



Ministarstvo
kulture i sporta
Kantona Sarajevo



KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE U KANTONU SARAJEVO: MAPIRANJE KAO PREDUSLOV ZA DALJNI RAZVOJ



Uvod



Kulturne i kreativne industrije (KKI) u Kantonu Sarajevo predstavljaju veliki potencijal za daljnji razvoj. Dosadašnja istraživanja u ovoj oblasti su pokazala da najveći potencijal za rast leži u sinergiji s turizmom. Ova studija pokazuje činjenice iz kojih je vidljiv pozitivan trend u broju zaposlenih u ovoj industriji, ali i da najveći broj uposlenih u nekim podoblastima ove industrije upravo habitira u Kantonu Sarajevo. Također, u ovoj studiji pokazujemo trend rasta poslovnih subjekata u ovim industrijama u posljednjih par godina. Činjenica da je Sarajevo dobilo status kreativnog grada UNESCO-a dokazuje da je Kanton Sarajevo već uspio iskoristiti ovu granu industrije i staviti se na mapu kreativnih gradova.

Dosadašnji uspjesi također stavljaju pred nadležne institucije dodatne izazove jer javne politike, kako ćemo to pokazati, ne tretiraju na dovoljno efikasan način izazove koje ova industrija neminovno donosi samim tim što traži razumijevanje njenih specifičnosti, jer kreativnost postaje nematerijalni kapital koji je pokretač u ekonomiji znanja. Veliki broj kreativnih osoba koje rade u KKI tj. čiji posao se definira kao kreativan i koja se mogu uključiti u globalnu ekonomiju znanja i raditi iz Bosne i Hercegovine (i kao freelance uposlenici domaćih ali i stranih kompanija) suočavaju se s izazovima koji proizilaze iz činjenice da se javne politike, uključujući poresku, sporo prilagođavaju novim kretanjima na tržištu rada i globalnoj ekonomiji znanja tj. digitalnoj ekonomiji gdje fizičke granice ne predstavljaju prepreku za uključivanje u svjetske ekonomske tokove.

Veliki problem u kreiranju efektivnih politika koje tretiraju kreativne radnike je i nedostatak tačnih podataka i statistike koja bi jasno definirala ili objedinila ove grupacije tj. interesne grupe po zanimanju. Mapiranje KKI klastera u Kantonu Sarajevo je stoga prvi cilj iz kojeg će proizaći i drugi pozitivni ishodi poput jasno definiranih izazova za svaki od pojedinačnih podklastera u KKI. Ova studija koristi znanje prethodnih istraživanja u razvijenim zemljama, ali i regiji, te definira sedam klastera po kojima bi bilo najefikasnije mapirati KKI u Kantonu Sarajevo. Proces mapiranja i prikupljanja podataka o KKI po klasterima će omogućiti i prevazilaženje izazova u oblasti statističkih podataka koji trenutno ne mogu odgovoriti na pitanja tačnog broja uposlenih u ovoj industriji zbog načina prikupljanja podataka, te umanjiti praksu da kreativni pojedinci posluju u sivoj zoni zbog neadekvatne motivacije da se uključe u zvanične ekonomske tokove usljed neadekvatnog zakonskog tretmana.

Prethodne studije u ovoj oblasti tretirale su poziciju ustanova u oblasti kulture na teritoriji Kantona Sarajevo, te su definirale i kapacitete u ovoj oblasti. Istovremeno mapiranje institucija kulture i kreativne industrije je u literaturi preporučeno kao prvi korak ka strateškom razvoju KKI. Struktura mapiranja KKI definirana ovom studijom u skladu s metodologijom tzv. Britanskog pristupa ide korak dalje od prethodnih studija i pojednostavljuje donekle zaostale klasifikacije koje su vođene prethodnim statističkim metodama i smješta kreativnost u središte procesa proizvodnje, a proizvod kreativnosti smatra intelektualnim vlasništvom. U ovom kontekstu rad na promoviranju i zaštiti intelektualne svojine je identificiran kao jedan od ključnih izazova za daljnju promociju ekonomije zasnovane na znanju.

Klasifikacijom kreativnih i kulturnih industrija u Kantonu Sarajevo po navedenoj metodologiji te mapiranjem subjekata koji operiraju u Kantonu Sarajevo po ovim grupama, predstavlja značajan pilot projekat i put je ka osnaživanju potencijala Kreativne i kulturne industrije u BiH i unaprjeđenju pozicije domaćih kompanija na regionalnom i internacionalnom tržištu. Dodatni preduslov 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. Mapiranje svih interesnih grupa kroz klastere, te povećanje vidljivosti ovih kategorija u očima šire javnosti će jasno definirati i radna mjesta uposlenih iz područja ovih industrija.

Jedan od osnovnih ciljeva ovog dokumenta jeste: a) zagovaranje i aktivno učešće u procesu mapiranja zanimanja iz područja kreativnih i kulturnih industrija, bazirano na stvarnim tržišnim radnim mjestima, te potrebama domaćih kompanija. 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 unaprjeđenja konkurentnosti kreativne i kulturne industrije BiH.

Dodatni ciljevi ove studije 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) lobiranje unutar akademske zajednice za prilagođavanjem nastavnog plana i programa produkciji

kadrova potrebnih tržištu; f) kreiranje klastera kreativnih i kulturnih industrija, koji okuplja sve radnike 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 prostor za razvoj kreativnih industrija, koji će osigurati održiv razvoj profesionalaca koji se zapošljavaju i uspješno prodaju svoje proizvode i usluge na tržištu.

Dakle, 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 unaprjeđenju konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. Povećanje konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija u Kantonu Sarajevo, kroz produciranje kadra koji je tržištu potreban, umrežavanje radnika iz domene kreativne industrije i predstavnika akademske zajednice, nevladinih organizacija, te nadležnih ministarstava.

Ova studija definira osnov za mapiranje subjekata u KKI i stvaranje klastera po istoj podjeli na osnovu usvojenog modela¹ i to u sedam grupacija: 1. oglašavanje i marketing; 2. arhitektura; 3. dizajn: produkt, grafički i modni; 4. Film, TV, video, radio i filmografija; 5. IT,

softver, i kompjuterske usluge; 6. izdavaštvo; 7. muzika, izvedbena i vizuelna umjetnost. Također jasno je da od ovih sektora neki prednjače i zahtijevaju posebnu pažnju zbog njihove veličine i potencijala, poput računarskih usluga, a kreativnost u ekonomiji znanja svoj iskaz kombinira s informacijskim tehnologijama. Jedan od logičkih zaključaka za promociju ovog sektora je podsticaj za razvoj obrazovnih programa koji kombiniraju IT vještine s kreativnim, komunikacijskim, dizajnerskim, arhitektonskim, izdavačkim, filmografskim i drugim vještinama koje se definiraju kao kreativne. Stoga bi i novac iz EU programa kojima se podstiče razvoj interdisciplinarnih programa trebalo iskoristiti da doprinese razvoju vještina potrebnih za ekonomiju znanja.

Prvi dio studije definira pojam kulturnih i kreativnih industrija, njegovu upotrebu, značenje i razvoj. Također, predstavljamo različite definicije kulturnih i kreativnih industrija, njihov značaj i ulogu u različitim segmentima koji u konačnici utiču na razvoj zemlje. Istražujući posljednje studije u svijetu koje su rađene na mapiranju KKI prezentira i strukturu potencijalnih klastera KKI u Kantonu Sarajevo. Drugi dio jasno pokazuje trenutno stanje KKI u Kantonu Sarajevo u odnosu na regiju, ali i unutar BiH i FBiH koristeći novu strukturu ekonomije znanja gdje intelektualno vlasništvo postaje najveća vrijednost korporacija. Treći i posljednji dio definira najpotentnije koncepte i kapacitete za razvoj, kao i izazove i preporuke u oblasti KKI koje stoje pred zakonodavcem kako bi se potencijal KKI efektivnije iskoristio.

¹ Creative Skillset (2013): Classifying and measuring the Creative Industries, str. 23 -24, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/203296/Classifying_and_Measuring_the_Creative_Industries_Consultation_Paper_April_2013-final.pdf

1. Značaj kreativne ekonomije i procjena trenutnog stanja i kapaciteta KKI u Kantonu Sarajevo

Pod kreativnom ekonomijom podrazumijevamo procese proizvodnje, distribucije i potrošnje (nematerijalnih) kreativnih, kulturnih i simboličkih dobara, što uključuje ideje, iskustva, percepcije, slike, softver, medijske sadržaje, dizajn, informacije i usluge.²

Za značaj kreativne ekonomije važne su upravo kreativne i kulturne industrije koje se smatraju, prema UNCTAD-a iz 2008. i 2010. godine, svjetske i evropske industrije sa najbržom stopom rasta.³

Uz nove tehnologije i alate za proizvodnju lakše je nešto stvoriti i realizirati te dalje distribuirati na tržište i pronaći



publiku za svoj rad. Rast će zavisi o povećanju ponude i potražnje. U tome svemu tehnologija ima važnu ulogu. Kreativna ekonomija podrazumijeva spajanje kreativnosti i ekonomije, tj. spajanje ideja i kreativnosti u proizvode koji imaju vrijednost i stvaraju bogatstvo a nazivaju se kreativni proizvodi. U kreativne proizvode ulaze umjetnička djela, muzika, knjige, patent i sl.⁴

Istraživanja su pokazala da je, na primjer, u SAD-u svega 30% ljudi zaposleno u kreativnom sektoru, no uprkos tome oni ostvaruju čak 70% zarade te znatno doprinose privrednom i demografskom razvoju zemlje.

