Značenje programa Europske unije Kreativna Europa za razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj

Bjelić, Kristina

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:251:809397

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 U OSIJEKU

DIPLOMSKI RAD

Osijek, rujan 2018. Kristina Bjelić

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

DIPLOMSKI RAD

Značenje programa Europske unije Kreativna Europa za razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj

Kristina Bjelić

Osijek, rujan 2018.

_____

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

TEMA: ZNAČENJE PROGRAMA EUROPSKE UNIJE KREATIVNA EUROPA ZA RAZVOJ KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA U REPUBLICI HRVATSKOJ

PRISTUPNIK: KRISTINA BJELIĆ

TEKST ZADATKA:

Cilj je ovog rada analizirati utjecaj programa Kreativna Europa na razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj. Rad započinje teorijskim okvirom o EU fondovima i programu Kreativna Europa te kulturnim i kreativnim industrijama. Analizom dosadašnjih natječaja proučit će se brojnost hrvatskih prijava, zatim će se proučiti po novčanoj vrijednosti i partnerima na projektima te usporediti sa Slovenijom, a kroz dubinski intervju sa stručnjakom će se dodatno pojasniti i učvrstiti dobiveni rezultati.

Osijek, rujan 2018.

Mentor:

Doc. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić

_____

Predsjednik Odbora za završne i diplomske ispite:

Izv. prof. art. dr. sc. Saša Došen

_____

<table>
<tr><td colspan="3">AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU</td></tr>
<tr><td colspan="3">DIPLOMSKI RAD

Znanstveno područje: društvene znanosti
Znanstveno polje: ekonomija
Znanstvena grana: financije</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prilog:</td><td>Izrađeno:</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2"></td><td>Primljeno:</td></tr>
<tr><td>Mj:</td><td>Broj priloga:</td><td rowspan="2">Mentor:

Doc. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić</td></tr>
<tr><td colspan="2">Pristupnik: Kristina Bjelić</td></tr>
</table>

Sadržaj

Sažetak i

Abstract ii

1. Uvod 1

2. Financiranje projekata kulturnih i kreativnih industrija iz programa i fondova EU 2

2.1. EU fondovi 4

2.1.1. Europski strukturni i investicijski fondovi 6

2.1.1.1. Europski fond za regionalni razvoj 11

2.1.1.2. Europski socijalni fond 12

2.1.1.3. Kohezijski fond 13

2.1.1.4. Europski pomorski i ribarski fond 13

2.1.1.5. Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj 14

2.1.2. Vrste projekata koji se financiraju iz EU fondova 15

2.2. Kreativna Europa 16

2.2.1. Proračun i ciljevi Kreativne Europe 17

2.2.2. Potprogram Kultura 20

2.2.3. Potprogram Media 23

3. Kulturne i kreativne industrije – problem jednoznačnog definiranja 25

3.1. Karakteristike kulturnih i kreativnih industrija – prednosti i nedostatci 28

3.2. Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 30

4. Metodologija istraživanja 34

5. Opis istraživanja i rezultati istraživanja 35

5.1. Analiza strukture i vrijednosti projekata financiranih iz sredstava programa Kreativna Europa 2014-2020, potprogram Kultura 35

5.2. Dubinski intervju 44

6. Zaključak 48
7. Literatura 50
8. Popis slika 55
9. Popis grafikona 56
10. Popis tablica 57

Sažetak

EU fondovi predstavljaju javna sredstva poreznih obveznika Europske unije i dio su zajedničkog proračuna svih država članica. Za razliku od fondova, programi su centralizirani sustavi čiji se ciljevi žele postići kroz sedmogodišnje razdoblje. Program Kreativna Europa ima dva potprograma – Kultura i Media. Kulturne i kreativne industrije nemaju dugu povijest, ali sve se više uočava njihova važnost. Uočilo ju je i Ministarstvo kulture na čiju je inicijativu 2013. g. osnovan Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija. Analizom rezultata dosadašnjih natječaja potprograma Kultura utvrđeno je da Hrvatska sudjeluje u 10,7%, a Slovenija u 14,2% projekata potprograma Kultura na razini Europske unije. Pretežne suradnje sa susjednim zemljama mogu se objasniti boljom povezanošću i ranijim suradnjama. Opće je poznato da je kultura u stanju u kakvom je gospodarstvo, ipak hrvatsko gospodarstvo trebalo bi uvidjeti važnost kulture i potencijal kulturnih i kreativnih industrija kao mogućnost za napredak. Kombinacijom projekata preko fondova i programa Europske unije može se doći do optimalnog korištenja sredstva koja su na raspolaganju svakoj državi članici pa tako i Hrvatskoj.

