IT sektor: gospodarski značaj i uloga u razvoju kreativnih industrija

Abramić, Nikola

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:479176

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE i MENADŽMENT

DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI INTERDISCIPLINARNI STUDIJ
KULTUROLOGIJA, SMJER KULTURALNI MENADŽMENT

NIKOLA ABRAMIĆ

IT SEKTOR: GOSPODARSKI ZNAČAJ I ULOGA U RAZVOJU KREATIVNIH INDUSTRIJA

DIPLOMSKI RAD

MENTOR: izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić

Osijek, 2020. godina

Sažetak

Diplomski se rad bavi analizom IT sektora i kreativnih industrija. Naglasak je na gospodarskom značaju i ulozi IT sektora u razvoju kreativnih industrija te uslijed navedenog u okviru ovog rada se daje pregled relevantne literature iz ovog područja. Rad donosi teorijski pregled kreativnih industrija kao i IT sektora. Kreativne se industrije danas poistovjećuju s granom ekonomije, koja uspješno spaja svijet umjetnosti, kulture, medija, znanja i tehnologije, pritom im pridodajući tržišni predznak, odnosno utječu na njihovu vidljivost i plasman na tržištu. Nadalje, u okviru ovog rada se analizira međuodnos IT sektora i ostalih grana gospodarstva, a posebice kreativnih industrija. Iako su IT sektor i kreativne industrije nerazdvojni i izravno utječu na razvoj poduzeća, a time i gospodarstva u cjelini utvrđeno je da su malobrojne publikacije koje istražuju ovaj odnos. Cilj je rada dati pregled literature vezane uz temu IT sektora i kreativnih industrija te njihovog međusobnog utjecaja. Istraživale su se stručne i znanstvene publikacije vezane uz temu, odnosno, na koji se način u njima povezuje IT sektor sa kreativnom industrijom, ukoliko se uopće povezuje.

Ključne riječi: kreativne industrije, IT sektor, gospodarstvo

Abstract

The thesis deals with the analysis of the IT sector and creative industries. The emphasis is on the economic importance and role of the IT sector in the development of creative industries, and as a result of this, this paper provides an overview of relevant literature in this field. The paper provides a theoretical overview of the creative industries as well as the IT sector. Today, creative industries are identified as a branch of economy, which successfully connects the world of art, culture, media, knowledge and technology, while giving them a market, influencing their visibility and market placement. Furthermore, this paper analyzes the relationship between IT sector and other branches of the economy, and in particular the creative industries. Although the IT sector and the creative industries are inseparable and directly affect the development of enterprises, and thus the economy as a whole, it has been found that there are few publications that explore this relationship. The aim

of this paper is to provide an overview of the literature related to the topic of the IT sector and creative industries and their mutual influence. Professional and scientific publications related to the topic, i.e. how they connect the IT sector with the creative industry, if at all, were researched.

Keywords: creative industries, IT sector, economy

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja, Nikola Abramić potvrđujem da je moj diplomski rad pod naslovom IT sektor: gospodarski značaj i uloga u razvoju kreativnih industrija**,** te mentorstvom izv. prof. dr. sc. Ivane Bestvine Bukvić, rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, listopad 2020.

Potpis

_____

Sadržaj

1.Uvod 1

2. Kreativna industrija 2

2.1. „Nastanak“ kreativnih i kulturnih industrija 2

2.2 Definiranje kulturnih i kreativnih industrija 2

2.3 Kreativna Europa 4

3. Kreativne industrije u Hrvatskoj i Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 7

3.1 Kreativne industrije u Hrvatskoj 7

3.2 Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 9

3.3 Gospodarske koristi od kulturnih aktivnosti 10

4. IT sektor 13

4.1 Definicija informacijskih i komunikacijskih tehnologija 13

4.2 IT sektor u Hrvatskoj 14

4.2.1 Razvoj IT sektora u razdoblju od 1997. do 2004. godine. 16

4.2.2 IT sektor u Osječko-baranjskoj županiji 22

5. Istraživanje zastupljenosti kreativnih industrija i IT sektora u stručnoj literaturi 25

5.1 Metodologija 25

5.2 Analiza tablice 31

5.3 Diskusija i analiza istraživanja autora 31

6. Uloga IT sektora u kreativnim industrijama 35

6.1 Nove tehnologije 37

7. Zaključak 40

LITERATURA 42

Knjige 42

Mrežni izvori 44

Ostali izvori 45

1.Uvod

Kreativnost i kreativno mišljenje zastupljeno je u svim područjima ljudskih djelatnosti, osobito u području ekonomije, tehnologije, umjetnosti, znanosti i obrazovanja te je postalo neizostavni dio svih poduzeća koja teže razvitku i rastu. Kreativne industrije rastuće su u svijetu, ali i u Hrvatskoj, kako po broju zaposlenih, tako i po prihodima. S druge strane, IT sektor predstavlja razvoj, istraživanje, provedbu, dizajn i upravljanje informatičkim sustavima, naročito programskom i računalnom opremom. Tako su kreativne industrije i IT sektor prožete i međusobno neraskidivo povezane.

Diplomski se rad bavi važnošću i ulogom IT sektora u kreativnim industrijama. Rad će u svom teorijskom dijelu dati pregled nastanaka pojma kulturnih industrija, a zatim i definicije kulturnih i kreativnih industrija. U radu je dan osvrt na program Kreativna Europa koji je osnovan s ciljem poticanja aktivnosti u području kulture i medija. Nadalje, u radu će biti govora o stanju kreativnih industrija u Hrvatskoj te će se analizirati aktivnosti Hrvatskog klastera konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija (HKKKKI) pa tako i gospodarskoj koristi koju gospodarstvo crpi iz kulturnih aktivnosti. Bit će govora i o samom IT sektoru te o definiranju informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Također, rad analizira razvoj IT sektora u Hrvatskoj pa tako i IT sektora u Osječko-baranjskoj županiji.

U prvome se poglavlju donosi pregled nastanka kreativnih industrija, odnosno naziva, kao i definicije kreativnih industrija. Iduće poglavlje prikazuje kreativne industrije u Hrvatskoj te se definira Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija. U sljedećem poglavlju definiran je IT sektor kao i njegov položaj u Hrvatskoj, ali i Osječko-baranjskoj županiji. Predzadnje poglavlje prikazuje sintezu IT sektora sa kreativnim industrijama. Istraživački dio rada donosi prikaz analize literature koja pokazuje kako su IT sektor i kreativne industrije nerazdvojni i izravno utječu na razvoj i zrelost poduzeća, a time i gospodarstva. Cilj je diplomskoga rada dati uvid u već postojeću literaturu o IT sektoru i kreativnim industrijama, a sve u kontekstu naglašavanja važnosti istih za razvoj i rast gospodarstva te brojnih poduzeća. Nadalje, rad pokušava prikazati zastupljenost IT sektora i kreativnih industrija u stručnoj literaturi, s fokusom na njihov međusobni utjecaj.

2. Kreativna industrija

U ovome će se poglavlju prikazati nastanak pojma kreativnih industrija, kao i definicija pojma kreativnih industrija.

2.1. „Nastanak“ kreativnih i kulturnih industrija

„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., 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 polovicom 20. stoljeća činio okosnicu kritike kulture masovne potrošnje i komercijalizacije umjetnosti od strane Frankfurtske škole.“ (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:23)

2.2 Definiranje kulturnih i kreativnih industrija

„Tijekom 1970-tih i 1980-tih godina koncept „kulturne industrije“ je značajno transformiran, 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 utjecajem 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. Prema definiciji UNCTAD-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.“* (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:23)

Hesmondhalgh definira kulturne industrije aktivnosti čiji je glavni cilj svaki oblik komunikacije s publikom te stvaranje određenog sadržaja, odnosno značenja. Kulturne

industrije podrazumijevaju vrlo široko područje, a Hesmondhalgh zaključuje da su reklama, marketing, televizijsku, filmska i glazbena industriju, internet, izdavaštvo te videoindustrija i kompjuterske igre od najvećeg značaja. Kao neke od sporednih područja istaknuo je „kulturne industrije koje su usmjerene na proizvodnju sadržaja, ali prilikom reprodukcije sadržaja koriste polu-industrijske ili ne-industrijske metode.“ (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:23-24) Nadalje, 1990-tih godina se uvodi termin kreativne industrije, jer se koncept kulturnih industrija pokazao nedostatnim jer je zasnovan na užoj definiciji umjetnosti i kulture. Uvođenje tog pojma ukazuje na nastavak jačanja gospodarskog načina razmišljanja u kulturi. Ipak, „najveća zasluga promoviranju koncepta kreativnih industrija pripisuje se britanskom Uredu za kreativne industrije Odjela za kulturu, medije i sport (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*.“ (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:24) Ova se definicija fokusira na kreativnost, odnosno na razum, vještine i maštu te na intelektualno vlasništvo. Termin kreativne industrije poboljšava pojam kulturnih industrija što na neki način predstavlja preokret prema trgovinskim djelatnostima. Prema definiciji „kreativne industrije podrazumijevaju 13 kreativnih područja: arhitektura, oglašavanje, umjetnost i antikviteti, zanati, dizajn, modni dizajn, film i video interaktivni softveri za zabavu (eng. Interactive leisure software), glazba, izvedbena umjetnost, izdavaštvo, softver i računalne usluge te televizija i radio.“ (Bakarić, Bačić i Božić, 2015)

„Postoje dvije strane kulturnih proizvoda. Izgledaju veoma jednostavno: kolut filma, CD disk, kompjutorski disk, list papira. No njihova vrijednost leži u njihovom sadržaju, u njihovom značenju ili u onome što predstavljaju. Sadržaj može biti film, priča, fotografija, igra ili pop pjesma, a može biti i zabavan, informativan ili atraktivan. Informacija je ta koja ima vrijednost a ne fizički objekt koji ju sadrži ili nosi. Čak i na majici ili nakitu ono što vrijedi je stil i dizajn, a ne tkanina ili metal.“ (Radovanović, 2007.)

DCMS i UNCTAD-a zaključuju kako kreativne industrije podrazumijevaju, puno širu lepezu aktivnosti, poput medija te IT sektora, za razliku od kulturnih industrija. U tom je kontekstu česta i uporaba termina kreativna i kulturna industrija (KKI). Prema nekim definicijama kreativne industrije sadrže i kulturne, ali se u posljednje vrijeme i razdvajaju kulturnih od kreativnih industrija. Nadalje, američki analitičari češće koriste termin *industrije*

autorskih prava i *industrije zabave.* Dok se u zapadnoeuropskim akademskim krugovima više upotrebljavaju termini kreativne industrije i kulturne industrije. (Bakarić, Bačić i Božić, 2015)

Ukratko, velik broj autora se slaže da se pod kulturnim industrijama podrazumijeva „proizvodnja, distribucija i potrošnja kulturnih dobara". To su one djelatnosti koje proizlaze iz individualne kreativnosti, vještine i talenta te one koje posjeduju mogućnost stvaranja profita i poslova putem stvaranja i upotrebljavanja intelektualnog vlasništva. Nadalje, to su sve one aktivnosti koje definiraju i provode kulturu kroz proizvodnju, distribuciju i potrošnju kulturnih dobara. (Švob-Đokić, 2008.)

Ključna razlika između kulturnih i kreativnih industrija:

KULTURNE INDUSTRIJE – stvaraju i reporduciraju dobra i usluge koji imaju određeno značenje, sadržaj, svrhu ili korist, a koji sačinjava ili prenosi kulturni sadržaj nevisno o gospodarskoj vrijednosti tog dobra ili usluga (obuhvaćaju tradicionalne umjetničke sektore izvedbene i likovne umjetnosti, kulturnu baštinu, film, DVD te video, televiziju i radio, video igre, glazbu, knjige i tisak općenito).

KREATIVNE INDUSTRIJE – kulturu upotrebljavaju kao svojevrsni ulaz te imaju kulturnu dimenziju iako proizvode kreativne industrije karakterizira veća funkcionalnost, kreativnost i češća upotreba IT tehnologije. (Švob-Đokić, 2008.)

Koncept kreativnih industrija ima cilj opisati koheziju kreativnih umjetnosti (individualno stvaranje) sa kulturnim industrijama (masovno) u okviru novih medijskih tehnologija (IT) u kontekstu nove ekonomije znanja, a koje mogu koristiti interaktivni građani koji su ujedno i potrošači (Hartley, 2007.)

2.3 Kreativna Europa

S ciljem razvoja kulture i medija i pritom značajnog dijela kreativnih industrija, Europska komisija je 2012. godine predložila sedmogodišnji program za financiranje projekata u području kulture i medija za proračunsko razdovlje 2014. godine do 2020. godine. Pritom su razvijena dva podprograma namijenjena razvoju kulturnog i audiovizualnog sektora i to potprogram Kultura i potprogram MEDIA te razvoju međusektorske suradnje u kulturi i kreativnim industrijama „Opći ciljevi Kreativne Europe 2020 su poticanje očuvanja i

promicanja europske kulturne i jezične raznolikosti te jačanje kompetitivnosti kulturnog i kreativnog sektora, sve u cilju promicanja pametnog i održivog rasta. Među specifičnim ciljevima potrebno je istaknuti pružanje podrške kapacitetima kulturnog i kreativnog sektora u transnacionalnoj suradnji, promicanje 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.“ (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:25-26)

Sljedeća tablica daje raspodjelu uzorka Programa Kreativna Europa (2014.-2020.) koji se sastoji od tri imenovana potprograma.