1.1. Važnost kreativnih industrija

Važnost kreativnih industrija i njihov rast prati svojim programima i izvještajima United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD, koji je objavio da kreativne industrije postaju ključni pokretač ekonomskog rasta te da su se u prethodnom desetljeću udvostručile.⁵

Važnost kreativnih industrija ogleda se na više nivoa:

- kulturna i društvena snaga: socijalna inkluzija i kulturna diversificiranost, osnaživanje ljudi, vrednovanje individualne kreativnosti i raznolikosti,
- pokreće kreativni kapital i kreativne radnike: mnogostruka i dinamična uloga autora, kreatora, umjetnika, novi pristup poslovima, pojava novih roba i usluga,
- ekonomski multiplikator tzv. Ripple-effect: potiče ekonomski rast, kreira radna mjesta, dolazi do izvoza u sektoru gdje ga nije bilo, podržava se urbana regeneracija,
- industrijski klasteri (clusters): novi brzorastući sektor (u mnogim zemljama ima značajan udio u nacionalnom BDP-u), pruža mogućnost izlaska na globalno tržište.⁶

Važno je mjerenje udjela kreativnih industrija jer je potrebno identificirati broj kreativnih industrija, kako bi se donosile javne politike i vidjeli uticaj kreativnih industrija u određenim sektorima, ali i konkurentnosti naspram ostalih zemalja. Kreativne industrije rastu te utiču na cijelu zemlju, pridonoseći povećanju BDP-a, te otvaranju više radnih mjesta. Prihodi u kreativnim industrijama mogu biti veći od prosjeka, te isto tako mogu uticati na lokalne zajednice i društvo općenito. Povećanjem kvalitete života, zabave i doprinosu zajednici.⁷

O značenju koje kreativne industrije imaju za Europu svjedoči i činjenica da je Kreativna Europa (Creative Europe Programme), program koji podržava kulturni i kreativni sektor s ciljem njegova doprinosa održivom rastu i zapošljavanju, predložio budžet za period od 2014. do 2020. u iznosu od 1,8 milijardi eura, što je najveći iznos koji je EU ikad odvojila za kulturu.⁸

² Primorac J.: Promjena strukture rada u kreativnoj ekonomiji: Kultura, tranzicija, kreativna klasa, Zagreb, 2010., str.43

³ Goldstein S.: Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2016., str.49

⁴ Howkins J. (2001), Kreativna ekonomija – kako ljudi zarađuju na idejama, BINOZA PRESS, Zagreb, str.167. 62 Ibid., str.10-11

⁵ Simona Goldstein: Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska Sveučilišna naklada, Zagreb, 2016. str.49

⁶ Ibid, str.49- 50

⁷ Ibid, str.50-51

⁸ Što su kreativne industrije i zašto su važne, <https://narancablog.com/2017/01/22/sto-su-kreativne-industrije-i-zasto-su-vazne/>, 12.08.2018.

1.2. Definiranje klastera KKI u Kantonu Sarajevo

S obzirom na ukazanu potrebu mapiranja KKI subjekata i KKI industrije potrebno je definirati KKI industriju i njene osnovne grane. KKI definicija je predmet brojnih studija koje su prema UNCTAD (2008: 13) definirane kao:

- ciklusi stvaranja, proizvodnje i distribucije roba i usluga, pri čemu se kao osnovni input koriste kreativnost i intelektualni kapital;
- industrije koje se sastoje od niza djelatnosti utemeljenih na znanju, usredotočenih, ali ne i ograničenih na umjetnost;
- industrije koje najveći dio prihoda zasnivaju na trgovini i autorskim pravima odnosno intelektualnom vlasništvu;
- industrije koje obuhvataju materijalne proizvode te nematerijalne intelektualne ili umjetničke usluge s kreativnim sadržajem, ekonomskom vrijednošću i tržišnim ciljevima;
- industrije koje se nalaze na raskrižju obrtničkog sektora, usluga, umjetnosti i pojedinih djelatnosti, te
- industrije koje predstavljaju novi dinamički sektor u svjetskoj trgovini.⁹

Antoš (2018: 18) definira četiri osnovna načina na osnovu kojih se pokazuje struktura KKI:

1. Britanski DCMS model se zasniva na djelatnostima koje zahtijevaju kreativnost, vještine i talent, a imaju potencijal za rast i stvaranje radnih mjesta (DCMS 2001).
2. Model simboličkog teksta je tipičan model pristupa kulturnim industrijama, zasnovan na industrijskoj proizvodnji i diseminaciji simboličkog teksta (Hesmondhalgh 2002).
3. Model koncentričnih krugova se temelji na pretpostavci 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).
4. WIPO model autorskih prava je zasnovan na industrijama koje su izravno ili neizravno uključene u stvaranje, preradu, proizvodnju, prijenos (emitiranje) i distribuciju autorskih prava (WIPO 2003) (Rašić Bakarić, Bačić i Božić 2015: 25). Antoš (2018: 14.)

Mjerenje tačnog ekonomskog doprinosa kreativnih industrija nije jednostavno, i trenutno postoje 4 načina tj. pristupa ovom zadatku:

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

Pristup zasnovan na djelatnostima temelji se na Međunarodnoj klasifikaciji djelatnosti (ISIC), te se značaj kreativnih industrija mjeri na temelju ukupne zaposlenosti u kreativnim djelatnostima ili na temelju ukupnog udjela u bruto domaćem proizvodu tj. BDP-u. 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)¹⁰, koja je usklađena s ISIC klasifikacijom, što osigurava međunarodnu uporedivost podataka. U Bosni i Hercegovini se u svim statističkim istraživanjima kao i u statističkom poslovnom registru primjenjuje Nacionalna klasifikacija djelatnosti u BiH 2010 – NKD BiH 2010. Nedostaci ovoga pristupa su ti što uzima u obzir sve zaposlene u kreativnim industrijama, iako se ne bave kreativnošću tj. izradi kreativnog sadržaja te može rezultirati u većem prikazu doprinosa kreativne industrije. Drugi nedostatak je to što se ne gleda kreativna zaposlenost izvan kreativnih industrija po ovoj klasifikaciji s obzirom da neke djelatnosti mogu uključivati i kreativne i nekreativne aspekte tj. ne pripadaju samo jednoj određenoj djelatnosti.

Pristup zasnovan na zanimanjima se odnosi na kreativna zanimanja. U Bosni i Hercegovini se koristi Nacionalna klasifikacija zanimanja (NKZ BiH 2010) koja je u potpunosti usklađena s ISCO 2010 (International Standard Classification of Occupations). U ovom pristupu u obzir se uzimaju sva kreativna zanimanja u svim ekonomskim djelatnostima. Pomoću ovog pristupa se detaljno analizira kreativna radna snaga po regijama i zemljama.

Pristup kombinacije djelatnosti i zanimanja je kombinacija prikupljenih podataka iz djelatnosti i prikupljenih podataka iz zanimanja. Tačnije klasifikaciju uposlenika u kreativnim industrijama koji su nekreativni, te kreativnih uposlenika u nekreativnim djelatnostima.¹¹

⁹ United Nations (2008), Creative Economy, http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf str.13

¹⁰ Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj, Ekonomski institut, Zagreb, lipanj 2015.str.29-30.

¹¹ Ibid.

Jedan od najvećih problema koji su otežali rad na izradi ove studije, bio je pristup reprezentativnim, ažuriranim i mjerljivim podacima o broju zaposlenih i visini plata zaposlenih u kulturnim i kreativnim industrijama, na svim nivoima vlasti u BiH. Naime, kako nam je potvrđeno iz Agencije za statistiku FBiH, podatke o zaposlenim i platama u kulturnoj i kreativnoj industriji u Kantonu Sarajevo nisu u mogućnosti dostaviti, zbog toga što su pojedine djelatnosti na nivou Kantona predstavljene malim brojem subjekata (manje od 3), što onemogućava objavljivanje podataka na nižim nivoima djelatnosti (oblasti), zbog zaštite povjerljivosti individualnih podataka. Upotreba, povjerljivost i zaštita podataka utvrđena je članovima od 36. do 42. Zakona o statistici u FBiH ("Službene novine Federacije BiH", broj 63/03 i 9/09), i primjenjuje se prilikom statističke obrade predmetnih podataka.

Analizirajući dostupne podatke o broju zaposlenih u kulturnim i kreativnim industrijama u Kantonu Sarajevo, zaključeno je da je jedini mogući pristup za procjenu uloge i značaja kulturnih i kreativnih industrija, onaj zasnovan 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).

U dokumentu pod nazivom *Classifying and Measuring the Creative Industries*¹², objavljenom 2013. godine, govori se o nekim od problema vezanim za klasifikaciju

kulturnih i kreativnih industrija koja se trenutno koriste, te su predstavljeni novi pristupi i klasifikacija kulturnih i kreativnih industrija. Naime, predloženo je smanjenje sa 13 na sedam sektora koji čine kulturne i kreativne industrije. Slijedeći navedene preporuke vezane za klasifikaciju KKI, zaključeno je da upravo ovaj model nudi najbolji način za procjenu uloge i značaja kulturnih i kreativnih industrija, kako na nivou Kantona Sarajevo, tako i na drugim nivoima vlasti u BiH.

Na osnovu navedene metodologije zbog jednostavnosti koju ova podjela omogućava grafikon 1. predstavlja 7 sektora po kojoj je moguće napraviti mapiranje KKI, u sedam klastera. Iz ovog grafikona se vidi da su ovi sektori KKI često predstavljeni u statističkim podacima po standardnoj statističkoj klasifikaciji (SIC) u nekoliko djelatnosti i područja. Web platforma koja bi prikupljala informacije o ovim sektorima na dobrovoljnoj osnovi od djelatnika u KKI bi pružila mnogo detaljniju i jasniju predstavu za zakonodavca o onim pravnim subjektima i fizičkim licima koja operiraju u ovom sektoru te omogućila efektivnu razmjenu ideja i djelovanje u oblasti javnih politika. Ova uporedna statistika se čini nužnom s obzirom na komplikovanost procesa za izmjenu zakonodavstva koja bi se ticala načina prikupljanja podataka, a nužni su za zakonodavca kako bi strateški usmjeravao KKI i rješavao prepreke za razvoj ove industrije.

