bi mogla biti nosioci europskih nagrada i kao takva bila atraktivna za domaće i europske izdavače. Zbog niskog nivoa promocije, ohrabruje nagovještaj *Prvog internacionalnog festivala književnosti Bookstan koji se održava od 25. do 28. jula 2016. godine čiji je pokretač izdavačka kuća Buybook*. Posebno se ispoljava deficit i neaktivnost inspekcijskih organa u sprečavanju nelegalnog uvoza knjiga i druge izdavačke produkcije u BiH.

Podrška vlada u BiH trebalo bi da uključi i veći angažman KS. Dobar poticajni element bi mogla biti podrška EU i drugih međunarodnih izvora za stvaranje europskih i regionalnih izdavačkih projekata, koji bi mogli temeljiti na kulturnom naslijeđu i zajedničkoj istoriji zemalja regije.

VI 3.2. SWOT analiza izdavaštva

Procjena elemenata vanjske i unutrašnje okoline izdavaštva data je u tabeli 39.

Tabela 39. Rezultati SWOT analize za izdavaštvo KS

VANJSKA OKOLINA			UNUTARNJA OKOLINA		
RB	Elementi vanjske okoline	Ocjena	RB	Elementi unutrašnje okoline	Ocjena
1.	Ekonomsko okruženje (zaposlenost, BDP, ekonomski rast, tražnja i potrošnja, strane direktne investicije)	5	1.	Ljudski resursi i sposobnosti	7
2.	Tehnološko okruženje i inovacije	7	2.	Organiziranost industrije	5
3.	Pravno-institucionalni okvir (regulacija industrije, zaštita intelektualnog vlasništva)	6	3.	Raspoloživost financijskih resursa	6
4.	Kulturološko okruženje (životni stilovi, subkulture, prihaćanje inovacija)	6	4.	Stupanj internacionaliziranja	6
5.	Demografsko okruženje (stari-mladi, urbano vs ruralno, migracije, dijaspora)	6	5.	Reputacija i brand industrije u domaćim i međunarodnim okvirima	6
6.	Naslijeđena razvijenost lanca vrijednosti industrije	6	6.	Marketing tržišna orijentacija	6
7.	Konkurencija (granska i generička)	5	7.	Kapacitet razvijanja programa i aplikacija prema domaćim, EU i drugim fondovima i sponzorima	6
8.	Interes poduzetničkog kapitala za ulaganja u izdavaštvo	6	8.	Sposobnost razvijanja projekata koprodukcije i suradnje (JPP)	6
9.	Podrška domaćih i međunarodnih institucija i EU	6	9.	Sposobnost inovativnih rješenja u lancu vrijednosti izdavaštva	6
Ukupno		53	Ukupno		54
Prosjek		5,9	Prosjek		6

Izvor: konstrukcija i procjena autora

Napomena: Ocjene u rasponu od 1 do 10 znače: 1) za vanjsku okolinu: od 1 do 3 prijetnje; od 4 do 6 neutralni utjecaj; od 7 do 10 prilike, 2) za internu okolinu: od 1 do 3 slabosti; od 4 do 6 neutralni utjecaji; od 7 do 10 snage (rasponi ocjena u okviru svake kategorije odražavaju intenzitet prijetnji/prilika ili snaga/slabosti)

SWOT analiza izdavaštva na KS ukazuje na postojanje neprivlačne poslovne okoline koja je na prelazu između prijetnji i prilika i na postojanje dosta oskudne konkurentnosti kompanija koje operiraju u toj djelatnosti koja bi se mogla ocjeniti kao prelaz iz slabosti ka snagama. Dakle, svo izdavaštvo se nalazi pred starteškim izazovom kako utjecati na poboljšanje poslovne okoline i kako podići konkurentsku snagu kompanija koje i svojim efikasnijim poduzetničkim djelovanjem mogle okrenuti negativne tokove izdavaštva, generirati rast produkcije, prometa, prihoda i zaposlenosti.

Ključni elementi vanjskog okruženja mogu se mijenjati u dužem vremenskom periodu (kultura, demografija, konkurencija i neki elementi ekonomske okoline). Neki elementi okoline se mogu početi mijenjati u kraćem vremenskom okviru (ekonomski rast, pravno okruženje za sprečavanje nelegalnog prometa knjiga, podrška domaćih i međunarodnih institucija). Međutim, sve navedene promjene neće dati tako velike prilike da bi razvoj izdavaštva mogao krenuti bez ključnog jačanja konkurentske snage kompanije iz te djelatnosti.

VI 3.3. Potporno okruženje za izdavaštvo

Aktivnosti javne podrške za izdavaštvo na KS trebalo bi da podrže kreativne napore kompanija iz te djelatnosti da ostvarujući kompanijske ciljeve dobiti i rasta ostvaruju i javne ciljeve koji su vezani za ekonomski rast i razvoj, zapošljavanje, prikupljanje javnih prihoda i ukupnu socijalnu stabilnost. One ne mogu preokrenuti razvojne tokove izdavaštva ukoliko poduzetnička aktivnost ne osigura mikroekonomsku efikasnost kompanija, ali mogu pomoći da poduzetničke aktivnosti budu produktivnije i efikasnije. To su slijedeće aktivnosti:

- Kroz projekt formiranja Centra kreativnih industrija na KS i formiranje Fondacije za kreativne industrije osigurati adekvatnu podršku izdavaštvu KS kroz slijedeće projekte
- „Čitajmo“ – projekt za predškolsku i školsku djecu, srednjoškolce i studente, penzionere i građane svih dobi
- Otkup knjiga domaćih izdavača za potrebe javnih biblioteka sa respektivnim iznosima i sa jedinstvenim pravilima nabavke knjiga
- Podrška promociji knjige, autora i izdavača – festival književnosti Sarajevo
- Razvijanje projekata međunarodne suradnje u izdavaštvu za kandidiranje prema programu Kreativna Europa i za druge oblike međunarodne suradnje
- Ovi projekti mogu biti usmjereni i prema Federaciji BiH i institucijama BiH kako bi prerasli u projekte na nivou F BiH i BiH
- Razvijanje međunarodne suradnje KS sa regijama susjednih zemalja i zemalja EU u projektima izdavaštva
- Unapređenje inspekcijskog nadzora iz nadležnosti KS sa ciljem preveniranja i otkrivanja i sankcioniranja nelegalne trgovine knjigama porijeklom iz susjednih zemalja i drugih izvora.

VI 4. Djelatnost snimanja zvučnih zapisa i izdavanja muzičkih zapisa

VI 4.1. Situaciona analiza za djelatnost snimanja zvučnih zapisa i izdavanja muzičkih zapisa

Ova djelatnost je minijaturnih razmjera, pa i analiza koja slijedi odrazit će specifičnosti same djelatnosti.

Na KS registrirano je 9 pravnih osoba i 1 obrt iz ove djelatnosti. Ukupno je zaposleno 11 osoba, što znači tek nešto više od jedne osobe po registriranom subjekt te djelatnosti. I pored toga, lokacijski koeficijent od 2,06 izražava konkurentske prednosti KS u odnosu na F BiH.

Tabela 40. Subjekti i zaposlenost, djelatnost snimanja zvučnih zapisa, 2014.

Elementi	Snimanje zvučnih zapisa
REGISTRIRANI SUBJEKTI	
Pravne osobe KS	9
Obrti KS	1
Ukupno KS	10
Pravne osobe F BiH	18
Obrti F BiH	2
Ukupno F BiH	20
ZAPOSLENOST	
Kanton Sarajevo	11
Federacija BiH	19
Lokacijski koeficijenti	2,06

Izvor: Vlastiti izračun na osnovu podatak Federalnog zavoda za statistiku, 2016.

Djelatnost snimanja zvučnih zapisa je nerazvijena djelatnost po prihodima i broju uposlenih, ali i djelatnost u opadanju nakon maksimuma postignutog u prihodima u 2009. godini i maksimuama u zaposlenosti dostignutog 2006. godine (vidjeti tabelu ispod).

Tabela 41. Prihodi i zaposlenost, djelatnost snimanja zvučnih zapisa, KS vs F BiH, 2006-2013.

Elementi	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Prihodi KS (mil. KM)	1,6	1,6	1,6	1,9	1,2	1,2	1,2	1,3
Prihodi F BiH (mil. KM)	2,4	2,5	2,4	2,4	1,8	1,7	1,7	1,9
Zaposlenost KS	19	14	8	14	15	15	15	13
Zaposlenost F BiH	31	21	22	21	24	26	22	19

Izvor: Federalni zavod za statistiku, Sarajevo, 2016

Objektivno, ova djelatnost ima mnogo veće i prihode i zaposlenost jer u statistici nisu zasebno prikazani efekti organizacijskih jedinica koji se bave snimanjem zvuka, a djeluju u sastavu TV emitera. Tako, naprimjer, Muzička produkcija BHT broji 20 uposlenih koncem 2015, a Hayat production također ima značajan broj zaposlenih.

Ova djelatnost zasnovana je na izvanrednom tehnološkom napretku na osnovama digitalizacije. Za obavljanje ove djelatnosti nema velikih ulaznih barijera – kućni studio se može organizirati sa

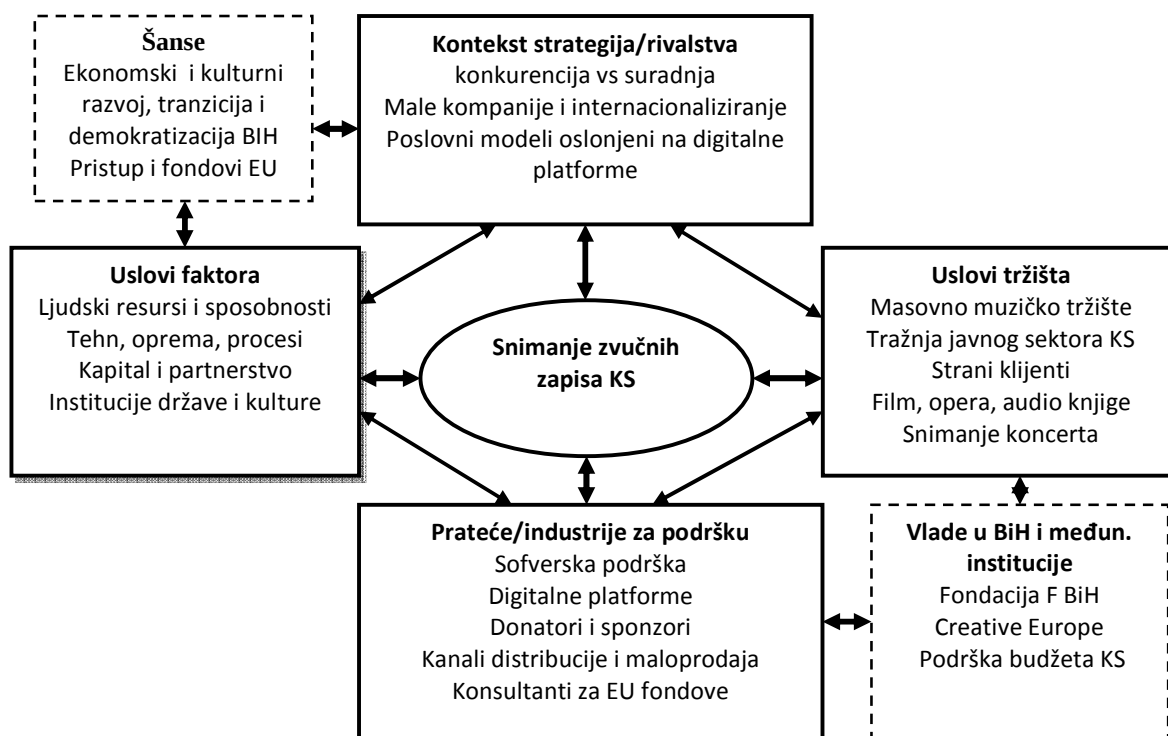
ulaganjem u opremu od 2.000-5.000 KM. Internet je uništio ovu industriju, jer je emitiranje i korištenje putem You Tube dominantno i samo za arhivske ili potrebe nekog izuzetnog kvaliteta vrši se snimanje na nosače zvuka. To znači i veoma teško postizanje zaštite intelektualnog vlasništva i masovno piratstvo u prometu nosača zvuka (Ammar Jažić, direktor Bosnatona Sarajevo, intervju 28.1.2016.). Od najvećih snimača zvuka Muzička produkcija BHT obavlja djelatnost za potrebe vlastitog radio i TV programa, a samo u manjem obimu služi za vanjske klijente. Hayat production ima produkciju za vlastiti program i za vanjsko tržište sa preko 300 vlastitih i 80 licenciranih izdanja.

Pored produkcije muzičkih numera i spotova, snimanje zvuka se vrši za potrebe muzike u filmu za domaće i strane producente, za snimanje poezije i spotova, za aplikacije putem softverskih programa u muzejima i u svim područjima u kojima sound design pojačava umjetnički ili drugi efekt i dojam. Audio knjige se financiraju kroz donacije u čemu BH Telecom prednjači.

Dio tražnje za snimanjem zvuka generiraju javne institucije – Narodno pozorište Sarajevo sa operom i Sarajevska filharmonija, a zatim i posebna podrška za snimanje djela iz muzičke baštine BiH preko Fondacije pri Ministarstvu kulture i sporta F BiH.

Domaće kompanije se natječu i na tenderima iz zemalja EU gdje dobivaju neke poslove zahvaljujući niskim cijenama uz zadovoljavanje tehničkih standarda. Šanse za razvoj ove djelatnosti vide se u ponudi muzičkih dijela preko digitalne platforme i u većoj zaštiti intelektualnog vlasništva i certificiranju organizacija za snimanje zvuka, kako bi se ispunili odgovarajući standardi za obavljanje ove djelatnosti. Organizacije iz ove oblasti nisu konkurirale ni za kakva sredstva prema programu Kreativna Europa i izražavaju interes da se upoznaju sa mogućnostima apliciranja za korištenje tih sredstava.

Slika 29. Dijamant konkurentskih prednosti izdavaštva



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

Dijamant konkurentskih prednosti djelatnosti snimanja zvučnih zapisa je u nastajanju i rezultat je izostanka bilo kakve aktivnosti na suradnji tržišnih aktera te djelatnosti ili aktivnosti institucija iz oblasti kulture i drugih oblasti za poticanje kooperacije tržišnih aktera. Većinu sastavnih elemenata tog dijamanta profilirali su tržišni utjecaji, osim onog dijela koji je oslonjen na podršku budžeta F BiH, a u budućnosti i na podršku budžeta KS.

VI 4.2. SWOT analiza za djelatnost snimanja zvučnih zapisa

SWOT analiza za ovu djelatnost ukazuje na postojanje jako nepovoljne okoline u kojoj ni konkurentnost kompanija nije izgrađena na takav način da bi prerasla u snage. U takvoj situaciji strateška opcija je koristiti selektivno one elemente okoline koji mogu emitirati prilike i razvijati specifične konkurentne sposobnosti za iskorištavanje takvih prilika i izbjegavanje prijetnji koje emitira okolina.

Tabela 42. Rezultati SWOT analize za djelatnost snimanja zvučnih zapisa na KS

VANJSKA OKOLINA			UNUTRAŠNJA OKOLINA		
RB	Elementi vanjske okoline	Ocjena	RB	Elementi unutrašnje okoline	Ocjena
1.	Ekonomsko okruženje (zaposlenost, BDP, ekonomski rast, tražnja i potrošnja, strane direktne investicije)	6	1.	Ljudski resursi i sposobnosti	7
2.	Tehnološko okruženje i inovacije	8	2.	Organiziranost industrije	4
3.	Pravno-institucionalni okvir (regulacija industrije, zaštita intelektualnog vlasništva)	4	3.	Raspoloživost financijskih resursa	5
4.	Kulturološko okruženje (životni stilovi, subkulture, prihaćanje inovacija)	6	4.	Stupanj internacionaliziranja	
5.	Demografsko okruženje (stari-mladi, urbano vs ruralno, migracije, dijaspora)	6	5.	Reputacija i brand industrije u domaćim i međunarodnim okvirima	4
6.	Naslijeđena razvijenost lanca vrijednosti industrije	4	6.	Marketing tržišna orijentacija	6
7.	Konkurencija (granska i generička)	7	7.	Kapacitet razvijanja programa i aplikacija prema domaćim, EU i drugim fondovima i sponzorima	4
8.	Interes poduzetničkog kapitala za ulaganja u snimanje zvučnih zapisa	4	8.	Sposobnost razvijanja projekata koprodukcije i suradnje (JPP)	5
9.	Podrška domaćih i međunarodnih institucija i EU	4	9.	Sposobnost inovativnih rješenja u lancu vrijednosti izdavaštva	6
Ukupno		49	Ukupno		41
Prosjeak		5,4	Prosjeak		4,6

Napomena: Ocjene u rasponu od 1 do 10 znače: 1) za vanjsku okolinu: od 1 do 3 prijetnje; od 4 do 6 neutralni uticaj; od 7 do 10 prilike, 2) za internu okolinu: od 1 do 3 slabosti; od 4 do 6 neutralni uticaj; od 7 do 10 snage (rasponi ocjena u okviru svake kategorije odražavaju intenzitet prijetnji/prilika ili snaga/slabosti)

Izvor: konstrukcija i procjena autora

VI 4.3. Potporno okruženje za djelatnost snimanja zvučnih zapisa

Zbog ograničenih javnih efekata, nepovoljne okoline i niske konkurentnosti kompanija u ovoj djelatnosti objektivno je limitiran izbor sadržaja i oblika javne podrške za njen razvoj. Ipak, može se govoriti o sljedećim aktivnostima iz domena nadležnosti KS:

- Pružanje javne podrške kroz Centar za kreativne industrije i Fondaciju za kreativne industrije KS u pripremi projekata iz programa Kreativna Europa
- Pružanje javne podrške kroz programe međunarodnih razvojnih agencija u istraživanju i primjeni odgovarajućeg podlovnog modela suradnje i tržišnog nastupa u djelatnosti snimanja zvučnih zapisa

VI 5. Oblast literature

Kao dio kreativne industrije literatura nije sadržana u NACE klasifikacijama. Literaturno stvaralaštvo je značajno za kreativnu industriju jer stvara osnovu za niz kreativnih industrija (film, pozorište, televizija, radio, izdavaštvo i druge), stvara javna kulturna dobra i gradi identitet zemlje i njenu percepciju u međunarodnom okruženju.