Tablica 1. Struktura odobrenih projekata po potprogramima Kreativne Europe za pozive objavljene u razdoblju od 2014. do 2017. godine.

Odobreni projekti 2014.-2017.	**Potprogram**	**Broj odobrenih projekata**	**Udio u ukupnom broju**	**EU potpore odobrene u EUR**	**Udio u ukupnoj vrijednosti**	**Prosječna potpora po potprogramu u EUR**
Kreativna Europa (2014-2020)	Međusektorsko područje	12	1%	2,352,965	1%	196,080
	Kultura	643	35%	198,841,100	53%	309,240
	MEDIA	1,160	64%	172,908,895	46%	149,059
Ukupno		1,815	100%	374,102,960	100%	206,117

Izvor: preuzeto u cijelosti (Bestvina Bukvić, Šain, Haršanji: 2019:770 prema podacima Europske komisije)

Iz tablice 1. može se vidjeti da po broju odobrenih projekata najveći doprinos ima potprogram MEDIA sa 64% (1 160) odobrenih projekata, ali promatrajući ukupnu vrijednost odobrenih bespovratnih sredstava, potprogramu Kulture odobrena su veća sredstva, gdje je prosječna potpora za projekte u potprogramu Kultura dvostruko veća od prosječne potpore za

potprogram MEDIA. To potvrđuje bivšu strategiju EU-a za financiranje manjeg broja, ali financijski većih (kvalitetnih) projekata u potprogramu Kultura. Cilj je međusektorskog potprograma da bude dostupan samo dva puta u programskom razdoblju 2014.-2020., pa prema broju odobrenih projekata kao ni vrijednosti odobrene potpore nije značajan kao druga dva potprograma koja su dostupna na godišnjoj osnovi. (Bestvina Bukvić, Šain, Haršanji, 2019)

3. Kreativne industrije u Hrvatskoj i Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija

U ovome će poglavlju biti riječi o kreativnim industrija u Republici Hrvatskoj te Hrvatskom klasteru konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija. Također, dotaknut će se i gospodarskih koristi od kulturnih aktivnosti.

3.1 Kreativne industrije u Hrvatskoj

Za pretežiti broj pod-sektora kulturnih i kreativnih industrija (poznat još pod nazivom KKI) u Hrvatskoj, nadležna je institucija Ministarstva kulture te se u Hrvatskoj pravni okvir kojim se nadzire sektor KKI-a sastoji od brojih propisa kojim se kontroliraju pod-sektori KKI. Kreativne industrije se izjednačuju s industrijama koje se temelje na autorskom pravu koje uključuje iznimno širok spektar vrijednosti, koji uključuje i distribuciju proizvoda koji su zasnovani na autorskim pravima. Jedna je od posebnosti kreativnih industrija veća koncentracija nezavisnih djelatnika u odnosu na ostatak gospodarstva. Za kreativnu radnu snagu, kao i za čitav sustav subjekata u kreativnim industrijama, važna je potpora zakonodavnog i institucionalnog sustava. „Podaci HZMO-a i Zenlab d.o.o. za razdoblje 2012.-2014. pokazuju kako velik dio radne snage u kreativnim industrijama djeluje u mikro-subjektima i kao samostalni djelatnici tj. djelatnici u djelatnostima slobodnih zanimanja.“ (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:64)

Nadalje, u djelatnosti slobodnih zanimanja unutar kreativnih industrija moguće je ubrojiti: „samostalnu djelatnost arhitekata, tumača, prevoditelja, književnika, predavačku djelatnost (u umjetnosti) i samostalnu djelatnost novinara i umjetnika. Pored toga, dio profesionalaca u KKI u Hrvatskoj su samostalni umjetnici ili „umjetnici izvan radnog odnosa kojima je umjetničko stvaralaštvo i djelovanje jedino i glavno zanimanje“ (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:64). Na temelju takvoga statusa imaju posebna prava koja su određena Zakonom o pravima samostalnih umjetnika i poticanju kulturnog i umjetničkog stvaralaštva i Pravilnikom o postupku i uvjetima za priznavanje prava samostalnih umjetnika na uplatu doprinosa za mirovinsko i invalidsko te zdravstveno osiguranje iz sredstava proračuna Republike Hrvatske. (Narodne novine, broj 43/96 i 44/96 i 127/00)

Primorac (2008) naglašava kako je u kreativnim industrijama u Hrvatskoj svojstveno iskorištavanje, odnosno izvoz autorskih prava, a znatno rijeđe se koristi *prodaja proizvoda u klasičnome smislu riječi*. Ipak, za određen je dio poduzeća koja djeluju u kreativnim industrijama važan i širi kontekst autorskih prava, a to je sustav intelektualnog vlasništva. Intelektualno vlasništvo podrazumijeva nematerijalnu imovinu, koja je proizvod ljudskog uma i stvaralaštva, a koja se može iskorištavati jednako kao materijalna imovina. Intelektualno vlasništvo stoga može biti središte djelovanja poduzeća i pojedinaca. (Bakarić, Bačić i Božić, 2015) "Patentom se štiti novo rješenje nekog tehničkog problema, industrijskim dizajnom štiti se novi vanjski oblik ili izgled proizvoda, a žigom (poznatim i pod nazivima zaštitni znak, zaštićena robna marka ili engl. registered trade mark) se štiti znak koji služi za razlikovanje od sličnih proizvoda i/ili usluga na tržištu." (DZIV, 2015)

Nadalje, „kreativni i kulturni sektor dao je značajan ekonomski doprinos ukupnim rezultatima hrvatskoga gospodarstva u 2012. godini, mjeren vrijednostima odabranih ekonomskih pokazatelja. U 2012. godini ukupna bruto dodana vrijednost sektora iznosila je 6,312 milijardi kuna, ili 2,3 posto bruto domaćega proizvoda (BDP) Republike Hrvatske." (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:73). „Najveći doprinos u stvaranju dodane vrijednosti imaju sektori izdavaštva (19,9%), elektroničkih medija (18,2%), muzeja, galerija i knjižnica (14,0%), pod-sektor računalnih programa, igri i novih medija (13,7%), pod-sektor oglašavanja (11,8%) i pod-sektor umjetnosti (uključujući i glazbu i izvedbenu umjetnost) (11,6%)." (Bakarić, Bačić i Božić, 2015:73)

„Koristeći podatke o kreativnim zanimanjima, moguće je procijeniti doprinos kreativne ekonomije u Hrvatskoj, koji je znatno širi od pojma kulturnih i kreativnih industrija. Procjena opsega kreativne ekonomije zaposlenosti u kreativnim i kulturnim djelatnostima zasniva se na pristupu povezivanja kreativnih zanimanja i djelatnosti koje pripadaju kulturnim i kreativnim industrijama." (Bakarić, Bačić i Božić, 2015: 74)

Zanimanja u kreativnoj industriji u Hrvatskoj predstavljaju zanimanja koja su uključena u kreativni i umjetnički gospodarski ciklus. Utvrđivanje socio-demografskih obilježja i obilježja zaposlenika u kreativnim i kulturnim zanimanjima temelji se na podacima iz Ankete o radnoj snazi (ARS). (NKZ 2008).

3.2 Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija

HKKKKI skraćenica je koja se koristi za pojam Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija. Klaster, dolazi od engleske riječi *cluster* koja označava skup ekonomskih aktivnosti, gospodarskih subjekata, institucija koje su obično geografski povezane (lokalno, regionalno ili nacionalno) te koje su uspostavile formalne ili neformalne, horizontalne ili vertikalne odnose između sebe s ciljem zajedničkog nastupa na tržištu.

HKKKKI je osnovan 2013. godine i to na inicijativu Ministarstva gospodarstva Republike Hrvatske te ima ukupno 93 članice.Predsjednica klastera je Ivana Nikolić Popović. HKKKKI čine: 26 privatnih sektora i poslovnih klastera, kao primjerice Indigo komunikacije d.o.o., Tehnološki park Varaždin d.o.o., Nukleus kreativna agencija d.o.o, itd.; 24 javna sektora poput Agencije za obnovu Osječke tvrđe, Grada Zagreba, Ustanove za razvoj grada Senja, HAVC, Dubrovačko-neretvanske županije, Zadarske županije, MSU, itd.; 32 profesionalne organizacije i udrugeu koje ulazi Mreža za razvoj i kreativnost (MRAK), Hrvatsko društvo filmskih umjetnika, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika i dr.; 11 znanstveno-istraživačkih sektora u koje se ubraja Odjel za kulturologiju, Sveučilište u Zagrebu, Institut Ruđer Bošković, Institut za razvoj i međunarodne odnose, Umjetničku Akademiju Sveučilišta u Splitu, itd.

„Osnovna vizija postojanja klastera je što duboko vjerujemo da se kroz pametan, održiv i uključiv razvoj sektora Kreativnih i kulturnih industrija može postići regeneracija urbanih sredina, razvoj dodane vrijednosti gospodarstva i podići opća kvaliteta i dostojanstvo života u Hrvatskoj.“ (HKKKKI, 2013: 2) To bi značilo kako je bit postojanja klastera u Hrvatskoj horizontalna povezanost sa svim sektorima i klasterima te njihova međusobna suradnja**.**

Osnivačka skupština Udruge Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija (HKKKKI) održana je 19. travnja 2013. godine. Osnovani klaster ustrojen je po tzv. principu *triple helix* modela, koji predstavlja model „trostruke zavojnice unutar koje se isprepliću gospodarstvo, javna uprava i znanstveno istraživački sektor. HKKKKI u svojoj unutarnjoj organizaciji odražava funkciju posrednika koji teži uspostavljanju komunikacije i suradnje među sektorima te umrežavanju predstavnika industrije, državnih i akademsko-znanstvenih institucija.“ (HKKKKI, 2013: 2) Danas je klaster ustrojen po *quadruple helix*

modelu koji se sastoji od: privatnog sektora i poslovnih klastera, javnog sektora, profesionalne organizacije i udruge te znanstveno-istraživačkog sektora. (HKKKKI, 2013.)

KKI u RH sastoji se od 12 sastavnica: arhitekture, oglašavanja, elektroničkih medija, računalnih igara i novih medijia, glazbe, dizajna, primijenjene umjetnosti, umjetnosti, knjiznica, muzeja i bastina, filma, fotografije i nakladnistva. (HKKKKI, 2013.)

3.3 Gospodarske koristi od kulturnih aktivnosti

Osnovna analiza ekonomskog doprinosa najčešće se temelji na tri komponente: bruto dodana vrijednost(BDV), zaposlenost te poslovna aktivnost.

Bruto dodana vrijednost daje kompletnu sliku gospodarske moći i važnosti kulturne industrije za gospodarski rast. Glavni pokazatelji ekonomske aktivnosti su BDV i BDP, te mjere predstavljaju gospodarske djelatnosti na nacionalnoj razini.

Zaposlenost je jedan od očitih načina mjerenja ekonomskog doprinosa kulturnih industrija. Praćenje zaposlenosti u kreativnim industrijama daje sliku potencijala za otvaranje novih radinih mjesta. Nadalje, analiza zaposlenosti u određenom sektoru ukazuje na razinu ponude i potražnje za radnom snagom, čime se može prepoznati potencijal, ali i potreba za radnom snagom. Također, zaposlenost se u ovoj industriji naziva atipičnom jer je rad najčešće fleksibilan te se temelji na kreativnosti i inovativnosti.

Poslovna aktivnost predstavlja elemnet strukturnih poslovnih statistika u svakoj zemlji. Praćenje poslovnih aktivnosti u kreativnim industrijama može dati uvid u raznolikosti kreativnih industrija, ali i prikazati ulogu malih i srednjih poduzeća. Također, mjerenje poslovnih aktivnosti daje širu sliku poslovne demografije te pokazuje razinu konkurencije te u nekim slučajevima prepreke ili koristi u poslovanju u pojedinom sektoru. (Šundalić, Zmaić, Sudarić, Pavić, 2016).

Osim ovih izravnih učinaka, često se mjere i indirektni učinci od kulturnih aktivnosti. Oni se prvenstveno odnose na „povećanje vrijednosti imovine u blizini kulturnih djelatnosti, porast pozitivnih predviđanja od strane poduzetnika, konsolidaciju znanja među posjetiteljima i stanovnicima koji mogu tako poboljšati svoje vještine, povećati znanja unutar kulturne

profesije, poboljšanje kvalitete života u određenom području, povećana atraktivnost ovog područja, jačanje identiteta i vrijednosti zajednice, itd.“ (Greffe, 2011: 123).