¹² Creative Skillset (2013), *Classifying and Measuring Creative Industries*; https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/203296/Classifying_and_Measuring_the_Creative_Industries_Consultation_Paper_April_2013-final.pdf

Grafikon 1. Struktura KKI klastera i zaposleni u KKI u Kantonu Sarajevo

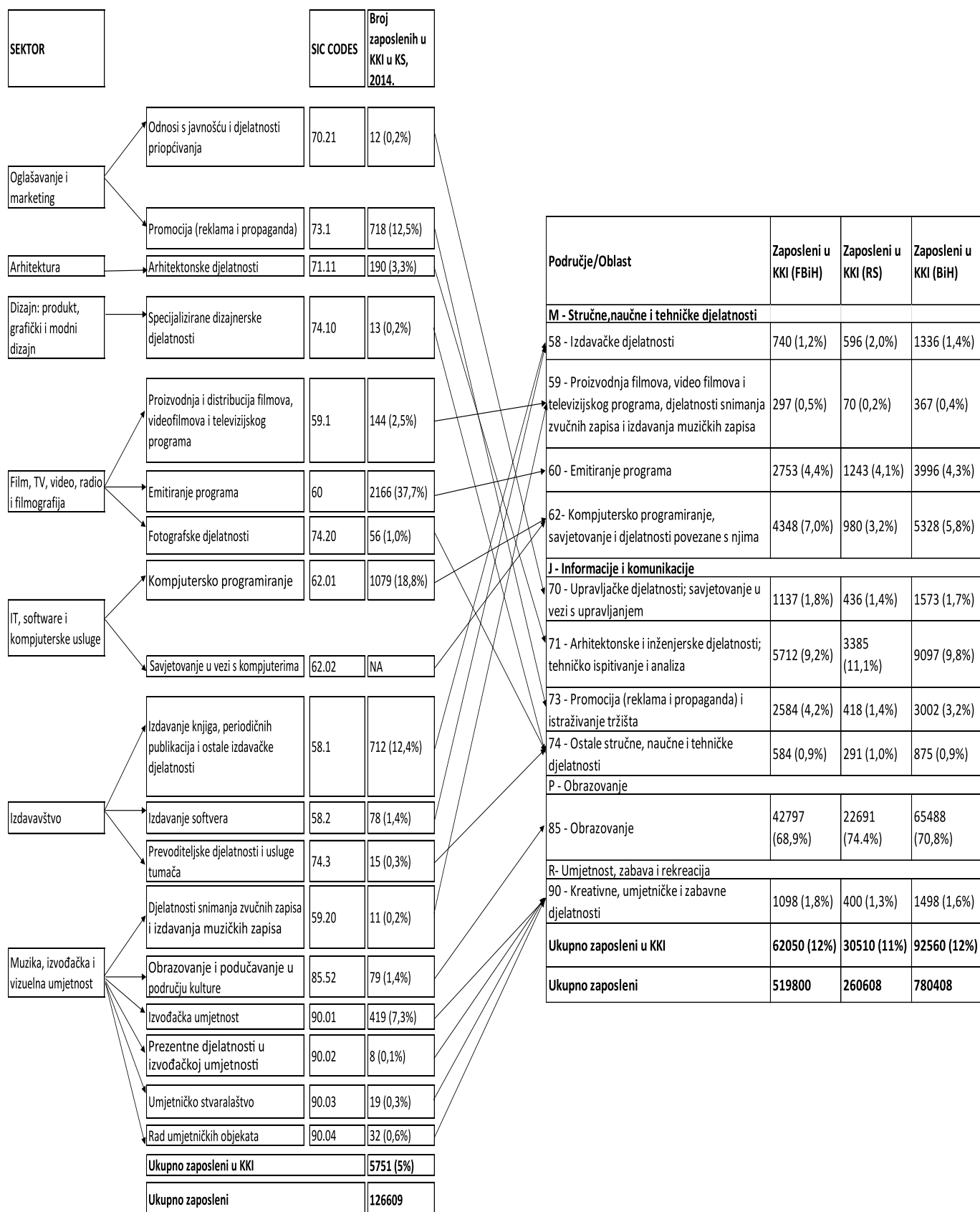


Tabela 1. Registrovana pravna lica u KS u KKI klasterima

SEKTOR	SIC CODES	OPIS	Broj registriranih pravnih lica u KS	
			2014. ¹³	2019. ¹⁴
Oglašavanje i marketing	70.21	Odnosi s javnošću i djelatnosti priopćivanja	9 (0,7%)	11 (1,1%)
	73.1	Publicitet (reklama i propaganda)	240 (19,6%)	296 (29,1%)
Arhitektura	71.11	Arhitektonske djelatnosti	98 (8,0%)	146 (14,3%)
Dizajn: produkt, grafički i modni dizajn	74.10	74.10 Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	1 (0,1%)	7 (0,7%)
Film, TV, video, radio i filmografija	59.1	Proizvodnja i distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa	58 (4,7%)	66 (6,5%)
	60	Emitiranje programa	31 (2,5%)	NA
	74.20	Fotografske djelatnosti	13 (1,1%)	15 (1,5%)
IT, software i kompjuterske usluge	62.01	Kompjutersko programiranje	136 (11,1%)	226 (22,2%)
	62.02	Savjetovanje u vezi s kompjuterima	NA	44 (4,3%)
Izdavaštvo	58.1	Izdavanje knjiga, periodičnih publikacija i ostale izdavačke djelatnosti	132 (10,8%)	135 (13,3%)
	58.2	Izdavanje softvera	7 (0,6%)	8 (0,8%)
	74.3	Prevoditeljske djelatnosti i usluge tumača	3 (0,2%)	5 (0,5%)
Muzika, izvedbena i vizuelna umjetnost	59.20	Djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja muzičkih zapisa	9 (0,7%)	12 (1,2%)
	85.52	Obrazovanje i podučavanje u području kulture	8 (0,7%)	6 (0,6%)
	90.01	Izvođačka umjetnost	419 (34,3%)	23 (2,3%)
	90.02	Prezentne djelatnosti u izvođačkoj umjetnosti	8 (0,7%)	8 (0,8%)
	90.03	Umjetničko stvaralaštvo	19 (1,6%)	4 (0,4%)
	90.04	Rad umjetničkih objekata	32 (2,6%)	6 (0,6%)
UKUPNO			1192	1018

¹³ Izvor: Grupa autora, (2016), Kreativna industrija u Kantonu Sarajevo, Ekonomski institut Sarajevo

¹⁴ Agencija za statistiku FBiH, podaci dostavljeni na zahtjev, 2019.

2. Kapacitet KKI u Kantonu Sarajevo

U ovoj sekciji izdvajamo nekoliko primjera dobrih praksi iz regije koje bi se mogle preslikati u Kantonu Sarajevo s obzirom na dosadašnje dobre rezultate u kombiniranju KKI i turizma.

2.1. Primjer: KKI u Hrvatskoj

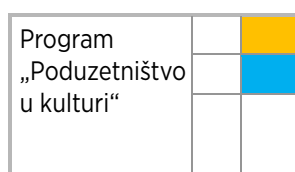
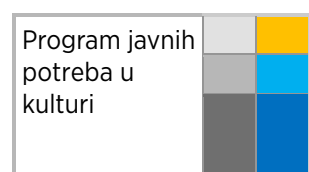
Za područje kreativnih industrija, u području podrške, postoji program „Poduzetništvo u kulturi”. Riječ je o programu koji provodi Ministarstvo kulture i daje bespovratne podrške za poduzetništvo u dijelu kreativnih industrija od 2008. godine. Programom se potiču izdavaštvo i knjižarstvo, izvedbene umjetnosti i vizualne (likovne) umjetnosti. Ministarstvo kulture svake godine raspisuje javni poziv za predlaganje programa na osnovu kojega se odobravaju bespovratna sredstva kao podrška male vrijednosti, uz uslov učešća korisnika, a to mogu biti obrti, trgovačka društva, privatne ustanove, zadruge i umjetničke organizacije. Do 2013. godine ovaj program su zajednički provodili Ministarstvo kulture i Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva. Godišnji iznos sredstava u programu u

periodu 2009 - 2012. iznosio je 4 miliona kuna. No, u narednim godinama program je provodilo i finansiralo samo Ministarstvo kulture te je ukupan iznos sredstava smanjen, na 1,65 miliona kuna u 2013. i zatim na 1,53 miliona kuna u 2014.¹⁵ Ovakva kombinirana djelovanja ministarstava su potrebna kako bi se KKI dovoljno promovirao i kroz postojeće akcije u kreditiranju poduzetnika i u kreditiranju prvog zapošljavanja, koje se trenutno sprovodi u Kantonu Sarajevo, ali bi moglo poslužiti i kao ideja za druge pilot projekte koji bi kombinirali promociju poduzetništva i KKI.

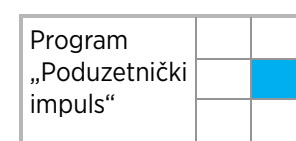
Kao primjer mogu poslužiti i modeli programskog finansiranja dostupni u Hrvatskoj prikazani u Grafikonu 2.