Literatura u BiH nije aktivnost koja je organizirano podržana, sistem koji ima svoje elemente od pojedinaca – stvaralaca u literaturi preko organizacija pisaca, izdavača, prevodilaca, nevladinih organizacija, državnih institucija i kulturnih asocijacija koje upravljaju svim elementima sistema koji stvara i objavljuje literaturno djelo. Literatura je u BiH stvar individualizma pojedinaca koji stvaraju takvo djelo i talenta i energije koju pojedinac ulaže u to djelo. Pojedinac je izložen svim rizicima ekonomske prirode i preuzima sav rizik bavljenja literaturom. pisci nemaju organiziranu podršku za pisanje literarnih dijela i samo manji broj njih uživa neku potporu ili mu se otkupe dijela.

Mjere javne podrške literarnom stvaralaštvu trebalo bi da budu stvar državnog ili entitetskog nivoa podrške kreativnoj industriji. Kako god bilo za KS mogu se predložiti slijedeće mjere i aktivnosti za javnu podršku piscima u stvaranju literarnih dijela:

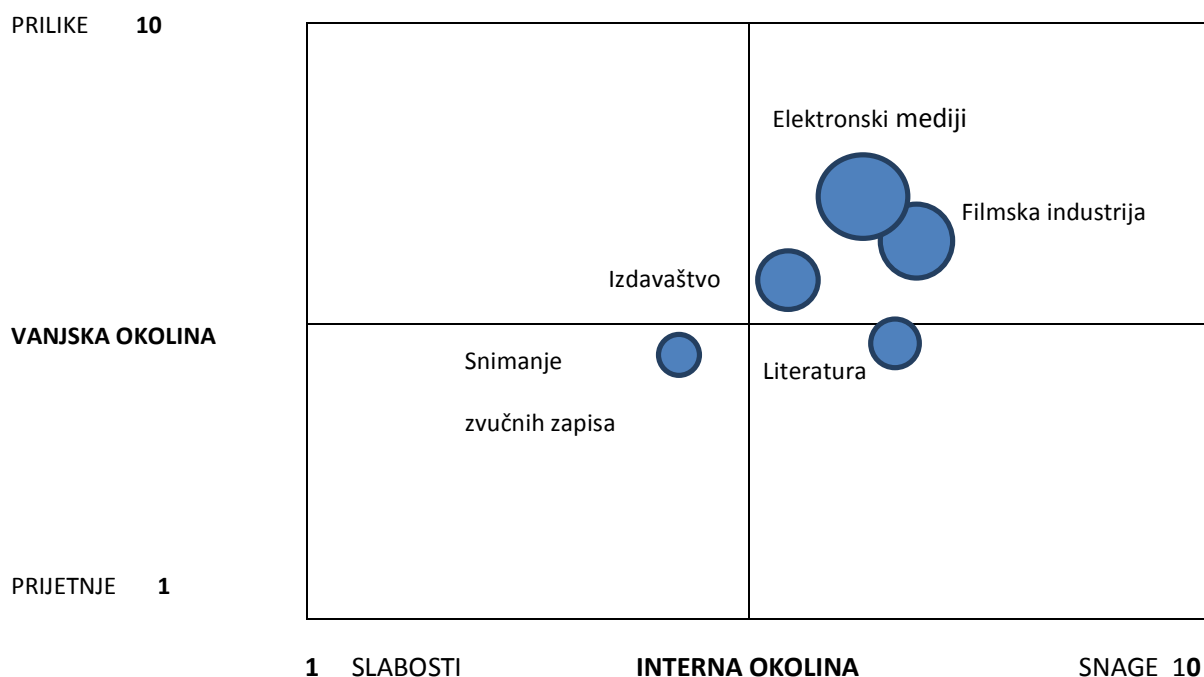
- Podrška za mlade literature u formi stipendija ili nagrada za literarna ostvarenja
- Podrška za nagrade i stimulacije za najbolja ostvarenja iz područja literarnog stvaralaštva
- Podrška za promociju BH knjige kroz financiranje prevoda knjiga BH pisaca za objavljivanje u inozemstvu
- Podrška u formi nagrade za najbolje prevodioce u BiH
- Podrška za održavanje književnih manifestacija na kojima se promoviraju djela domaćih pisaca (festivali, književni događaji, književni programi knjižara i drugo)

Za veliki dio ovih aktivnosti mogu se osigurati sredstva putem programa kreativna Europa, posebno za prevod književnih djela najvišeg dometa.

VI 6. Rezime SWOT analize za film, elektronske medije, izdavaštvo, snimanje zvučnih zapisa i literaturu

Za prve četiri oblasti izvršena je detaljna analiza, a za literaturu se primjenjuje metoda analogije, jer ta djelatnost nije specificirana kao zasebna i nema institucionalne forme.

Slika 30. Rezultati SWOT analize za pet istraživanih djelatnosti kreativne industrije



Izvor: konstrukcija autora

Grafički prikaz na slici 29 pokazuje da su najbolje pozicionirani djelovi kreativne industrije filmska industrija i elektronski mediji. Slijede izdavaštvo i literatura, a onda snimanje zvučnih zapisa. Takvo pozicioniranje ima implikacije za vođenje javnih politika sa prioritetima javne podrške za film, elektronske medije, literaturu i izdavaštvo. Literaturu kao specifičnu formu kreativne industrije treba promatrati kao njenu infrastrukturu i smatrati je dijelom prioritetnog javnog angažiranja u razvoju kreativne industrije na kantonu Sarajevo.

VII KREATIVNA INDUSTRIJA U KANTONU SARAJEVO -PODSEKTOR RAČUNARSKI PROGRAMI, OGLAŠAVANJE, ARHITEKTURA I DIZAJN

VII 1. Računarski programi, računarske igre i novi mediji

IT sektor spada među najuspješnije i najprofitabilnije grane savremene privrede. Sektor je izuzetno brzim razvojem tokom posljednjih decenija doveo do revolucionarnog zaokreta u djelovanju i komuniciranju ljudi i biznisa. Veličina domaćeg tržišta je nedovoljna da apsorbira ponudu, te je ovaj sektor izuzetno izvozno orijentisan. Sektor karakteriše relativno niska vrijednost imovine, ali visoko učešće znanja i dodane vrijednosti.

Podsektor „Računarski programi, računarske igre i novi mediji“ prema NACE klasifikaciji djelatnosti obuhvata: 58.21 izdavanje računarskih igara, 58.29 izdavanje drugih vrsta softvera, 62.01 računarsko programiranje.

VII 1.1. Situaciona analiza računarski programi, računarske igre i novi mediji

Naredna tabela daje prikaz broja subjekata u podsektoru. Očito je da je izuzetno visoka koncentracija subjekata u KS u odnosu na FBiH. Oko 50% svih firmi iz ovog podsektora (pravna lica i obrti) se nalazi u KS.

Tabela 43. Broj subjekata u podsektoru Računarski programi, računarske igre i novi mediji

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBiH	KS u FBiH %
58.21	Izdavanje računarskih igara	0	3	0
58.29	Izdavanje drugih vrsta softvera	8	12	67
62.01	Računarsko programiranje	211	426	49,5
	Ukupno	219	441	49,7

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

U strukturi firmi dominiraju pravna lica, odnosno 65% firmi su pravna lica što se vidi u narednoj tabeli.

Tabela 44. Struktura subjekata u podsektoru Računarski programi, računarske igre i novi mediji

NACE kod	Opis	Broj		
		Pravna lica	Obrt	Ukupno
58.21	Izdavanje računarskih igara	0	0	0
58.29	Izdavanje drugih vrsta softvera	7	1	8
62.01	Računarsko programiranje	136	75	211
	Ukupno	143	76	219

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016

Kada se analiziraju podaci o broju zaposlenih u podsektoru, očito je da KS generiše više od dvije trećine radnih mjesta u FBiH (72,6%).

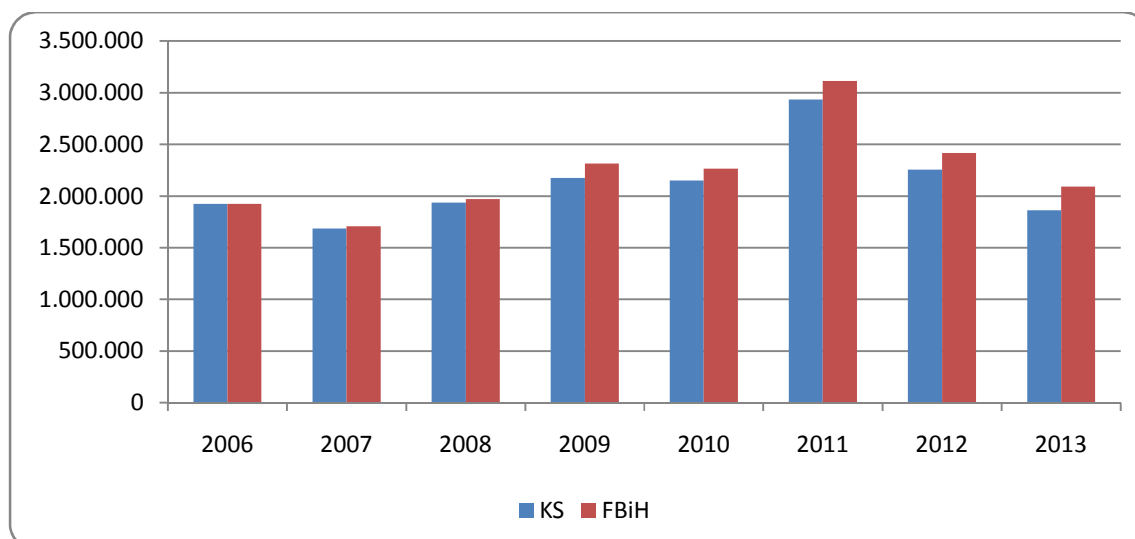
Tabela 52. Broj zaposlenih u podsektoru Računarski programi, računarske igre i novi mediji

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBiH	KS u FBiH %
58.21	Izdavanje računarskih igara	0	5	0
58.29	Izdavanje drugih vrsta softvera	75	77	97
62.01	Računarsko programiranje	1.079	1.508	71,5
	Ukupno	1.154	1.590	72,6

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016

Naredni grafik prikazuje pregled kretanja prihoda podsektora u KS i FBiH.

Slika 31. Izdavanje drugih vrsta softvera, KS i FBiH, 2006-2013, u KM

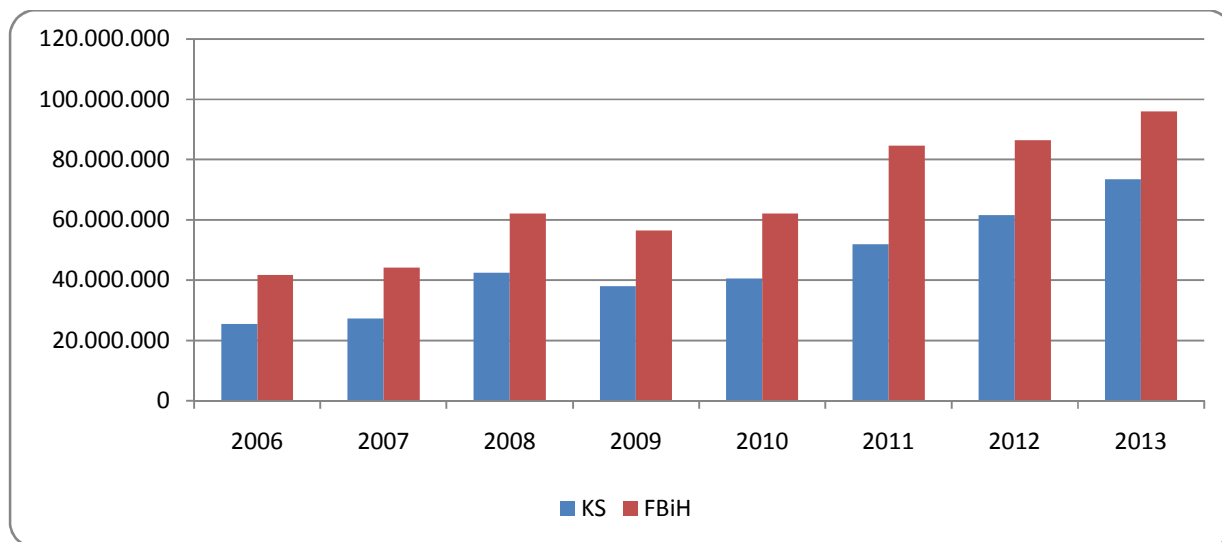


Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Interesantno je primjetiti da u ovom podsektoru u KS ne postoje firme koje se bave isključivo izradom računarskih igara, dok u FBiH postoje samo tri. Ova djelatnost je izuzetno izvozno orijentisana. Za komparaciju, samo u Hrvatskoj je objavljeno više od 30 većih igara od kojih je desetak zabilježilo uspjeh na globalnom tržištu u posljednjih 20 godina (Ekonomski institut Zagreb, 2015). Prema istom izvoru u Hrvatskoj postoji desetak mikro i malih firmi koje su specijalizovane za izradu igara, sa prosječno šest zaposlenih, okupljenih u klaster (osnovan u martu 2015. godine) i sa ukupnim prihodom od 21 milion kuna i izvozom od 17,6 miliona kuna u 2013. godini. Razvoj video igara je segment za koji postoji mogućnost apliciranja za

sufinansiranje (50%) na fond Creative Europe u podprogramu vizuelni mediji gdje se sufinansiraju koncepti od 10-50.000 EUR, a razvoj 10-150.000 EUR.

Slika 32. Računarsko programiranje, KS i FBiH, 2006-2013., u KM



Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016.

Prikazani podaci se odnose samo na firme koje su kao primarnu djelatnost registrovale jednu od navedenih djelatnosti. Međutim ukoliko se u cilju identificiranja IKT klastera u analizu uključe i firme koje su direktno ili indirektno povezane sa sektorom informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT) onda se dobija značajno drugačija slika. U tom smislu bi se u analizu mogle uključiti i firme koje djeluju u:

- Područje C - prerađivačka industrija,
- Područje G - trgovine na veliko i na malo,
- Područje J - informacije i komunikacija,
- Područje N - administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti i
- Područje S - ostale uslužne djelatnosti.

Studija Privredne komore (2016) zaključuje sljedeće:

- U KS je registrovano 376 firmi (koje bi se mogle svrstati u IKT klaster) u 2014. godini što čini 49,54% ukupnog broja firmi IKT klastera u FBiH.
- Firme IKT klastera u KS su ostvarile ukupan prihod od 1.248.053.955 KM (66,35% od ukupnog prihoda IKT firmi u FBiH) u 2014. godini, sa ukupno 6.578 zaposlenih (61,44% od broja zaposlenih u IKT firmama u FBiH).

Lista djelatnosti uključenih u IKT klaster data je u tabeli ispod.

Tabela 46. Lista djelatnosti uključenih u IKT klaster

LISTA DJELATNOSTI IKT INDUSTRIJE		
Informacione tehnologije	Informaciono komunikacione	Komunikacione tehnologije
Područje C PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA		
26 Proizvodnja računala te elektroničkih i optičkih proizvoda		
26.2 Proizvodnja računala i periferne opreme 26.20 Proizvodnja računala i periferne 26.3 Proizvodnja komunikacijske opreme	26.1 Proizvodnja elektroničkih komponenta i ploča 26.11 Proizvodnja elektroničkih 26.12 Proizvodnja punih elektroničkih ploča 26.8 Proizvodnja magnetskih i optičkih medija 26.80 Proizvodnja magnetskih i optičkih	26.30 Proizvodnja komunikacijske opreme
27 Proizvodnja električne opreme		
	27.3 Proizvodnja žice i elektroinstalacijskog 27.31 Proizvodnja kablova od optičkih 27.32 Proizvodnja ostalih elektroničkih i	
Područje G TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIM VOZILA I MOTOCIKALA		
46 Trgovina na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima		
46.5 Trgovina na veliko informacijsko-komunikacijskom opremom 46.51 Trgovina na veliko računalima, opremom i softverom		46.5 Trgovina na veliko informacijsko-komunikacijskom opremom 46.52 Trgovina na veliko elektroničkim i telekomunikacijskim dijelovima i opremom
47 Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima		
47.4 Trgovina na malo informacijsko-komunikacijskom opremom u specijaliziranim prodavaonicama 47.41 Trgovina na malo računalima, jedinicama i softverom u specijaliziranim prodavaonicama		47.4 Trgovina na malo informacijsko-komunikacijskom opremom u specijaliziranim prodavaonicama 47.42 Trgovina na malo telekomunikacijskom opremom u specijaliziranim prodavaonicama
Područje J INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE		
58 Izdavačke djelatnosti	63 Informacijske uslužne djelatnosti	61 Telekomunikacije
58.2 Izdavanje softvera 58.21 Izdavanje 58.29 Izdavanje ostalog softvera 62 Računalno programiranje, savjetovanje i djelatnosti povezane s njima 62.0 Računalno programiranje, savjetovanje i djelatnosti povezane s njima 62.01 Računalno programiranje 62.02 Savjetovanje u vezi s računalima 62.03 Upravljanje računalnom opremom i sustavom 62.09 Ostale uslužne djelatnosti u vezi s informacijskom tehnologijom i računalima	63.1 Obrada podataka, usluge hostinga i djelatnosti povezane s njima; internetski 63.11 Obrada podataka, usluge hostinga i djelatnosti povezane s njima 63.12 Internetski portali	61.1 Djelatnosti žičane telekomunikacije 61.10 Djelatnosti žičane telekomunikacije 61.2 Djelatnosti bežične telekomunikacije 61.20 Djelatnosti bežične telekomunikacije 61.3 Djelatnosti satelitske telekomunikacije 61.30 Djelatnosti satelitske telekomunikacije 61.9 Ostale telekomunikacijske djelatnosti 61.90 Ostale telekomunikacijske djelatnosti
Područje N - ADMINISTRATIVNE I POMODNE USLUŽNE DJELATNOSTI		
	77 Djelatnosti iznajmljivanja i davanja u 77.3 Iznajmljivanje i davanje u zakup (leasing) ostalih strojeva, opreme te materijalnih 77.33 Iznajmljivanje i davanje u zakup uredskih strojeva i opreme (uključujući	
PODRUČJE S - OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI		
95 Popravak računara i predmeta za ličnu upotrebu i domaćinstvo		
	95.1 Popravak računara i komunikacijske 95.11 Popravak računara i periferne opreme	

Izvor: Privredna-Gospodarska komora FBiH, 2016.

Naredna tabela daje detaljniji pregled strukture IKT klastera i prihoda po djelatnostima. Očito je da se veći dio prihoda IKT firmi odnosi na telekomunikacije (55%), dok firme koje su predmet ove studije kreiraju oko 17,4% ukupnih prihoda IKT industrije.