Ključne riječi: EU fondovi, Kreativna Europa, potprogram Kultura,kulturne i kreativne industrije, Hrvatska i Slovenija

Abstract

EU funds represent the public resources of European Union taxpayers and are part of the common budget of all member states. Unlike funds, programs are centralized systems and should be achieved over a seven-year period. The Creative Europe Program has two subprograms - Culture and Media. Cultural and creative industries do not have a long history, but their importance is increasingly evident. It was also noted by the Ministry of Culture, whose initiative in 2013 established the Croatian Cluster of Competitiveness of Cultural and Creative Industries. Analyzing the recent results of the Culture subprogram, it was found that Croatia participated in 10.7% and Slovenia in 14.2% of the projects in subprogram Culture in European Union. Primary cooperation with neighboring countries can be explained by better interconnection and earlier cooperation. It is widely known that culture is depending on a state of the economy, but Croatia should recognize the importance of culture and the potential of cultural and creative industries as a potential for progress. Combining projects through EU funds and programs can make optimal use of resources available to each member state, including Croatia.

Keywords: EU funds, Creative Europe, subprogram Culture, cultural and creative industries, Croatia and Slovenia

1. Uvod

Diplomski rad *Značenje programa Europske unije Kreativna Europa za razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj* bavi se analizom brojnosti hrvatskih prijava za sufinanciranje iz programa Kreativna Europa, potprogram Kultura. Podijeljen je u nekoliko tematskih cjelina koje se međusobno nadopunjuju. Započinje se poglavljem o EU fondovima koji predstavljaju javna sredstva poreznih obveznika Europske unije, i dio su zajedničkog proračuna svih država članica. Postoji nekoliko vrsta fondova ovisno o prioritetima i ciljevima koji se financiranjem projekata iz pojedinog fonda žele postići. Iduće poglavlje posvećeno je programima koji su, za razliku od fondova, centralizirani sustavi koji se kreiraju u Bruxellesu prema strategijama čiji se ciljevi žele postići kroz sedmogodišnje razdoblje. U ovom radu naglasak je na programu Kreativna Europa koji je programiran za sedmogodišnje razdoblje (2014.-2020.) i namijenjen je kulturnom i audiovizualnom sektoru. Vodi ga Izvršna agencija za obrazovanje, kulturu i audiovizualnu djelatnost, a postoje dva potprograma – Kultura i Media.

Budući da kulturne i kreativne industrije nemaju jedinstvenu definiciju i postoje razlike među zemljama po pitanju koje se djelatnosti u njih ubrajaju, idući dio rada bavi se upravo ovom tematikom. Kulturne i kreativne industrije relativno su nov pojam, međutim, prema Ministarstvu kulture Republike Hrvatske, predstavljaju najbrže rastuću industriju u EU.

Nakon što se teorijski obrade pojmovi: EU fondovi, Kreativna Europa, kulturne i kreativne industrije, u istraživačkom dijelu rada će se analizirati do sada objavljeni rezultati natječaja potprograma Kultura. Hrvatska će se usporediti sa susjednom zemljom Slovenijom, a na kraju će se ti zaključci dodatno učvrstiti i pojasniti kroz dubinski intervju s gđom Anerom Stopfer, voditeljicom Deska Kreativne Europe u Hrvatskoj.

Cilj je ovog rada utvrditi brojnost hrvatskih prijava za sufinanciranje projekata iz programa Kreativna Europa, potprogram Kultura. Nadalje, brojnost prijava se dublje analizira prema nekim specifičnim kriterijima kao što su partneri na projektima ili novčana vrijednost projekata te komparativna analiza sa susjednom Slovenijom. Hrvatska je članica Europske unije već pet godina te se radom želi analizirati je li Hrvatska za to vrijeme uspjela dobiti određena financijska sredstva koja bi pomogla za razvoj kulturnih i kreativnih industrija.