Grafikon 2. Modeli javnog programskog finansiranja dostupni KKI u Hrvatskoj

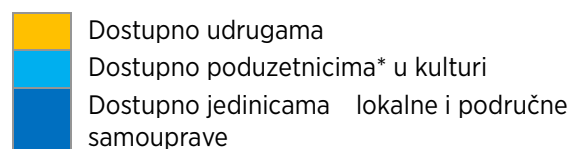
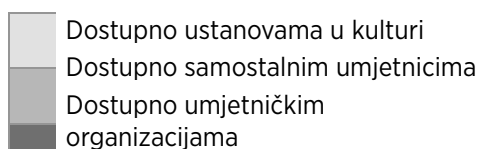
Kulturna politika



Politika poticanja malog poduzetništva



Legenda:



Izvor: Ministarstvo kulture RH

¹⁵ Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj, Ekonomski institut, Zagreb, lipanj 2015.str.68

Od 2015. godine Kulturne i kreativne industrije u Hrvatskoj su udružile sve podsektore (od arhitekture, dizajna, gejmning scene do muzike, filma, medija, oglašavanja i drugih) i kroz saradnju Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija (HKKKKI) i Hrvatske udruge poslodavaca te oformili zajedničku platformu pod nazivom „Kreativna Hrvatska“. Iako je čak sedam ministarstava potvrdilo kako je to strateški važna industrija, kreativna industrija još uvijek nije pronašla svoje sigurno i službeno mjesto kao privredna grana. Kulturne i kreativne industrije sastavnica su svakog proizvoda ili usluge koja se prezentira potencijalnom kupcu, što znači da je rad kreativaca prisutan u 99% svih proizvoda i usluga na tržištu. Cilj im je iskoristiti ekonomski potencijal ovog industrijskog sektora koji u Hrvatskoj ostvaruje više od 15 milijardi kuna prihoda godišnje i zapošljava više od 42 hiljade ljudi i ostvaruje 2,3% hrvatskog BDP-a, a njihova bruto dodana vrijednost je 6,3 milijarde kuna.¹⁶

Udruga Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija – HKKKKI, najvažnija je institucija za kreativne i kulturne industrije, koja je osnovana 2013. godine na inicijativu Ministarstva gospodarstva. Temelj klastera je značaj kreativnosti i kulture kao razvojnog potencijala države, kojeg treba čuvati i unaprjeđivati, te tako podići nivo urbanih središta i općenito kvaliteta života.¹⁷

U Hrvatskoj, KKI uključuje 12 podsektora koji su ustvari sektori za sebe:¹⁸

- Arhitekturu
- Oglašavanje
- Elektronske medije
- Kompjuterske igrice i nove medije
- Muziku
- Dizajn (modni, grafički, dizajn interijera i produkt)
- Primijenjene umjetnosti
- Umjetnost (književnost, vizualne i izvedbene umjetnosti)
- Biblioteke
- Muzeje i baštinu
- Film, fotografiju
- Izdavaštvo

Isto tako, izrađena je projektna studija „Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj“ u junu 2015. godine koja služi za procjenu i analizu daljnjih akcija, promjena i mjera za ovo područje.¹⁹

Neke od specifičnosti sektora kreativnih industrija su: značajan prostor za ekspanziju i nova radna mjesta, otporne su na recesiju, nositelji su inovacija, utvrđen cjenovni potencijal za konkuriranje na stranim tržištima, imaju veliki potencijal saradnje sa tzv. zrelim industrijama i 45,4% je zaposlenih s najmanje višom školom.²⁰ Ova iskustva definitivno podržavaju mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u BiH u 2019/2020 godini koje kao što vidimo kasni, ali koje se ne bi smjelo dalje odgađati u Kantonu Sarajevo koje prednjači u ovoj industriji u BiH.

U nastavku (Grafikon 3.) je prikazana zaposlenost u Hrvatskoj u kreativnoj ekonomiji, industriji i zanimanjima, za potrebe poređenja s podacima za BiH, ali i Kanton Sarajevo.

¹⁶ Hrvatska udruga poslodavaca – Kulturne i kreativne industrije, <https://www.hup.hr/kulturne-i-kreativne-industrije-vrijedne-vise-od-15-milijardi-kuna-ocekuju-rast-i-u-2016.aspx>, 12.08.2018.

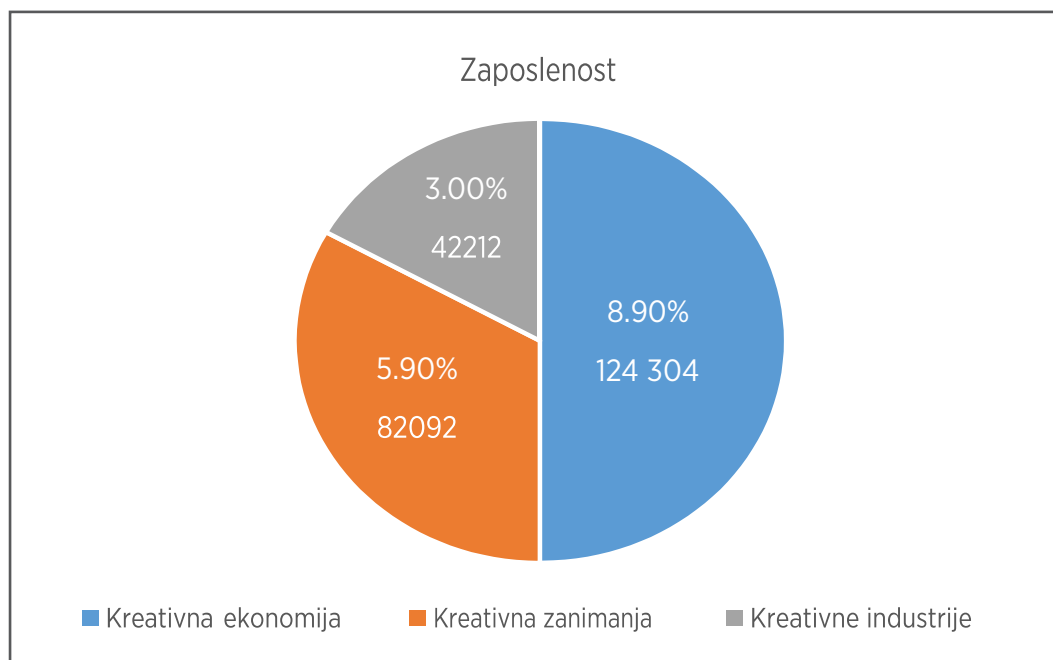
¹⁷ Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih industrija, Strateške smjernice za razvoj kreativne i kulturne industrije, http://hkckki.eu/dokumenti/strateske_smjernice.pdf, 12.08.2018.

¹⁸ Ibid

¹⁹ Goldstein S.: Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2016, str.16-17

²⁰ Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih industrija, Kreativni gradovi ili kako kreativna i kulturna industrija mijenja svijet, <http://www.udruga-gradova.hr/wordpress/wp-content/uploads/2016/07/5.-HKCKI.pdf>, 10.08.2018.

Grafikon 3. Zaposlenost u Hrvatskoj u kreativnoj ekonomiji, zanimanjima i industriji

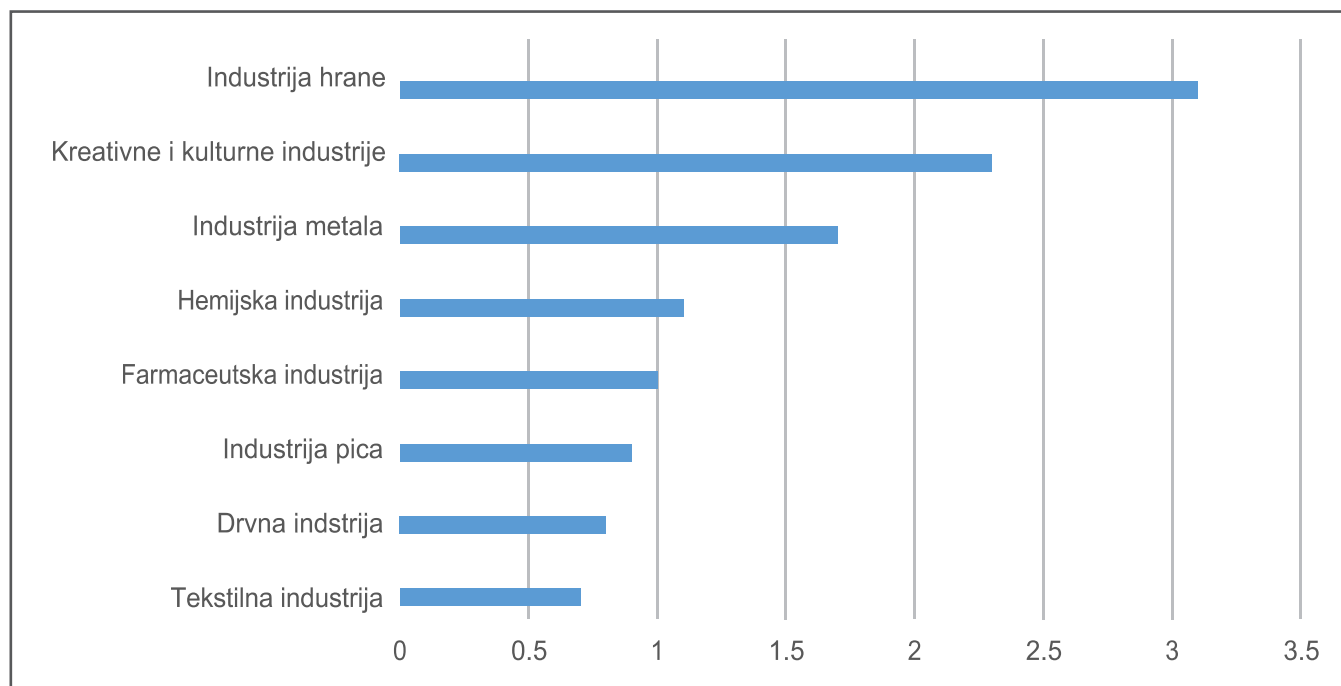


Izvor: Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija, www.hkikki.eu

U Hrvatskoj od ukupno radnog stanovništva u kreativnoj ekonomiji zaposleno 124.304 stanovnika što čini 8,9%. U kreativnim zanimanjima ukupno zaposlenih

od radnog stanovništva je 82.092 tj. 5,9%, a ukupno zaposlenih od radnog stanovništva u kreativnim industrijama je 42.212 stanovnika što je u postotku 3%.