Osim takve podjele, na izravne i neizravne učinke, postoje i kratkoročni i dugoročni učinci kulturnih aktivnosti na gospodarstvo. Neki autori ističu kako se razvoj kulturne industrije može ostvariti kroz kratkoročne učinke potrošnje koja se koristi u svrhu privlačenja što većeg broja posjetitelja te mjesnih potrošača. Osim toga, mjesni potrošači će tako trošiti svoj novac na lokalnome području te će tako vrlo brzo vidjeti dugoročni utjecaj rasta. Naime, dugoročni će se utjecaj rasta očitovati kroz povoljno kulturno okružje koje će pak tada privući brojne ljude, poduzeća, investicije i tome slično. Takva podjela još se naziva i ekonomija aglomeracije. Ona predstavlja koncentraciju kreativnih i kulturnih usluga koje će privući i ostale industrije. Upravo u tome leži bitan doprinos koji dolazi od kulturnih i kreativnih industrija, a to je privlačenje drugih raznih industrija. Tako se jedno područje uz pomoć tih dvaju industrija razvija i širi te se samim time unaprijeđuje kvaliteta življenja, jača vrijednost same zajednice te se utvrđuje poseban imidž samoga grada. Dakle, možemo zaključiti kako je iznimno važan značaj kulturnih i kreativnih industrija te da bi se trebao prepoznati njihov potencijal i omogućiti im njihov razvoj. Kultura se, kao i sve njezine aktivnosti, napokon prepoznaju kao glavni pokretači razvoja i to ne samo u gospodarskom smislu već i u svim indirektnim koristima koje mogu proizaći iz njezina djelovanja.

Postoji nekoliko glavnih čimbenika radi kojih se kreativne i kulturne industrije smatraju veoma važnima. Neki od njih su:

a) Gospodarski rast – najveći stupanj rasta gospodarstva imaju zemlje koje imaju veliku koncentraciju kulturnih i kreativnih industrija.
b) Turizam i prepoznatljivost – čine identitet i dio privlačnog sadržaja svake zemlje
c) Pokretač zrelih industrija – u kulturnim i kreativnim industrijama najviše je inovacija i one kao takve pokreću dalje nove cikluse u kojima se razvijaju i rastu zrelije industrije
d) Izvozni potencijal – kulturne i kreativne industrije važne su kako bi se realizirao izvoz te ekonomsko integriranje u EU
e) Razvoj gradova
f) Državni zavod za intelektualno vlasništvo (DZIV)

Nadalje, osim svih navedenih čimbenika, neki autori tvrde kako je direktna potrošnja vezana za umjetnost dovela do potrošnje u ostalim sektorima gospodarstva što naposlijetku

dovodi do otvaranja novih radnih mjesta, povećanja dobrih gospodarskih prilika i životnog standarda ljudi. Takvi gradovi, u kojima raste potrošnja i bogatstvo, postaju sve više atraktivni, kako za građane tako i za poduzeća. Sve navedeno samo dodatno potkrijepljuje ekonomiju anglomeracije, koja je već ranije spomenuta. Može se zaključiti kako je navedeno samo osnažilo potrebu za daljnja ulaganja većine javnih sredstava u kulturni sektor. „Ulaganje u kulturu kreira nova radna mjesta, smanjuje siromaštvo, sudjeluje u trgovinskoj ravnoteži (sudjeluje u ukupnom izvozu putem izvoza i uvoza kulturnih dobara i usluga), potiče razvoj novih tehnologija i utječe na poboljšanje opće kvalitetne života (utječe na individualnu i agregatnu dobit i potrošnju) i ojačava ugrožene skupine stanovništva da sudjeluju u društvenim procesima.“ (Vežić, 2010: 1) Dakle, osim doprinosa koji se ogleda u bruto dodanoj vrijednosti, zaposlenosti i poslovnoj aktivnosti, kulturne i kreativne industrije ostvaruju puno veće i neizravne koristi koje se možda ne mogu tako lako odrediti, ali zato imaju golemi utjecaj na funkcioniranje i razvoj neke zajednice. (Šundalić, Zmaić, Sudarić, Pavić, 2016)

4. IT sektor

U ovome će poglavlju biti definiran IT sektor te će biti prikazan razvoj i trenutno stanje IT sektora u Republici Hrvatskoj.

4.1 Definicija informacijskih i komunikacijskih tehnologija

„Informacijska i komunikacijska tehnologija, djelatnost i oprema koja čini tehničku osnovu za sustavno prikupljanje, pohranjivanje, obradbu, širenje i razmjenu informacija različita oblika, tj. znakova, teksta, zvuka i slike. Iako se njezinim začetkom može smatrati izum tiskarskoga stroja, njezini su pravi početci otkrića telegrafa, telefona, filma, radija i televizije iz prve pol. XX. st., a ona su iz korijena promijenila način komuniciranja među ljudima.“(Hrvatska enciklopedija, n.d.: n.p.) Ove su tehnologije doživjele intenzivni razvoj i procvat nakon II. svj. rata, a usporedno se razvijalo i područje telekomunikacija. Počelo je s jednostavnim telefonskim centralama, povezanih žičnim vezama i razmjerno izoliranim radiodifuzijski, sustavima, a razvili su se u današnji globalni sustavi za prijenos informacija. Tako su recimo donedavno izolirana računala danas uglavnom međusobno povezana u jedinstvenu računalnu mrežu (internet), putem koje se velikom brzinom mogu razmjenjivati informacije i multimedija. Za „novonastale“ tehnologije s vremenom se počeo koristiti naziv *informacijska tehnologija,* a u novije doba i naziv *informacijska i komunikacijska tehnologija* (engl. Information and Communications Technology, ICT). (Hrvatska enciklopedija, n.d)

U današnje se vrijeme IT primjenjuje u gotovo svim aspektima gospodarstva te u svakom od njegovih glavnim dijelova, u istraživanju, razvoju, projektiranju, proizvodnji, administraciji i marketingu. Stupanj informatizacije, odnosno širina primjene IT-a, postao je jedno od glavnih mjerila razvijenosti pojedinih zemalja. IT sektor, a s time i proizvodnja mikroelektroničkih sklopova i računala, u globalnim je razmjerima postao jedna od glavnih gospodarskih grana. IT je donio takve promjene u suvremenome društvu razvijenih zemalja da se ono s pravom naziva informacijskim društvom. (Hrvatska enciklopedija, n.d)

Dakle, IT sektor u svom djelovanju obuhvaća poduzeća koja obavljaju primarne poslovne aktivnosti usko povezane s komunikacijom i industrijom tehnologije. Poslovne aktivnosti toga tipa mogu biti i obuhvaćati sve što se podrazumijeva pod sklopovlje i programsku podršku (hardver i softver), elektroniku, poluvodiče, e-trgovinu,

telekomunikaciju, sve vrste računalnih usluga, itd. Informacijske tehnologije, pak podrazumijevaju razvoj računalnih baznih sustava i to sa svrhom prikupljanja, pohrane, prikazivanja, prijenosa i korištenja informacija. (Šundalić, Zmaić, Sudarić, Pavić, 2016)

„ICT može utjecati na razvoj fleksibilnih, decentraliziranih, malih industrijskih proizvodnji, tako povećavajući konkurentnost u lokalnim proizvodnim i uslužnim sektorima.“ (Hamelink, 1997:14).

„U Hrvatskoj je već 1971. osnovan Sveučilišni računski centar (SRCE), kao središnja institucija za razvoj i unaprjeđenje računarske znanosti. Od 1995. kao državna institucija djeluje i CARnet, Hrvatska akademska istraživačka mreža. Njezina je glavna zadaća razvoj, izgradnja i održavanje računalno-komunikacijske infrastrukture za povezivanje hrvatskih obrazovnih i znanstvenoistraživačkih ustanova u jedinstven informacijski sustav. Valja istaknuti i sajam Info, koji je 1968. pod nazivom Interbiro-Informatika postao prva specijalizirana priredba Zagrebačkoga velesajma.” (Hrvatska enciklopedija, n.d.: n.p.)

4.2 IT sektor u Hrvatskoj

Heterogenost IT sektora u Hrvatskoj ogleda se u strukturnim i dinamičkim osobitostima same IT industrije te je utvrđena i proučavanjem karakteristika industrija poput: distribucije poduzeća, distribucije zaposlenih u poduzećima, tržišnih udjela, profita, produktivnosti, profitinih stopa, ulaznih barijera te naposlijetku preživljavanja poduzeća. Heterogenost IT sektora može se vidjeti i pri podjeli sektora na dio prerađivačke industrije i usluga te tu industrija usluga pokazuje veću uspješnost od prerađivačke industrije. (Kovačević, Vuković, 2006)

Autori donose rezultate istraživanja koja pokazuju kako bi uloga kontrole trebala biti fokusirana na stvaranje uvjeta koji bi poticali preživljavanje i rast unosnih poslovnih organizacija. Kako bi se to ostvarilo potrebno je poduzećima omogućiti dostupnost kapitala i sustav obrazovanja. Institucije također mogu pridonijeti razvoju poduzeća, tako što bi uložile određen napor kako bi spojile poduzeća s potencijalnim potrošačima te pomogle poduzećima kako bi prezentirali svoje proizvode i kako bi uspostavili poslovne kontakte. U Hrvatskoj je osobito problematična stavka dostupnosti kapitala s obzirom na velik broj rizičnih projekata te

skromnost sredstava kojima te poslovne organizacije raspolažu. Nadalje, u Hrvatskoj za sada nema određenih fondova za inovativne i kreativne projekte manjih poduzeća već su i oni trenutni načini financiranja teško dostupni jer je tržište kapitala zaista slabo razvijeno. Tako mlada poduzeća ne mogu bez visokoobrazovane radne snage i menadžerskih talenata kako bi mogla razviti i implementirati nove proizvode i tehnologije. Kvaliteta radne snage, dakle, ovisi isključivo o dobrom sustavu obrazovanja. Autori predlažu kako bi adekvatni programi u školama i sveučilištima mogli dovesti do traženog fonda znanja, talenta i samim time i vještina, koje bi gospodarstvo vrlo lako moglo iskoristiti za svoje potrebe. Isto tako, autori govore, kako je vrlo važno da se institucijama i ekonomskim mjerama pokuša potaknuti poduzetništvo, što ujedno uključuje i davanje prilike poduzetnicima koji nisu uspjeli u svojim naumima i pothvatima jer je i to veliki faktor ukupnog poduzetničkog duha. (Kovačević, Vuković, 2006)

Kovačević i Vuković zaključuju, kako varijable koje su specifične za poduzeća, naročito njihova veličina, te faktori koji su vezani uz industriju poput ekonomije opsega, uvjeta ulaska i tehnološkog okruženja zaista utječu na post-ulazna postignuća, rast i rizik s kojima se moraju suočiti svi novi ulaznici. Nadalje, autori tvrde kako pored varijabli specifičnih za poduzeća, makroekonomski uvjeti također igraju važnu ulogu u određivanju vjerojatnosti preživljavanja poduzeća. (Kovačević, Vuković, 2006)

Također, može se reći kako je IT neizostavna komponenta uspješnosti poslovanja, gdje se i proizvodi i usluge ovakvoga sektora mogu shvatiti kao samostalne komponente ili pak integralni dijelovi konačnih proizvoda i raznih usluga koje se mogu pronaći u poduzećima drugih gospodarskih djelatnosti. Značenje IT sektora za gospodarstvo tako postaje višestruko. S jedne strane IT pridonosi ostvarenju BDP-a, većoj zapošljivosti te dodanoj vrijednosti, a s druge strane unaprjeđuje i oblikuje proizvodne procese drugih sektora te mu je tako ukupni i stvarni dio koji on čini u gospodarstvu, nemjerljiv. Zaključuje se kako, nerazvijanjem i neinovativnošću u informacijsko- komunikacijskim tehnologijama, dolazi do zaostatka u razvoju samog IT sektora, ali i ostatka gospodarskih grana koje imaju svoju konkurenciju na svjetskoj razini. (Šundalić, Zmaić, Sudarić, Pavić, 2016)

4.2.1 Razvoj IT sektora u razdoblju od 1997. do 2004. godine.

IT sektor, kao ključni dio hrvatskog gospodarstva, ovisan je o generalnim kretanjima u gospodarstvu kao i o mjerama ekonomske politike. Ujedno je i slika hrvatskog gospodarstva koje se ogleda u distribuciji veličine poduzeća pa tako i u tendencijama u kretanju ulaznih stopa. Osim toga, IT sektor ima svoje posebnosti jer je to sektor kojeg čine mlade industrije koje svoje korijene imaju u suvremenim tehnologijama. (Kovačević, Vuković, 2006)

Kovačević i Vuković, u svom istraživanju iz 2006. godine, obuhvaćaju razdoblje od 1997. do 2004. godine. Navode, kako je u razdoblju od samo sedam godina, dakle od 1990. do 1997. godine broj malih poduzetnika u Hrvatskoj krenuo uzlaznom putanjom te je nakon 1997. godine broj poduzetnika počeo padati. Naime, 1997. godine nastavio se trend izrazito povoljnih gospodarskih kretanja koji je bio prisutan tijekom 1996. godine, dok se već sljedeće godine, 1998. pojavljuju nepovoljne tendencije kako u hrvatskom gospodarstvu tako i u rastu industrijske proizvodnje. Takvo, izrazito nepovoljno razdoblje, nastavlja se i tijekom 1999. godine. (Ibid.)