Tabela 47. IKT sektor u KS, 2014

Opis	Broj firmi u KS	Prihod
Proizvodnja računara te elektroničkih i optičkih proizvoda	9	12.865.224
Proizvodnja električne opreme	0	0
Trgovina na veliko ostalim elektronskim dijelovima i opremom	72	280.987.250
Trgovina na malo osim trgovine motornim vozilima i motociklima	27	23.410.366
Izdavačke djelatnosti	7	1.918.299
Telekomunikacije	15	690.867.260
Računarsko programiranje savjetovanje i djelatnosti povezane s njima	184	217.533.100
Informacijske uslužne djelatnosti	44	13.751.249
Djelatnosti iznajmljivanja i davanja u zakup (leasing)	2	76.449
Popravak računara i predmeta za ličnu upotrebu i domaćinstvo	16	6.644.758
Ukupno	276	1.248.053.955

Izvor: Privredna-Gospodarska komora FBiH, 2016.

Sektor je prepoznat kao jedan od razvojnih prioriteta KS u Strategiji razvoja KS 2020 (Zavod za planiranje razvoja KS, 2015). U okviru strateškog cilja 1 - „Poboljšati administrativni i poslovni ambijent za ubrzan ekonomski rast i unaprijediti ekonomsku strukturu radi povećanja izvoza roba i usluga” definisani su sljedeći prioriteti:

- Unaprijediti inovativnost, standardizaciju i izвозnu orijentaciju u proizvodnim i uslužnim industrijama sa potencijalom za izvoz (između ostalih, metalske, drvne, prehrambene, zelene, kreativne industrije itd.)
- Podržati razvoj konkurentnosti i atraktivnosti KS za ulaganja iz oblasti IKT industrije.

Strategija razvoja KS 2020 (2015) kroz prioritetni cilj „Podržati razvoj konkurentnosti i atraktivnosti KS za ulaganja iz oblasti IKT industrije” definiše željeno stanje u razvoju IKT sektora, prezentirano u tabeli ispod.

Tabela 48. Pokazatelji razvoja IKT industrije

	Početna vrijednost 2014.	Ciljana vrijednost 2020.
Iznos ostvarenih investicija u IKT sektoru	149.524.000 KM	190.000.000 KM
Broj poslovnih subjekata	836	1.050
Broj zaposlenih	7.489	11.000
Prosječna neto plata	1.270 KM	1.500 KM

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS, 2015.

Očito je da su očekivanja za razvoj IKT sektora u KS izuzetno visoka, ali i da postoje realne mogućnosti za razvoj koje su u skladu sa strateškim dokumentima višeg nivoa kao što su Evropa 2020, JIE 2020, Strategija EU za dunavsku regiju, Sporazum za rast i zapošljavanje i Reformska

agenda za BiH 2015-2018. U razvoju IKT sektora i start-up firmi se može ugledati na Estoniju i Izrael koje su IKT prepoznali kao strateški sektor i sistemski pristupaju njegovom razvoju.

Projekti koji su inkorporirani u prijedlog Strategije razvoja KS 2020 se između ostalog odnose na:

- Podršku informatičkom opismenjavanju – uvođenje IKT nastavnog predmeta u nastavne planove i programe javnih univerziteta, organizaciju informatičkih klubova/sekcija, osnivanje fonda za edukacije i stipendiranje, obuke za prekvalifikaciju u IKT sektoru, itd
- Razvoj kapaciteta – formiranje upravnog tijela za IKT sektor KS, uspostavljanje tehnološkog parka, itd.

Prema riječima direktora RAK-a Predraga Kovača male i srednje IKT firme, start-up firme, te razni oblici njihovog udruživanja kao što su hub-ovi i tehnološki parkovi, su pokretači inovacija i praktičnih rješenja za ubrzanje napretka, posebno u zemljama u razvoju. BiH nema konzistentnu strategiju razvoja informacijskog društva u skladu sa svjetskim i evropskim trendovima, niti dugoročne strategije IKT industrije bazirane na malim i srednjim preduzećima. U BiH je takođe nedovoljno ulaganje u istraživanje, inovacije i korištenje fondova Evropske unije u ovoj oblasti.

Postojeća saradnja u IKT sektoru nije dovoljna i neophodno je da se IKT firme organizuju kroz postojeće ili nove forme udruživanja (udruženja u okviru Vanjsko trgovinske komore BiH, entitetskih i kantonalnih privrednih komora, Udruženja poslodavaca, samostalna IKT udruženja, IKT klasteri, poslovni inkubatori, tehno parkovi, inovacioni centri, itd) i izbore se za svoj bolji status (Privredna komora KS, 2016). U okviru PK FBiH je aktivna sektorska IKT grupacija u okviru koje postoji inicijativa za kreiranje klastera IKT industrije. Sektorska grupacija je članica inicijativa kao što su SEE IT i Balkan & Black Sea koje imaju za cilj umrežavanje kroz klastere. Umrežavanje daje mogućnost za aktivniji pristup u rješavanju problema sa kojima se sektor suočava i definisanju standarda djelovanja. Jedan od značajnih problema se odnosi i na postojanje i provođenje regulative, kao što je npr. e-potpis. Problem se ogleda i u promociji, nastupu i izlasku na tržište koji je uglavnom individualni i atomizirani. Jedan od načina na koji se KS može uključiti u ovu problematiku se odnosi na finansiranje prisustva na sajmovima (npr. CEBiT u Hanoveru). Potreban je i aktivniji pristup promociji, posebno firmi koje nude proizvode za domaće tržište, ali i za izvozno orijentisane. Potrebno je raditi na kreiranju uslova za angažman domaćih firmi u izradi rješenja putem javnih nabavki gdje dominiraju inostrane firme, uz podugovaranje domaćih.

U KS je aktivna „BIT alijansa“ (www.bitalliance.ba) koja okuplja značajne firme iz IT sektora – Authority Partners, Atlant BH, DevLogic, Green River Media, Zira, Ping, codeNest i Mistral. Ove firme zajedno zapošljavaju preko 700 ljudi, uglavnom IT stručnjaka iz raznih oblasti. Pored toga

u KS djeluju i firme koje su rezultat ulaganja iz Holandije, Švedske, Danske, itd kao što su SoftHouse, Dapresy, Systems Verification, itd. Mnoge firme u IT sektoru su razvoj započeli kroz outsourcing za inostrane kompanije da bi dalje nastavili sa razvojem sopstvenih rješenja.

2014. i 2015. godinu u razvoju IT sektora su obilježili i uspostavljanje „co-working i collaboration“ prostora i start-up inkubatora/akceleratora HUB387 (www.hub387.com) i Networks (www.networks.ba). Ovi centri su začetak novog vala u razvoju IT sektora, ali i razvoju preduzetništva u KS. Ideje za ovakve centre nisu nove i dio su savremenih svjetskih trendova, međutim one su zamajac koji je potreban za razvoj malog preduzetništva u oblasti kreativnih industrija. Osim ugodnog i modernog prostora za rad, ovi centri pružaju mogućnost edukacije, mentoringa, povezivanja sa fondovima/investitorima, organizaciju demo days, itd. Trenutno u Networks-u boravi 60 preduzetnika koji rade za lokalno i međunarodno tržište, a cilj je da se godišnje pomogne minimalno 10 firmi u širenju na svjetsko tržište.

Tokom jula 2016. godine potpisan je Protokol o međusobnoj saradnji u jačanju konkurentnosti i atraktivnosti Kantona Sarajevo kroz razvoj i podršku IT sektora između Vlade KS, Ureda Helvetas Swiss Intercooperation u BiH (projekt Market Makers), Udruženja HUB 387 i Sarajevske razvojne agencija SERDA. Protokol se odnosi na uspostavljanje progresivnog i inovativnog poslovnog centra IT industrije - tehnološkog parka na lokalitetu Šipa na prostoru od oko 100.000 m².

Za ilustraciju, u Tuzli od 2005. godine djeluje Business Innovation and Technology (BIT) centar za poslovno inkubiranje firmi u IKT sektoru. Nedavno je otvorena četvrta faza BIT Centra za više malih i srednjih firmi u Tuzli, Srebreniku i Kalesiji. BIT centar je stvorio uslove za zapošljavanje 400 inženjera, a do sada je kroz tri faze educirano oko 5.000 ljudi. Četvrta faza će u početku zaposliti 30 programera, a planiran je porast broja zaposlenih na 140.

Za očekivati je dalji razvoj centara ovog tipa i u drugim gradovima u BiH, ali i uspostavljanje novih centara u Sarajevu. Nedavno je i u Zenici otvoren prvi centar ovog tipa – Impulsni kreativni centar. U Travniku je takođe otvoren co-working prostor za 20 mladih IT stručnjaka, sa namjerom kreiranja poslovnog inkubatora. U Banja Luci je tokom juna 2016. godine otvoren Microsoft inovacijski centar (130 centara u 60 zemalja), u saradnji sa Inovacionim centrom Banja Luka, sa ciljem podrške inovacijama i start-up firmama na bazi softverskih rješenja i edukacije u oblasti IT.

Jedan od zaključaka 6. Microsoft konferencije NetWork održane u Neumu u junu 2016. godine je da na tržištu BiH nema dovoljno kadrova iz IT oblasti, te da je prioritet BiH transformacija sektora obrazovanja i kreiranje kadrova koji su u mogućnosti svoju funkciju u firmi obavljati od prvog dana zaposlenja. Prema nalazima istraživanja nivo istraživanja i razvoja u sektoru je

izuzetno nizak i potrebno je raditi na uvezivanju sa univerzitetima u cilju stimulisanja istraživanja, ali i razvoju novih studijskih programa i modernizaciji kurikuluma. Istraživanje takođe pokazuje da je potreban razvoj menadžerskih znanja i vještina.

Prema Vedranu Ljuboviću sa ETF Sarajevo (Ekapija, 2016) postoji problem održivosti postojeće produkcije IT kadrova i teško je povećati broj novih kadrova. Potrebno je uređenje stanja u obrazovanju u smislu praktične orijentacije i specijalizacije, te povezivanju sa poslodavcima. U 2015. godini je ETF Sarajevo upisao 200 studenata na studij računarstva i informatike, ali praksa pokazuje da tek oko 50% upisanih dođe do diplome. Može se zaključiti da postoji potreba za unapređenjem i kvantiteta i kvaliteta kadrova i da je potrebno raditi na aktivnom pristupu definisanju politika upisa i razvoja kadrova. S druge strane, uočljiv je i problem odliva stručnih IT kadrova iz BiH koji odlučuju da karijeru razvijaju u inostranstvu radeći na bolje plaćenim radnim mjestima. Problem koji se javlja u BiH u vezi nedostatka kadrova i odliva kadrova je sličan kao i u susjednim zemljama – Srbiji i Hrvatskoj. Prema nekim statistikama, Hrvatsku je u zadnjih pet godina napustilo oko 10.000 IT stručnjaka. Jedan od problema u pogledu raspoloživosti kadrova su i free-lance stručnjaci koji djeluju u zoni sive ekonomije, nisu registrovali biznis i ne plaćaju poreze i doprinose.

Firme kadrove privlače kroz programe stipendiranja ili pružanja mogućnosti za praksu. Prema nalazima istraživanjima, studenti se brzo zapošljavaju, ali firme moraju investirati od tri do šest mjeseci u razvoj zaposlenika nakon završetka školovanja.

Interesantni su primjeri firmi koje organizuju programe edukacije mladih ljudi u cilju implementacije teoretskih znanja u profesionalnom radnom okruženju.

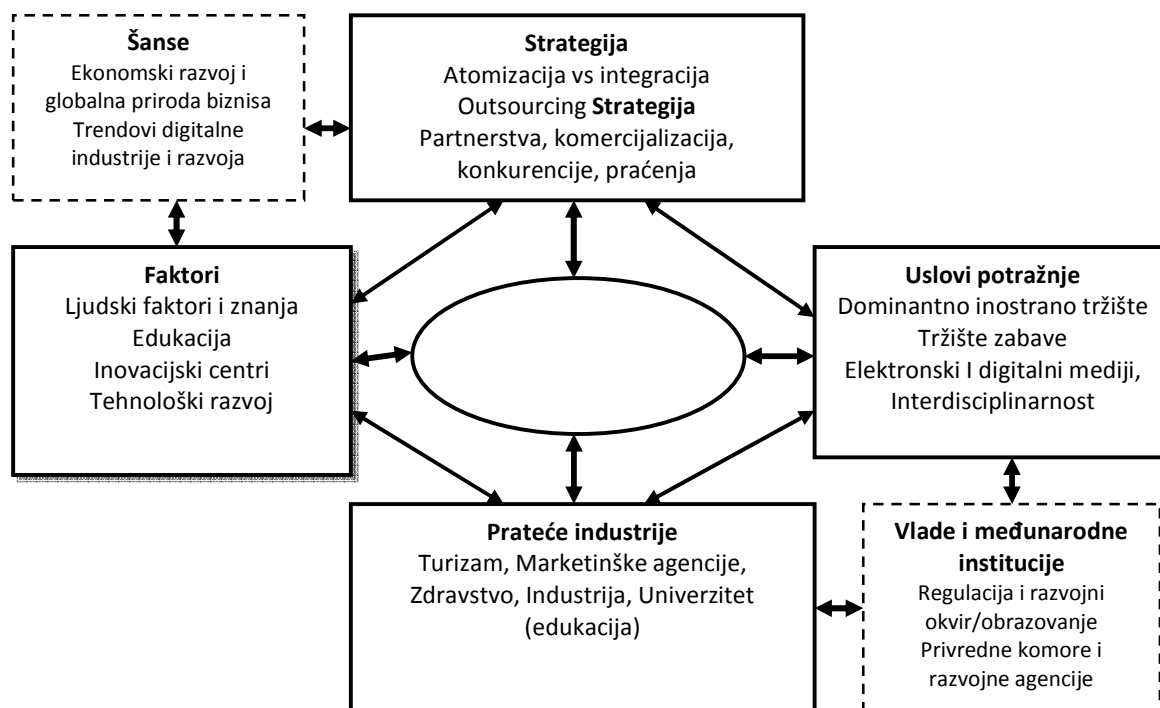
Authority Partners već dvije godine organizuje program prakse Authority Partners Lab za mlade ljude zainteresovane za rad na IT projektima i novim tehnologijama. Do sada je organizovano osam programa prakse za 120 polaznika, od kojih je 30 zaposleno u firmi Authority Partners. Comtrade već 20 godina organizuje besplatne ljetne škole informacionih tehnologija. BIT Alijansa organizuje šestomjesečne programe edukacije u skladu sa potrebama sektora.

IT industrija ima velike kros-sektorske mogućnosti za razvoj. Jedan od najuočljivijih primjera toga je razvoj turizma. Zahvaljujući informacionim i komunikacionim tehnologijama došlo je do potpunog restrukturiranja lanca vrijednosti u turizmu. Tako da je savremeni turizam informaciono intenzivna i digitalna industrija. U KS dolazi do pozitivnih kretanja u segmentu uvezivanja IT sektora i turizma kroz niz inicijativa koje se tiču razvoja aplikacija-rješenja vezanih za kreiranje itinerera i turističkih paketa, promociju i prodaju, uvezivanje, itd. HUB387 je tokom juna pokrenuo projekat Balkan Vibe (www.balkanvibe.com) kao jedinstveni alat za promociju turističkih proizvoda Balkana.

Prijedlozi koji dolaze od IT firmi se mogu sumirati kroz sljedeće:

- Kreiranje strategije razvoja IT sektora u cilju određenja pravaca razvoja sektora.
- Razvoj obrazovnih kurikuluma koji odražavaju savremene trendove i uvođenje IT predmeta u nastavu već od osnovne škole.
- Vođenje upisnih politika u skladu sa potrebama tržišta rada, te unapređenje praktičnih znanja studenata.
- Ulaganja u umrežavanje IT firmi (klasteri) i razvoj tehnoparkova.
- Stimulisanje preduzetništva i unapređenje poslovnog ambijenta u cilju pokretanja novih i unapređenja postojećih biznisa, povećanje izvoza i eliminacija sive ekonomije.

Slika 33. Dijamant konkurentskih prednosti računarski programi, računarske igre i novi mediji



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

VII 1.2. SWOT analiza računarski programi, računarske igre i novi mediji

Nalazi ovog dijela se mogu predstaviti kroz SWOT matricu koja je prezentirana u tabeli ispod.

Tabela 49. SWOT matrica za računarske programe, računarske igre i nove medije

SNAGE		SLABOSTI	
-	Ulaganje u razvoj kadrova	-	Nepostojanje strategije razvoja IT sektora
-	Co-working/accelerator prostori	-	Atomiziran nastup na tržištu
		-	Nedovoljno ulaganje u promociju
		-	Fokus firmi na outsourcing aktivnosti i manjak sopstvenih rješenja
		-	Neatraktivne plate i naknade za zaposlene u odnosu na inostranstvo
PRILIKE		OPASNOSTI	
-	Rast tražnje na inostranom tržištu	-	Ograničena tražnja na domaćem tržištu
-	Mogućnosti za uvezivanje u klastere na nivou BiH, regije i šire	-	Ograničen broj kvalitetnih kadrova na tržištu
-	Interes KS za sistemski pristup razvoju IT sektora	-	Neadekvatni nastavni programi
		-	Odliv kadrova u inostranstvo
		-	Pristup izvorima finansiranja
		-	Postojanje sive zone (freelance IT stručnjaci)
		-	Standardi, zakonska regulativa i neprovođenje regulative
		-	Nepovoljno poslovno okruženje za razvoj biznisa
		-	Ograničen broj inicijativa za podršku razvoju biznisa

VII 1.3. Potporno okruženje računarski programi, računarske igre i novi mediji

IT sektor je uz turizam jedan od brzorastućih i izvozno orijentisanih segmenata privrede KS. Međutim dosadašnji rast i razvoj su rezultat organskog rasta industrije i preduzetničke inicijative pojedinaca i kompanija u sektoru. KS bi u okviru svojih nadležnosti trebao podsticati preduzetničku inicijativu, te kreirati ambijent za unapređenje poslovanja.

Izuzetno važan segment u kome bi KS mogao djelovati se odnosi na jedan od izuzetnih problema sa kojim se sektor susreće, a odnosi se na raspoloživost stručnih kadrova. Provedeno istraživanje pokazuje da obrazovni sistem ne proizvodi dovoljan broj stručnih kadrova, te bi KS u okviru svojih nadležnosti trebao i mogao inicirati promjene nastavnih planova i upisnih kvota za fakultete koji educiraju IT kadrove. Takođe, s obzirom na svjetske trendove, potrebno je inicirati i provoditi dodatne mjere informatizacije javnog sektora koje bi ubrzale razvoj društva u cjelini, ali i otvorilo mogućnosti za plasman domaćih programskih rješenja. Obrazovne institucije trebaju intenzivirati nastavu iz oblasti informatike, a odraslima treba omogućiti mogućnosti za razvoj IT znanja i vještina.