Grafikon 4. Udio sektora u BDP-u u Republici Hrvatskoj



Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu, <http://www.udruga-gradova.hr/wordpress/wp-content/uploads/2016/07/5.-HKKKI.pdf>, 2018.

Iz grafikona 4. je vidljivo da najveći udio u BDP-u Hrvatske ima prehrambena industrija sa 3,1%, iza nje je odmah na drugome mjestu kreativna i kulturna industrija sa visokih 2,3% udjela u BDP- u, slijede ih

industrija metala sa 1,7%, hemijska industrija sa 1,1%, farmaceutska industrija sa 1,0%, industrija pića sa 0,9%, iza nje drvena industrija sa 0,8% te na kraju se nalazi tekstilna industrija sa najmanjim udjelom od 0,7%.

2.2. KKI u Bosni i Hercegovini, FBiH i Kantonu Sarajevo

Iako Kulturne i kreativne industrije okupljaju više od 11,2% svih privatnih preduzeća i 7,5% svih zaposlenih u ukupnoj ekonomiji u EU (2,5 puta više ljudi nego proizvođači automobila i pet puta više od hemijske industrije), njihov potencijal i važnost u doprinosu bh. ekonomiji nije prepoznat ili je podcijenjen. Uz problem nedostatka podataka i informacija, tu su i zakonodavne prepreke koje onemogućavaju sposobnost finansijera (kako institucionalnih tako i privatnih) da prepoznaju potencijal KKI. Zakonski okviri u BiH guše izuzetan potencijal koji postoji kod domaćih kreativnih preduzetnika, zbog neadekvatnih rješenja vezanih za prava intelektualne svojine, demotivirajućih poreskih režima, te problema socijalne sigurnosti i nemogućnosti fleksibilnog zapošljavanja. Zastarjeli su i namijenjeni za konvencionalnu, proizvodnu ekonomiju, sa velikim firmama i velikim brojem uposlenika. Nasuprot tome, kulturne i kreativne industrije uglavnom se sastoje od brojnih mikro, malih i srednjih preduzeća i freelancera, sa ograničenim pristupom infrastrukturi, resursima i finansiranju. Djelatnosti unutar ovog sektora su po prirodi drugačije od tradicionalnih zaposlenja, te su često na projektnoj ili privremenoj osnovi, sa fleksibilnim radnim vremenom. U BiH, zemlji sa hronično visokom stopom nezaposlenosti mladih, bez strateškog razvoja ovog sektora, neminovno je da će ovi visoko kvalifikovani radnici tražiti rješenje van granica naše zemlje.²¹

Obzirom da se radi o razvojnoj ekonomskoj kategoriji, te da su u EU sagledane unutar industrijskih politika, KKI bi morale biti sastavni dio programa Ministarstva za razvoj, obrt i poduzetništvo FBiH, te sastavni dio Strategije razvoja Federacije FBiH 2010-2020. Kroz razvoj ovih sektora razvijat će se i mala i srednja poduzetništva, što je u kontekstu BiH, kao zemlje u tranziciji, pozitivno za njen opći ekonomski razvoj, a i za poboljšanje životnog standarda građana BiH. Kreativnost je ključ konkurentnosti evropske ekonomije, tako da je usklađivanje domaćeg sistema sa EU pitanje pametne ekonomske politike, kao i obaveza BiH u procesu pristupanja EU.

Zagovaranje sistemskog pristupa u kulturnoj politici kao i značaj njene implementacije u BiH započelo je 2002. projektom Vijeća Evrope i evaluacionim izveštajem o kulturnoj politici u Bosni i Hercegovini Čarlsa Landrija (Charles Landry). Potom je u junu 2006. godine, na inicijativu Komisije Vijeća ministara BiH za izradu kulturne strategije BiH, kulturni sektor prvi put uključen u revidiranu Srednjoročnu razvojnu strategiju BiH 2004 - 2007. godine (PRSP), čime je tek stvorena mogućnost da se kulturna politika razmatra kao jedna od strateških politika razvoja društva. Nakon perioda priprema i analize, Strategija kulturne politike BiH usvojena je 2008. godine, te su na eksplicitnom nivou predloženi strateški ciljevi, mjere i uslovi za realizaciju strateških okvira razvoja kulturnog sektora u BiH.²²

U Bosni i Hercegovini oblast kulture je decentralizirana. Ministarstvo civilnih poslova BiH nadležno je za utvrđivanje osnovnih principa koordinacije, usklađivanje planova entitetskih tijela vlasti i definiranje strategije na međunarodnom planu u oblasti kulture. Na nivou entiteta postoje ministarstva nadležna za pitanja kulture i to u Republici Srpskoj Ministarstvo prosvjete i kulture, dok u Federaciji BiH nadležnosti u oblasti kulture sprovodi Ministarstvo kulture i sporta. Dalje nadležnosti se koordiniraju na nivou kantona kojih ima 10 i u kojima se upravni poslovi iz oblasti kulture i informiranja obavljaju na nivou kantonalnih ministarstava (npr. u Tuzlanskom kantonu ova nadležnost pripada Ministarstvu kulture, obrazovanja, nauke i sporta). Posljednji nivo odlučivanja čine općine grupirane prema pripadnosti određenom kantonu kojih ima 141 (Federacija BiH 79 općina, Republika Srpska 62 općine), dok su osnovni nosioci upravne funkcije u kulturi na nivou općina odjeljenja za društvene djelatnosti (npr. u gradu Tuzla to je odjeljenje za razvoj, preduzetništvo i društvene djelatnosti; u Istočnom Sarajevu to je odjeljenje za privredu i društvene djelatnosti).

²¹ Izvješće evropskog parlamenta 'Dosljedna politika EU za kulturne i kreativne industrije'
http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0357_HR.html?redirect

²² Mikić H. (2012) Kreativne industrije u Bosni i Hercegovini: Mogućnosti i perspektive razvoja, str. 1

U Federaciji BiH, kada su u pitanju određene oblasti kreativne industrije u posljednje tri godine broj poslovnih subjekata, prometa i zaposlenih je varirao. Tako je, primjera radi, 2015. godine prema podacima Federalnog zavoda za statistiku u oblasti izdavaštva djelovalo 112 poslovnih subjekata, koji su upošljavali 705 zaposlenih, te ostvarili promet od 56.611.264 KM. Godinu poslije zabilježen je rast u svim navedenim segmentima da bi 2017. godine došlo do pada. Slična situacija je i u oblasti filma, emitiranja programa, telekomunikacija, arhitekture. Činjenica je da nadležne institucije u BiH izdvajaju malo ili nimalo za kulturu i kreativnu industriju. Također, u BiH nedostaje percepcije kreativne industrije kao pokretača razvoja i jednog od mogućih nosilaca socio-ekonomskog napretka društva. Naša zemlja obiluje talentima u svim segmentima-film, muzika, arhitektura, IT, ali svima njima je potrebna podrška.²³

Detaljan pregled registrovanih pravnih lica po pojedinim razredima i granama djelatnosti koji čine kulturne i kreativne industrije u Kantonu Sarajevo, prezentiran je u tabeli 1. Također, dat je komparativni pregled broja registrovanih pravnih lica u 2014. godini, i 2019. godini, te procenat djelatnosti KKI, u odnosu na ukupan broj registrovanih subjekata. Ukupan broj registrovanih pravnih lica 2014. godine je bio 1.192, dok je u 2019. godini taj broj smanjen na 1018. Najveće smanjenje broja registrovanih pravnih lica zabilježeno je u djelatnosti 90.01 - Izvođačka umjetnost, gdje je 2014. godine bilo registrovano ukupno 419 pravnih lica, dok je taj broj u 2019. godini smanjen na samo 23 registrovana pravna lica. Također, smanjen broj registrovanih pravnih lica primijetan je i u djelatnostima 90.3 - Umjetničko stvaralaštvo, gdje se broj registrovanih pravnih lica u 2019. godini smanjio na 4, u odnosu na 2014. kada je bilo registrovano 19 pravnih lica, ali i u djelatnosti 90.4 - Rad umjetničkih objekata, gdje su u 2014. godini bila registrovana 32 pravna lica, dok je u 2019. godini u istoj oblasti registrovano njih 6.

Broj poslovnih subjekata u ovoj oblasti je rastao u periodu između 2014. godine i 2019. što pokazuje Tabela 1. i skoro u svakom sektoru je zabilježen rast osim u umjetničkom stvaralaštvu i radu umjetničkih objekata, te pravnim subjektima u izvođačkoj umjetnosti koja su zabilježila značajan pad. Ovaj broj ne uključuje registrovane obrte i one kreativne radnike koji operiraju kao freelance-ri u ovim oblastima. Cilj mapiranja KKI je i pružanje platforme za zajedničko djelovanje i zagovaranje ovih djelatnika što će omogućiti zakonodavcu da definiira jasnije izazove i kreira efektivnije javne politike u ovoj oblasti. Također, tek uz akciju mapiranja bila bi omogućena i efektivnija interakcija ovih subjekata u svrhu ekonomskog djelovanja i tržišnog nastupa.