2. Financiranje projekata kulturnih i kreativnih industrija iz programa i fondova EU

Europska unija (u daljnjem tekstu EU) je unija 28[1] država članica koja je nastala 1993. godine te čini jedinstvenu gospodarsku i političku uniju zemalja koje se nalaze na europskom kontinentu. EU se financira od doprinosa svake države članice - izdvaja se dio od bruto nacionalnog dohotka od oko 0,7%, zatim putem uvoznih carina na proizvode iz trećih zemalja, u tom slučaju i država koja naplaćuje carinu zadržava jedan dio postotka sebi, i treći način financiranja je porez na dodanu vrijednost od svake države članice. Također, postoje i kazne ukoliko se neka članica ne pridržava odredbi te se i to može smatrati još jednom vrstom prihoda. Svi prihodi koje ostvari EU dalje se raspoređuju i ulažu. O proračunu odlučuju tri tijela, a to su Europska komisija, Vijeće Europske unije i Europski parlament. Odluke se donose jednoglasno ili kompromisno u slučaju različitih pozicija država članica, a planovi se uvijek donose za duže vremensko razdoblje. Trenutno vrijedi plan za razdoblje od 2014. do 2020., a naziva se Višegodišnjim financijskim okvirom (MFF, od engl. Multiannual Financial Framework). Nadalje, iako je za raspodjelu sredstava nadležna Europska komisija, u svakoj zemlji članici nacionalna vlada upravlja sredstvima u visini od oko 80%. U okviru svih natječaja za financiranje projekata omogućena je javna evidencija i pristup podacima, kako bi se osigurala transparentnost financiranja. (Europska unija 2 2015)

Jedan od oblika korištenja novčanih sredstava iz EU čine EU fondovi i programi. Iako se čine slični, EU fondovi i programi razlikuju se u nekoliko bitnih elemenata. EU fondovi dislocirani su sustavi koji rade na nacionalnoj razini. Provode ih nacionalna tijela, u državama vrijede nacionalna prava, a financiranje isplaćuju državne institucije. (Bigač 2018)

Za razliku od fondova, programi su centralizirani sustavi koji se kreiraju u Bruxellesu prema određenim strategijama čiji se ciljevi žele postići do kraja sedmogodišnjeg razdoblja (trenutno je aktualno razdoblje 2014.-2020.). (Bigač 2018) Postoji 15 programa, a neki od njih su: Erasmus+, Europa za građane, Kreativna Europa (na kojoj je naglasak u ovom radu), Herkul III, Carine 2020 i drugi. (Europski strukturni i investicijski fondovi 1 n.d.)

[1] 23. lipnja 2016. godine održan je referendum u Velikoj Britaniji o izlasku iz Europske unije. To je poznatije pod nazivom „Brexit“ (British Exit) i ujedno je Velika Britanija prva država članica koja je odlučila izaći iz Europske unije. (Wheeler, Hunt 2016)

Programi se provode prema centraliziranom modelu, a za financijsko upravljanje i provedbu odgovorna su tijela Europske komisije koja se nazivaju Opće uprave. One su zadužene za pojedine programe i odlučuju o trajanju i proračunu pojedinog programa, ali i o samim vrstama programa te za njih raspisuju natječaje. „Svaki program ima posebnu pravnu osnovu i različita provedbena pravila, koji su određeni posebnim zakonodavnim okvirom za svaki od programa (osnivajuće uredbe EU).“ (Ministarstvo uprave Republike Hrvatske n.d., n.p.) Postoje razne agencije koje su nadležne za programe, a za Kreativnu Europu nadležna je Izvršna agencija za obrazovanje, audiovizualnu djelatnost i kulturu (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency – EACEA) smještena u Bruxellesu. U svakoj državi postoji koordinacijsko tijelo koje promovira program. U srpnju 2014. g. Vlada Republike Hrvatske usvojila je Zaključak o sudjelovanju Republike Hrvatske u Programima EU u financijskom razdoblju 2014.-2020. U njemu su imenovane „nadležne institucije i odgovorne osobe za koordinaciju sudjelovanja Hrvatske u programima te imenuju tijela državne uprave koja su uključena u provedbu pojedinih programa u financijskom razdoblju 2014.-2020. godine.“ (Ministarstvo uprave Republike Hrvatske n.d., n.p.) Nastavno na navedeno, u Hrvatskoj su za Kreativnu Europu nadležni Ministarstvo kulture i Hrvatski audiovizualni centar. Ministarstvo kulture prikuplja informacije i onda ih šalje Europskoj komisiji, a zaduženo je i za informiranje građana o programu te promoviranje programa i dostupnih natječaja. (Bigač 2018)

„Glavna karakteristika Programa Unije jest da su podijeljeni isključivo prema sektorima (prate sektorske politike EU) pa samim time omogućuju i lakše traženje financiranja od strane korisnika – npr. program “Kultura” financira različite projekte u domeni kulture, “Sedmi okvirni program za istraživanje i razvoj” financira međunarodne projekte u domeni znanosti, istraživanja i inovacija na prostoru EU, “Marco Polo” u području transporta itd.“ (Europski strukturni i investicijski fondovi 1 n.d.) Projekti financirani iz programa EU uglavnom su transnacionalnog karaktera i zahtijevaju suradnju više partnera iz više različitih zemalja. Svaki natječaj ima svoj cilj – usmjeren je na rješavanje nekog problema koji je karakterističan za određeni sektor u Europi. (Europski strukturni i investicijski fondovi 1 n.d.)