KS je već inicirao uspostavljanje inovacijskih centara, ali je neophodna integracija IT sektora u formi klastera u cilju jačanja konkurentnosti i tržišnog nastupa, te bi KS trebao podržati njihovo uspostavljanje i funkcionisanje. Klasteri bi doveli do bržeg razvoja i povećanja zapošljavanja u sektoru, ali i integracije sa drugim industrijama.

VII 2. Oglašavanje

Podsektor „Oglašavanje“ prema NACE klasifikaciji djelatnosti obuhvata: 73.11 Agencije za reklamu i propagandu, 73.12 Agencije za zastupanje medija, 70.21 Odnosi s javnošću i djelatnosti saopštavanja.

VII 2.1. Situaciona analiza za oglašavanje

Naredna tabela daje prikaz broja subjekata u podsektoru. Oko 58% svih agencija za reklamu i propagandu u FBiH (pravna lica i obrti) se nalazi u KS, oko 78% agencija za oglašavanje i 83% agencija za odnose s javnošću. Sve značajne agencije iz BiH su koncentrisane u KS i većina aktivnosti u sektoru se odvija u Sarajevu.

Tabela 50. Broj subjekata u podsektoru Oglašavanje

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBiH	KS u FBiH %
73.11	Agencije za reklamu i propagandu	264	456	57,8
73.12	Agencije za zastupanje medija	14	18	77,8
70.21	Odnosi s javnošću	10	12	83,3
	Ukupno	288	486	

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016

U strukturi firmi dominiraju pravna lica, odnosno 86,4% firmi su pravna lica što se vidi u narednoj tabeli.

Tabela 51. Struktura subjekata u podsektoru Oglašavanje

NACE kod	Opis	Broj		
		Pravna lica	Obrt	Ukupno
73.11	Agencije za reklamu i propagandu	228	36	264
73.12	Agencije za zastupanje medija	12	2	14
70.21	Odnosi s javnošću	9	1	10
	Ukupno	249	39	288

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016

Kada se analiziraju podaci o broju zaposlenih u podsektoru, očito je da KS generiše oko tri četvrtine radnih mjesta u FBiH (78,2%).

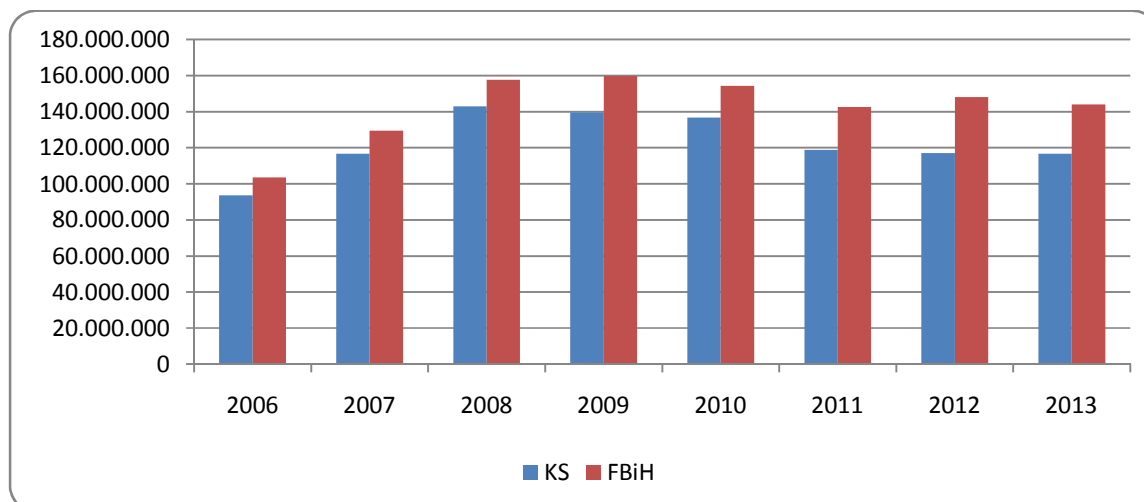
Tabela 52. Broj zaposlenih u podsektoru Oglašavanje

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBiH	KS u FBiH %
73.11	Agencije za reklamu i propagandu	691	892	77,4
73.12	Agencije za zastupanje medija	27	27	100,0
70.21	Odnosi s javnošću	12	14	85,7
	Ukupno	730	933	78,2

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016

Naredni grafici prikazuju pregled kretanja prihoda podsektora u KS i FBiH.

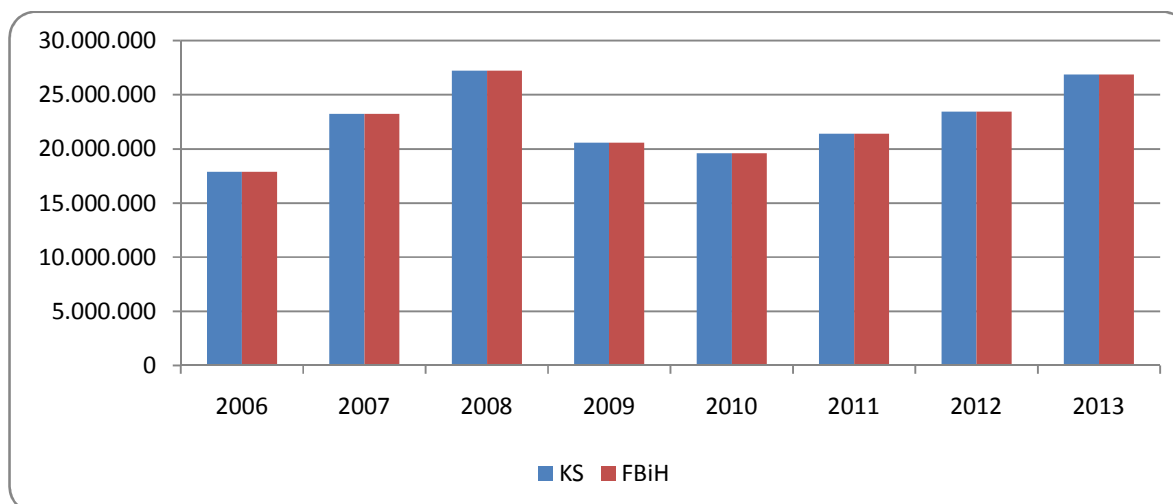
Slika 34. Agencije za reklamu i propagandu, KS i FBiH, 2006-2013., u KM



Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Očito je da kretanja prihoda u podsektoru prate kretanja u privredi u FBiH gdje je zbog ekonomske krize došlo do stagnacije ulaganja u reklamne i oglašivačke aktivnosti, dok u sektoru zakupa medija dolazi do blagog oporavka.

Slika 35. Agencije za zastupanje medija, KS i FBiH, 2006-2013., u KM



Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Na tržištu postoje full service agencije (puna usluga), BTL agencije (below-the-line oglašavanje), medijske agencije (zakup medija), PR agencije (odnosi s javnošću), agencije za produkciju i ostale agencije. Istraživanje pokazuje da postoji nizak stepen specijalizacije agencija za

određene vrste usluga, tako da mnoge agencije rade sve vrste poslova. Visoka je koncentracija na tržištu tako da desetak agencija pokriva skoro 90% tržišta.

Procjena učešća u ukupnom tržištu na bazi istraživanja je sljedeća:

- medijske agencije - 55%,
- full service agencije - 27%,
- agencije za produkciju - 9%
- BTL agencije - 5%
- PR agencije - 3%,
- ostale - 1%.

Medijske agencije (kao što su npr. Direct Media ili SVRSA) imaju najveće učešće na tržištu, a najveći oglašivači čine velike firme iz BiH (npr. BH Telecom, Eronet, Fabrika duhana Sarajevo, Violeta, Lutrija BiH, itd), regije ili svijeta.

Full service agencije (kao što su npr. ViaMedia, Fabrika, BBDO, Luna TBWA, McCann Erikson, MITA, Communis) pružaju širok spektar usluga vezanih za marketing komuniciranje za klijente:

- razvoj strategija komuniciranja: istraživanje, brending, planiranje, upravljanje projektima, itd,
- dizajn: vizuelni identitet, umjetnost i kultura, publikacije, štampa, pakovanje, itd,
- video: TV oglasi, TV emisije, muzički video, korporativni filmovi, umjetnost i kultura, film, itd,
- audio: radio oglasi, dizajn zvuka, sinhronizacija i adaptacija, muzički albumi, radio emisije, itd,
- događaji: organizacija, interaktivni događaji, gerila marketing, BTL, promocije u objektima, konferencije, itd,
- PR: PR strategije, korporativne komunikacije, konsalting, krizni menadžment i komuniciranje, odnosi s medijima, medijski trening, analiza medija, press, itd,
- mediji: medijska strategija, analiza medijskog tržišta, medijsko planiranje, zakup medija, sponzorstva, post-kupovne analize, praćenje, itd.

Očito je da samo velike agencije mogu pokriti širok spektar usluga. S obzirom na skori razvoj digitalnih medija i društvenih mreža, agencije uglavnom pružaju i tu vrstu usluga.

PR agencije (kao što su npr. Prag, Prime Communications, Apriori Komunikacije, Pristop) pružaju usluge odnosa sa javnošću za klijente.

BTL agencije (kao što su npr. Altermedia, New Event, Pro Event) pružaju usluge organizacije događaja i drugih vidova promocije (osim oglašavanja).

Agencije za produkciju (kao što su npr. Boram, Prime Time, Source, Foto Art, Fist, Flash, Refresh) kreiraju video, audio i druge materijale po zahtjevu klijenta.

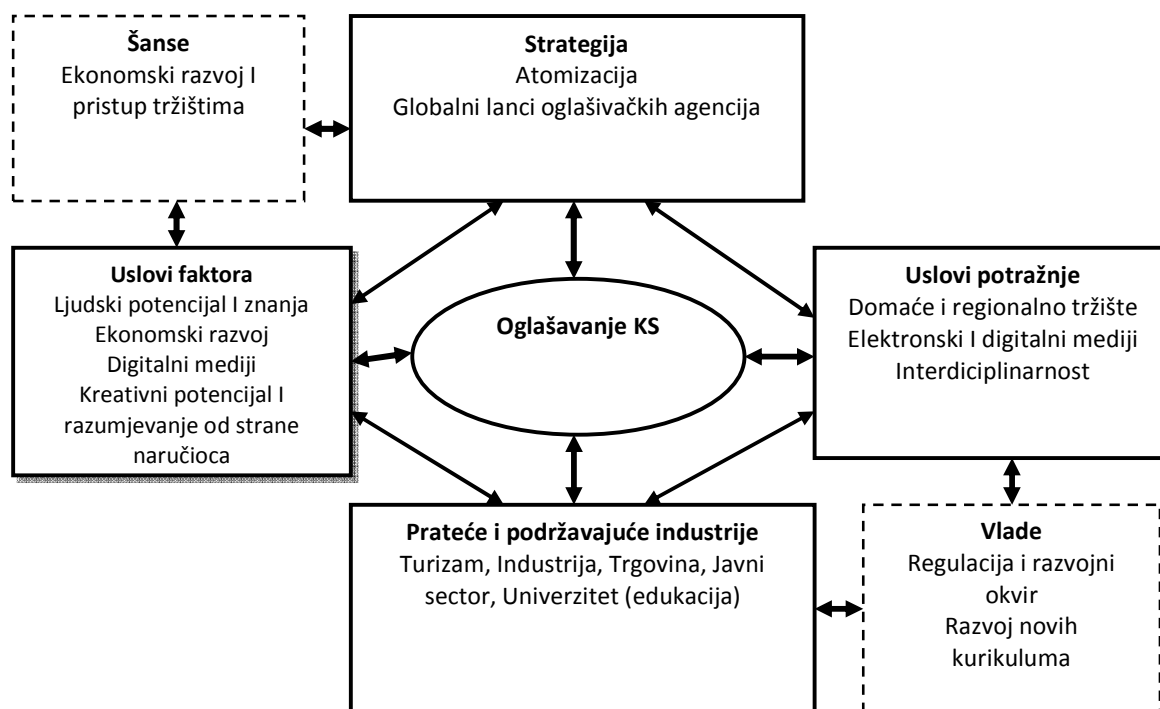
Agencije uglavnom raspolažu stručnim kadrom koje ima adekvatno znanje i ekspertizu, ali se javlja potreba za kontinuiranim ulaganjem u edukaciju i praćenjem zahtjeva tržišta. Postoji potreba za specijalističkim zanimanjima koja se ne dobijaju kroz formalni sistem obrazovanja nego je potrebno ulaganje od firmi, kao što su 2D ili 3D animatori.

Sektor se može ocijeniti profitabilnim, ali postoji određeni jaz između agencija i klijenata (cijena usluga i stvarni troškovi nasuprot želja za ulaganjem u marketing). Kao posljedica krize došlo je do značajnog smanjenja cijena i u velikom broju slučajeva konkurencija se vodi isključivo cijenom.

Ulaganja u marketing i oglašavanje od strane regionalnih i internacionalnih firmi su značajno veća od ulaganja domaćih firmi. Prema nalazima istraživanja, jedan od razloga za to se može naći u nedovoljnom razumjevanju marketinga od domaćih firmi i potrebno je raditi na dodatnoj edukaciji. S druge strane, inostrane firme uglavnom koriste adaptacije i sinhronizacije gotovih rješenja za domaće tržište, te zakup medija, tako da se ne koristi puni potencijal kreativnih agencija.

Jedan od dobrih primjera za promociju marketinga i edukaciju u oblasti marketinga je Branding konferencija koju organizuje agencija ViaMedia. Ovakvi događaji nisu važni samo za marketing stručnjake i biznis uopšte, nego i za promociju i pozicioniranje KS kao marketinškog centra. KS bi trebao raditi na organizaciji događaja ovog tipa i interdisciplinarnih događaja koji bi trebali biti fokusirani na određene kreativne industrije (npr. dani mode, vizuelne kulture, dizajna, industrijskog dizajna, arhitekture, itd).

Slika 36. Dijamant konkurentskih prednosti oglašavanja



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

VII 2.2. SWOT analiza za oglašavanje

Nalazi ovog dijela se mogu predstaviti SWOT matricu koja je prezentirana u tabeli ispod.

Tabela 53. SWOT matrica za oglašavanje

SNAGE		SLABOSTI	
-	Znanje i ekspertiza,	-	Konkurencija cijenama
-	Stručni kadrovi i raspoloživost kadrova	-	Odustvo uvezanosti
		-	Nizak stepen specijalizacije
PRILIKE		OPASNOSTI	
-	Rast digitalnih medija	-	Nedovoljna tražnja od domaćih firmi
-	Mogućnost rada i ulaska na inostrana tržišta	-	Smanjenje budžeta za oglašavanje
		-	Nerazumijevanje marketinga od strane klijenata
		-	Fokus na adaptacije i sinhronizacije inostranih firmi

VII 2.3. Potporno okruženje za oglašavanje

Oblast oglašavanja je po svojoj prirodi interdisciplinarna i direktno povezana sa razvojem drugih oblasti navedenih u ovom izvještaju – film, izdavaštvo, dizajn, moda, IT sektor, itd. Kroz uspostavljanje Centra kreativnih industrija, oblast oglašavanja dobila bi nove mogućnosti za djelovanje, a kroz podršku KS u razvoju preduzetničke inicijative i unapređenje poslovnog okruženja dobila bi dodatni impuls za oslobađanje kreativnog potencijala i unapređenje konkurentnosti oglašivačkih agencija na lokalnom, regionalnom i svjetskom tržištu.

VII 3. Arhitektura

Podsektor „Arhitektura“ prema NACE klasifikaciji djelatnosti obuhvata: 71.11 Arhitektonske djelatnosti.

VII 3.1. Situaciona analiza za arhitekturu

Naredna tabela daje prikaz broja subjekata u podsektoru. Oko 30% svih firmi iz ovog podsektora (pravna lica i obrti) se nalazi u KS.

Tabela 54. Broj subjekata u podsektoru Arhitektonske djelatnosti

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBiH	KS u FBiH %
71.11	Arhitektonske djelatnosti	112	359	31,2
	Ukupno	112	359	31,2

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016

U strukturi firmi dominiraju pravna lica, odnosno 87,5% firmi su pravna lica što se vidi u narednoj tabeli.

Tabela 55. Struktura subjekata u podsektoru Arhitektonske djelatnosti

NACE kod	Opis	Broj		
		Pravna lica	Obrt	Ukupno
71.11	Arhitektonske djelatnosti	98	14	112
	Ukupno	98	14	112

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Kada se analiziraju podaci o broju zaposlenih u podsektoru, očito je da KS generiše oko četvrtine radnih mjesta u FBiH (26,2%).

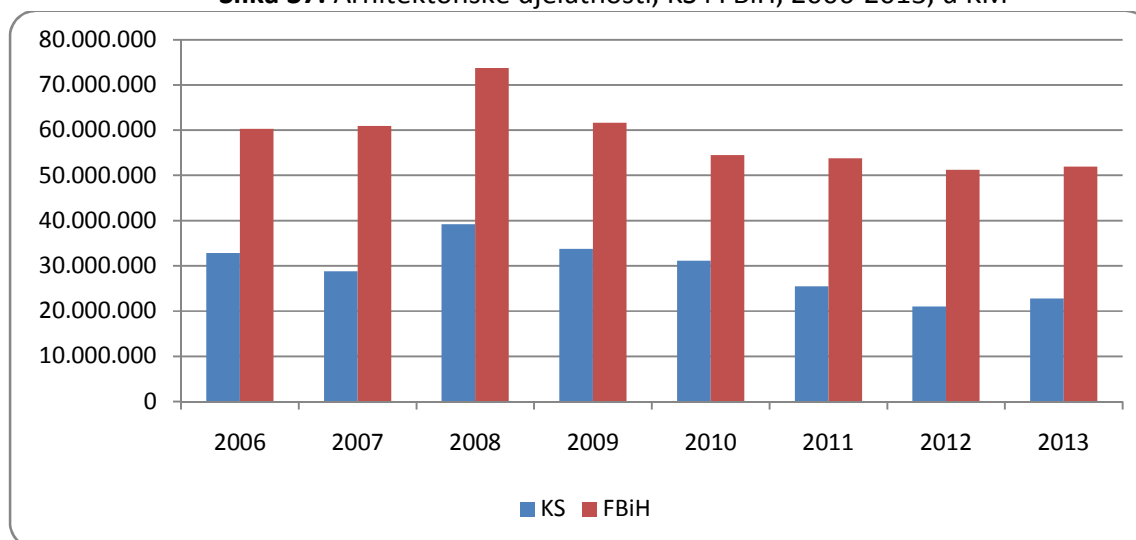
Tabela 56. Broj zaposlenih u podsektoru Arhitektonske djelatnosti

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBiH	KS u FBiH %
71.11	Arhitektonske djelatnosti	190	723	26,2
	Ukupno	190	723	26,2

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Naredni grafik prikazuju pregled kretanja prihoda podsektora u KS i FBiH.