KKI u Kantonu Sarajevo ima dugu i bogatu kulturno-historijsku tradiciju, te je ulaganje u razvoj kulturne i kreativne industrije neophodno u cilju ekonomičnog iskorištavanja potencijala kojima raspolaže. Ukoliko posmatramo broj zaposlenih u kulturnim i kreativnim industrijama u Kantonu Sarajevo prikazan u Grafikonu 1, ovaj značaj postaje evidentan. Kao što se može vidjeti, ukupan broj zaposlenih osoba u kulturnim i kreativnim industrijama u Kantonu Sarajevo, 2014. godine, je bio 5.751. Od toga, najveći broj zaposlenih je bio u sektoru IT, software i kompjuterske usluge, gdje je bilo zaposleno 2.166 osoba. Posmatrano po područjima i oblastima djelatnosti, 2018. godine u FBiH, u kulturnim i kreativnim industrijama je bilo zaposleno 62.050 uposlenika, što iznosi 12% od ukupnog broja zaposlenih u FBiH u 2018. godine. U Republici Srpskoj, u 2017. godini, broj zaposlenih u KKI, po područjima i oblastima djelatnosti, iznosio je 30.510, odnosno 11% od ukupnog broja zaposlenih u Republici Srpskoj, 2017. godine. Posmatrano na nivou BiH, ukupan broj zaposlenih u BiH, u oktobru 2018. godine bio je 780.408 od čega je u kulturnim i kreativnim industrijama bilo zaposleno ukupno 92.560 osoba, odnosno 12%.

Tabela 2. 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: Mikić²⁴ (2013:5-6).

²³ <http://business-magazine.ba/2018/11/29/kreativna-industrija-bih-zanemarena/>

²⁴ Mikić H. (2013), Kreativne industrije u BiH: moguće perspektive razvoja, <http://www.cpu.org.ba/media/19417/Prezentacija-Hristina-Mikić.pdf> str. 5-6.

Ako uporedimo cifre iz Tabele 2. s podacima za nivo BiH prikazanim u Grafikonu 1. broja zaposlenih u KKI srodnim granama ovaj broj je vjerovatno veći danas, ali pokazuje da je BiH u odnosu na regiju vjerovatno lošija po broju uposlenih u KKI industrijama barem kada je poredimo s Hrvatskom. Hrvatska dakle, zaista može poslužiti kao dobar uzor u ovoj oblasti te i iz tog razloga BiH kasni s mapiranjem KKI, a mapiranje KKI u Kantonu Sarajevo time još više dobija na značaju.

Ulaganje u KKI je značajno i iz razloga što su to industrije s većom dodanom vrijednošću, a plate djelatnika su veće od prosječnih. Prosječna neto plata u Federaciji BiH, u julu 2019. godine, iznosila je 928 KM. U tabeli 3. u nastavku prikazan je pregled prosječnih neto

plata isplaćenih u julu 2019. godine, po oblastima djelatnosti za nivo FBiH, te za područja djelatnosti za nivo Kantona Sarajevo. Shodno navedenom, može se zaključiti da su neto plate u područjima kulturnih i kreativnih industrija, na nivou FBiH i na nivou Kantona Sarajevo, veće u svim oblastima i područjima djelatnosti u odnosu na prosječnu neto platu za taj nivo vlasti, osim u području R-Umjetnost, zabava i rekreacija gdje je prosječna neto plata na nivou KS iznosila 1074 KM, što je za 2% manje u odnosu na posječnu neto platu na nivou Kantona. Također, u nekim oblastima na nivou FBiH, kao što je 73 - Reklama i propaganda i istraživanje tržišta. Naime, u ovoj oblasti, prosječna neto plata isplaćena u julu 2019. godine, bila je 222,8% veća u odnosu na prosječnu neto platu na nivou FBiH.

Tabela 3. Plate u KKI

Područje	Oblast	Neto plata (FBiH), VII 2019.	Neto plata (KS), VII 2019.
M - Stručne, naučne i tehničke djelatnosti	70 - Upravljačke djelatnosti; savjetovanje u vezi s upravljanjem	1147 (123,6%)	1179 (107,6%)
	71 - Arhitektonske i inženjerske djelatnosti; tehničko ispitivanje i analiza	1022 (110,1%)	
	73 - Reklama i propaganda i istraživanje tržišta	2068 (222,8%)	
	74 - Ostale stručne, naučne i tehničke djelatnosti	931 (100,3%)	
J - Informacije i komunikacije	58 - Izdavačke djelatnosti	991 (106,8%)	1422 (129,7%)
	59 - Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa, djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja muzičkih zapisa	1114 (120,0%)	
	60 - Emitiranje programa	1100 (118,5%)	
	62- Kompjutersko programiranje, savjetovanje i djelatnosti povezane s njima	1619 (174,5%)	
P - Obrazovanje	85 - Obrazovanje	955 (102,9%)	1265 (115,4%)
R - Umjetnost, zabava i rekreacija	90 - Kreativne, umjetničke i zabavne djelatnosti	1006 (108,4%)	1074 (98,0%)
Prosječna neto plata		928	1.096

Iz svega navedenog, jasno je da su kulturne i kreativne industrije među najvažnijim granama privrede, s obzirom na veliku koncentraciju radne snage u ovim

djelatnostima, te na visinu mjesečnih primanja osoba uposlenih u ovim oblastima djelatnosti.

3. Kreativnost kao nematerijalni kapital u ekonomiji znanja: potreba za javnim politikama koje promoviraju kreativni kapital

Kapital je imovina preduzeća koja generira buduće novčane tokove, tj. glavnica se koristi za buduća ulaganja i poslovanje, a nastala je iz prijašnjih ulaganja. Ulaže se u proizvodnju ili druge djelatnosti sa svrhom da se uveća tj. da se ostvari dobit. Može biti fizički (proizvodni i poslovni prostor, mašine i oprema, sirovine, poluproizvodi i finalni proizvodi i sl.) i finansijski (novac, vrijednosni papiri i sl.).

1990. godine Leif Edvinsson iz švedske finansijske kompanije Skandia, spojio je ideju o ljudskom kapitalu i infrastrukturnom kapitalu u pojam intelektualni kapital. Analizirajući druge firme zaključio je da većina investitora daje prednost kompanijama koje imaju bolje godišnje finansijske izvještaje, koji uzimaju u obzir finansijsku i fizičku imovinu preduzeća, a zanemaruju intelektualne resurse preduzeća. Gledajući posjedovanja kompanije, a ne njezino znanje, to jest znanje zaposlenika. Vremenom je rasla spoznaja da se uspješnost poslovanja savremenog preduzeća više ne mjeri isključivo prema stvorenoj masi materijalne imovine, već prema sposobnosti preduzeća da efikasno stvara što više dodane vrijednosti. Intelektualni kapital izvor kapitala u ekonomskom smislu nalazi u znanju i patentima odnosno u osnovnom ljudskom kapitalu, što znači da se čovjek uzima kao biće koje razumijeva i uči i da je zbir znanja ekonomski mjerljiv kao kapital. Ljudski kapital se danas prije svega odnosi na svojstvo da se rješavaju problemi u poslu, čine ga lična svojstva i međuljudski odnosi ili kultura organizacije, ne i sama organizacija. Intelektualni kapital podrazumijeva da ljudska svojstva, nadograđena znanjem i patentima mogu biti kapital i same organizacije, mjerljiv i utvrđen kao razlika između materijalnih vrijednosti (uključujući i finansijska sredstva) i tržišne vrijednosti organizacije. Intelektualni kapital kao resurs nije ograničen i ne može biti iscrpljen, zato njegovim korištenjem u proizvodnji dobit raste neprekidno.²⁵

Prema istraživanjima provedenim u Hrvatskoj, vidljivo je da je u posljednjih dvadesetak godina udio nematerijalne imovine u ukupnoj vrijednosti preduzeća u Hrvatskoj sve veći, dok je uloga materijalne imovine sve manja u stvaranju novostvorene vrijednosti. To se jasno može vidjeti u grafikonu 5., koji pokazuje trend povećanja važnosti nematerijalne imovine za preduzeća.²⁶

Sve veći postotak zaposlenika u preduzećima bavi se intelektualnim radom i proizvodi nematerijalna dobra. Jedna procjena pokazuje da svega 6% svih zaposlenih u korporaciji IBM radi u tvornicama, dok se ostalih 94% bavi ostalim "neopipljivim", intelektualnim poslovima. Tako neke statistike u najrazvijenijoj ekonomiji svijeta - SAD-u procjenjuju da američka preduzeća danas ulažu u nematerijalnu imovinu (istraživanje i razvoj, edukaciju zaposlenika,...) isto ili više koliko ulažu u materijalnu imovinu - mašine i opremu. Sve više novostvorene vrijednosti stvara se znanjem, a manje materijalnim resursima i radom u neposrednoj proizvodnji. I to je glavni razlog zašto je sve više u preduzećima bitna nematerijalna imovina.²⁷

Dakle, kreativni kapital je neophodno shvatiti kao najveći pokretač ekonomije znanja ali je podizanje svijesti o tome šta je kreativnost i kreativni kapital prvi korak. Pojam kreativni kapital je nastao iz koncepta kreativnih industrija početkom ovog stoljeća i analize kreativnih industrija iz ugla ekonomije, a podrazumijeva kreativnost kao input za ekonomsku proizvodnju. Kreativni kapital uglavnom u ekonomskim teorijama podrazumijeva vrijednosti koje su mjerljive kao neopipljiva svojstva, dobra, resurs, komparativna prednost ili računovodstvena aktiva. Pojam prvi uvodi Richard Florida 2005. godine u djelu *The Flight of Creative Class* i definira kao ljudsku sposobnost da kreira nove ideje, tehnologije, poslovne modele, kulturne forme i industrijske grane. Djelatnosti intenzivno zasnovane na kreativnom kapitalu praktično pokrivaju gotovo sve komercijalne sektore poslovanja i sve digitalne sektore nove ekonomije.²⁸ Iz ovog razloga potrebno je mijenjati i svijest onih djelatnika koji djeluju u domenu kulture kako moraju izaći iz svojih okvira i razmišljati o tome kako se njihova kreativnost može iskoristiti na tržištu. Treninzi koji podižu svijest kulturnih radnika o ekonomskoj isplativosti njihovih ideja je jedan on ciljeva djelovanja u klasterima KKI a koje će promovirati kreativnost kao novi oblik kapitala koji društvo ulaže u svoj razvoj, a koje je ujedno i najisplativije.