U daljnjem će se tekstu obraditi EU fondovi kao javna sredstva poreznih obveznika Europske unije koja su dostupna svim državama članicama te će se predstaviti vrste ESI[2] fondova

[2] ESI fondovi – Europski strukturni i investicijski fondovi

(Europski fond za regionalni razvoj, Europski socijalni fond, Kohezijski fond, Europski pomorski i ribarski fond, Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj) putem kojih je moguće ostvariti financiranje projekata koje prijavljuju profitne ili neprofitne organizacije. U sljedećem dijelu poglavlja detaljnije će se obraditi Kreativna Europa i potprogram Kultura na kojima je naglasak u ovom radu te će poslužiti kao teorijska podloga za istraživački dio rada.

2.1.EU fondovi

„EU fondovi javna su sredstva poreznih obveznika Europske unije i dio su zajedničkog proračuna svih država članica te su stoga važna tema za svakog građanina Republike Hrvatske, kako zbog svoje vrijednosti, tako i zbog strateških ciljeva koji se ostvaruju kroz financijske instrumente.“ (Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih n.d., n.p.)

EU fondovi namijenjeni su raznim skupinama, a među njima su:

- Županije
- Općine
- Udruge
- Obrazovne institucije
- Poduzetnici
- Obrtnici
- Fizičke osobe
- Javne institucije. (Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih n.d.)

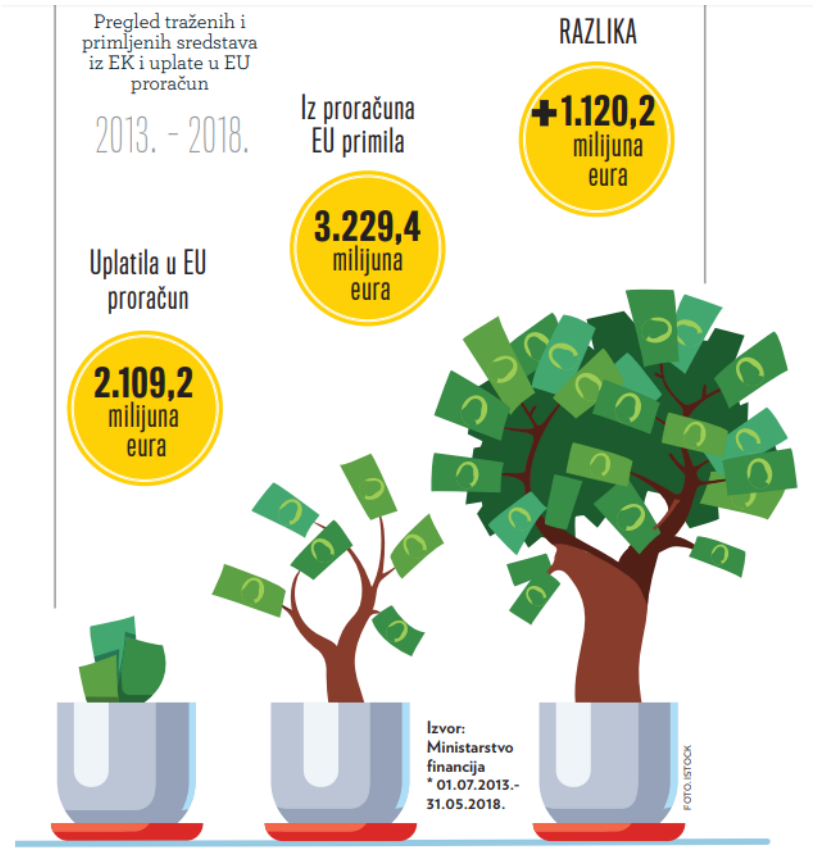
Dakle, mogućnost korištenja sredstva iz EU fondova imaju sve vrste organizacija iz javnog i privatnog, ali i civilnog sektora. Međutim, korisnici sredstava mogu biti i pojedini građani i njihove inicijative. Nužni preduvjet je da su korisnici sredstava iz zemalja članica ili kandidatkinja, a sredstva se povlače po posebnim uvjetima natječaja, gdje svaki natječaj za financiranje projekata ima posebno određene uvjete ovisno o ciljevima koji se žele postići i strateškim odrednicama pojedinog fonda. (Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih n.d.)