Slika 37. Arhitektonske djelatnosti, KS i FBiH, 2006-2013, u KM



Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Očito je da kretanja prihoda u podsektoru prate kretanja u sektoru građevinarstva u FBiH gdje zbog ekonomske krize i nakon ekspanzije građevinarstva nakon 2008. godine dolazi do određene stagnacije u razvoju.

Potrebno je raditi na promjeni trenutne percepcije stručnjaka arhitekture. Nizak je nivo specijalizacije arhitektonskih biroa i arhitekta su uglavnom servis investitora, te se i cijene arhitektonskih usluga uglavnom formiraju po m², a ne po investicionoj vrijednosti. Ovo je problem koji se manifestuje u pretvaranju stanova u "nehumane mašine za stanovanje", a "arhitektura nije nauka o lijepom nego čista korist". Trenutni cilj je maksimalno iskoristiti raspoloživi broj m², što je očito različito kod projektovanja poslovnih prostora i stambenog prostora. Komora arhitekata bi bila rješenje za ove probleme gdje bi se, između ostalog, definisale i najniže i najviše cijene rada.

Istraživanje pokazuje da mladi arhitekti žele dokazivanje i potrebno im je pružiti više prilika za kreativno izražavanje putem konkursa i nagrada za uređenje javnih prostora (kao što su npr. most Festina lente, uređenje Štrosmajerove ulice ili Trga sevdaha) s tim da je potrebno da se rješenja putem konkursa provedu u praksi. Ponuđena rješenja bi trebala biti ocjenjivana i od članova odbora iz inostranstva. Važno je naglasiti da mladi arhitekti iz BiH uspijevaju osvajati i

međunarodne projekte - kao što je npr. Badel kvart u Zagrebu koji su osvojili arhitekti pobjednici konkursa za Trg sevdaha.

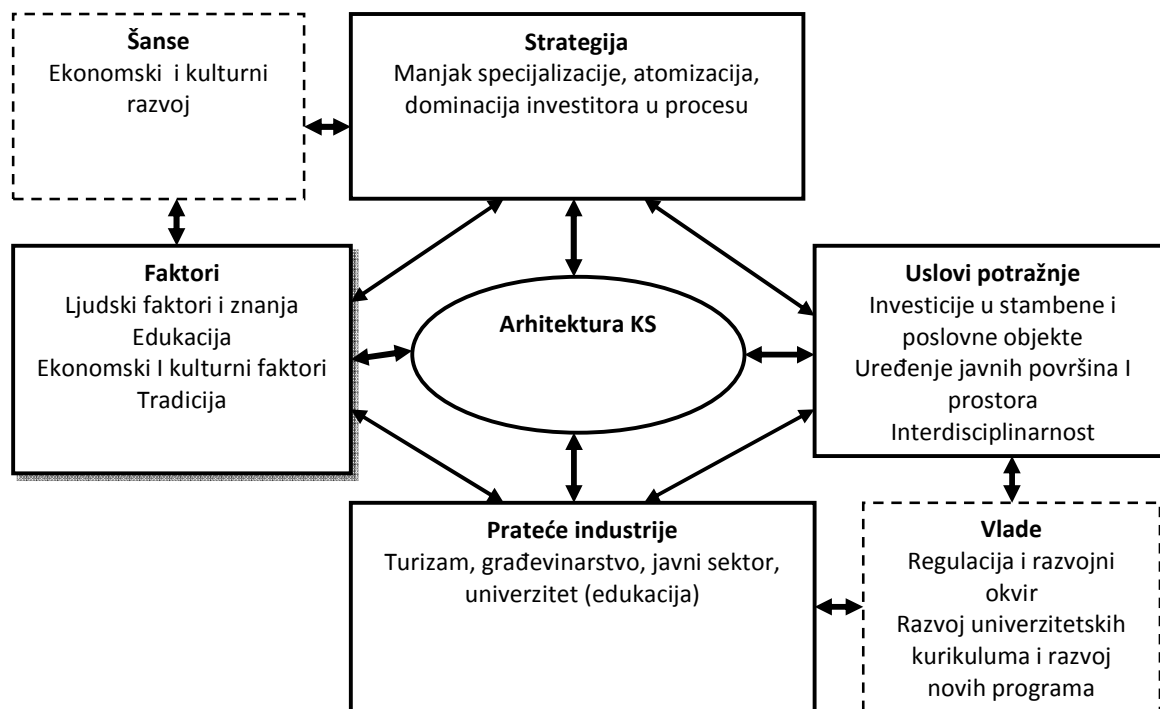
Tokom istraživanja istaknut je problem urbanizma, odnosno o potrebi redefinisavanja izgleda grada. Pitanje koje se postavlja je kako korisno iskoristiti raspoloživi prostor. Očito je da se prostor maksimalno koristi, ali ne na održiv način, odnosno ne poštuju se pravila struke. Grad Sarajevo nema dovoljno gradskih trgova za okupljanje ljudi, osim Trga djece Sarajeva (BBI) i Skenderije. Trg Oslobođenja - A.Izetbegović i trg ispred Katedrale su u značajnoj mjeri već okupirani sadržajima. Parkovi su zapušteni i traže ulaganja u nove sadržaje, a ne samo u mobilijar. Npr. Veliki park ili park Betanija nemaju sadržaja, kao što ih npr. ima Atmejdani (paviljon). Potrebno je ozelenjavanje grada i uređenje javnih površina, te uklanjanje ruševnih objekata, uređenje stajališta, turistička signalizacija, itd. Interesantni su projekti kao što je crtanje na ulici, definisanje površina za grafite, uređenje plakatnih mjesta i mjesta za oglašavanje, uređenje fasada, hortikulturno uređenje prostora, uređenje šetnica, itd. Metropolama je potrebno stalno otkrivanje novog i potrebna je receptivna publika za promjene, što je uslovljeno i spremnošću za pozitivno razmišljanje.

Dobar primjer u umrežavanju arhitekata je Asocijacija studenata Arhitektonskog fakulteta koja sa Asocijacijom arhitekata učestvuje i u organizaciji manifestacije Dana arhitekture od 2008. godine do danas (www.daniarhitekture.ba). Sajam građevinarstva kao značajna manifestacija je zanemaren i potrebno ga je revitalizirati.

Istraživanje takođe pokazuje potrebu za novim smjerovima koji će arhitektima dati veći stepen specijalizacije i usmjerenja osim postojećih smjerova urbanizma i projektovanja, te dati veći naglasak na praktični rad.

Osim unapređenja kvaliteta života, arhitektura treba dati pečat imidžu KS i pomoći u njegovom rebrandiranju, posebno u segmentu razvoja kulture i turizma. Ovo zahtjeva zajednički pristup nadležnih ministarstava, lokalnih zajednica, biznisa, građana i nevladinog sektora.

Slika 38. Dijamant konkurentskih prednosti podsektora arhitektura



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

VII 3.2. SWOT analiza za arhitekturu

Nalazi ovog dijela se mogu predstaviti kroz matricu koja je predstavljena u tabeli ispod.

Tabela 57. SWOT matrica za arhitekturu

SNAGE		SLABOSTI	
-	Znanje i ekspertiza	-	Nizak stepen specijalizacije
-	Broj arhitekata, posebno mladih	-	Uticaj investitora na dizajn
		-	Nepostojanje jasno definisanog pravca razvoja
PRILIKE		OPASNOSTI	
-	Tražnja na inostranim tržištima	-	Ograničen prostor za razvoj u urbanim prostorima
-	Razvoj turizma	-	Odustvo održivog planiranja u segmentu urbanizma
-	Potreba za repozicioniranjem i rebrendiranjem KS	-	Neadekvatni nastavni programi
		-	Nepovoljno poslovno okruženje za razvoj biznisa
		-	Ograničen broj inicijativa za podršku razvoju biznisa
		-	Stagniranje ulaganja u građevinarstvo

Izvor: Vlastita elaboracija

VII 3.3. Potporno okruženje za arhitekturu

Arhitektura kao oblast ima višeznačnu ulogu u razvoju privrede, ali i unapređenju kvalitete života. Prema nalazima istraživanja, arhitektura je umnogome čista komercijalna djelatnost vođena zahtjevima investitora. KS bi u cilju očuvanja postojećeg kulturno-istorijskog naslijeđa koje se manifestuje kroz objekte iz različitih istorijskih perioda (što predstavlja značajan turistički potencijal), te očuvanja prirode i unapređenja kvaliteta života stanovnika morao voditi više računa o društvenim, urbanim i prirodnim aspektima življenja. U tom smislu je potrebno aktivnije vođenje politika planiranja i građenja, te zahtjeva koji se postavljaju pred investitore u cilju očuvanja postojećeg stanja i održivog razvoja u budućnosti.

KS treba dati i podsticaj u razvoju preduzetničke inicijative i unapređenje poslovnog okruženja kako bi se dobio dodatni impuls za oslobađanje kreativnog potencijala i unapređenje konkurentnosti arhitekata na lokalnom, regionalnom i svjetskom tržištu. Ovo se posebno odnosi na mlade i neafirmisane arhitekte kojima se prilike mogu dati u uređenju javnih površina i prostora kroz različite konkurse i javne pozive.

Takođe, potrebno je raditi i na unapređenju nastavnih planova i programa univerziteta, u okviru nadležnosti KS, u cilju povećanja specijalizacije i praktičnih znanja mladih arhitekata.

VII 4. Dizajn

Podsektor „Dizajn“ prema NACE klasifikaciji djelatnosti obuhvata: 74.10 Specijalizirane dizajnerske djelatnosti.

VII 4.1. Situaciona analiza za dizajn

Naredna tabela daje prikaz broja subjekata u podsektoru. Oko 52,5% svih firmi iz ovog podsektora (pravna lica i obrti) se nalazi u KS.

Tabela 58. Broj subjekata u podsektoru Specijalizirane dizajnerske djelatnosti

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBiH	KS u FBiH %
74.10	Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	32	61	52,5
	Ukupno	32	61	52,5

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

U strukturi firmi dominiraju obrti i pojedinci, odnosno 96,9% firmi su obrti što se vidi u narednoj tabeli. Orijentacija ka obrtima se čini logičnom s obzirom na prirodu ove djelatnosti koja je bazirana na projektima, te i potrebe za zapošljavanjem zavise od toga.

Tabela 59. Struktura subjekata u podsektoru Specijalizirane dizajnerske djelatnosti

NACE kod	Opis	Broj		
		Pravna lica	Obrt	Ukupno
74.10	Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	1	31	32
	Ukupno	1	31	32

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2016

Kada se analiziraju podaci o broju zaposlenih u podsektoru, očito je da KS generiše polovinu radnih mjesta u FBiH (50%).

Tabela 60. Broj zaposlenih u podsektoru Specijalizirane dizajnerske djelatnosti

NACE kod	Opis	Broj		
		KS	FBiH	KS u FBiH %
74.10	Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	31	62	50
	Ukupno	31	62	50

Izvor: Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, 2016.

Istraživanje pokazuje da su dizajneri u KS izuzetno dobro educirani zbog prirode univerzitetskog studija, tako da su osposobljeni raditi više poslova - ilustrator, tipograf, DTP, fotograf, itd.

Studenti se nakon studija brzo zapošljavaju, primarno u marketinškim agencijama. Česti su upiti iz inostranstva (uglavnom regije) ka Akademiji likovnih umjetnosti za zapošljavanje studenata.

Osim studija grafičkog i produkt dizajna, na ALU ne postoji studij za modu, osim djelimično kroz studij produkt dizajna. Modni dizajneri se uglavnom razvijaju samostalno i stoga je potrebno razmotriti i uspostavljanje studija za modu. U cilju unapređenja kapaciteta mladih ljudi potrebno je raditi na razmjeni studenata i gostovanju u inostranstvu, te na uvezivanju firmi i dizajnera, posebno kroz stažiranje.

Dizajneri su generalno suočeni sa problemom prodaje i distribucije svojih radova, posebno slikari, odnosno nepostojanja prodavnica i prostora kao što je ranije to bio LIK (prodaja i recipročna nabavka grafičkih materijala). Prodavnice tog tipa postoje u Beogradu i Zagrebu.

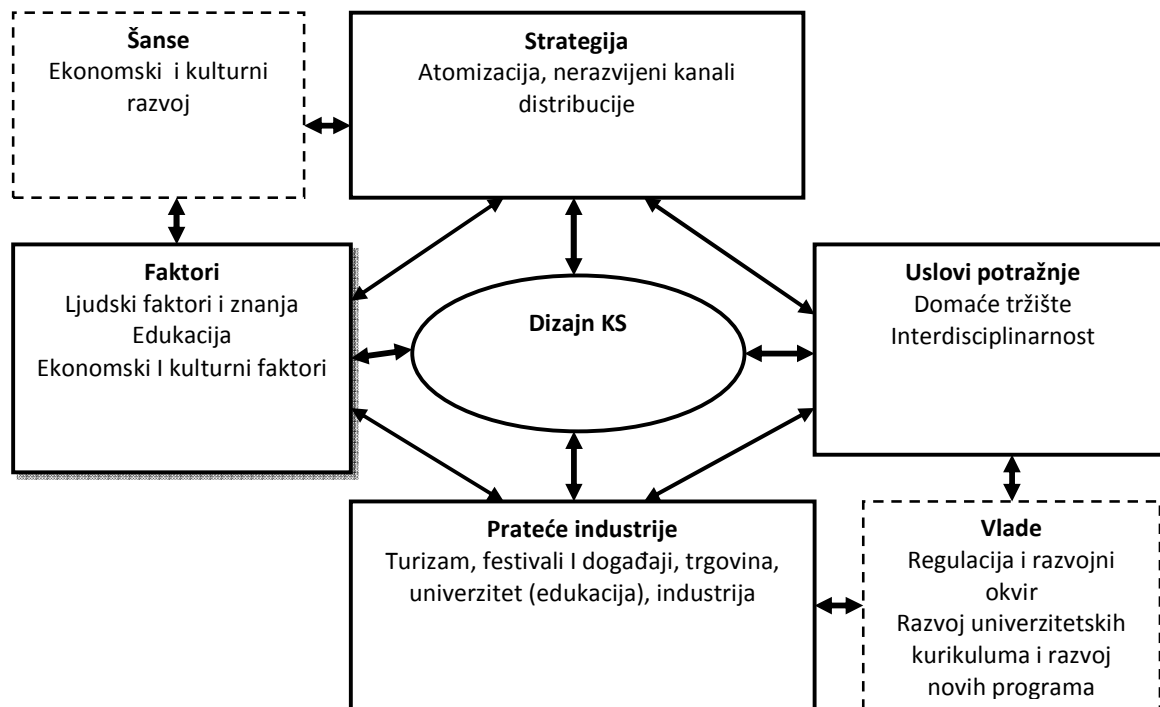
Mladi dizajneri koji se odluče za modni biznis su suočeni sa visokim početnim troškovima koje uglavnom nisu u stanju pokriti, a koji se odnose na pravljenje kolekcije, kasting, revije, probe, prostor, itd. Neke procjene govore da je potrebno oko 15.000 KM za jednu početnu kolekciju.

U modnom dizajnu se mogu identifikovati masovni - wearable nivo (npr. Zara, H&M), dizajnerski nivo (npr. Dior) i nenasivi - show nivo (konceptualno, promocija dizajnera, itd). Za dizajnerski nivo je potrebno imati dvije kolekcije godišnje - jesen-zima i proljeće-ljeto, a često se radi i dvije godine unaprijed. Očito je da modni dizajneri u KS mogu fokusirati svoje aktivnosti na masovni nivo i znatno teže na dizajnerski bez određene podrške. Stoga bi trebalo razmotriti mogućnost

kreiranja fondova za kolekcije za svjetske fashion weeks, sa članovima odbora iz inostranstva. To bi bio i dobar podsticaj za razvoj ovog podsektora, ali i za dovođenje nove proizvodnje u BiH.

Prisutna je pojava da se mnogi dizajneri odlučuju za rad kao free-lance dizajneri i samostalno nastupaju na tržištu. Jedan od identifikovanih problema u tom smislu je poštivanje ugovora od strane naručioca i plaćanje za usluge. Osjetna je potreba za organizacijom kao što je Udruženje likovnih umjetnika primjenjenih umjetnosti i dizajnera BiH. Ranije je to udruženje funkcionisalo kao autorska agencija, dok sada funkcionise kao udruženje građana. U Sarajevu je funkcionisalo i udruženje Modiko koje je 2015. godine otvorilo prvi showroom i koji je zatvoren nakon manje od godinu dana djelovanja.

Slika 39. Dijamant konkurentskih prednosti dizajna



Izvor: Konstrukcija autora prema Porter, 1990

VII 4.2. SWOT analiza za dizajn

Nalazi ovog dijela se mogu predstaviti kroz SWOT matricu predstavljenu u tabli ispod.

Tabela 61. SWOT analiza za dizajn

SNAGE	SLABOSTI
- Znanje i ekspertiza - Postojanje mladih kadrova - Stručnost kadrova	- Projektni pristup - Atomiziran nastup na tržištu - Nerazvijeni kanali prodaje - Visoki troškovi pokretanja biznisa
PRILIKE	OPASNOSTI
- Rast tražnje na domaćem i inostranom tržištu	- Ograničena tražnja - Odliv kadrova u inostranstvo - Pristup izvorima finansiranja - Nepovoljno poslovno okruženje za razvoj biznisa - Ograničen broj inicijativa za podršku razvoju biznisa

Izvor: Vlastita elaboracija

VII 4.3. Potporno okruženje za dizajn

Oblast dizajna, a posebno modnog dizajna, se može nazvati relativno nerazvijenom i reaktivnom u smislu tržišnog nastupa i razvoja. Razloge tome treba tražiti i unutar sektora, u oblasti poslovnih znanja, vještina i razvoja kanala distribucije, ali i van sektora, u oblasti razvoja podsticajnog okruženja i pristupu finansijama. Stoga KS treba dati odgovarajući podsticaj razvoju preduzetničke inicijative i unapređenje poslovnog okruženja kako bi se dobio dodatni impuls za oslobađanje kreativnog potencijala i unapređenje konkurentnosti dizajnera na lokalnom, regionalnom i svjetskom tržištu, a posebno mladih modnih dizajnera.