Autori tvrde, kako je na dinamiku ukupnih prihoda utjecalo suzdržavanje poduzetnika od fakturiranja te je to bio svojevrsan odgovor na uvođenje poreza na dodanu vrijednost. Tijekom te 1999. godine gospodarstvo je bilo opterećeno nelikvidnošću, dio bankarskog sustava je propadao, prisutna je bila i nedjelotvorna privatizacija i naposlijetku i porezna presija. Nadalje, 2000. godina, za razliku od prijašnje, donosi pozitivna kretanja u gospodarstvu bez obzira na to što je dinamika rasta i dalje prespora. U 2000. godini likvidnost napokon postaje zadovoljavajuća te financijski rezultati, koje donose poduzetnici, bilježe pozitivne rezultate. Osim rasta likvidnosti, rastu i investicije no njihova je razina preniska kako bi uopće mogla znatnije utjecati na probleme koji se pojavljuju tijekom te godine kao što je nezaposlenost te je u potpunosti zaustavljena podinvestiranost u prerađivačkoj industriji.(Ibid.)

Prema podatcima Financijske agencije, autori navode kako su mali poduzetnici tijekom navedenog razdoblja bili najbrojniji, ali su ostvarivali tek trećinu ukupnog prihoda u gospodarstvu. Dakle, u nadolazećim razdobljima, trendovi su usmjereni na pad udjela malih poduzeća te velika poduzeća sve više dobivaju na značenju. Tako se u 2002. i 2003. godini povećao broj velikih poduzeća te imaju značajno bolju kategriju ukupnih prihoda te kategoriju

neto dobiti u odnosu na mala poduzeća. Navedeno pokazuje, kako je to zaista preokret prijašnjeg trenda, obzirom na to kako su uspješno poslovala mala poduzeća od 1995. do 2001. godine, sada ona pokazuju neto gubitke te posebno negativne rezultate ostvaruju tijekom 2002. godine kada je ostvareno 1,6 milijardi kuna više neo gubitaka nego neto dobiti. Autori stoga zaključuju kako nije čudno da velika poduzeća preuzimaju sve veću ulogu u gospodarstvu te tvrde kako je ostvaren značajan porast broja velikih poduzetnika od osnivanja Registra godišnjih financijskih izvještaja, koji se dogodio 2002. godine. Činjenicu kako broj velikih poduzetnika raste, autori potkrijepljuju time kako je velika većina njih bila neredovita u podnošenju godišnjih bilanci koje moraju dati državi na uvid. Bez obzira na to, na velikim poduzećima počiva hrvatsko gospodarstvo. Autori navode kako u razdoblju od 1999. do 2003. godine velika poduzeća čine 50% svih prihoda te da ujedno raste i udio neto dobiti, koji tijekom 2002. godine doseže 70,3%. (Ibid.)

IT sektor u tim uvjetima bilježi najbrži rast iako on po svojoj veličini ne sačinjava značajan i velik dio gospodarstva. Neka od najvećih poduzeća iz IT sektora poboljšavaju svoj rang te su se uvrstila među najuspješnije u gospodarstvu. (Ibid.)

Poduzeća koja danas posluju u IT sektoru imaju veoma drugačiji razvojni položaj nego u samom početku razvoja ovog sektora. Više je razloga za to: uvjeti financiranja su puno bolji no što su prije bili, novoosnovana poduzeća, tzv. „start-up“ poduzeća imaju veliku podršku te se javlja sve veći interes okružja za projekte koji proizlaze iz IT sektora. Bez obzira na sve navedeno i dalje se postavlja pitanje kako će se razvijati mala i srednja poduzeća u IT sektoru na regionalnom tržištu kada ih usporedimo sa velikim korporacijama. Osim toga, vrlo je neizvjesno što mala i srednja poduzeća mogu učiniti kako bi bila što konkurentnija na tržištu te kako bi poboljšala i utvrdila svoj položaj na istom. (Šundalić, Zmaić, Sudarić, Pavić, 2016)

4.2.1.1 Novi podatci

Tijekom 2017. godine IT industrija u Republici Hrvatskoj čini 1,8% ukupnog bruto domaćeg proizvoda (dalje u tekstu BDP) i tako je zauzela mjesto s nešto manjim udjelom u hrvatskom BDP-u, za razliku od ostalih djelatnosti. No kako je rasla novonastala vrijednost u posljednjem desetljeću, od čak 5,9%, IT industrija zaostaje samo za djelatnostima i

industrijama poput opskrbe vodom i plinom te energetikom, čiji se rast ogleda u 9,3% ukupnog BDP-a. Naposlijetku možemo zaključiti kako je IT industrija rasla uzlaznom putanjom i to čak sedam puta brže nego što je rastao bruto domaći proizvod Hrvatske te je samim time postala okosnica hrvatskog gospodarstva. (Žitnik, 2018)

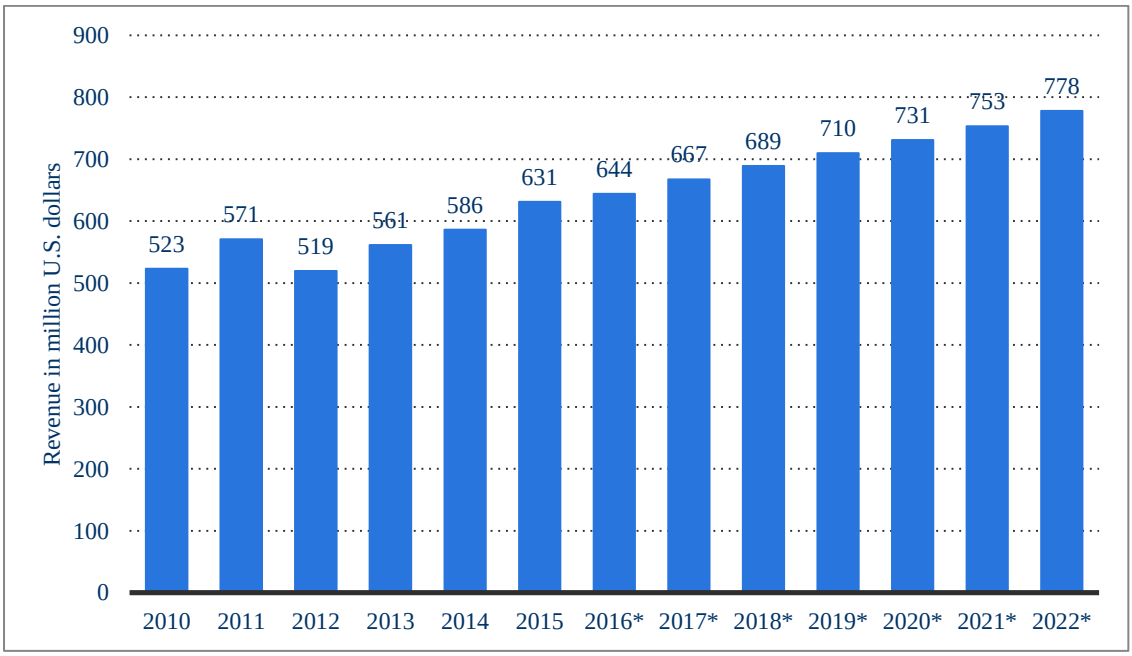
Kada se govori o vanjskotrgovinskoj bilanci, ona predstavlja razmjenu poput uvoza i izvoza te se njihov odnos ogleda u bilanci i to na sljedeći način: ako je pozitivnog iznosa tada se može govoriti o suficitu (višak ili dostatnost), a ako se radi o negativnom iznosu onda se govori o deficitu (manjak, nedostatnost). Također u razmjeni dobara kroz uvoz i izvoz zemlja koristi svoje najvažnije trgovinske partnere pa tako ih ima i Republika Hrvatska. Hrvatsku vanjskotrgovinsku politiku određuje njeno članstvo u Europskoj Uniji te u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji, također je obvezna (obzirom na članstvo u EU) primjenjivati Zajedničku trgovinsku politiku te predstavljati interese hrvatskog gospodarstva u kreaciji i provođenju te iste politike.(Turčić, 2015)

Tako je bilanca je vanjske trgovine IT-a u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2017. godine bila u gubitku, odnosno u minusu od otprilike milijardu kuna. Deficit, koji je vanjskotrgovinska bilanca ostvarila u sklopovlju (hardveru) i pakiranoj programskoj podršci (softveru), iznosio je 3,2 milijarde kuna. S druge je strane pak, ostvaren suficit od 2,2 milijarde kuna koji je podrazumijevao razmjenu IT usluga. Time se potaknuo rast BDP-a i samim time i rast i potražnja za radnim mjestima u zemljama dobavljača. Usporedimo li začetke i početak rada IT industrije u Hrvatskoj i u primjerice Južnoj Koreji ili Kini, može se primijetiti kako je u osamdesetima u RH već naveliko započela uporaba računalnih tehnologija, ali je tijekom godina zaostala za navedenim zemljama radi samog nedostatka kadra, obrazovnog sustava koji bi podupirao rast radnih mjesta u IT sektoru te tradicije i kulture koja također nije išla na ruku razvoju ovoga sektora. (Žitnik, 2018)

Nadalje, procjenjuje se kako je u 2017. godini vrijednost IT tržišta u RH dostigla iznos od 10,1 milijardu kuna te je u odnosu na 2016. godinu povećala tu vrijednost za čak 8%. Što se tiče zaposlenika koji su radili u IT sektorima raznih poduzeća, brojke govore sljedeće. Tijekom 2017. Godine Republika Hrvatska imala je 54 000 stručnjaka u ICT području, od njih je nešto više od 26 000 radilo u IT sektoru, raspoređenih tako da je bilo 6000 telekom operatera te 22 000 zaposlenika u odjelima IT djelatnosti u poduzećima korisnika. Time RH zaokružuje brojku od 3,3% zaposlenih IT djelatnika u odnosu na ukupan broj zaposlenih djelatnika u zemlji.

Kako vrijeme ide dalje, tako IT industija u Hrvatskoj pokazuje znakove rastresenosti. Ti su znakovi posebice vidljivi u IT uslužnim poduzećima. Povećava se broj djelatnika koji rade kao tzv. obrtnici u programskoj podršci, odnosno sve je manji broj proizvođača softvera ili programske podrške, a sve veći broj onih koji se bave održavanjem iste. Tako razdavači (distributeri) IT opreme i pružatelji IT izdvajanja usluga (IT outsorcing) bilježe najveći koeficijent koncentracije prihoda. Ipak, iako digitalizacija u RH i dalje raste, to se događa vrlo sporo te RH ne uspijeva dotići rast koji se događa u ostatku Europe. Postoje dva razloga zašto je tomu tako. Prvi razlog se ogleda u tome kako je tijekom prvog razdoblja recesijske krize od 2009. godine do 2013. godine izgubljen sav promet koji je ostvaren u 2013. godini. Ako se sagleda ukupni prohod IT industrije za razdoblje od 1999. – 2008. godine, on je pokazivao rast po godišnjoj stopi od 12,4% , dok je u razdoblju od 2009. – 2017. on iznosio 2,4%. To je rast prometa niži za čitavih 10% te je time zapravo ostvarena dobit od tek 21,1 milijardu kuna. Drugi razlog leži u činjenici kako je dinamika rasta IT industrije u RH jednostavno preniska te se to posebno vidi u prodaji koja se odvija na domaćem tržištu. U prije navedenom razdoblju prodaja raste u iznosu od 2,9%, a izvoz dobara u iznosu koji raste dvostuko brže i čini 6,7%.

Graf 1. Prihod od računalnog programiranja u Hrvatskoj od 2010. do 2022. godine



Izvor: preuzeto u cijelosti (Bestvina Bukvić, Đurđević Babić, 2019:45 prema Statista, 2018)

U grafu 1 vidi se prikaz prihoda od računalog progamiranja u Hrvatskoj od 2010. godine, ali i projekcije do 2022. godine. Iz njega se može vidjeti stalan rast, posebice od 2012.

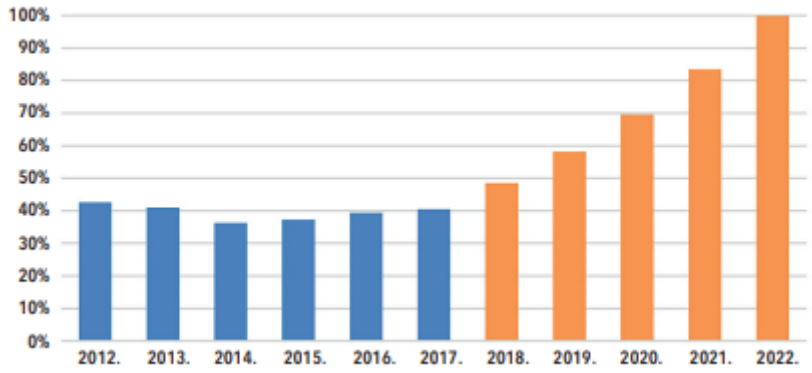
godine pa na dalje. Pomoću grafa može se zaključiti kako je IT industrija jedna od najstabilnijih, ali i najbrže rastućih industrija u Republici hrvatskoj.