U novom proračunskom razdoblju (2014.-2020.) naglasak je na ciljevima iz Strategije Europa 2020.: održivi razvoj, pametan rast i uključivi rast. (Dujmović et al. 2012) Uključivi rast postiže se ostvarenjem sljedećih ciljeva:

1. „smanjenje emisije stakleničkih plinova za minimalno 20% u odnosu na 1990. godinu, povećanje udjela obnovljivih izvora energije i povećanje energetske učinkovitosti za 20%
2. ulaganje u istraživanje i razvoj u visini 3% BDP-a
3. povećanje zaposlenosti stanovišta između 20. i 64. godine do razine od najmanje 75%
4. smanjenje broja siromašnih osoba za najmanje 20 milijuna
5. povećanje visokoobrazovane populacije između 30. i 34. godine na 40%, smanjenje ranog napuštanja školovanja na 10%.“ (Dujmović et al. 2012, 29)

Hrvatska je službeno postala članica EU 1. srpnja 2013. g. i u srpnju 2018. g. obilježila je pet godina članstva u EU. „Ulaskom u EU, Hrvatska je postala korisnik Europskih strukturnih i investicijskih fondova čiji ukupan iznos koji je na raspolaganju Hrvatskoj za proračunsko razdoblje 2014.- 2020. iznosi preko 10,7 milijardi eura.“ (Europski strukturni i investicijski fondovi 3 2018, 8)

U pet godina članstva, Hrvatska je uspjela povući određena sredstva iz EU fondova i njima financirati provođenje nekih projekata. Pozitivno je što su sredstva koja Hrvatska uplaćuje u EU manja od onih koje povlači za projekte. Slika 1 prikazuje financijska sredstva koja su uplaćena i povučena iz EU od ulaska u EU u srpnju 2013. do lipnja 2018.



Slika 1 Pregled traženih i primljenih sredstava iz Europske komisije i uplate u EU proračun
Izvor: preuzeto u cijelosti (Europski strukturni i investicijski fondovi 3 2018, 7)

Kohezijska politika (naziva se još i regionalna) predstavlja jednu od najvažnijih politika koje provodi EU. Njome se nastoji unaprijediti socijalnu i ekonomsku koheziju, a cilj je smanjiti razvojne razlike između regija u EU jer se nastoje osigurati i sredstva za slabije razvijene regije kako bi se i one unaprijedile. (Europski strukturni i investicijski fondovi 3 2018, 8)

2.1.1. Europski strukturni i investicijski fondovi

Europski strukturni i investicijski fondovi, ili engl. *European Structural and Investment Funds* skraćeno se nazivaju ESI fondovi iako se ponegdje može naći i kratica ESIF.

Europski strukturni i investicijski fondovi za razdoblje od 2014. do 2020. imaju proračun od 454 milijarde eura. Ti fondovi predstavljaju glavni instrument EU-a za investicijsku politiku. (Europska komisija 1 2015) U financijskom razdoblju 2014.-2020. Republici Hrvatskoj „je iz

Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova na raspolaganju ukupno 10,676 milijardi eura. Od tog iznosa 8,397 milijardi eura predviđeno je za ciljeve kohezijske politike, 2,026 milijarde eura za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva.“ (Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih n.d., n.p.)

Prikaz alokacije (proračuna) za razdoblje 2014.-2020. donosi Slika 2. Europski fond za regionalni razvoj, Kohezijski fond i Europski socijalni fond zajedno čine kohezijsku politiku, a osim njih, u proračun su uključeni i Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj i Europski fond za pomorstvo i ribarstvo.

ESI fond	Alokacija (Eur)
Europski fond za regionalni razvoj (EFRR)	4.321.499.588
Kohezijski fond	2.559.545.971
Europski socijalni fond (ESF)	1.516.033.073
Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EPFRR)	2.026.222.500
Europski fond za pomorstvo i ribarstvo (EFPR)	252.643.138
Ukupno	**10.675.944.270**

Slika 2 Raspodjela alokacije iz EU fondova za Hrvatsku 2014. - 2020.
Izvor: preuzeto u cijelosti (Europski strukturni i investicijski fondovi 2 n.d., n.p.)

U vodiču „EU fondovi 2014.-2020.“ navedeno je kako su strukturni fondovi svi oni fondovi koji se pridržavaju kohezijske politike, odnosno oni „fondovi koji financiraju projekte koji odgovaraju prioritetima Kohezijske politike“ (Vela et al. 2013), a kohezijska politika pomaže zemljama članicama Europske unije prevladati socijalne i gospodarske razlike uz pomoć određenih mjera. Nadalje, ta politika pomaže u integraciji nerazvijenih tržišta i podiže kapacitete manje razvijenih članica. A sve to radi s ciljem kako bi i manje razvijene zemlje članice mogle ravnopravno sudjelovati na europskom tržištu. Kohezijska politika je do 2014. godine imala tri cilja, a to su:

1. Konvergencija

2. Regionalna konkurentnost
3. Europska međunarodna suradnja (Vela et al. 2013)

Prvi cilj se odnosi na „poticanje gospodarskog razvoja i zaposlenosti najslabije razvijenih država članica kroz različite vrste ulaganja s ciljem njihovog podizanja na razinu najrazvijenijih europskih regija“ (Vela et al. 2013, 2), idući cilj je regionalna konkurentnost, a to znači „ekonomske i socijalne promjene, poticanje inovacija i poduzetništva, ulaganja“ (Vela et al. 2013, 2), a zadnji cilj je međunarodna suradnja.