Oblast dizajna je interdisciplinarna i povezana je sa skoro svim oblastima poslovnog djelovanja (npr. IT, oglašavanje, prerađivačka industrija – tekstilna, drvna, itd.) i za očekivati je da bi kroz uspostavljanje Centra kreativnih industrija oblast dizajna dobila nove mogućnosti za djelovanje i integraciju dizajnera, kao i integraciju sa drugim biznisima i sektorima. KS bi tako imao mogućnost da se repositionira kao jedan od regionalnih centara dizajna.

Takođe, potrebno je raditi i na unapređenju nastavnih planova i programa univerziteta, u okviru nadležnosti KS, u cilju povećanja specijalizacije i praktičnih znanja mladih dizajnera, ali i uvođenju novih smjerova kao što je npr. modni dizajn.

VIII NACRT MODELA STRATEŠKOG OKVIRA ZA RAZVOJ KKI U KANTONU SARAJEVO

Na osnovu analize evropskih iskustava i dobre prakse kada se radi o podršci razvoju KKI, kao i iskustava zemalja u okruženju, u tabeli ispod dajemo prijedlog modela strateškog okvira razvoja KKI u Kantonu Sarajevo.

Tabela 59. Nacrt modela strateškog okvira za razvoj KKI u Kantonu Sarajevo

MISIJA	Jačanje konkurentnosti kreativne i kulturne industrije u cilju promocije pametnog, održivog i uključivog rasta uz stvaranje imidža Kantona Sarajevo kao kreativne regije i grada sa bogatim kulturnim nasljeđem i tradicijom				
CILJ	Doprinijeti ostvarivanju misije i stvaranje dugoročno održivog modela jačanja konkurentnosti Sektora kroz provedbu mjera i aktivnosti/projekata postavljenih u pet prioriteta područja				
PRIORITETNA PODRUČJA	Jačanje institucionalne i infrastrukturne podrške razvoju KKI	Jačanje kreativnih i kulturnih industrija			Ubrzanje učinka prelijevanja KKI na druge industrije i društvo u cjelini
		Davanje snažnije podrške istraživačko-razvojnim aktivnostima	Razvoj ljudskih resursa KKI	Poboljšanja pristupa finansiranju KKI	
MJERE	Mapiranje raspoloživih i potencijalnih resursa za KKI na kantonalnom, gradskom i općinskom nivou	Poticanje saradnje umjetničkih, akademskih, naučnih i privrednih institucija kao i javno-privatnih inicijativa koje podržavaju istraživanje, razvoj i eksperimente u KKI	Učvrstiti edukacijski sistem u KKI te investirati u edukaciju orijentisanu na kreativnost i razvoj talenata i oblikovanu prema potrebama edukatora, studenata i tržišta	Olakšavanje pristupa kreditnim sredstvima za KKI	Razvijati partnerstva između KKI i drugih privrednih subjekata
	Kreiranje / poticanje i uspostava institucija i standarda formalnih odnosa u okviru profesionalnih specifičnih struka unutar KKI	Razvijanje holističkog pristupa kroz uključivanje svih privrednih, društvenih i vladinih sektora	Osiguranje boljeg povezivanja ponude i potražnje tržišta rada	Grant sheme za start-up biznise u KKI	Uvođenje učinkovitih mehanizama prenošenja kreativnih znanja u ostale sektore privrede
	Implementacija KKI u sve	Poticanje i omogućavanje	Uvođenje tzv. "peer-coachinga"	Razvoj partnerstava	

	relevantne javne politike na nivou KS, grada i općina	uspostave zajedničkih komunikacijskih platformi, mreža i klastera između javnih i poslovnih sudionika koji su relevantni za KKI	(učenje dodatnih vještina od kolega koji su u istom poslu) i izgradnja mreža profesionalaca KKI	između KKI i drugih privrednih sektora	
	Razvijanje percepcije KKI kao isplative investicije u društveno privrednom razvoju i odmicanje od imidža sektora koji je "potrošač" državnih sredstava	Poticanje KKI u međunarodnoj saradnji i jačanju njihove pozicije i prisutnosti na međunarodnim tržištima, uključujući i razvoj međunarodnih partnerstava	Jačanje kapaciteta u KKI kroz provođenje obuka o upravljačkim sposobnostima, poznavanju evropskih tržišnih mogućnosti i mogućnosti inovativnog finansiranja	Poticanje masovnog ulaganja u KKI tipa crowdfundinga	
	Formiranje "Info deska kreativne i kulturne industrije" na nivou KS	Organizovanje razvoja konkurentnih proizvoda i usluga sa većom dodanom vrijednosti u saradnji kreativnih struka	Poticanje partnerstava između KKI i svih obrazovnih institucija	Podrška pripremi i sufinansiranje međunarodnih projekata	
	Poticanje i sistematiziranje razvoja prostora i infrastrukture za podršku rasta i razvoja KKI		Poticanje medijske educiranosti s ciljem promocije kreativnosti građana te njihove participacije u kulturnom životu zajednice		
	Promocija i osvještavanje javnosti o važnosti KKI u ukupnom privrednom razvoju KS i stvaranje prepoznatljivosti KS kao kreativne regije sa bogatim kulturnim identitetom				

IX PRIJEDLOZI PROJEKATA ZA PODRŠKU RAZVOJU KKI U KANTONU SARAJEVO

U kontekstu operacionalizacije modela strateškog okvira za razvoj KKI, prezentiranog u prethodnom poglavlju, u nastavku prezentiramo listu potencijalnih projekata, sa specificiranim ciljevima, aktivnostima, očekivanim rezultatima, razvojnim učincima, nosiocima, okvirnim vrijednostima i izvorima finansiranja.

PROJEKAT 1	Sarajevo Design Network
CILJ PROJEKTA	1. UVOD 1.1. Dizajn kao sredstvo povećanja konkurentnosti domaćih kompanija Sam pojam dizajna se odnosi na aktivnost koja ima moć da prevede ideju u nacrt nečega što je korisno za čovjeka, bilo da se radi o kreiranju automobila, objekata ili grafike. Ono što je važno za dizajn je upravo ta mogućnost prevođenja ideje u razumljiv javni svijet. Kompanije koje imaju dizajn-centričku orijentaciju oslanjaju se na dizajnerovu sposobnost da spaja čovjekove potrebe, sa onim što je tehnički izvodljivo, te što samu ideju može konvertovati u vrijedan proizvod za korisnika i osigurati kvalitetne prilike na tržištu. Koncept dizajn menadžmenta se odnosi na određene aktivnosti, metode i vještine menadžmenta, koje su neophodne da bi se optimizirali i održavali procesi kvalitetnog dizajna unutar kompanija. Ova disciplina ima za cilj da pojednostavi iznimno komplikovane procese koji leže u pozadini dizajna. Sama vrijednost kvalitetnog dizajna za razvoj i napredak jedne kompanije pokazala se više puta, kroz različita istraživanja. 2005. Godine, UK Design Council je otkrio da na svaku 1 £ uloženu u dizajn kompanije vraćaju do 20 £ povećanja prometa, 4 £ povećanja profita, te 5 £ povećanja izvoza. Dodatno, kompanije koje koriste dizajn, kao integralni dio svojih strategija, imaju bolje pozicioniranje na tržištu, u odnosu na one kojima dizajn nije u fokusu poslovne strategije. 1.2. Dizajn orijentisan pristup u BiH. Trenutno u Bosni i Hercegovini ne postoje neformalne, profesionalne edukacije namijenjene domaćim kompanijama, koje bi podučavale top menadžment o važnosti dizajn orijentisanog pristupa kreiranju i distribuiranju proizvoda. U većini slučajeva, pojam dizajna se svodi na pojam grafičkog dizajna, implementiranog najčešće u

	reklamnim kampanjama. 1.3. Ciljevi projekta. Imajući na umu prethodno navedene tvrdnje, osnovni cilj projekta u trajanju od godinu i pol je povećati konkurentnost domaćih kompanija na regionalnom i internacionalnom tržištu, kroz edukacije o važnosti dizajna i kreativnog pristupa u proizvodnim, uslužnim i distributivnim procesima, te povezivanje sa svim interesnim grupama (Vlada, privatni sektor, akademska zajednica, NGO, pojedinci – samostalni djelatnici iz domena dizajna i srodnih kreativnih industrijskih grana). Pojedinačni ciljevi projekta su: a) Stvaranje okruženja u kojem se top menadžment domaćih kompanija može educirati na temu važnosti dizajna i strukturiranog dizajn menadžmenta u povećanju konkurentnosti na regionalnom/EU tržištu, te snažniji izlazak kompanija iz BiH. b) Povećanje profita u kreativnoj industriji, kroz definiranje vrijednosti dizajna unutar bh. kompanija (Design Value Index assessment – dmi.org), sa konkretnim prijedlozima unapređenja i kvantitativnim mjerenjima trenutnog stanja. c) Povezivanje bh. kompanija, sa dizajnerima s ciljem kreiranja stabilnog/održivog dizajn menadžment sistema, te povećanja mogućnosti zaposlenja radne snage iz kreativnih i kulturnih industrija. *www.dmi.org
AKTIVNOSTI u okviru projekta	Konkretna aktivnosti koje su obuhvaćene ovim projektom, segmentirane su kroz nekoliko nivoa, koji osiguravaju da se najprije poveća atraktivnost ove teme, te shvati njen benefit, dok se u daljnjim razvojnim fazama implementiraju aktivnosti koje imaju za cilj kreiranje pozitivnog okruženja u kojem se komuniciraju benefiti strukturiranog pristupa dizajn menadžmentu od strane šire javnosti. S ciljem ispunjavanja tri prethodno postavljena zadatka, u sklopu projekta će se implementirati projekat pod nazivom Sarajevo Design Network, koncipiran kao serija workshopa u nekoliko nivoa. 1. Prvi nivo Sarajevo Design Networka predstavlja 4 workshopa, implementirana u toku 4 mjeseca, za predstavnike top menadžmenta bh. kompanija, koji imaju priliku da se povežu sa predstavnicima Design Management Institute-a, koji će identificirati trenutni Design Value Indeks kompanija, te ponuditi konkretne preporuke za unapređenja. Svaki od predstavljenih workshopa okupit će po pet predstavnika bh. kompanija, kako bi se osigurao maksimalni odziv i prostor/vrijeme za kvalitetan rad i donošenje zaključaka. 2. Drugi nivo workshopa je namijenjen predstavnicima radne snage iz domene kulturnih i kreativnih industrija, poput grafičkih, produkt, user experience, user interface, web

	based/digitalnih dizajnera, te copywriteri, animatori i ilustratori, u sklopu kojih će imati mogućnost da upoznaju sve procese koji su neophodni kako bi se mogli prezentirati bh. kompanijama i povećati konkurentnost vlastitih kapaciteta, te osigurati zaposlenje. Kroz 4 workshopa, organiziranih tokom 4 mjeseca, planirano je okupiti 20 predstavnika ove grupe. 3. Treći nivo workshopa namijenjen je učesnicima prethodnih workshopa, 20 kompanija iz BiH, te 20 dizajnera, koji su prošli prethodne faze, te osigurati umrežavanje obje interesne grupe, koje radeći u jedinstvenoj sinergiji mogu unaprijediti bh. ekonomiju i konkurentnost domaćih kompanija, na regionalnom i EU tržištu, te osigurati tzv. matching u zapošljavanju domaćeg kadra, u domaćim kompanijama. Aktivnost se implementira kroz 2 workshopa, planirana za implementaciju u sklopu 2 mjeseca, tokom kojih se umrežava 20 kompanija i 20 dizajnera.	
IZLAZNI/DIREKTNİ POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA	Izlazni/direktni pokazatelji	Očekivani rezultati
	1. Educirano 20 predstavnika bh kompanija. 2. Educirano 20 predstavnika radne snage iz domena kreativne industrije. 3. Umrežavanje učesnika prethodnih projekata. 4. Medijska podrška projektu, kroz prateću PR kampanju o važnosti strukturiranog dizajn menadžmenta i produciranju kvalitetnog kadra za dizajn menadžment	1. Povećana svijest o konkretnoj vrijednosti dizajn menadžmenta u povećanju konkurentnosti bh. proizvoda/usluga na internacionalnom tržištu. 2. Povećano znanje o potrebama koje bh. kompanije imaju, kada je riječ o dizajn menadžmentu, te usklađivanje svog znanja, potrebama kompanija. 3. Networking između bh. kompanija i predstavnika radne snage iz domena kreativnih industrija, te osiguravanje "matchinga" potreba kompanije i mogućnosti radne snage, koje rezultira zaposlenjem. 4. Broj objava u elektronskim, digitalnim i printanim medijima, te učešće predstavnika Kantona Sarajevo u gostovanjima i intervjuima za promociju projekta.

RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	Do okončanja projekta, čije je trajanje planirano u periodu od godine i pol dana, cilj je da bh. kompanije prođu razvojnu fazu od identificiranja nivoa svijesti o potrebi dizajn menadžmenta za razvoj opće konkurentnosti, identificiranja trenutnog nivoa dizajn menadžmenta, te implementiranja konkretnih aktivnosti, koje za cilj imaju unapređenje indeksa vrijednosti dizajna, kao formalnog kvantitativnog pokazatelja. Do kraja projekta, planirano je umrežavanje i povezivanje 20 bh. kompanija, sa 20 predstavnika radne snage iz kategorije kreativnih industrija.
OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	139.000,00 KM
FINANSIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	Prvi nivo workshopa = 42.000,00 KM Drugi nivo workshopa = 42.000,00 KM Treći nivo workshopa = 55.000,00 KM
IZVORI SREDSTAVA od toga	
Vlastita sredstva (KM)	13.900,00 KM
Budžet KS (KM)	91.150,00 KM
Drugi budžeti (KM) navesti koji	
EU projekti (KM) navesti ime projekta	
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	Pripremna faza= 2 mjeseca Prvi nivo workshopa = 4 mjeseca Drugi nivo workshopa = 4 mjeseca Treći nivo workshopa = 2 mjeseca Završni izvještaj i rezultati = 1 mjesec
NOSIOCI	Kanton Sarajevo, Zainteresirana domaća kompanija sa relevantnim iskustvom iz oblasti
KORISNICI	Kanton Sarajevo, bh. kompanije, dizajneri, akademska zajednica, nevladine organizacije.

PROJEKAT 2	Klaster kreativnih i kulturnih industrija Sarajevo
CILJ PROJEKTA	1. UVOD 1.1. Klasifikacija kreativnih i kulturnih industrija u BiH Kreativne i kulturne industrije u BiH imaju snažan potencijal za unapređenje pozicije domaćih kompanija na regionalnom i internacionalnom tržištu, te unapređenje ukupnog socio-ekonomskog razvoja BiH. O njihovom potencijalu govore i podaci o razvoju KIKI u EU. Procjenjuje se da su u EU kreativne i kulturne industrije u 2014. godini ostvarile 535,9 milijardi Eura prometa; kreirale 7,1 miliona radnih mjesta, što je jednako 3,3% radnog stanovništva EU, i predstavlja 3. sektor po broju zaposlenih, nakon građevine

	te aktivnosti posluživanja hrane i pića. Kreativne i kulturne industrije u EU zapošljavaju 5 puta više Evropljana od telekomunikacijske industrije, dok 19,1% radnih mjesta drže osobe mlađe od 30 godina. Jako važan podatak je i da kreativne i kulturne industrije rastu čak i tijekom ekonomske krize (u periodu 2008.-2012. +0,7%; ostala radna mjesta u Europi -0,7%). Osnovni preduvjet za rast i razvoj kreativnih i kulturnih industrija jeste precizna klasifikacija radnih mjesta uposlenih iz područja ovih industrija, koja je trenutno nepotpuna i ne bazira se na realnom tržištu, njegovim potrebama, te trendovima regije i EU. Dodatno, za razvoj potencijala kreativnih i kulturnih industrija, neophodno je mapiranje svih interesnih grupa kroz klastere, te povećanje vidljivosti ovih kategorija u očima šire javnosti. 1.2. Ciljevi projekta. Osnovni cilj projekta, jeste zagovaranje i aktivno učešće u procesu mapiranja zanimanja iz područja kreativnih i kulturnih industrija, bazirano na stvarnim tržišnim radnim mjestima, te potrebama domaćih kompanija iz BiH. Kroz registriranje stvarnih zanimanja i lobiranje za njihovo uvođenje u formalni registar, kreira se baza komplementarnih zanimanja, koja su daljnji osnov za mapiranje kategorija kreativnih i kulturnih industrija, sa mogućnošću organiziranja u klaster, koji kao takav daje mogućnost unapređenja konkurentnosti kreativne i kulturne industrije BiH na regionalnom i EU tržištu. Dodatni ciljevi projekta su: b) Izrada prijedloga klasifikacije radnih mjesta, u skladu sa potrebama tržišta. c) Lobiranje za uvođenje ovih zanimanja u formalnom registru zanimanja, na bazi mapiranih/registriranih zanimanja iz domena kreativnih industrija,. d) Izrada nacrt strategije za korekcije nastavnog plana i programa, koji će producirati kadrove koje tržište treba i očekuje. e) Lobiranje unutar akademske zajednice za prilagođavanjem nastavnog plana i programa produkciji kadrova koje tržište treba i očekuje. f) Kreiranje klastera kreativnih i kulturnih industrija, koji okuplja sve djelatnike i organizacije iz područja kreativnih i kulturnih industrija na jedno mjesto, osigurava prostor za edukacije, razmjene ideja i poticanje zapošljavanja kadrova. Klaster kreativnih industrija povezuje privredni sektor, javnu upravu, naučno-istraživački i civilni sektor. Klaster KKI osniva se sa krajnjim ciljem da postane centar za razvoj kreativnih industrija, koji će osigurati održiv razvoj profesionalaca koji se zapošljavaju i uspješno prodaju svoje usluge na tržištu. g) Promocija kreativnih i kulturnih industrija, kroz Mjesec kreativnih i kulturnih industrija u Sarajevu.
AKTIVNOSTI u okviru projekta	a) Digitalna platforma za mapiranje zanimanja iz domena kreativnih i kulturnih industrija u BiH. Kroz javnu kampanju (oglašavanje i PR), pozvat će se sve interesne grupe (predstavnici svih radnih kategorija kreativnih i kulturnih

	industrija) da prijave svoje trenutno zanimanje, koje ne mora odgovarati formalno identificiranom radnom mjestu/zanimanju, na online platformu www.kki.ba. Tokom 4 mjeseca kampanje i aktivnog poticanja registracije, planira se dosegnuti veliki broj korisnika projekta, iz čega će se komplementarna zanimanja klasificirati u nove kategorije, te sumirati u formu strateške preporuke za novu klasifikaciju zanimanja. Ove preporuke su osnova za narednu fazu, u kojoj se aktivno zagovara i prilagođavanje nastavnih planova i programa produciranju kadra koje tržište zaista treba. Dokument koji predstavlja stratešku preporuku za reviziju formalnog registra zanimanja, kreirat će radna grupa, koju će sačinjavati predstavnici Udruženja poslodavaca, pravnog sektora, akademske zajednice, nadležnih ministarstava i nevladinih organizacija. b) Klaster kreativnih i kulturnih industrija. S ciljem horizontalnog povezivanja kulturne politike, sa svim ostalim javnim politikama, te detaljno mapiranje kreativne i kulturne industrije, neophodno je osnovati Klaster kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo, kao ishodišta za Klaster kreativnih i kulturnih industrija BiH. Cilj ove institucije je da okupi sve interesne grupe, od privatnog sektora, preko nevladinih organizacija, pojedinaca i javnih ustanova, uključujući i akademsku zajednicu, kako bi kreirali jedinstvenu organizacijsku strukturu, koja će raditi na unapređenju konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. c) Mjesec kreativnih i kulturnih industrija Sarajevo Za povećanje vidljivosti postojećih projekata iz kategorije kreativnih i kulturnih industrija, odnosno različitih festivala koji se već organiziraju, ali omogućavanje implementacije potentnih budućih događaja, te osiguranje umrežavanja radne snage iz ovih kategorija, realizirat će se događaj pod nazivom Mjesec kreativnih i kulturnih industrija Sarajevo. Ovakav događaj, pored svih navedenih benefita, ima i pozitivan učinak na razvoj turističkog potencijala Sarajeva, baziranog na kulturi. Dodatno, Mjesec kreativnih i kulturnih industrija Sarajevo ima za cilj i promoviranje Klastera kreativnih i kulturnih industrija.	
IZLAZNI/DIREKTNİ POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA	Izlazni/direktni pokazatelji 1. Mapiranje zanimanja kroz digitalnu platformu. 2. Osnovan Klaster kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo.	Očekivani rezultati 1. Strateška preporuka za reviziju registra zanimanja FBiH. 2. Umrežavanje djelatnika iz područja kreativnih i kulturnih industrija, koja operira na jedinstvenoj lokaciji osiguranoj