²⁵ Ibid., str.274-278

²⁶ D. Sundać, N. Švast – Intelektualni kapital Temeljni čimbenik konkurentnosti poduzeća, Zagreb, 2009. str.31

²⁷ D. Sundać, N. Švast – Intelektualni kapital Temeljni čimbenik konkurentnosti poduzeća, Zagreb, 2009, str.33

²⁸ A. Djerić, Izvještaj sa prezentacije kreativna ekonomija, 2013.,

[http://www.komoraks.co.rs/Vesti/203/Izvestaj%20sa%20prezentacije%20Kreativna%20ekonomija%20\(2\).doc](http://www.komoraks.co.rs/Vesti/203/Izvestaj%20sa%20prezentacije%20Kreativna%20ekonomija%20(2).doc), 08.08.2018.

3.1. Kreativni klasteri i kreativni gradovi kao uži cilj mapiranja KKI u Kantonu Sarajevo

U okviru razvojnih strategija, kulturne i kreativne djelatnosti sve više se prepoznaju kao ključni sektori rasta u procesu urbane i regionalne regeneracije. Naime, turizam se percipira kao komplementarna djelatnost koja pomaže u transformaciji kulture kao turističkog proizvoda. Kultura i turizam sve se više zajedno promoviraju u okviru jedne šire strategije diverzifikacije lokalne privrede. Stoga će gradovi morati razmisliti o novim modelima koji bi im pomogli u obnovi i diverzifikaciji njihove privredne slike.²⁹

Definicija kreativnih klastera prema WIPO-u glasi: „geografska koncentracija kreativnih industrija (zanati, film, muzika, izdavaštvo, softver, dizajn i dr.) koje povezuju svoje resurse kako bi optimizirali stvaranje, produkciju, diseminaciju i eksploataciju kreativnog rada.“ Sve te kreativne djelatnosti međusobno konkuriraju, ali i sarađuju kako bi zajedno učestvovali u uspjehu, društvenom i ekonomskom prosperitetu i razvoju nekoga grada, regije ili zemlje. Kreativni klasteri uključuju neprofitne organizacije, umjetničke i kulturne institucije i individualne kreativce. Trebaju imati i prostor gdje se proizvodi predstavljaju, promoviraju i sl, i isto tako nuditi smještaj za rad i život. To sve zahtijeva ulaganje lokalnih vlasti, privatnog sektora i drugih sudionika.³⁰ Kanton Sarajevo bi stoga trebao definirati lokaciju koja bi nudila i fizičko mjesto gdje se klasteri KKI susreću na jednom mjestu, posebno s obzirom na status kreativnog grada tj. to bi dodatno doprinijelo razvoju ovog koncepta.

Kreativni gradovi nastaju brendiranjem mjesta, tj. sinergijom svih onih faktora koji mjesto čine must see destinacijom. Brendiranjem se postiže identitet grada i stvaranje osjećaja koje mjesto donosi. U kreativnim gradovima treba biti doza alternative i trebaju biti otvoreni za različite identitete i toleriranje različitosti.³¹ S obzirom na poseban značaj promocije ovih vrijednosti u Kantonu Sarajevo i BiH uopšte ovo je jedna progresivna politička poruka koja je nus proizvod promocije KKI, a koja ima veliki značaj u našem društvu.

Za razvoj kreativnih gradova potrebni su kreativni građani koji rade na prosperitetu društva. Prema Richardu Floridi (2006.), tri su stvari ključne za razvoj ekonomije (tzv. 3T teorija): tehnologija, talent i tolerancija. Kako bi privukli kreativne ljude, stimulirali razvoj inovacija i pokrenuli ekonomski napredak, gradovi moraju imati sve troje. Tehnologiju – razvijenu u regiji, talent – veliki broj visokoobrazovanih osoba i toleranciju – otvorenost, prihvatanje različitosti te uspješan suživot različitih rasa, etničkih skupina, religija, ljudi različitih seksualnih orijentacija i sl.³²

Koraci koje grad Sarajevo mora poduzeti da bi postao kreativan, su sljedeći: prepoznati primjere dobre prakse i analizirati tačne razloge njihova uspjeha, te slijedeći istu logiku detektirati najvažnije inostrane projekte i posjetiti te lokacije i, naravno, pokušati implementirati viđeno u vlastitoj sredini (prilagođeno specifičnom lokalnom kontekstu i uslovima). Međutim, nije sve u brendingu, nije dovoljno proglasiti neki grad kreativnim. Poželjno je da identifikacija kreativnog grada dođe izvana, tj. da drugi prepoznaju kreativni napredak u razvitku grada.³³ Na neki način Sarajevo je uspjelo u ovom brendingu ulaskom u Mrežu kreativnih gradova UNESCO-a.

Naime, 2004. godine UNESCO je pokrenuo program pod nazivom Creative Cities Network – Mreža kreativnih gradova. To je mreža koja povezuje gradove tako što dijele iskustva, treninge poslovnih vještina i tehnologije za razvitak širom svijeta. Postoji sedam definiranih područja mreže, koja su na izbor gradova, te gradovi biraju kao svoju specifičnost na kojoj žele raditi i razvijati a to su: film, muzika, književnost, obrti/zanati i narodna umjetnost, dizajn, medijske umjetnosti i gastronomija. Takvim načinom radi se na razvoju i jačanju grada i širenju kulturnih i kreativnih proizvoda na tržištu.³⁴

²⁹ Petrić, L., Mikulić, D., (2009.) Uloga kulturnog turizma u procesu urbane regeneracije

³⁰ S.Goldstein, Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska sveučilišna naknada, Zagreb, 2016.,str.58

³¹ Lea Pernić – Kreativni gradovi – uzroci i posljedice, Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 2010.,str.4

³² Lea Pernić – Kreativni gradovi – uzroci i posljedice, Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 2010.,str.4

³³ Ibid.str.6

³⁴ S.Goldstein, Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska sveučilišna naknada, Zagreb, 2016.,str.58-60

Mreža kreativnih gradova UNESCO-a danas ima ukupno 246 gradova. UNESCO-ovi kreativni gradovi, daju opipljiv, odnosno konkretan doprinos postizanju ciljeva održivog razvoja kroz inovativno razmišljanje i djelovanje. Gradovi se, kroz svoje opredjeljenje, zalažu za akcije održivog razvoja koje su direktno u korist zajednica na gradskom nivou. Grad Sarajevo je također uvršten na UNESCO-ovu listu kreativnih gradova u 2019. godini. Sarajevo je prepoznato u oblasti filma, čemu naročit doprinos zasigurno daje Sarajevo Film Festival. Dodjelom ovog priznanja, Grad Sarajevo se obavezuje da će podržati upravljačku jedinicu koja će upravljati statusom kreativnog grada, jer kreativni gradovi pogoduju političkim i društvenim inovacijama i da su posebno važni za mlade generacije. Ova kreativna jedinica će u velikoj mjeri profitirati od akcije mapiranja KKI u Kantonu Sarajevo, posebno u oblasti filma.

Nezavisna studija o ekonomskom, kulturnom i društvenom utjecaju Sarajevo Film Festivala, koju je provela britanska konsultantska kuća Olsberg SPI pokazala je da je festival prošle godine privukao 10.000 turista, što je omogućilo priliv od 51,6 miliona KM i zaposlenje 1.385 radnika. Ekonomska aktivnost indirektno vezana za samo održavanje festivala procijenjena je na 10,3 miliona KM prometa i 99 radnih mjesta godišnje. Na svaku uloženu marku iz javnih sredstava ostvario se povrat od 2,11 KM na ime poreskih prihoda. Uz to svojim aktivnostima daje ključan doprinos razvoju filmske industrije u regionu, pozitivno utiče na međunarodnu percepciju Bosne i Hercegovine, a kod građana stvara jak osjećaj pripadnosti lokalnoj zajednici.

U 2017. festival je direktnim trošenjem vlastitog budžeta generisao 4,49 miliona KM, čime je doprinio stvaranju 508.531 KM bruto dodane vrijednosti (BDV). Za vrijeme pripreme festivala radno je angažovano 250 ljudi, što bi preračunato na godišnji nivo značilo 28 stalno zaposlenih. Kada se u obzir uzmu multiplicirajući efekti festivala, koji uključuju ekonomsku aktivnost festivalskih dobavljača i podsticaj povećanju potrošnje, vrijednost ekonomskog učinka povezanog sa festivalom procjenjuje se na 10,3 miliona KM, što rezultira zaposlenjem 99 radnika u ekvivalentu punog radnog vremena i stvaranjem 1,87 miliona KM bruto dodane vrijednosti. Studija pokazuje da SFF značajno doprinosi i široj sarajevskoj i bosanskohercegovačkoj ekonomiji: za vrijeme održavanja prošlogodišnjeg festivala Turistička zajednica Kantona Sarajevo je registrovala 30.000 turista, od čega ih je 10.000 u gradu boravilo zbog festivala. U turističkim okvirima to je rezultiralo prilivom od 51,6 miliona BAM i zaposlenjem 1.385 radnika u ekvivalentu punog radnog vremena.