Od 2014. godine ima 11 ciljeva, a to su:

1. „Jačanje istraživanja, tehnološkog razvoja i inovacija

2. Poboljšanje pristupa informacijskim i komunikacijskim tehnologijama te njihova korištenja i kvalitete

3. Poboljšanje konkurentnosti malih i srednjih poduzeća

4. Podržavanje prijelaza na gospodarstvo s malim udjelom ugljika

5. Promicanje prilagodbe na klimatske promjene, prevencije opasnosti i upravljanja

6. Očuvanje i zaštita okoliša i promicanje učinkovitosti resursa

7. Promicanje održivog prometa i poboljšanje mrežnih infrastruktura

8. Promicanje održivog i kvalitetnog zapošljavanja i podržavanje mobilnosti radne snage

9. Promicanje društvene uključenosti te borba protiv siromaštva i diskriminacije

10. Ulaganje u obrazovanje, osposobljavanje i cjeloživotno učenje

11. Poboljšanje učinkovitosti javne uprave“ (Europska komisija 3 2014, n.p.)

Jedanaest tematskih ciljeva osmišljeno je za razdoblje 2014.-2020. te služe poticanju rasta u tom razdoblju. Europski fond za regionalni razvoj podržava svih 11 ciljeva, ali njegov glavni prioritet su prva četiri, nasuprot tomu, Europski socijalni fond podržava 8.-11. ciljeve, ali i prva četiri iako mu nisu prioritet. Na kraju, Kohezijski fond podržava 4.-7. ciljeve, a osim njih i 11. cilj. Svi ciljevi ispunjavaju se pomoću strategije Europa 2020, a u razdoblju 2014.-2020. pridaje se više pažnje ishodima i rezultatima te su proračunska sredstva pomno raspoređena po tim

ciljevima, a na raspolaganju je ukupno 351,8 milijardi eura za financiranje Kohezijske politike. (Europska komisija 3 2014)

Europska komisija u suradnji s državama članicama napravit će osvrt 2019. godine na izvedbu programa u svakoj državi članici i to se naziva „pregled performansi“ (eng. the 'performance prewiev'). Pregledom se ispituju postignuća koja su ostvarena u odnosu na programe i postavljene ciljeve. Informacije i procjene koje se prikupe navode se u godišnjem izvješću o provedbi koje podnose države članice 2019. godine. (Europski Parlament i Vijeće Europske unije 2013)

Tri glavna instrumenta Kohezijske politike su:

- Europski fond za regionalni razvoj (ERDF – European Regional Development Fund),
- Europski socijalni fond (ESF – European Social Fund)
- Kohezijski fond (CF – Cohesion Fund)

Postoje i još 2 fonda za ribarstvo i poljoprivredu, a također se ubrajaju u ESI:

- Europski pomorski i ribarski fond (EMFF – European Maritime and Fisheries Fund)
- Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EAFRD – European Agriculture Fund for Rural Development) (Vela et al. 2013; Europska unija 2016)

Slika 3 donosi shematski prikaz ESI fondova i njihovu podjelu. Iz slike je vidljivo da se Kohezijska politika sastoji od Kohezijskog fonda, Europskog fonda za regionalni razvoj i Europskog socijalnog fonda. Osim njih, postoje još Europski fond za pomorstvo i ribarstvo i Europski fond za ruralni razvoj te oni svi zajedno čine Europske strukturne i investicijske fondove.