	3. Implementiran Mjesec kreativnih i kulturnih industrija Sarajevo 4. Medijska podrška svim aktivnostima.	od strane Kantona Sarajevo. 3. Povećana vidljivost manifestacija iz domena kreativnih i kulturnih industrija, te ukupno povećanje svijesti o važnosti razvoja kreativnih i kulturnih industrija, za povećanje konkurentnosti domaćih kompanija i izlazak BiH na regionalno/EU tržište. 4. Povećanje broja objava i ukupnog spominjanja teme vezane za razvoj kreativnih i kulturnih industrija.
RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	Povećanje konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija u Kantonu Sarajevo, kroz produciranje kadra koji je tržištu potreban, umrežavanje djelatnika iz domene kreativne industrije i predstavnika akademske zajednice, nevladinih organizacija, te nadležnih ministarstava.	
OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	101.000,00 KM *Finalni budžet može biti definiran po konačnoj razradi projektne dokumentacije.	
FINANSIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	1. Digitalni registar zanimanja www.kki.ba = 63.000,00 KM 2. Klaster kreativnih industrija Kantona Sarajevo = 38.000,00 KM 3. Mjesec kreativnih industrija Kantona Sarajevo = Definirat će se naknadno, po detaljnom definiranju prve dvije razvojne faze.	
IZVORI SREDSTAVA od toga		
Vlastita sredstva (KM)	15.150,00 KM	
Budžet KS (KM)	85.850,00 KM Napomena: Kanton Sarajevo obezbjeđuje prostor za okupljanje Klastera kreativnih i kulturnih industrija	
Drugi budžeti (KM) navesti koji	Sponzorstva domaćih kompanija i ostalih nadležnih/zainteresiranih institucija u aktivnosti Mjesec kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo.	
EU projekti (KM) navesti ime projekta	Moguće aplicirati na EU KKI fond, sa ukupnom investicijom do 2 mil. EUR-a.	
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	1. Mapiranje zanimanja iz domena KIKI = 6 mjeseci 2. Klaster kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo= 6 mjeseci	

	3. Mjesec kreativnih i kulturnih industrija Kantona Sarajevo = 4 mjeseca
NOSIOCI	Kanton Sarajevo, privatna kompanija sa relevantnim iskustvom u oblasti
KORISNICI	Kanton Sarajevo, predstavnici akademske zajednice, nevladine organizacije, privatne i javne ustanove, nadležna ministarstva

PROJEKAT 3	Formiranje i operativno djelovanje Centra kreativnih industrija KS (CEKRIN) (projekt obuhvaća period osnivanja i tri godine rada CEKRIN do postizanja relativno visoke samoodrživosti)
CILJ PROJEKTA	Doprinositi ostvarenju potencijala ekonomskog rasta, zapošljavanja i inovacija na KS kroz uspostavljanje institucije koja će biti centar koordinacije aktivnosti različitih aktera kreativne industrije u međusobnim odnosima, odnosima prema vladi, prema fondovima, donatorima, sponzorima i investitorima, prema NGO, prema korisnicima (turizam), prema edukacijskim ustanovama, nezaposlenim osobama, medijima i drugim stakeholderima kreativne industrije na KS Unaprijediti upravljanje kreativnom industrijom KS kroz aktivnosti CEKRIN u sferi pripreme zakonske regulative, zaštite intelektualnog vlasništva, podizanja konkurentnosti i strateškog i programskog usmjeravanja razvoja kreativne industrije, saradnja sa partnerima u BiH i u međunarodnim okvirima, omogućavanje pristupa finansijskim i drugim resursima koji podižu konkurentnost kreativne industrije, sistematizirano praćenje i izvještavanje o rezultatima i planovima razvoja, uspostavljanje i provođenje informacijskog sistema kreativne industrije i druge aktivnosti
AKTIVNOSTI u okviru projekta	1. Donesena odluka Vlade KS o osnivanju Centra kreativnih industrija KS (CEKRIN) 2. Priprema zakonske i institucionalne regulative o kreativnoj industriji na KS 3. Uspostavljanje organizacijskog dijela CEKRIN za zaštitu intelektualnog vlasništva i certificiranje aktivnosti kreativne industrije KS 4. Uspostavljanje edukacijskog odjela pri CEKRIN-u u kome se osposobljavaju budući poduzetnici i stručnjaci iz oblasti kreativnih industrija 5. Priprema srednjoročnog programa aktivnosti kreativne industrije, godišnjih planova i izvještaja o dostignućima i ostvarenjima kreativne industrije na KS 6. Pripremanje zajedničkih programa kreativne industrije KS za sudjelovanje u aktivnostima kreativne industrije na europskom planu i konkurisanje prema EU fondovima i drugim izvorima finansiranja

	(Creative Europe i drugi) 7. Uspostavljanje informacijskog sistema o aktivnostima kreativne industrije na KS	
IZLAZNI/DIREKTNI POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA	Izlazni/direktni pokazatelji	Očekivani rezultati
	Aktivnost 1: pripremljena studija izvodljivosti uspostavljanja CEKRIN i prijedlog odluke o uspostavljanju Centra za Vladu KS	Aktivnost 1: Donesena Odluka Vlade KS o uspostavljanju Centra
	Aktivnost 2: pripremljen prijedlog zakonskog i institucionalnog uređenja kreativne industrije na KS	Aktivnost 2: stvorene podloge za pripremu Zakona o kreativnoj industriji na KS
	Aktivnost 3: Formiran organizacijski dio CEKRIN za zaštitu intelektualnog vlasništva sa fokusom na koordinaciju aktivnosti i outsourcing	Aktivnost 3: Započete aktivnosti na poslovima zaštite intelektualne svojine u okviru CEKRIN
	Aktivnost 4: Uspostavljen odjel za edukaciju sa certificiranim programom profesionalnog osposobljavanja u oblasti kreativnih industrija	Aktivnost 4: Upisane prve generacije polaznika profesionalnog osposobljavanja u oblasti kreativne industrije
	Aktivnost 5: Pripremljena metodologija i način koordinacije za izradu srednjoročnih programa, godišnjih planova i izvještaja za kreativnu industriju na KS	Aktivnost 5: Pripremljen srednjoročni program aktivnosti, godišnji planovi i izvještaji o aktivnostima kreativne industrije na KS
	Aktivnost 6: Pripremljena metodologija o načinu kandidiranja, izrade i koordinacije u predlaganju programa i projekata aktivnosti kreativne industrije KS u domaćim i međunarodnim okvirima i za kandidiranje projekata prema EU i drugim fondovima i prema potencijalnim investitorima	Aktivnost 6: pripremljeni programi i projekti kreativne industrije u domaćim i međunarodnim okvirima i prijedlozi projekata za finansiranje iz EU i drugih fondova i potencijalnih direktnih investitora
	Aktivnost 7: Pripremljena studija izvodljivosti uspostavljanja informacijskog sistema kreativne industrije KS, prihvaćena studija i dobivena saglasnost svih aktera kreativne industrije KS za sudjelovanje u sistemu	Aktivnost 7: Donesena Odluka Vlade KS o uključivanju informacijskog sistema u plan statističkih istraživanja na KS, implementiran informacijski sistem

RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	CEKRIN treba da doprinese unapređenju upravljanja razvojem kreativne industrije na KS sa efektima: a) rasta tržišne orijentiranosti i konkurentnosti kreativne industrije i njene veće uključenosti u regionalnu i europsku kreativnu industriju, b) podizanja nivoa kvalificiranosti i radnih vještina za konkurentnost radne snage na tržištu rada, c) povećanja udjela legalne ekonomije u kreativnoj industriji za 50%, d) povećanja zaposlenosti u kreativnoj industriji KS za 1000-1.500 osoba u periodu trajanja projekta, e) povećanja javnih prihoda iz sfere kreativne industrije, f) doprinosa unapređenju turističke ponude i imidža BiH i Sarajeva
OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	Okvirna sredstva za ovaj projekt iznose oko 900.000 KM za sve tri godine trajanja projekta
FINANSIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	Aktivnost 1.....100.000 KM Aktivnost 2.....20.000 KM Aktivnost 3.....50.000 KM Aktivnost 4.....400.000 KM Aktivnost 5.....70.000 KM Aktivnost 6.....230.000 KM Aktivnost 7.....30.000 KM
IZVORI SREDSTAVA od toga	900.000 KM
Vlastita sredstva (KM)	0 KM
Budžet KS (KM)	500.000 KM
Drugi budžeti (KM) navesti koji	0 KM
EU projekti (KM) navesti ime projekta	Projekti razvojnih agencija u BiH (USAID, SIDA, GIZ...)..400.000 KM
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	Aktivnost 1: trajanje 6 mjeseci, a nakon toga period operativnog djelovanja 30 mjeseci Aktivnost 2: trajanje 6 mjeseci nakon prvih 6 mjeseci iz aktivnosti 1 Aktivnost 3: trajanje 6 mjeseci nakon prvih 6 mjeseci iz aktivnosti 1, a zatim period operativnog djelovanja od 24 mjeseca Aktivnost 4: Trajanje 6 mjeseci nakon aktivnosti 1, a onda operativno djelovanje narednih 24 mjeseca Aktivnost 5: trajanje 24 mjeseca nakon okončanja aktivnosti 2 Aktivnost 6: trajanje 24 mjeseca nakon okončanja aktivnosti 2 Aktivnost 7: trajanje 6 mjeseci nakon okončanja aktivnosti 2, a zatim 18 mjeseci operativnog provođenja
NOSIOCI	Vlada KS, akteri kreativne industrije, razvojne agencije koje djeluju u BiH, nevladine organizacije sa područja kreativne industrije KS, europske institucije i fondovi
KORISNICI	Organizacije, nezaposleni i zainteresirani za poduzetništvo i zapošljavanje u kreativnoj industriji, akteri kreativne industrije na KS

PROJEKAT 4	Fondacija za kreativne industrije Kantona Sarajevo
CILJ PROJEKTA	Doprinositi stvaralaštvu, konkurentnosti, razvoju i zapošljavanju u kreativnim industrijama na području KS putem osiguranja inicijalnih sredstava za pripremu i izvedbu projekata kreativne industrije

	Osiguravati širenje broja aplikacija kroz finansijsku podršku aplikantima sa KS za pripremu aplikacija za korištenje sredstava EU iz programa Creative Europe, za aplikacije prema drugim institucionalnim finansijerima i prema privatnim finansijerima. Omogućavati kofinansiranje za aplikante prema programu Creative Europe ili prema drugim institucionalnim finansijerima. Postizati regeneriranje sredstava Fondacije kroz djelimični povrat uložениh sredstava po osnovu pozitivnih poslovnih efekata aplikanata.	
AKTIVNOSTI u okviru projekta	1. Izrada studije izvodljivosti formiranja i funkcioniranja Fondacije 2. Usvajanje Odluke o formiranju Fondacije od strane Vlade KS i priprema internih akata i izbor organa Fondacije, te osigurana sredstva za rad Fondacije iz budžeta KS 3. Uspostavljenje operativnog djelovanja Fondacije (programi i planovi rada, objavljivanje natječaja za dodjelu sredstava, izbor aplikanata, transferi sredstava i priliv sredstava u Fondaciju, nadzor nad projektima i koordinacija njihove realizacije)	
IZLAZNI/DIREKTNİ POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA	Izlazni/direktni pokazatelji	Očekivani rezultati
	Aktivnost 1: pripremljena studija izvodljivosti Aktivnost 2: usvojene Odluka vlade KS o formiranju Fondacije i usvojeni interni akti, izvršen izbor organa Fondacije i osigurana sredstva za rad Fondacije iz budžeta KS Aktivnost 3: Fondacija odobrava projekte i vrši transfer sredstava u namjene predviđene projektima	Aktivnost 1: studija izvodljivosti pokazala opravdanost formiranja Fondacije Aktivnost 2: stvoreni potrebni pravno-institucionalni, organizacijski, kadrovski i finansijski uvjeti za rad Fondacije Aktivnost 3: Na bazi odobrenih sredstava pripremaju se aplikacije prema Creative Europe, osigurava kofinansiranje za povlačenje sredstava iz Creative Europe i osiguravaju sredstva za direktnu realizaciju odobrenih projekata
RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	Fondacija za kreativne industrije KS treba da doprinese razvoju stvaralaštva u oblasti kreativne industrije na KS, rastu tržišno orijentiranih aktivnosti kreativne industrije i zapošljavanju, te pozitivnim efektima integracije u europski kontekst kreativne industrije i jačanja turističke ponude i imidža BiH i KS. Poseban efekt trebalo bi da se pokaže u povećanom obimu kreacija, produkcije, distribucije, marketinga i promocije dostignuća kreativne industrije KS i povećanom broju i kvalitetu aplikacija za sredstva programa Creative Europe i prema drugim institucionalnim i privatnim finansijerima.	
OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	Ukupna sredstva za ostvarenje projekta iznose 40.000 KM, a za operativno funkcioniranje Fondacije iznose 1.000.000 KM godišnje	

FINANCIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	Aktivnost 1.....50.000 KM Aktivnost 2.....0 KM Aktivnost 3 (godišnje).....1.000.000 KM
IZVORI SREDSTAVA od toga	Ukupno.....1.050.000 KM
Vlastita sredstva (KM)	0 KM
Budžet KS (KM)	1.050.000 KM
Drugi budžeti (KM) navesti koji	0 KM
EU projekti (KM) navesti ime projekta	0 KM
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	Aktivnost 1: tri mjeseca Aktivnost 2: tri mjeseca nakon isteka aktivnosti 1 Aktivnost 3: kontinuirano
NOSIOCI	Vlada KS, akteri kreativne industrije, razvojne agencije koje djeluju u BiH, nevladine organizacije sa područja kreativne industrije KS, europske institucije i fondovi
KORISNICI	Organizacije, nezaposleni i zainteresirani za poduzetništvo i zapošljavanje u kreativnoj industriji, akteri kreativne industrije na KS

PROJEKAT 5	Formiranje depandansa JU Muzej Sarajevo kultura življenja građanske obitelji Hrvata u Sarajevu	
CILJ PROJEKTA	Cilj projekta je popuniti prazninu koja postoji u prezentiranju života sarajevskih obitelji. JU Muzej Sarajeva urbanu kulturu življenja Muslimana prezentira u Svrzinoj kući i Zemaljskom muzeju BiH, a Srba u Despića kući. Trenutno ne postoji objekat u kome bi se građani Sarajeva i gosti Grada mogli upoznati sa urbanom kulturom življenja Hrvata u Sarajevu.	
AKTIVNOSTI u okviru projekta	• Oblikovanje projekta • Identificiranje najpogodnijeg objekta • Izrada PF i F studije • Adaptacija/rekonstrukcija i opremanje objekta • Priprema odgovarajućih promotivnih materijala • Stavljanje objekta u funkciju	
IZLAZNI/DIREKTNİ POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA	Izlazni/direktni pokazatelji	Očekivani rezultati
	Rekonstruiran i opremljen i pripremljen za posjete izabrani objekt – gradska kuća Hrvata u Sarajevu	Upotpunjavanje turističke ponude grada i Kantona Popunjena praznina u prezentiranju gradskog života stanovništva Sarajeva
RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	Povećanje znanja o životu gradske hrvatske obitelji u Sarajevu Jednak tretman kulture stanovanja i življenja svih naroda na prostoru Grada Sarajeva Povećanje turističke ponude	

OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	1.000.000 KM
FINANSIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	Budžet Kantona Sarajevo
IZVORI SREDSTAVA od toga	
Vlastita sredstva (KM)	
Budžet KS (KM)	
Drugi budžeti (KM) navesti koji	
EU projekti (KM) navesti ime projekta	
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	• Oblikovanje projekta.....3 mjeseca • Identificiranje najpogodnijeg objekta1 mjesec • Izrada PF i F studije1 mjesec • Adaptacija/rekonstrukcija i opremanje objekta 3 mjeseca • Priprema odgovarajućih promotivnih materijala ... 1 mjesec
NOSIOCI	JU Muzej Sarajeva
KORISNICI	Posjetioči, škole

PROJEKAT 6	Kreiranje Suvenir shopa Zemaljskog muzeja BiH kroz kreativni inkubator
CILJ PROJEKTA	Cilj projekta je povećati znanje i ekspertizu kada je u pitanju saradnja između Zemaljskog muzeja BiH i kreativnih industrija Kantona Sarajevo, naglašavajući mnogobrojne prednosti koje ova saradnja može donijeti, kako ekonomski, tako i kreativno, edukativno i korisno za sve uključene strane. Cilj je pozicionirati Zemaljski muzej BiH, tradicionalnu i najstariju naučnu i edukativnu instituciju u zemlji kao podršku kreativnim industrijama Kantona Sarajevo. Pokazivanjem svih prednosti saradnje između kulturnih i kreativnih industrija želimo učestvovati u generisanju ekonomskog rasta, zaposlenosti i inovacijske politike na području Kantona.
AKTIVNOSTI u okviru projekta	• Uspostavljanje brand arhitekture Zemaljskog muzeja BiH uključujući brand ekstenzije proširenjem linije proizvoda i usluga kako bi se obogatio doživljaj Muzeja i samim tim proširio krug muzejskih posjetilaca i interesanata. • Sljedeći korak u procesu je uspostavljanje muzejskog shopa što uključuje osmišljavanje izgleda, pozicije shopa, načina prezentacije proizvoda i na kraju osmišljavanja i izrade samih suvenira, uz uključivanje predstavnika kreativne industrije Kantona Sarajevo (grafičkog dizajna, produkt dizajna, marketinga). • S obzirom da Zemaljski muzej BiH posjeduje jedinstvene predmete, po čijem uzoru se izrađuju suvenir, važna je zaštita intelektualne svojine i autorskih prava (copyrights) imena, logotipa, grafike, replika predmeta, uključujući i kombinaciju svih ovih elemenata.