Za svaku konvertibilnu marku privatnog kapitala uloženog u Festival ostvaruje se povrat na investicije od 1,41 KM BDV, dok se za marku javnog kapitala uloženog u Festival ostvaruje povrat na investicije od 1,49 KM BDV. Festival je također značajan izvor poreskih prihoda za javni sektor: za svaku KM javnih sredstava uložених u festival (kako iz bosanskohercegovačkih, tako i iz međunarodnih izvora) ostvaruje se povrat od 2,11 KM na ime poreskih prihoda. Za izradu studije predstavnici Olsberg SPI-ja izvršili su detaljnu analizu budžeta i poslovnih knjiga Sarajevo Film Festivala, uradili povjerljive intervjue sa nizom relevantnih sagovornika, anketirali više od 1.000 filmskih radnika i drugih posjetilaca Festivala te predstavnike vlasti i sponzore SFF-a. Istraživanje je najavljeno i izvršeno za vrijeme 23. Sarajevo Film Festivala.

Film je dakle uspješna grana kreativne ekonomije u KS i kreator ekonomskih 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. Stoga bi mapiranje KKI u oblasti filma trebalo započeti što prije kako bi se još više promovirala saradnja različitih djelatnosti koje se mogu usmjeriti na povećanje sadržaja koje se nudi turistima tokom SFF-a.

S obzirom da kulturna i kreativna industrija imaju najviši stepen povrata na uloženi kapital dodatni razvoj ove industrije je neosporno dobar ekonomski izbor. Ovo je fabrika u centru grada koja donosi 50 miliona KM za osam dana. Reputacijska vrijednost i podizanje imidža Kantona zbog ovog događaja, teško su mjerljivi u novcu. Primjeri hrvatskih gradova prepoznaju važnost razvoja kreativnosti i grada te tako muzički festivali privlače do 150.000 posjetitelja, u Zagrebu postoji Advent koji posjeti 250.000 posjetitelja i proglašen je već treći put najboljim adventom u Evropi. Isto tako Varaždin svojom manifestacijom pod nazivom Špancirfest, koja traje deset dana i održava se svake godine krajem avgusta, privuče 100.000 posjetitelja te se nude koncerti, ulični performer, radionice, izložbe, kreativna, bogata izlagačko-prodajna ponuda, gastronomski užici i brojni drugi sadržaji koji pretvaraju predivnu historijsku jezgru Varaždina u jedinstvenu festivalsku pozornicu.³⁵ Ulaganje javnog novca u Kantonu Sarajevo je dakle ekonomski isplativo.

³⁵ Udruženje gradova, Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih industrija, Kreativni gradovi ili kako kreativna i kulturna industrija mijenja svijet, <http://www.udruzenje-gradova.hr/wordpress/wp-content/uploads/2016/07/5.-HKKKI.pdf>, 10.08.2018.

Brojni su razlozi zbog kojih bi Sarajevo trebalo prihvatiti daljnji razvoj sinergije turizma i kreativne industrije kao strategiju vlastite daljnje regeneracije:

- postojanje različitih resursa koji mogu poslužiti kao turističke atrakcije (muzeji, historijske zgrade i lokacije, tradicionalna događanja itd.);
- turizam iziskuje skupa ulaganja u fizičku infrastrukturu, no većina takvih ulaganja ujedno donosi korist i lokalnoj zajednici i poslovnom sektoru, stoga je potrebno razmisliti o ulaganju Kantona Sarajevo u unapređenje turističke infrastrukture;
- bavljenje djelatnostima vezanim za turizam i njihova promocija na drugim mjestima poboljšava sliku i percepciju grada općenito, što pomaže ekonomskom napretku;
- sveukupni rast privrednih aktivnosti koje su direktno ili indirektno povezane s turizmom; razvoj mnogih sadržaja, prvobitno osmišljenih radi privlačenja turista, doprinijet će i promjeni razmišljanja kod poslovnih ljudi i menadžera kako dotičan grad pruža mogućnosti za kvalitetan život i rad;
- regeneracija gradskih zona i spomenika, te dolazak novih gostiju također pozitivno utiču na građanski ponos.³⁶

Program razvoja projekta sastoji se od tri modula i sudjeluju svi gradovi potpisnici, te ga se provodi u saradnji sa lokalnom zajednicom i partnerima. Ova platforma stoga treba biti inkorporirana u plan aktivnosti pri mapiranju klastera KKI u Kantonu Sarajevo kako bi se akcijom prikupile i informacije o lokacijama i interesima turista koje imaju najveći potencijal da doprinesu daljnjem razvoju turizma i KKI u Kantonu Sarajevo.

³⁶ Petrić, L., Mikulić, D., op. cit.

4. Zaključci i preporuke

U ovoj studiji usvojili smo različit pristup klasifikaciji Kulturnih i kreativnih industrija (KKI) identifikacijom kreativnih zanimanja koja je zasnovana na pristupu koji definira industriju kao kreativnu ako zapošljava veliki broj kreativnih radnika te premostili prvi korak u mapiranju KKI u Kantonu Sarajevo, a to je definicija i klasifikacija klastera KKI. Usvojenom metodologijom koja je ishod studija u Velikoj Britaniji u oblasti KKI mapiranja pojednostavljeno je mapiranje KKI u sedam klastera: 1. oglašavanje i marketing; 2. arhitektura; 3. dizajn: produkt, grafički i modni dizajn; 4. Film, TV, video, radio i filmografija; 5. IT, softver, i kompjuterske usluge; 6. izdavaštvo; 7. muzika, izvedbena i vizuelna umjetnost. Također, analizom statističkih podataka po ovoj metodologiji i standardnim prikazima po djelatnostima prikazali smo da najveći potencijal KKI u Kantonu Sarajevo postoji u oblasti IT i filma.

Mapiranje KKI u Kantonu Sarajevo po predloženoj i pojednostavljenoj strukturi u odnosu na prethodne metodologije zasnovane na statističkim podacima po djelatnostima je prvi korak ka daljnjem strateškom razvoju KKI u Kantonu Sarajevo, ali i pilot projekat koji se može koristiti za razvoj KKI u BiH, na osnovu studije u kantonu u kojem je smješten najveći broj kreativnih djelatnika i u gradu koji je već prepoznat kao UNESCO kreativni grad u oblasti filma. Mapiranje KKI je u zemljama koje imaju zavidne rezultate u kombiniranju turizma i KKI urađeno i pokazalo se kao značajan korak koji ima za cilj:

- Nadomjestiti nedostatke u nacionalnoj statistici za planiranje razvoja i javnih politika u ovoj oblasti;
- Identificirati izazove i pomoći u izradi efikasnijih javnih politika za određene klastere KKI;
- Dati platformu za zajedničko djelovanje svih aktera uključenih u klaster kako bi se postigli efekti umrežavanja i dodatne ekonomske koristi kroz sektorsko djelovanje;
- Nuditi virtualno mjesto susreta zakonodavaca i svih subjekata koji posluju u klasteru, ali i informacije i motivaciju za kreiranje fizičkog lokaliteta na kojem bi djelovali Klasteri KKI u Kantonu Sarajevo;

- Dati informacije o tržištu rada unutar klastera i omogućiti djelovanje zakonodavaca na drugim nivoima vlasti kako bi odgovorili izazovima djelatnika u KKI;
- Dati osnov za zagovaranje benefita kreativne ekonomije i KKI u Kantonu Sarajevo, te dati jasnu osnovu za planiranje daljnjeg razvoja ove industrije;
- Definirati izazove koji će pomoći u izradi javne politike u oblasti kulture, industrijske politike poput ('digital BiH') te lokalnog i regionalnog razvoja.

Sljedeći korak je definicija obima i aktera projekta mapiranja KKI u Kantonu Sarajevo te definiranje užeg cilja s kojim se radi mapiranje u odnosu na navedene potencijalne ishode kako bi projekat mapiranja odgovorio strateškom cilju za KKI u Kantonu Sarajevo. Ova studija ukazuje da bi 'digitalno Sarajevo' i 'kreativno Sarajevo' mogli postati ciljevi mapiranja KKI u Kantonu Sarajevo kako bi se oslonili na postojeće snage IT i kulturne industrije u Kantonu Sarajevo, te da bi odgovorili izazovima koje djelatnici u ovim industrijama trenutno imaju poput potrebe za ažuriranjem zakonodavstva (radnog, poreskog, itd.) koji bi promovirali ove dvije grane s najvećim potencijalom za razvoj. Pilot projekat koji mapira ove dvije oblasti također je moguć kako bi se istražili konkretni izazovi djelatnika, ali i u samom projektu mapiranja prije nego se pristupi mapiranju cjelokupne KKI u Kantonu Sarajevo. Fizička lokacija koja bi bila mjesto koje Kanton Sarajevo pruža za brendiranje KKI klastera također je nužno i ide u korak s vježbom mapiranja KKI, te je stoga nužno obezbijediti i lokaciju na kojoj bi se akcija mapiranja KKI odvijala, ali istovremeno koristila i kao razvoj klastera tokom trajanja akcije mapiranja KKI.

Projekat podrzan od strane:



Ministarstvo
kulture i sporta
Kantona Sarajevo

UPEI - Udruženje za pravna i ekonomska istraživanja / ALER - Association for Legal and Economic Research

A: Omladinskih radnih brigada 6, 71 000 Sarajevo, BiH

E: upeibih@gmail.com

ID: 42019863000017, Raiffeisen BANK d.d. Bosna i Hercegovina R: 1610000115640016