Slika 3 Europski strukturni i investicijski fondovi - shematski prikaz
Izvor: preuzeto u cijelosti (Europski strukturni i investicijski fondovi 3 2018, 8-9)

„ESI fondovima zajednički upravljaju Europska komisija i države članice u skladu s načelom supsidijarnosti. To načelo znači da će EU poduzeti mjere samo ako su te mjere učinkovitije od mjera poduzetih na nacionalnoj, regionalnoj ili lokalnoj razini. Da bi se koristila sredstva, moraju se ispuniti razni kriteriji kvalificiranosti:

- Vremensko razdoblje: određena su razdoblja tijekom kojih se mogu obavljati radnje i iskoristiti izdaci.
- Opseg intervencije: određena su ograničenja za vrste aktivnosti koje se mogu sufinancirati.
- Kategorije troškova: određene su kategorije troškova isključene.
- Geografska lokacija operacija: kvalificirane su samo određene lokacije.
- Trajnost operacija: ulaganja se možda moraju zadržati neko minimalno razdoblje nakon dovršetka aktivnosti.
- Vrste korisnika: samo su određena poduzeća, tijela ili gospodarski subjekti kvalificirani za podršku.“ (Europska komisija 4 2014, 8)

Države članice, korisnice fondova obvezuju se:

- „Kroz fondove poduprijeti više od dva milijuna gospodarskih subjekata kojima će se time pomoći da povećaju svoju konkurentnost, razviju proizvode, pronađu nova tržišta i stvore nova radna mjesta.
- Ostvariti ulaganja u infrastrukturu u područjima kao što su širokopojasne mreže, IT i telekomunikacije te opskrba vodom. Time će se pomoći državama članicama EU-a — posebice slabije razvijenima — da poboljšaju životni standard stanovništva i ostvare veću konkurentnost svog poslovnog okruženja.
- Upotrijebiti fondove za ulaganje u vještine i prilagodljivost europske radne snage te tako desecima milijuna ljudi, uključujući mlade, izbjeglice i legalne migrante, dati priliku za osposobljavanje, prekvalifikaciju ili otvaranje vlastitog poduzeća.“ (Europska komisija 1 2015, n.p.)

„Člankom 174. Ugovora o funkcioniranju Europske unije (UFEU) predviđa se da, radi jačanja svoje ekonomske, socijalne i teritorijalne kohezije, Unija nastoji smanjiti razlike u razinama razvijenosti različitih regija te zaostalost regija ili otoka koji su u najnepovoljnijem položaju, a posebna pozornost poklanja se ruralnim područjima, područjima zahvaćenima industrijskom tranzicijom i regijama koje su izložene ozbiljnim i trajnim prirodnim ili demografskim poteškoćama, između ostalog najudaljenijim regijama, najsjevernijim regijama s vrlo niskom gustoćom naseljenosti te otocima, pograničnim i planinskim regijama.“ (Europska komisija 2 2014, n.p.)

2.1.1.1.Europski fond za regionalni razvoj

Europski fond za regionalni razvoj, engl. European Regional Development Fund (dalje u tekstu: ERDF) „jedan je od glavnih instrumenata europske kohezijske politike. Njegova je svrha ublažiti razlike u razinama razvoja europskih regija i smanjiti nerazvijenost regija u najnepovoljnijem položaju. Posebna pažnja treba se posvetiti regijama koje su izložene ozbiljnim i trajnim prirodnim ili demografskim poteškoćama, kao što su najsjevernije regije s vrlo niskom gustoćom naseljenosti te otočne, pogranične i planinske regije.“ (Lecarte 2016)

Ovaj fond usmjeren je na proizvodne investicije, a na njih je usmjeren kako bi se povećala zaposlenost i otvorila nova radna mjesta. Osim proizvodnih investicija, bavi se i infrastrukturnim

investicijama, lokalnim razvojem, ali i razvojem malog i srednjeg poduzetništva. Ulaganja iz ERDF-a usmjerena su na inovacije i istraživanja, digitalne programe, potpore malim i srednjim poduzetnicima i ekonomije s niskim emisijama ugljika. (Savić et al. 2015) Korisnici sredstava ERDF-a su „istraživački centri, lokalne i regionalne vlasti, škole, korporacije, trening-centri, državna uprava, male i srednje tvrtke, sveučilišta, udruge. Osim za njih, sredstva će biti dostupna i za javna tijela, neke organizacije privatnog sektora (osobito male tvrtke), nevladine organizacije, volonterske organizacije. Strane tvrtke s bazom u regiji koja je pokrivena relevantnim operativnim programom mogu se također prijaviti pod uvjetom da zadovoljavaju europska pravila javne nabave.“ (Savić et al. 2015, 14)