IZLAZNI/DIREKTNI POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA		
	Izlazni/direktni pokazatelji	Očekivani rezultati
	Branding strategija koja uključuje akcioni plan. Uspostavljen funkcionalan muzejski shop u čijoj izvedbi su angažovani predstavnici najmanje tri kreativne industrije KS i izrađeno 7-10 novih vrsta suvenira. Regulisano intelektualno i autorsko vlasništvo.	Svi koraci izrade branding strategije (mini istraživanje, brand piramida, brand alati, brand equity) i konačna izgradnja branda te upoznavanje primarne (uposlenici Muzeja, predstavnici kreativne industrije) i sekundarne javnosti (mediji i generalna populacija), tri mjeseca od odobrenja projekta. Upoznata opšta javnost, mediji i građani KS i ostali građani sa postojanjem i aktivnostima muzejskog shopa i učešća predstavnika kreativne industrije u kreiranju istog, putem kampanje - 6 mjeseci od usvajanja projekta. Zaštićeni proizvodi i usluge muzejskog shopa - 6 mjeseci od usvajanja projekta.
RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	Ekonomski doprinos kreativnih industrija izuzetno je bitna determinanta ekonomskog rasta, a doprinos muzeja u kontekstu kreativnih industrija je često zanemaren iako u svojim zbirkama muzeji nude veliki potencijal. Zemaljski muzej BiH ima 4 miliona artefakata čija bi reinterpretacija pružila dodanu vrijednost u kontekstu ekonomije uz edukativnu notu kako bi se stvorio najbolji mogući doživljaj Muzeja uz značajan povrat uložених sredstava i promociju muzejskih vrijednosti.	
OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	60 000 KM	
FINANSIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	Uspostavljanje brand arhitekture 10 000 KM Uspostavljanje funkcionalnog muzejskog shopa 37 000 KM Zaštita intelektualnih i autorskih prava 3 000 KM	
IZVORI SREDSTAVA od toga		
Vlastita sredstva (KM)	Do sada uloženo 10 000 KM vlastitih sredstava, sa povratom od 5 000 KM u periodu od mjesec dana.	
Budžet KS (KM)	50 000 KM	
Drugi budžeti (KM) navesti koji		
EU projekti (KM) navesti ime projekta		
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	Branding strategija - 3 mjeseca od odobrenja projekta. Uspostavljanje funkcionalnog muzejskog shopa - 6 mjeseci od odobrenja projekta. Zaštita intelektualnih i autorskih prava - 6 mjeseci od odobrenja projekta.	
NOSIOCI	Zemaljski muzej BiH	
KORISNICI	Posjetioци Zemaljskog muzeja BiH i građani KS	

PROJEKAT 7	MASTER STUDIJ "MENADŽMENT I MARKETING U KULTURI"	
CILJ PROJEKTA	Cilj programa je uspostavljanje inovativnog i komercijalnog univerzitetskog programa u oblasti menadžmenta i marketinga u kulturi koji bi doprinio razvoju kapaciteta kulturnih radnika u Kantonu Sarajevo i Bosni i Hercegovini. Trenutna situacija u oblasti obrazovanja i razvoja kadrova u kulturi nije adekvatna zahtjevima tržišta i savremenoj praksi. Ovaj studij je namijenjen svima koji su zainteresovani za rad u oblasti kulture, a završili su studije sa 180 ili 240 ECTS. Studij je orijentisan ka praksi i baziran je na savremenim trendovima. Program bi zajedno izvodili predavači Ekonomskog fakulteta u Sarajevu i Akademije likovnih umjetnosti, uz gostovanje vanjskih predavača i stručnjaka iz prakse.	
AKTIVNOSTI u okviru projekta	Kreiranje kurikuluma - nastavnih programa Promocija programa Izvođenje nastave	
IZLAZNI/DIREKTNİ POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA	Izlazni/direktni pokazatelji	Očekivani rezultati
	Master program - 15 studenata u prvoj generaciji, 25 u narednim	Unaprijeđena efektivnost i efikasnost djelovanja subjekata kulture u Kantonu Sarajevo i Bosni i Hercegovini
RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	Razvoj ljudskih kapaciteta i unapređenje djelovanja subjekata kulture	
OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	130.000 KM	
FINANSIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	Kreiranje kurikuluma i promocija programa 10.000 KM Izvođenje nastave 120.000 KM	
IZVORI SREDSTAVA od toga		
Vlastita sredstva (KM)	Školarine studenata 130.000 KM	
Budžet KS (KM)		
Drugi budžeti (KM) navesti koji		
EU projekti (KM) navesti ime projekta		
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	Školska 2016/17. godina.	
NOSIOCI	Ekonomski fakultet u Sarajevu Akademija likovnih umjetnosti Sarajevo	
KORISNICI	Studenti sa završenim prvim ciklusom obrazovanja (180 ili 240 ECTS)	

PROJEKAT 8	DIGITALNI VODIČ ZA KULTURNA DEŠAVANJA U KANTONU SARAJEVO
CILJ PROJEKTA	Uspostavljanje web portala za promociju kulturnih dešavanja u

	Kantonu Sarajevo. Web portal bi služio kao platforma za komunikaciju institucija kulture sa ciljnim javnostima u Kantonu Sarajevo, BiH i inostranstvu. Projekat bi doprinio i razvoju turizma kroz unapređenje turističke kulturne ponude.	
AKTIVNOSTI u okviru projekta	Razvoj responzivnog web portala, sa interaktivnom mapom i multimedijalnim sadržajima Održavanje portala i promocija	
IZLAZNI/DIREKTNİ POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA	Izlazni/direktni pokazatelji	Očekivani rezultati
	Uspostavljen i funkcionalan web portal	Unaprijeđena informisanost o kulturnim dešavanjima u Kantonu Sarajevo Unaprijeđena turistička ponuda
RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	Unapređenje kulturne i turističke ponude Kantona Sarajevo	
OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	20.000 KM	
FINANSIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	Razvoj responzivnog web portala (koji se prilagođava uređaju) 1.000 KM Održavanje i djelovanje portala tokom godine dana 17.000 KM Promocija portala 2.000 KM	
IZVORI SREDSTAVA od toga		
Vlastita sredstva (KM)	1.000 KM	
Budžet KS (KM)	19.000 KM	
Drugi budžeti (KM) navesti koji		
EU projekti (KM) navesti ime projekta		
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	Početak aktivnosti tokom 2016. godine	
NOSIOCI	Udruženje Moja budućnost Sarajevo	
KORISNICI	Stanovnici kantona Sarajevo i BiH Institucije kulture Domaći i inostrani turisti	

PROJEKAT 9	USPOSTAVLJANJE CENTRA ZA RAZVOJ KLASTERA ICT SEKTORA	
CILJ PROJEKTA	Unapređenje saradnje između firmi u ICT sektoru i međuklasterka saradnja	
AKTIVNOSTI u okviru projekta	Obuka - edukacija firmi u ICT sektoru o klasterima Strateški plan za razvoj klastera Kreiranje zajedničke ponude pojedinih firmi i unapređenje saradnje među firmama u ICT sektoru i sa drugim klasterima Prezentacija - promocija klastera u BiH i inostranstvu Obezbeđenje uslova za funkcionisanje Centra	
IZLAZNI/DIREKTNİ POKAZATELJI I OČEKIVANI REZULTATI ZA PRAĆENJE AKTIVNOSTI U OKVIRU PROJEKTA	Izlazni/direktni pokazatelji	Očekivani rezultati
	Broj firmi u sektoru	Unaprijeđena saradnja među firmama, zajednička ponuda i

		nastup
RAZVOJNI EFEKAT PROJEKTA	Kreiranje razvojnog ambijenta za ICT sektor i integracija ponude firmi u ICT sektoru	
OKVIRNA FINANSIJSKA SREDSTVA UKUPNO (KM)	60.000 KM	
FINANSIJSKA SREDSTVA PO AKTIVNOSTIMA (KM)	Obuka - edukacija 5.000 KM Strateški plan - 7.500 KM Razvoj ponude i promocija - 17.500 KM Djelovanje centra - 30.000 KM	
IZVORI SREDSTAVA od toga		
Vlastita sredstva (KM)		
Budžet KS (KM)	50.000	
Drugi budžeti (KM) navesti koji	10.000 (Privredna komora FBiH)	
EU projekti (KM) navesti ime projekta		
PERIOD PROVOĐENJA PROJEKTA PO AKTIVNOSTIMA	Početak aktivnosti 2016. godina	
NOSIOCI	Udruženje ICT pri Privrednoj komori FBiH	
KORISNICI	Firme iz ICT sektora u Kantonu Sarajevo	

KORIŠTENI IZVORI

1. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2007) Kultura i umjetnost 2000-2005, Sarajevo, BiH
2. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2008) Kultura i umjetnost 2001-2006, Sarajevo, BiH
3. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2009) Kultura i umjetnost 2003-2008, Sarajevo, BiH
4. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2009) Kultura i umjetnost 2002-2007, Sarajevo, BiH
5. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2011) Kultura i umjetnost 2010, Sarajevo, BiH
6. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2012) Kultura i umjetnost 2011, Sarajevo, BiH
7. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2013) Kultura i umjetnost 2012, Sarajevo, BiH
8. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2014) Kultura i umjetnost 2013, Sarajevo, BiH
9. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2015) Kultura i umjetnost 2014, Sarajevo, BiH
10. AEM Agencija za elektroničke medije Hrvatske (2013) Analiza TV tržišta u Hrvatskoj, Zagreb, Hrvatska
11. Article 10 – Strengthening capacities for creation and dissemination worldwide, Universal Declaration on Cultural Diversity, UNESCO, 2001, <http://www.unesco.org>
12. Article 11 – Building partnerships between the public sector, the private sector and civil society, Universal Declaration on Cultural Diversity, UNESCO, 2001, <http://www.unesco.org>
13. BH Film 2014/2015, Udruženje filmskih radnika u Bosni i Hercegovini, Sarajevo 2015.
14. BH Film 2015/2016, Udruženje filmskih radnika u Bosni i Hercegovini, Sarajevo 2016.
15. Bosnia and Herzegovina in Rediscovery International Map of China and Central-Eastern European Countries Cultural Creative Industry, Vol 1-2, China Institute for Cultural Trade Research, China Commerce and Trade Press, 2016.
16. British Council (2011). What are Creative Industries and Creative Economy?
17. Cultural statistics in Europe (2000), Eurostat Working Paper 3/2001/No 1.
18. Daubaraitė, Ugnė i Gražina Startienė (2015). Creative industries impact on national economy in regard to sub-sectors, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* No. 213.
19. Dervojeđa, K. et al. (2013) Creative industries – Analysis of industry-specific framework conditions relevant for the development of world-class clusters, European Cluster Observatory
20. Drešković, N. et al. (2015) Prirodno naslijeđe Kantona Sarajevo, Geografsko društvo FBH, Sarajevo, BiH
21. Ekonomska statistika robne razmjene BiH s inozemstvom, Pripćenje broj 10 od 20. 11. 2015, Agencija za statistiku BiH, Sarajevo, BiH
22. Ekonomski institut Zagreb (2015) Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj, Zagreb, Hrvatska
23. ESSnet-CULTURE European Statistical System Network on Culture Final REPORT 2012
24. EU(2012). European agenda for culture-Work plan for culture 2011-2014.
25. European Commission (2007), Economy of culture in Europe Directorate – General for Education and Culture, Brussels.
26. European Commission (2010). Europe 2020 – A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Brussels.
27. European Parliament Resolution on Cultural Industries, European Parliament, 2003, http://europa.eu.int/comm/culture/eac/overview_en.html
http://www.encatc.org/downloads/Report_Cultural_Industries.pdf
28. Federalni zavod za statistiku BiH (2011) Kultura, umjetnost i sport u FBH 2010, Sarajevo, BiH
29. Federalni zavod za statistiku BiH (2012) Kultura, umjetnost i sport u FBH 2011, Sarajevo, BiH
30. Federalni zavod za statistiku BiH (2013) Kultura, umjetnost i sport u FBH 2012, Sarajevo, BiH
31. Federalni zavod za statistiku BiH (2014) Kultura, umjetnost i sport u FBH 2013, Sarajevo, BiH

32. Federalni zavod za statistiku BiH (2015) Kultura, umjetnost i sport u FBH 2014, Sarajevo, BiH
33. Grad Zagreb (2015) Strategija kulturnog i kreativnog razvitka grada Zagreba 2015-2022, Zagreb, Hrvatska
34. Jovičić, S. (2006) Međunarodni okvir za razvoj kreativnih industrija, UDK 338.46.008(4) 316.7(4)
35. Jovičić, S. I Hristina, M (2007) Kreativne industrije u Srbiji, British Council Serbia and Montenegro, UK SouthEastEurope Forum, Beograd, Srbija
36. Kanton Sarajevo (2012) Izvještaj o izvršenju Budžeta Kantona Sarajevo za 2011, Sarajevo, BiH
37. Kanton Sarajevo (2016) Strategija razvoja Kantona Sarajevo 2020, Sarajevo, BiH
38. Khan, S. (2016) A Manifesto for all Londoners, London, Velika Britanija
39. Kisić, V. (2012) Kulturne i kreativne industrije u Evropi, Univerzitet umetnosti u Beogradu, UDK 338.46/4 304.442(4) 316.7
40. Kultura i umjetnost u Federaciji Bosni i Hercegovini 2001, Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2002, Statistiki Bilten 42, ISSN 1512-5106
41. Kultura i umjetnost u Federaciji Bosni i Hercegovini 2009, Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 2010, Statistiki Bilten 139, ISSN 1512-6106
42. Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine (2011) Kultura i umjetnost u Federaciji Bosni i Hercegovini 2010, Statistički Bilten 153, ISSN 1513-5106, Sarajevo, BiH
43. Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine (2015) Kultura i umjetnost u Federaciji Bosni i Hercegovini 2014, Statistički Bilten 223, ISSN 1512-5106, Sarajevo, BiH
44. Marjanović, J. (u suradnji Bakšić-Čamo, A., Solomun, P.)(2013): Mapiranje filmske industrije u Bosni i Hercegovini sa akcionim planom za razvoj filmske industrije 2013-2015, VIZART, Banja Luka i Obala Art Centar, Sarajevo, BiH
45. Mikić, H. (2012) Kreativne industrije u Bosni i Hercegovini: mogućnosti i perspektive razvoja, raspoloživo na: <http://www.makroekonomija.org/bih/kreativne-industrije-u-bosni-i-hercegovini/>
46. Mikić, H. (2015) Lokalni razvoj & kulturne industrije, Fondacija grupa za kreativnu ekonomiju, Beograd, Srbija
47. Nathan, M. et. al. (2015) Creative economy employment in the EU and the UK comparative analysis, NESTA, raspoloživo na: www.nesta.org.uk
48. Popović-Nikolić, I. (2012) Strateške smjernice za razvoj Kreativne i kulturne industrije 2013-2020, Hrvatski klaster konkurentnosti kreativne i kulturne industrije, Zagreb, Hrvatska
49. Porter, M. (1990) The Competitive Advantages of Nations, The Free Press, New York, SAD
50. Power, D. i Neislen, T. (2010) Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries, Europe INOVA, EC,
51. Preporuke CM/Rec (2009) Odbor ministara zemljama članicama o nacionalnim filmskim politikama i raznolikosti kulturnih izraza
52. Privredna-Gospodarska komora FBiH (2016) Analiza IKT industrije za KS za 2014/15.godinu, Sarajevo, BiH
53. Radni materijal – draft nacrtu Zakon o audiovizuelnom stvaralaštvu (kinematografiji) Federacije BiH, Udruženje filmskih radnika u Bosni i Hercegovini, Sarajevo 2014.
54. Raščić Bakarić, I. et al (2015) Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u republici Hrvatskoj, Ekonomski institut Zagreb, Zagreb <http://hkkki.eu/dokumenti/mapiranje.pdf>
55. Regional Cooperation Council (2013) South East Europe 2020 – Jobs and prosperity in a european perspective.
56. Šabić, T. (2013) Kulturna industrija – pozitivna ili negativna pojava? Simpozij Perspektive kulturnih industrija u Hrvatskoj
57. UNCTAD (2010). Creative Economy: A Feasible Development Option.
58. UNESCO (2006) Understanding Creative Industries.

59. UNESCO (2015) Cultural times-The first global map of cultural and creative industries
60. UNESCO (2014) Culuture for Development Bosnia and Herzegovina Analitical Brief
61. Uredba EU br. 1295/2013 Europskog Parlamena I Vijeća o uspostavi programa Kreativna Evropa 2014-2020
62. Vežić, A. (?) Uloga kulture i kulturnih industrija u lokalnom ekonomskom razvoju, raspoloživo na: <https://crvenared.wordpress.com/publications/uloga-kulture-i-kulturnih-industrija-u-lokalnom-ekonomskom-razvoju-aida-vezic/>
63. Vijeće Ministara BiH (2008) Strategija kulturne politike BiH, Sarajevo, BiH
64. Vujadinović, Dimitrije. (2002) Razvojni aspekti kulturnih industrija, Balkankult, Beograd, Srbija