Hrvatska IT industrija traži spas u izvozu svojih dobara s obzirom na slabu domaću potražnju i proizvodnju. To bi značilo kako domaća digitalna pretvorba (transformacija) ne ostvaruje rast koji bi joj osigurao odgovarajući konkurentni položaj u odnosu na zemlje Europske Unije. Hrvatska je tako zauzela posljednje mjesto na listi europskih zemalja što se tiče digitalne transformacije i njenih projekata, njih naime ima i ulaže se određen novac u njihov razvoj, ali jednostavno nisu dovoljno popularizirane i vidljive. Tomu u prilog idu i sve navedene brojke. Tako kvalitetna IT poduzeća u Hrvatskoj usmjeravaju svoju radnu snagu i proizvodnju u procese digitalne pretvorbe za strane korisnike, dok u zemlji za njihove usluge i znanja nema aktualne potražnje. Potražnja se ogleda isključivo u jednom vrlo uskom dijelu koji predstavlja bankarsko-financijsku, telekom industriju te oko pedeset bluechip poduzeća koja su ionako većinom u vlasništvu stranih zemalja. Utješna je jedino činjenica kako, dokle god izvoz raste, u bilo kojem obliku, barem će nekolicina zaposlenih u IT industriji u RH imati izvrstan posao te poprilično dobar izvor prihoda.

Kada se govori o potražnji na domaćem tržištu, treba spomenuti kako je IT industrija ovisna o njenoj okolini, naime nije samostalna. Već je ranije spomenuto kako je IT sektor usko povezan s kreativnim industijama te da je zaslužan za rast gospodarstva i razvoj gotovo svih gospodarskih grana. IT industrija tako izravno utječe na zaposlenost djelatnika, rast BDP-a i obrnuto, rast BDP-a i zaposlenost većeg broja djelatnika potiče rast i razvoj te širenje IT industrije. Tako će posljedice krize u zemlji i izostanka odgovarajuće vanjske politike osjetiti i IT sektor.

Zaključuje se kako je razdor između IT industrije u RH i IT industrije u Europskoj uniji prikazan takozvanim Gap indeksom koji je u razdoblju od 2012. godine do 2017. stabilan. U 2017. godini IT industija je dosegnula prosjek od 40,5% ukupne industrije Europske unije, vidi Graf 1. Kako bi u sljedećih pet godina Hrvatska IT industrija dostigla taj prosjek, morala bi pokazati rast tijekom godine Gap indeksa od 19,9 %. Sve su to pokazatelji kako u RH nedostaje dovoljno smislene industrijske politike te kako postoji previše individualiziranih i privatnih inicijativa koje ne donose pretjerano mnogo prihoda i profita u IT sektoru. (Žitnik, 2018)

Graf 2. IT Gap Indeks 2012. - 2022.



Izvor: Analiza hrvatske IT industrije 2008. – 2017., Hrvatska gospodarska komora

Grafom 2 prikazane su vrijednosti takozvanog Gap indeksa koji prikazuje rast i razvoj IT industrija i poduzeća u razdoblju tijekom 2012. godine do 2022. godine. Iz grafa možemo očitati podatke koji su zabilježeni u tom razdoblju, ali i koji se predviđaju za nadolazeću budućnost. Graf 2 ukazuje na činjenicu kako IT industrija ni u kom slučaju nije homogena. Također grafom su prikazane razlike u pojedinim dijelovima IT industrije. Graf donosi prikaz prosječnih godišnjih stopa rasta ukupnog prihoda pojedinih dijelova koji utječu na prosjek IT industrije. Prema navedenoj stopi rasta možemo uočiti tri dijela koja su zadužena za održavanje tehnološkog života industrije, tzv. „life-cycle industrije“. Najprije, postoji kategorija tradicionalnih IT poduzeća , kojima ukupan prihod raste sporije od samog prosjeka cjelokupne IT industrije. Zatim su tu razne potkategorije poduzeća koje rastu nešto malo iznad prosjeka te je treći dio potkategorija brzorastuće IT industrije iz sadašnjosti i budućnosti. Njen rast je za preko 25% viši od samoga prosjeka IT industrije. Tako se primjerice predviđa kako će Gap indeks u 2022. godini doseći čak nevjerojatnih 100%. (Žitnik, 2018)

„U 2017. hrvatska IT industrija sastojala se od 4649 poduzeća s 28.347 radnih mjesta. Ukupni prihod IT industrije dosegnuo je 21,1 milijardu kuna, dodana vrijednost 6,7 milijardi, a izvoz šest milijardi kuna. Prosječna mjesečna neto plaća isplaćena zaposlenicima dosegnula je 7722 kune. U dekadi 2009. – 2017. ukupni prihod hrvatske IT industrije rastao je po prosječnoj godišnjoj stopi rasta (PGSR) od 3,8 posto. Ta bi stopa vjerojatno bila viša da nije

bilo efekta visoke baze iz 2008. godine. Naime, 2009. godine, prvi put u promatranom razdoblju, zabilježen je pad u odnosu na godinu dana prije, za 10,9 posto. Prema dinamici rasta, u razdoblju od posljednjih deset godina razlikujemo razdoblje stagnacije 2008. – 2012. s padom ukupnog prihoda po PGSR-u od -0,4 posto te posljednjih pet godina kada je PGSR iznosio 8,3 posto. IT industrija 2014. godine doseže visinu ukupnog prihoda, koja je ostvarena u 2008. godini. Između 2008. i 2017. broj IT tvrtki povećao se za 2342. Prosječna godišnja stopa rasta (PGSR) u tom je razdoblju iznosila 8,1 posto, a u posljednjih pet godina 7,3 posto. Broj zaposlenih u IT industriji u promatranom razdoblju konstantno raste; povećanje je zabilježeno u svim godinama. Između 2008. i 2017. broj IT radnika raste po PGSR-u od šest posto, a u posljednjih pet godina ta stopa iznosi 8,5 posto. Između 2008. i 2017. izvoz IT industrije rastao je po PGSR-u od 6,7 posto. U posljednjih pet godina PGSR izvoza IT industrije bio je 8,9 posto. IT industrija sastoji se od tri glavna segmenta: pružanja IT usluga, proizvodnje IT opreme i trgovine IT produktima. Udio IT uslužnih poduzeća u ukupnom prihodu dominira s više od 70 posto, trgovci IT opremom i komponentama sudjeluju s oko 26 posto, proizvodnja sudjeluje s manje od tri posto.“ (Žitnik, 2018:5)

4.2.2 IT sektor u Osječko-baranjskoj županiji

IT sektor jedan je od najprivlačnijih dijelova gospodarstva koja pruža brojne mogućnosti za napredak profesionalne karijere te izvrsne uvjete samozapošljavanja. Ne samo što IT nudi zanimljive prilike, jačanje IT-a pozitivno djeluje na ukupno gospodarstvo, ali je također i izvor ogromnih promjena u poslovnom djelovanju drugih industrijskih djelatnosti. IT sektor obuhvaća nekoliko djelatnosti iz klasifikacije djelatnosti NACE 2007[1], ali su u Osječko-baranjskoj županiji najvažnije djelatnosti koje se svrstavaju pod šiform J62, tj. Računalno programiranje, savjetovanje i djelatnosti povezane s njima.(Hrvatska gospod. komora, 2018.)

[1] Unutar Europske zajednice uvedena je statistička klasifikacija ekonomskih djelatnosti pod nazivom NACE rev. 2, koja je stupila na snagu 19. siječnja 2007., a njena primjena počela je 1. siječnja 2008.

Tablica 2.: Financijski pokazatelji poslovanja poduzetnika sa sjedištem u OBŽ-J62 Računalno programiranje, savjetovanje i djelatnosti povezane s njima (NKD 2007)

	2013.	**2014.**	**2015.**	**2016.**	**2017.**
Broj tvrtki	83	96	109	129	149
Broj zaposlenih	311	347	420	518	598
Neto plaće	4.988	5.262	5.120	5.168	5.483
Ukupni prihod (HRK)	83.426	98.899	112.565	143.191	181.913
Prihodi od prodaje u inozemstvu (HRK)	26.197	34.195	45.956	65.388	88.518
Udio prihoda od prodaje u inoz. u ukupnim prihodima	31%	35%	41%	46%	49%
Ukupni rashod (HRK)	73.358	81.572	92.082	117.171	142.843
Dobit razdoblja (HRK)	9.724	15.430	16.898	21.953	35.044
Gubitak razdoblja (HRK)	-1.412	-589	-505	-1.297	-2.205
Konsolidirani financijski rezultat (HRK)	8.312	14.841	16.393	20.656	32.838
Investicije u dugotrajnu imovinu	1.133	2.171	2.198	2.573	3.755

Izvor: Preuzeto u cijelosti (Hrvatska gospod. komora, 2018: n.p.)

Analizirajući Tablicu 1. može se zaključiti da je „iz financijskih pokazatelja poslovanja poduzetnika sa sjedištem u Osječko-baranjskoj županiji čija je osnovna djelatnost Računalno programiranje, savjetovanje i djelatnsoti povezane s njima vidljivo da su u promatranih pet godina znatno povećali svoje poslovanje: broj podutenika je povećan s 83 na 149 (za 80%); broj zaposlenih – s 311 na 598 (za 92%); ukupan prihod – s 83 na 182 milijuna kuna (za 118%); prihodi od prodaje u inozemstvu su se utrostručili – porast s 26 na 88 milijuna; dobit razdoblja s 9,7 milijuna na 35 milijuna kuna; konsolidirani financijski račun je četiri puta veći – porastao je s 8,3 na 32,8 milijuna; investicije u dugotrajnu imovinu, iako u apsolutnom iznosu nisu velike, ipak su se u promatranom petogodišnjem razdoblju utrostručile – s 1,1 milijun na 3,7 milijuna kuna.“(Hrvatska gospod. komora, 2018: n. p.)

Navedeni pokazatelji prikazuju poduzetnike sa sjedištem u Osječko-baranjskoj županiji, ali treba napomenuti da u gradu Osijeku posluju i podružnice velikih IT poduzeća sa sjedištem u Zagrebu ili drugim dijelovima Hrvatske. Popularizaciji zanimanja iz IT sektora i povećanju atraktivnosti struke programera među mladima uvelike pridonosi Udruga Osijek

Software City koja je osnovana 2012. godine na inicijativu najvažnijih tvrtki IT sektora županije, čiji je krajnji cilj postići prepoznatljivost Osijeka u svijetu kao grada u kojemu žive i rade IT stručnjaci.

„Budući da u regionalnoj IT industriji trenutno vlada kronični nedostatak osposobljenog kadra, taj se problem pokušava rješavati na više razina i načina. Unatoč evidentnim potrebama, još uvijek nema dovoljnih promjena u sustavu formalnog obrazovanja, pa sami poduzetnici poduzimaju brojne aktivnosti kojima potiču ljude različitih uzrasta i zanimanja (srednjoškolce, studente, nezaposlene, nezadovoljne trenutnim statusom...) da sami porade na svom obrazovanju za poslovne sustave u kojima bi željeli raditi te da im se predstave sustavi u kojima bi se, uz traženo znanje, najlakše mogli zaposliti.“ (Hrvatska gospod. komora, 2018: n. p.)

4.2.2.1 Osijek Software City

Osijek Software city pokrenut je 2012. godine, a to je projekt kojim osječke IT tvrtke djeluju prema svojoj lokalnoj zajednici. Upravo je ova organizacija uz same poduzetnike i zajedno sa Fakultetom elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek, Odjelom za matematiku Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i osječkim poduzetničkim inkubatorom BIOSom jedna od zaslužnih za promociju i razvoj IT sektora na području Istočne Hrvatske. (Bestvina Bukvić, 2018)

U gradu Osijeku postoji veći broj IT tvrtki od kojih neke već nekoliko godina vrlo uspješno posluju na međunarodnom tržištu. Postoji i manji broj mlađih tvrtki, ali su se većina od njih već uspjele pokazati kao autoriteti u svojim nišama. Upravo zato što su većina IT poslovnih organizacija u Osijeku fokusirane na izvoz, na domaćem se tržištu često za njih niti ne zna. Udruga predstavljanjem tih tvrtki želi pokazati lokalnoj zajednici volju za radom i stručnost koji za uzvrat daju perspektivu. Kao ciljeve projekta navode:

„1. Povećati atraktivnost developerske struke u Osijeku.

2. Povećati konkurentnost programera na tržištu.

3. Potaknuti poduzetništvo u ICT sektoru“(Osijek Software city n.d.: n.p.)

5. Istraživanje zastupljenosti kreativnih industrija i IT sektora u stručnoj literaturi

Posljednjih godina, naročito u zadnjem desetljeću, dostupno je sve više literature tematike kreativnih industrija te posebice IT sektora. Međutim rijetko se može pronaći literatura koja usko veže ta dva područja. Stoga, u ovome se dijelu rada analizira upravo litearatura koja povezuje kreativne industrije i IT sektor.

5.1 Metodologija

U tablici 2. je prikazano dvadeset publikacija sa internetskih stranica i baza podataka dostupne putem licence Nacionalne i sveučilišne knjižnice svim nastavnicima i studentima u Republici Hrvatskoj. U prvome stupcu nalazi se naziv publikacije, a u drugome autor. Treći stupac govori nam je li u članku definiran IT sektor ili nije. Nadalje, četvrti stupac pokazuje utjecaj IT sektora na gospodastvo, to jest opisuje li se on ili ne. Ukoliko utjecaj nije prikazan u tablici je upisano *NP* (nema podataka). Peti pak stupac ukazuje na to jesu li kreativne industrije definirane u članku. Naposlijetku, šesti stupac sadržava povezanost, odnosno utjecaj IT sektora na kreativne industrije uz kratko objašnjenje. Ukoliko objašnjenje ili direktna povezanost nije pokazana u publikaciji, u tablici je upisano *nije objašnjeno*. Nadalje, ovakvom analizom literature želi se pokazati kako su IT sektor i kreativne industrije zadovoljavajuće zastupljeni u literaturi. Međutim, nedovoljno je literature u kojoj je prikazan i IT sektor i kreativne industrije

Tablica 2. Analiza literature o IT sektoru i kreativnim industrijama

Naziv publikacije	Autori i godina izdanja	Definiranje IT sektora	Utjecaj IT sektora na gospodarstvo	Definiranje kreativnih industrija	Utjecaj IT sektora na kreativne industrije
The influence of ICT, innovation of SMES, internet, Networking, entrepreneurship to the development of the Creative economy	Usman, Claudia, Nafilah (2019)	Da	Da	Da	Povezanost sa globalnim tržištem; poticaj malim i srednjim poduzetnicima
Usage of ICT in EU culture sector as a tool of Cultural participation	Eva Ardielli (2017)	Da	Da	Da	Lakši pristup kulturnim dobrima; mogućnost pojedinca sudjelovanju u izradi kulturnih dobara
Skills, scope and success: An empirical look at the start-up process in creative industries in Germany	Kohn, Wewel (2016)	Ne	NP	Da	Ovisnost poduzetnika u kreativnim industrijama o drugim poslovnim organizacijama(u IT sektoru)

Naziv publikacije	Autori i godina izdanja	Definiranje IT sektora	Utjecaj IT sektora na gospodarstvo	Definiranje kreativnih industrija	Utjecaj IT sektora na kreativne industrije
Bridging the gap in creative economy and ICT research: a regional analysis in Europe	Zhao, O'Mahony, Qamar (2020)	Da	Da	Da	IT sektor ne garantira ekonomski rast nego je ovisan o kreativnim industrijama
The role of creative industries in industrial innovation	Müller, Rammer, Trüby (2009)	Ne	NP	Da	Marketing, web dizajn, fotografija itd.
How and where the R&D takes place in creative industries? Digital investment strategies of the book publishing sector	P.-J. Benghozi & E. Salvador (2016)	Ne	NP	Da	Negativan utjecaj velikih IT poslovnih organizacija (Amazon) na nakladništvo
The evolving creative industries: from original assumptions to contemporary interpretations	Stuart Cunningham (2003)	Ne	NP	Da	Nije objašnjeno

Naziv publikacije	Autori i godina izdanja	Definiranje IT sektora	Utjecaj IT sektora na gospodarstvo	Definiranje kreativnih industrija	Utjecaj IT sektora na kreativne industrije
From cultural to creative industries	Nicholas Garnham (2005)	Da	Da	Da	Distribucija kulturnih dobara i usluga; globalna digitalizacija
Intersectoral local development in Italy: the cultural, creative and tourism industries	Maria Della Lucia, Giovanna Segre (2017)	Ne	NP	Da	Nije objašnjeno
Technology roadmap for the Creative Industries	Abbasi, Vassilopoulou, Stergioulas (2017)	Da	Da	Da	IT sektor je doveo do brojnih inovacija u kreativnim industrijama, nove mogućnosti kreativnosti(aplikacije za muzeje, galerije i sl.), virtualne zajednice itd.
Models of ICT Innovation A Focus on the Cinema Sector	Benghozi, Salvador, Simon (2015)	Da	Da	Da	Ogromni napredak u dostupnoj tehnologiji filmske industrije
ICT for growth: A targeted approach	Michał Grajek (2012)	Da	Da	Ne	Utjecaj IT sektora(konkretno društvenih mreža) na zapošljavnje radnika iz kreativnog sektora

Naziv publikacije	Autori i godina izdanja	Definiranje IT sektora	Utjecaj IT sektora na gospodarstvo	Definiranje kreativnih industrija	Utjecaj IT sektora na kreativne industrije
How can IT enable economic growth in developing countries?	Chrisanthi Avgerou (1998)	Da	Da	Ne	Znatno smanjenje troškova pojavom IT-a u svim industrijama, uključujući kreativne
New information and communication technologies, social development and cultural change	Cees J. Hamelink (1997)	Da	Da	Ne	Negativan utjecaj, tj. lakše širenje kulturne globalizacije
Conceptualizing the ICT Artifact: Toward Understanding the Role of ICT in National Development	Maung K. Sein, G. Harindranath (2004)	Da	Da	Ne	Nije objašnjeno

Naziv publikacije	Autori i godina izdanja	Definiranje IT sektora	Utjecaj IT sektora na gospodarstvo	Definiranje kreativnih industrija	Utjecaj IT sektora na kreativne industrije
Creative industries in a rural region: Creative West: The creative sector in the Western Region of Ireland	Pauline White (2010)	Ne	NP	Da	Razvoj kreativnih industrija i u ruralnim područjima zbog rastućeg IT sektora
Creative industries: a new pathway	Terry Flew (2014)	Ne	NP	Da	Mogućnost IT sektora u sprječavanju plagijata i piratstva
Business Aspects of Creative Industries from a Global Perspective	Miličević, Ilić, Sofronijević (2013)	Ne	NP	Da	IT sektor pomaže u afirmaciji novih poslovnih praksi i ideja u kreativnim industrijama
Creative Industries after the First Decade of Debate	Terry Flew, Stuart Cunningham (2010)	Ne	NP	Da	IT sektor otvara vrata svim granama kreativnih industrija

Naziv publikacije	Autori i godina izdanja	Definiranje IT sektora	Utjecaj IT sektora na gospodarstvo	Definiranje kreativnih industrija	Utjecaj IT sektora na kreativne industrije
Role of creative industries in the post-socialist urban transformation	Stryjakiewicz, Męczyński, Stachowiak (2014)	Ne	NP	Da	IT sektor i kreativne industrije nositelji su razvoja u post-socijalističkim gradovima

Izvor: Izrada autora prema dostupnoj literaturi

5.2 Analiza tablice

Analizom tablice 2. zaključuje se kako 10 od 20 publikacija sadrže definiran IT sektor odnosno 50%. Također, 10 od 20 publikacija nemaju točno definiran utjecaj IT sektora na gospodarstvo. Još je bitno napomenuti, kako u svakoj publikaciji koja je imala definiciju IT sektora, bio barem i spomenut utjecaj IT sektora na gospodarstvo. Nadalje, definiranje kreativnih industrija izostalo je u samo 4 publikacije, što bi predstavljalo 20%. Iz toga možemo zaključiti kako većina publikacija vezanih uz IT sektor sadrže elemente kreativnih industrija. Naposlijetku, utjecaj IT sektora na kreativne industrije izostao je samo u 3 od 20 publikacija, što čini samo 15%. Detaljnijom analizom može se zaključiti da velika većina pronađenih članka objašnjava poveznicu između IT sektora i kreativnih industrija, na razne načine te u većoj ili manjoj mjeri. Također, može se primjetiti relativno malu količinu literature koja sadrži direktnu poveznicu IT sektora i kreativnih industrija.

5.3 Diskusija i analiza istraživanja autora

Ardielli (2017) piše kako kulturna industrija ne generira samo ne-ekonomske utjecaje kao što su socijalna kohezija, afirmacija kreativnosti, talenata i izvrsnosti, već i gospodarske utjecaje kao BDP (bruto domaći proizvod), povećanja zaposlenosti i konkurentnosti. Stoga je važnost sektora kulture u modernom gospodarstvu trenutno nesporna. Izvan njihovog značajnog ekonomskog doprinosa, kreativne su industrije izgradile most između umjetnosti,

kulture, poslovanja i tehnologije. Zbog ovoga razloga EU promiče razvoj cjelokupnog sektora kulture u članicama EU i na ovom području usmjerava značajna financijska sredstva kroz strukturne fondove EU i posebne programe koji podržavaju kulturu i kulturne aktivnosti (npr. Kreativna Europa). Može se reći da je 21. stoljeće karakterizirano digitalnom kulturom. Prodor IT-a u društvo tj. odnos između kulture i novih medija naziva se digitalna kultura ili e-kultura. Pojava ovog fenomena datira iz 1990-ih, kada je Internet postao masovna pojava i otvorio se trgovini, a time i kreativnoj industriji. Internet je postao mjesto koje nije samo mjesto trgovine, već i osobnih komunikacija i mogućnosti distribucije izvan postojećeg centraliziranog sustava. Danas je IT svakodnevna stvarnost u kreativnim industrijama. IT sektor potiče kulturno poduzetništvo u kreativnoj industriji i igra važnu ulogu u razvoju zemalja na lokalnoj razini. Novi oblici medija i tehnologije jačaju platforme za dijalog, razmjenu i izgradnju kapaciteta lokalnog stanovništva. U zemljama u razvoju, IT sektor omogućuje bolji pristup kulturnim dobrima i uslugama, ali i omogućuje autorima interakciju s publikom. Također, Garnham (2005) kaže da su kreativne industrije ključni sektor novog gospodarstva, kako na nacionalnoj, tako i globalnoj razini, pa prema tome, s obzirom na pad proizvodnog sektora, ključni su izvor budućeg rasta zaposlenosti i zarade od izvoza. Müller i ostali (2009) dolaze do zaključka da se kreativna poduzeća snažno oslanjaju na novu tehnologiju. Više od 90 posto njih koristi nove tehnologije u svakodnevnom poslovanju. Informacijske i komunikacijske tehnologije su najčešće korištene tehnologije u svim sektorima kreativne industrije, kako u hardverskom smislu, tako i u softverskom. Ali postoji i niz drugih vrsta novih tehnologija koje kreativne industrije zahtijevaju, od tehničke opreme u glazbenoj i filmskoj industriji do novih materijala korištenih u modnom dizajnu ili izvedbenoj umjetnosti.

Međutim, u jedome članku, autori su se osvrnuli i na negativne strane digitalizacije u kreativnom sektoru, točnije, izdavaštvu. Sektor izdavaštva knjiga uvijek su karakterizirale postupne inovacije koje su se pojavile od strane velikih konkurentskih izdavača. Uvod u e-knjigu umjesto toga predstavlja radikalnu inovaciju. Stoga, stvara obrambenu strategiju uredničkih kuća koje mobiliziraju velika ulaganja u razvitak inovacija s ciljem obnavljanja tradicionalne tiskane knjige. Iako je dolazak e-knjige koristio došljacima u svijet izdavaštva poput Amazona, Applea i Googlea, tiskana knjiga viđena je kao ključni izvor raznolikosti i jedino sredstvo za kontrolu digitalne evolucije.(Benghozi, Salvador 2016)

Nadalje, Zhao i suradnici (2020) u svome radu dolaze do otkrića koji sugeriraju da resursi, u ovom slučaju IT, ne garantiraju konkurentsku prednost ili ekonomski rast. Također,

usluge u IT sektoru prikazuju način na koji regija koristi stečene resurse. Međutim, kada se resursi kombiniraju, u ovom slučaju IT i kreativna industrija, način na koji regija koristi svoje resurse može imati komplementarnosti, što može dovesti do veće razine rasta. Stoga, oni tvrde da sposobnosti proizlaze iz interakcije između kreativnih ljudi u regiji i IT-a. Nadalje, njihova otkrića sugeriraju da se razvoj i primjena IT-a oslanja se na dostupnost *kreativnog kapitala*. Dakle, u smislu gospodarskog rasta, kreativne se industrije ne bi trebale promatrati same od sebe jer su pozitivno povezane s IT-om. Štoviše, oni pronalaze da su promjene u regionalnom kreativnom kadru i usluge IT kapitala demonstriraju rast bruto dodane vrijednosti. Zanimljivo je da suživot kreativne klase i IT kapitala može rezultirati povećanjem proizvodnje u Europi kroz pozitivan interaktivni učinak, umjesto samo kroz doprinose svakog od njih zasebno.

Abbasi i suradnici (2017) kažu kako postoji jasna veza između razvoja kreativnih industrija i informacijskih i komunikacijskih tehnologija: povezivanje kreativnih industrija s digitalnim tehnologijama rezultira stvaranjem novih radnih mjesta, prilika, usluga i proizvoda koji imaju pozitivan utjecaj na cjelokupno gospodarstvo. Koncept kreativne ekonomije proizlazi iz koncepta inovacije kada se to kombinira s različitim oblicima kreativnosti koja karakterizira kreativne industrije. Kreativne industrije sugeriraju dodanu vrijednost, poboljšano tržište i nova radna mjesta, što su najvažniji temelji za konkurentno i rastuće gospodarstvo. Kreatori politika ističu da inovacije, kreativnost i neovisno razmišljanje postaju sve važniji za razvoj globalne ekonomije. U svome su istraživanju pokazali da, kako bi maksimalizirali upotrebu i vrijednost tehnologije u kreativnim industrijama, fokus budućih istraživanja trebao bi biti na tehnologijama koje omogućuju bolju personalizaciju, poboljšanu interakciju i angažman korisnika, kreativnom mrežnom suradništvu, suradničkoj proizvodnji sadržaja i automatiziranoj mrežnoj proizvodnji, novim pojednostavljenim načinima proizvodnje sadržaja, pohrani i infrastrukturi, arhiviranju i digitalnom očuvanju, dostavi sadržaja / emitiranju, suradničkim i personaliziranim oblicima igara, novim oblicima medija poput vizualnih sučelja, holograma, 3D vizije, VR / AR, kao i na novim, učinkovitijim alatima za upravljanje digitalnim pravima.

Nadalje, Della Lucia i Segre (2017) koji su istraživali lokalni razvoj Italije kroz kreativne industrije, zaključuju kako bi aglomeracija kulturne baštine te industrija sadržaja i informacija trebala otvarati nove mogućnosti za razvoj različitih oblika kreativnog turizma poticanjem proizvodnje kreativnog sadržaja te povezujući baštinu, kreativnost, znanje i izgradnju kapaciteta kako bi se stvorile mreže i klasteri. Lokalna mjesta mogla bi imati koristi i od marketinga lokacije i od turizma kroz specifične kreativnosti: mobilne aplikacije i

platforme za određene turističke destinacije i usluge, proizvodi kulturne baštine, novi kulturni događaji i kulturni klasteri / okruzi potencijalni su novi proizvodi. Interakcije između materijalne kulture i turizma također mogu pružiti mogućnosti za strateški i tržišni marketing i inovacije. Iskorištavanje nematerijalne profesionalno-produktivne kulturne baštine mjesta kroz inovativne kulturne projekte jačaju simboličku vrijednost *made-in-Italy* proizvoda i usluga te podržavaju njihovo (pre)pozicioniranje između kreativnih sektora s pozitivnim implikacijama na imidž, brend i turističku atrakciju.

6. Uloga IT sektora u kreativnim industrijama

Marketing i uloga (franšiziranih) medija u kreativnoj industriji predstavljaju ključ za moć i profit koji leži u kulturnoj distribuciji, a ne u kulturnoj produkciji.Kreativni rad podrazumijeva stvaranje nečega novog, stvaranje intelektualnog vlasništva i njegov život ovisi o interakciji s publikom. S druge je strane, cirkulacija koja predstavlja ono što se događa nakon što se nešto novo kreira; faza u kojoj treba naći publiku koja će uživati u stvorenom. Nadalje, cirkulacija uključuje marketing, reklamu i diseminaciju kreativnih proizvoda. Ona nije samo zasebna faza koja slijedi nakon stvaranja kulturnog proizvoda, nego i oblik kreativnog rada sam po sebi, uključujući kreativni rad vezan za marketing i promidžbu kreativnog proizvoda.

Marketing, oglasi i distribucija od velike su važnosti za kreativnu industriju: za početak, vrlo je važno za kreativne djelatnosti imati pristup u distribuciju plodova kreativnog rada. Nadalje, marketing i promidžba odražavaju značajni dio kreativne industrije, tj. upošljavaju veliku količinu djelatnika u kulturi te stvaraju velik broj kreativnih proizvoda.

Cilj je kulturne distribucije unaprijediti razvoj tržišta kulturnih proizvoda u smislu distribucije, promocije, razvoja publike i potrošača koji primjećuju, uživaju, pričaju o i koriste kreativan proizvod. Kreativnost je spona koja povezuje djelatnosti iz sektora kreativne industrije, kulturne industrije i same medije. Mediji nastoje pratiti individualne doprinose kreativnih pojedinaca, a digitalno doba medija donosi nove izazove; novinarska izvješća prilagođavaju se tehnološkom kontekstu.Konvergencija medija, online distribucija i povećana interaktivnost doveli su do novih medijskih proizvoda, postupaka i identiteta. Između ostaloga, kreativne industrije, koje povezuju umjetnost i druge oblike simboličke proizvodnje s medijskom industrijom, marketingom i distribucijom proizvedenih simboličkih dobara istodobno imaju ulogu i proizvođača i distributera, a njihovo poslovanje vezano je uz posjedovanje kreativne licence i ostvarivanje suradnje unutar svih sastavnica kreativne industrije.(Tomašević, 2015.)

Kreativne industrije uključuju vizualne umjetnosti (uključujući muzeje), izvedbene umjetnosti, knjižnice, arhive, arheološka nalazišta, film, video, radio, televizijsku produkciju, video igre, glazbenu produkciju, izdavaštvo, tisak i digitalne medije, oglašavanje, arhitektonske usluge, dizajn (dizajn proizvoda, grafički dizajn, modni dizajn, dizajn proizvoda igračaka), industriju zabave, multimediju i softver. Rast kreativnih usluga najčešće se odnosi

na arhitekturu, oglašavanje, dizajn, kreativno istraživanje i razvoj, kulturne te digitalne usluge. Osobito zahvaljujući širenju ICT sektora, postoje nove mogućnosti i izazovi za razvoj kreativnih industrija. Posljednjih godina razvila se ekonomija iskustva, tj. stvara iskustvo konzumiranjem fizičkih proizvoda i korištenjem usluga od strane potrošača ili publike. To je tipično za izložbe u muzejima i galerijama, koncerte, performanse, arheološka nalazišta, festivale. Veći fokus menadžera usmjeren je na upravljanje odnosima s kupcima, prilagodbu proizvoda i personalizaciju. To se prije svega odnosi na marketinške aktivnosti, uključujući tržište umjetnina i antikviteta, obrtništvo, dizajn, softver, zabavu, turizam i sport. Prisutna je i ekspanzija kreativnih industrija u procesu prevladavanja globalne ekonomske krize, koja se posebno se očituje stvaranjem kreativnih klastera u cijelom svijetu. Za menadžere, kreativnost postaje izvor konkurentske prednosti na globalnoj razini. Kreativnost u poslovanju očituje se na nekoliko područja - generiranje ideja, razvoj proizvoda i usluga, upotreba mašte, stvaranje inovacija, formuliranje strategija, povećanje konkurentnosti, kontrola troškova, stjecanje novih znanja, marketing i upravljanje intelektualnim kapitalom. Kreativne organizacije rezultat su kreativnog upravljanja. Posao postaje sve više i više ovisan o kreativnosti u 21. stoljeću. Važnost digitalnih proizvoda kreativnih industrija poput softvera, elektroničkih knjiga i časopisa, digitalna fotografija, proizvodi filmske industrije, glazbene datoteke i rezultati umjetničkih aktivnosti u novoj digitalnoj umjetnosti postaju vidljivi. Digitalni procesi i elektroničko tržište povezani su s relativno niskim troškovima digitalnih tehnologija. Jedan od novijih razvoja umjetnosti je mobilna digitalna umjetnost, posebno upotreba iPad-a i iPhone-a kao kreativnih alata. (Miličević et al. 2013)

Kreativne tvrtke i/ili medijske tvrtke općenito su poznate po ograničenom ulaganju u istraživanje i razvoj. Akademici i konzultantske tvrtke obično se slažu da se većina tehnoloških inovacija odvija izvan kreativne industrije, a podržavaju ga autsajderi, uglavnom iz IT sektora. Međutim, unutar kreativnih industrija, videoigre i kino industrije govore nam drugačije. Ti sektori imaju različit pristup financiranju i strukturi rizika u usporedbi s drugim dijelovima kreativne industrije, vjerojatno zato što se smatraju visokotehnološkim (film) ili čak *rođene digitalne* (video igre). Potrebna su im mnogo veća početna ulaganja od na primjer, glazbe i nakladništva, ali obično nude i mnogo veće povrate. U ovom kontekstu visokog početnog ulaganja, može biti da proizvodnja i izrada mogu podržati tehnološki razvoj (i moraju to činiti), primjerice u slučaju industrije videoigara. Također je tako i u slučaju kino industrije: financijski kapacitet (iako ograničen) može dopustiti igrati ulogu pokretača inovacija. Međutim, može se reći da tehnološke tvrtke pružaju dobar izazov igračima u

industriji medija sa zanimljivim prijedlozima - originalni proizvodi, mrežni i mobilni kanali distribucija, eksperimentalni poslovni modeli, društvene mreže, analiza podataka itd. Oni imaju stvarnu sposobnost unovčavanja putem pristupa masovnoj i globalnoj publici (Spotify, Rovio, Vice). Ovi novi sudionici tržišta nude nova rješenja za prikupljanje i distribuciju sadržaja i stvaranje originalnih načina marketinga i transakcija prilagođenih novom dobu (besplatne pretplate, mikro plaćanja, premium usluge itd.).(Benghozi et al. 2015)

6.1 Nove tehnologije

Nove medijske tehnologije stvorile su nova tržišta na kojima se intelektualni vlasnički resursi umnožavaju i koriste u obliku franšize. Medijska franšiza izgrađena je na iskustvima franšize potekle iz industrijske prakse, ali je doživjela određene transformacije u kulturnoj produkciji. Nadalje, franšiziranje u kreativnoj industriji „proizvodi“ sadržaje „popularne umjetnosti“ te istodobno otvara kritička pitanja o kontroli kulturnih resursa, konstituiranju same umjetnosti, kreativnosti i vrijednosti koje se događaju i stvaraju u industrijskoj praksi.

Nove tehnologije imaju utjecaj na kulturne i kreativne industrije na trima razinama:

- na razini proizvodnje, gdje je jednostavnije proizvesti i umnožiti simbolička dobra s pomoću sve većeg broja multimedijskih alata;
- na razini distribucije, jer je sve lakša i brža mogućnost distribucije odnosno podjele, a uz klasične kanale otvaraju se i novi modeli razmjene sadržaja (p2p, Web 2.0)
- na razini potrošnje, gdje potrošači mogu sve lakše intervenirati u nastala djela.

Problem koji donosi uvođenje novih tehnologija je tzv. piratstvo, (tim se nazivom u kontekstu prava intelektualnog vlasništva općenito naziva svako neovlašteno korištenje autorskih djela) koje je sektoru kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj naštetilo prvenstveno na polju glazbene industrije. Tu se ubraja i fotokopiranje knjiga (koje je bilo najpopularnije tijekom devedesetih godina uslijed niskih plaća te nedostupnosti pojedinih stranih naslova). Uz sveprisutnu digitalizaciju danas bilo tko može ilegalno „skinuti“ pjesmu ili pak film s internetskih stranica i za to ne platiti. Kulturni djelatnici, iz tog razloga, ističu važnost provedbe i poboljšanja zakonodavstva u domeni zaštite intelektualnog vlasništva u Republici Hrvatskoj kao jedne od osnova kulturnih i kreativnih industrija. Također, smatraju

kako rad u takvim ustanovama nije dovoljno društveno priznat, niti cijenjen. Nove tehnologije, iako djelatnicima i korisnicima omogućuju odvajanje od lokalnih uvjeta i plasiranje na globalno tržište, čine i mnoge poteškoće. (Primorac, 2008.)

Stabilno povećanje novih digitalnih tehnologija donosi velike i dobre promjene u svijetu poslovanja. Tehnologija postaje oruđe kojim se ljudske potrebe i aktivnosti mogu lakše ostvariti. Uz digitalnu tehnologiju, razne skupine ljudi imaju olakšani pristup informacijama. IT je povećao međusobnu povezanost ubrzao proces globalizacije. Postao je uređaj revolucije informacija, olakšavajući tranziciju iz industrijskog gospodarstva koju pokreću proizvodni sektor u ekonomiju znanja. Ubrzanje rasta IT-a je u stanju povećati trend promjene tradicionalnog poslovnog modela, tj. poticati osnivanje novih poduzeća (startup-a) koja obično koriste nove tehnološke mogućnosti.(Usman et al. 2019)

Digitalna tehnologija, proširena stvarnost, virtualna stvarnost i odgovarajuće tehničke mogućnosti kontinuirano transformiraju sve aspekte našeg života, socijalne, kulturne te ekonomske. Lokalne, regionalne i nacionalne vlasti, stvaratelji politika, ali i poduzeća također postaju svjesniji važne uloge i potencijala kreativnosti i kreativne industrije za poticanje inovacija i rasta u široj ekonomiji. Današnji je poslovni svijet oblikovan razvojem vrlo inovativnih i konkurentnih tehnologija. Nove tehnologije u nastajanju poput računarstva u oblaku, Interneta stvari, nosivih uređaja, 5G, analitike velikih podataka i trodimenzionalne (3D) tehnologije potiču sve relevantne dionike da preispitaju i izmisle svoj pristup brzom i učinkovitošću. Povećana interakcija kreativnog sektora s tehnologijama dovela je do:

(a) novih oblika umjetničkog izražavanja i potpuno novih žanrova umjetnosti (npr. umjetnost novih medija, digitalna umjetnost, video umjetnost);

(b) novog razumijevanja kreativnosti (npr. aplikacije u muzeju, u kazalištu i u galeriji);

(c) novih materijala, procesa i alata za kreativne prakse;

(d) novih poslovnih modela, digitalne trgovine, potrošačkih skupina i kanala distribucije, kao i do potpuno novih načina marketinga i prodaje kreativnih proizvoda, alata, aplikacija i usluga;

(e) novih oblika interakcije i suradnje proizvođača i korisnika;

(f) novih virtualnih zajednica stvaralaca i inovatora; i

(g) novih oblika kreativnosti, poput računalne kreativnosti. (Abbassi et al. 2017)

Na kreativne industrije snažno je utjecala konvergencija interneta, računarstva, telekomunikacijske i televizijske tehnologije i mogućnosti koje oni nude za digitalnu pohranu, Big Data[2], povezane podatke, manipulaciju, prijenos i reprodukciju digitalnih medija. Internet je revolucionirao način distribucije i dijeljenja informacija i umjetničkih djela, kao i način na koji surađujemo u njihovoj koprodukciji. Danas knjižare više nisu ograničene na svoje prostore ili na fizičke uvjete koji utječu na količinu njihovih zaliha: mogu imati kupce s bilo kojeg mjesta na svijetu i nuditi gotovo sve naslove.(Abbassi et al. 2017)

[2] Big Data tehnologija služi za prikupljanje, obradu i analizu velike količine podataka, koji su opsegom, kompleksnošću i brzinom dolaska veliki

7. Zaključak

Pojam kreativnosti i kreativnog rada danas je zastupljen u svim područjima ljudskih djelatnosti, osobito u području ekonomije, tehnologije, umjetnosti te znanosti i obrazovanja. Kreativnost predstavlja formuliranje novih ideja te njihovu primjenu za izradu originalne umjetnine i kulturnog proizvoda, kreacije, znanstvenog izuma i tehnološke inovacije.

Kreativne se industrije danas definiraju kao zasebna gospodarska grana, koja uspješno spaja svijet umjetnosti, kulture, medija, ekonomije znanja i tehnologije, te pritom doprinosi njihovoj tržišnoj prihvaćenosti. Pod kulturnim se industrijama misli na sve oblike aktivnosti, koje su povezane s umjetnošću i pop-kulturom, uključujući izvedbe uživo te pojedinačnu umjetničku produkciju, zajedno sa snimkama i reprodukcijama na audio-vizualnim medijima.

Kreativne se industrije izravno naslanjaju na kreativnu ekonomiju. Kulturne su i kreativne industrije pojmovi koji pokreću rasprave nekoliko desetljeća i to ne samo na području značenja ta dva pojma, već i na području koje se odnosi na dinamiku odnosno kretanje i kulturni razvoj u cjelini. Nadalje, nameću se i brze i stalne promjene u razumijevanju kulturnih industrija. Kulturne i kreativne industrije obuhvaćaju proizvodnju svih kulturnih dobara i novih informacija i znanja koje se ogledaju u korištenju novih, komunikacijskih tehnologija, kao što su: film, video, knjige, glazbeni proizvodi, itd. Pojam kulturnih industrija koegzistira uz pojam kreativnih industrija, koje se pak vežu uz informacijske tehnologije, tzv. IT. Same definicije kulturnih i kreativnih industrija raznolike su i nisu standardizirane, no ipak su kreativne i kulturne industrije zapažene kao glavni pokretači ekonomije znanja i industrije usluga. Razlike između kulturnih i kreatvnih industrija postojat će sve dok postoji granica između kulture i ekonomije. U svakom slučaju, početkom 20.stoljeća dolazi do neizbježne interakcije između kulture i tehnološke kreativnosti koja se odražava u IT sektorima.

IT sektor predstavlja razvoj, istraživanje, provedbu, dizajn i upravljanje informatičkim sustavima naročito programskom i računalnom opremom. Informacijske tehnologije služe se računalima za prenošenje, obradu, čuvanje i zaštitu podataka. IT je tako opći naziv za svaku tehnologiju, koja pomaže u radu s informacijama. Spoji li se uloga IT sektora s kulturnim i kreativnim industrijama dobit će se proizvodnja visoke financijske vrijednosti i brzog rasta, koja se odvija u različitim ekonomskim obrascima i na svim razinama, od one lokalne pa sve

do internacionalne. Teško je bilo i zamisliti kako će se začetak IT sektora, koji se ogleda u jednostavnim telefonskim centralama, povezanih žičnim vezama, razviti u današnje globalne sustave za prijenos informacija. Upravo se tim „novonastalim“ tehnologijama pridodao naziv informacijska tehnologija, a u skorije doba i naziv informacijska i komunikacijska tehnologija koja dolazi iz engleskoga jezika (engl. Information and Communications Technology, ICT).

Danas je IT neizostavan dio svake grane gospodarstva te se može pronaći i primijeniti u gotovo svakoj grani i u svim njezinim glavnim dijelovima, u istraživanju, razvoju, projektiranju, proizvodnji, administraciji i marketingu. Stupanj informatizacije, koja podrazumijeva masovnost i širinu uporabe tehnologije razvijene u okviru ICT sektora, postala je jedno od najznačajnijih kriterija u ocjeni razvijenosti pojedinih zemalja.

Brojna poduzeća procijenjuju svoju spremnost na informatizaciju svoga poslovanja upravo služeći se razvijenim modelima digitalne zrelosti, a to se posebno može primijeniti na poduzeća u kreativnim industrijama. Analizom literature pokazuje se velika zastupljenost tematike kreativnih industrija i IT sektora. Međutim samo dio te literature ukazuje upravo na povezanost i značaj IT sektora na kreativne industrije. Tako čak 50% članka uopće ne definira IT sektor, kao što i 50% članaka ne definira utjecaj IT sektora na gospodarstvo. S druge strane, analiza pokazuje kako 80% članka ipak definira kreativne industrije. Međutim treba napomenuti kako većina pronađene literature, to jest 85%, prikazuje barem neku razinu utjecaja IT sektora na kreativne industrije. Iz navedenog možemo zaključiti kako su IT sektor i kreativne industrije nerazdvojni i izravno utječu na razvoj i zrelost poduzeća, a time i gospodarstva, nedovoljno zastupljeni u literaturi. Razloge ove podzastupljenosti moguće je pronaći u činjenici da je iznimno teško utvrditi uzročno-posljedičnu vezu kreativnih industrija i IT sektora te ju kvantificirati i ocijeniti. Upravo iz navedenog razloga, a s ciljem ocjene važnosti ove međupovezanosti a pritom i važnosti edukacije dionika kreativne ekonomije o utjecaju IT sektora te posebice ICT sektora na razvoj kreativnih industrija potrebno je provesti sveobuhvatna istraživanja ovog područja i njegovog potencijala.

LITERATURA

Knjige

1. Hartley, J. (2007), Kreativne industrije, Beograd: Clio
2. Švob - Đokić, N., Primorac, J., Jurlin, K.(2008) Kultura zaborava – industrijalizacija kulturnih djelatnosti, Jesenski i Turk, Zagreb
3. Tomašević, N. (2015) Kreativna industrija i nakladništvo, Naklada Ljevak, Zagreb

Zbornik radova i zbirka radova

1. Šundalić, A., Zmaić, K., Sudarić , T., Pavić, Ž.(2016) Globalizacija i regionalni identitet 2016., Zbornik radova sa znanstvenog skupa

Članak u časopisu

1. Abbasi, M., Vassilopoulou, P., Stergioulas, L. (2017)Technology roadmap for the Creative Industries, Creative Industries Journal, 10:1, 40-58,
2. Ardielli, E. (2017) Usage of ict in eu culture sector as a tool of cultural participation, International Journal of Entrepreneurial Knowledge Issue 2/2017, Volume 5
3. Avgerou, C. (1998) How can IT enable economic growth in developing countries?, Information Technology for Development, 8:1, 15-28
4. Benghozi, P.-J., Salvador, E. (2016) How and where the R&D takes place in creative industries? Digital investment strategies of the book publishing sector, Technology Analysis & Strategic Management, 28:5, 568-582,
5. Benghozi, P.-J., Salvador, E.,Simon J. P. (2015) Models of ICT Innovation A Focus on the Cinema Sector
6. Bestvina Bukvić, I. (2018) Impact of Business Environment on the Development of Regional IT Sector: Case Of Eastern Croatia. U: Mašek Tonković, A.; Crnković, B. ed. Zbornik radova: 7. Međunarodni znanstveni simpozij GOSPODARSTVO ISTOČNE HRVATSKE - VIZIJA I RAZVOJ, Osijek, Hrvatska: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 719-727.

7. Bestvina Bukvić, I.; Đurđević Babić, I. (2019). Catching the IT Development Trends: What are the Odds? . U: Bučková, Z., Rusňáková, L., Solík, M. (eds): Megatrends And Media – Digital Universe. Trnava: Faculty of Mass Media Communication UCM. in Trnava, 2019, str. 34-54.
8. Bestvina Bukvić, I.; Šain, M.; Haršanji, M. (2018). Project financing of Cultural and Creative Industries In Croatia – Analysis Of The Creative Europe Programme (2014–2020) Results. U: Barković, D.; Crnković, B.; Dernoscheg, K. H.; Pap, N. Runzheimer, B.; Wentzel, D. ed. Zbornik radova: INTERDISCIPLINARY MANAGEMENT RESEARCH XIV, Opatija, Hrvatska: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 770-781.
9. Cunningham, S. D. (2003) The evolving Creative Industries
10. Flew, T., Cunningham, S. (2010) Creative Industries after the First Decade of Debate, The Information Society, 26:2, 113-123,
11. Flew, Terry (2014) Creative industries: a new pathway. InterMedia, 42(1), pp. 11-13.
12. Garnham, N. (2005): From cultural to creative industries, International Journal of Cultural Policy, 11:1, 15-29
13. Grajek, M. (2012) Research Report ICT for growth: A targeted approach Bruegel Policy Contribution, No. 2012/10
14. Greffe, X. (2011) The Economic Impact of the Louvre, „The Journal of Arts Management, Law, and Society“, Vol. 41, No. 2, str. 121-137.
15. Hamelink, C. J. (1997). New Information-Communication Technologies, Social Development and Cultural Change, UNRISD Discussion Paper No. 86, United Nations Research Institute for Social Development, Geneva
16. Hamelink,C.J. (1997) United nations research institute for social development, new information and communication technologies, social development and cultural change
17. Kohn,K., Wewel, S. A. (2016) Skills, scope and success: An empirical look at the start-up process in creative industries in Germany, Creat Innov Manag. 2018;27:295–318.
18. Kovačević, Z., Vuković, K. (2006), Performanse poduzeća u hrvatskom sektoru informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT), ekon. Misao praksa dbk. God xv. Br. 2. (217-240)
19. Lucia, M. D., Giovanna Segre, G. (2017) Intersectoral local development in Italy: the cultural, creative and tourism industries, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research,

20. Milićević,V., Ilić,B., Sofronijević,A. (2013) Business Aspects of Creative Industries from a Global Perspective, Management Journal for Theory and Practice Management 2013/66
21. Müller, K., Rammer, C., Trüby, J. (2009) The role of creative industries in industrial innovation, Innovation: Management, Policy & Practice, 11:2, 148-168
22. Sein, M. K., Harindranath, G. (2004) Conceptualizing the ICT Artifact: Toward Understanding the Role of ICT in National Development, The Information Society: An International Journal, 20:1, 15-24
23. Stryjakiewicz T., Męczyński M., Stachowiak K.(2014) Role of creative industries in the post-socialist urban transformation. Quaestiones Geographicae 33(2), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, pp. 19–35
24. Turčić, Z. (2015) Hrvatsko gospodarstvo u vanjskotrgovinskoj razmjeni, pregledni rad, 2.12.2014.
25. Usman, O., Claudia, A.i Nafilah, S. (2019) The Influence of ICT, Innovation of SMES, Internet, Networking, Entrepreneurship to the Development of the Creative Economy
26. Vuksanović, D., (2016) Kreativnost i mediji: kreativne industrije kao projekt ad absurdum, In Medias Res, Vol 5, br. 9, 2016.
27. White, P.(2010) Creative industries in a rural region: CreativeWest: The creative sector in the Western Region of Ireland, Creative Industries Journal, 3:1, 79-88
28. Zhao, K., O'Mahony, M., Qamar, A. (2020) Bridging the gap increative economy and ICT research: a regional analysis in Europe, Applied Economics

Mrežni izvori

1. DZIV - Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2015.) http://www.dziv.hr
2. Hrvatska enciklopedija, URL:https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27406
3. Hrvatska gospodarska komora, URL:https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-osijek/it-sektor
4. Ministarstvo kulture i medija, URL: https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/izdvojena-desno/program-europske-unije-kreativna-europa/9710

5. Nacionalna klasifikacija zanimanja, URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_10_124_3556.html
6. Osijek Software city, URL:http://softwarecity.hr/o-projektu/
7. Radovanović, R., (2007), Zarez, dvotjednik za društvena i kulturna zbivanja), URL:http://www.zarez.hr/clanci/kultura-se-ipak-isplati
8. Vežić, Aida (2010). Uloga kulture i kulturnih industrija u lokalnom ekonomskom razvoju, URL: https://crvenared.wordpress.com/publications/uloga-kulture-ikulturnih-industrija-u-lokalnom-ekonomskom-razvoju-aida-vezic/

Ostali izvori

1. „Narodne novine“, broj 43/96 i 44/96 i 127/00
2. Rašić Bakarić, I., Bačić, K., Božić, LJ.(2015.) Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj, Ekonomski institut, Zagreb
3. Strateške smjernice za razvoj Kreativne i kulturne industrije (2013), Klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija 2013
4. Žitnik, B. (2018) Analiza hrvatske IT industrije 2008. – 2017., Hrvatska gospodarska komora