2.1.1.2.Europski socijalni fond

„Europski socijalni fond (engl. European Social Fund – ESF; dalje u tekstu ESF) kao glavni instrument za ostvarivanje strateških ciljeva politike zapošljavanja Europske unije usmjeren je na poticanje poduzetništva, pružanje pomoći posloprimcima u pronalaženju boljih radnih mjesta i uspostavi pravednijih mogućnosti za sve građane Europske unije prilikom njihova zapošljavanja.“ (Savić et al. 2015, 14) Djelovanje ESF-a temelji se na ulaganju u ljudske resurse. U ljudske resurse uključeni su posloprimci, mladi ljudi, ali i svi oni koji tragaju za poslom. Novčana sredstva ovog fonda uvijek su iz javnih ili privatnih financiranja, a udio sufinanciranja kreće se od 50% do 85% ovisno o relativnom bogatstvu regije. Strategija Europa 2020 promiče pametan, održiv i uključiv rast, a EU stalno ulaže „napore u stvaranje što većeg broja kvalitetnih radnih mjesta i jačanje socijalne uključenosti unutar društva (...) Uz sadašnju ekonomsku krizu njihova realizacija predstavlja iznimno zahtjevan izazov. ESF ima vrlo važnu ulogu u postizanju ciljeva EU-a i ublažavanju posljedica ekonomske krize – posebice porasta broja nezaposlenih i siromašnih“. (Savić et al. 2015, 14)

Korisnici ESF-a su organizacije u koje se ubrajaju javna uprava i udruženja radnika i poslodavaca, ali i nevladine organizacije kao što su dobrotvorne ustanove i različite tvrtke. Ukoliko pojedinac sudjeluje na projektu iz ESF-a, on se naziva sudionik, a to mogu biti stariji radnici koji stječu nove vještine ili mladi posloprimci koji će dobiti posao, ili osobe koje su u potrazi za savjetima jer žele pokrenuti vlastitu djelatnost. (Savić et al. 2015)

Prioriteti kojima se bavi ESF, odnosno načini trošenja sredstava iz tog fonda su:

- „jačanje prilagodljivosti radnika novim vještinama
- pružanje pomoći tvrtkama pri uvođenju novih načina poslovanja
- bolji pristup zapošljavanju pružanjem pomoći mladim ljudima pri prelasku iz obrazovnih ustanova na posao ili obučavanjem osoba koje traže zaposlenje kako bi se povećale njihove šanse za zapošljavanje
- strukovno osposobljavanje i mogućnost cjeloživotnog učenja radi stjecanja novih vještina
- pružanje pomoći pri zapošljavanju osoba iz skupina u nepovoljnom položaju“ (Savić et al. 2015, 14)

2.1.1.3.Kohezijski fond

„Kohezijski fond namijenjen je državama članicama čija je vrijednost bruto nacionalnog dohotka (BND-a) po stanovniku manja od 90 % prosjeka EU-a“ (Europska komisija 4 2014, 9) Kohezijski fond svoja sredstva usmjerava na projekte kojima se želi poboljšati okoliš i prometna infrastruktura koja je dio transeuropske prometne mreže. Nadalje, ovaj fond se također bavi i problemima gospodarskih i socijalnih razlika, odnosno, radi na njihovom smanjenju, ali i promiče održivi razvoj. Korisnici ovog fonda su uglavnom tijela javne vlasti, a poslovni sektor sudjeluje u javnoj nabavi, isporučuje dobra ili pruža usluge koje su potrebne da bi se radovi obavili (npr. građevinski radovi). (Savić et al. 2015, 12)

2.1.1.4.Europski pomorski i ribarski fond

Europski pomorski i ribarski fond, engl. European Maritime and Fisheries Fund – EMFF, „potiče održivo ribarstvo i održivu akvakulturu. Cilj mu je poboljšati prikupljanje znanstvenih podataka te kontrolu i primjenu zakona u ribarstvu. Podržat će i stvaranje radnih mjesta i diversifikaciju u zajednicama ovisnima o ribarstvu te potaknuti provedbu integrirane pomorske politike.“ (Europska komisija 4 2014, 10) Ovaj fond omogućuje financiranje svih sektora ribarske industrije i akvakulture koja uključuje uzgoj riba i školjkaša i podvodnog bilja te marketing ribarskih proizvoda. Svaka država koja je članica EU-a sastavlja svoj nacionalni

strateški plan, a Europski pomorski i ribarski fond odabire koje aktivnosti će biti financirane. Ipak, svaka država članica na kraju sama određuje kako će rasporediti ta sredstva u okviru prioriteta fonda. Korisnici ovog fonda mogu biti udruge i gospodarski subjekti, a omjer sufinanciranja ovisi o vrsti projekta. (Savić et al. 2015)

Europski pomorski i ribarski fond ima pet prioritetnih područja financiranja, a to su:

- „prilagodba flote (npr. za reciklažu ribarskih brodova)
- akvakultura, prerada i marketing (npr. pomak na više ekološki način proizvodnje)
- mjere zajedničkog interesa (npr. za poboljšanje proizvoda ili označavanje)
- održivi razvoj ribolovnih područja (npr. za potporu diversifikacije lokalnoga gospodarstva)
- tehnička pomoć za financiranje administracije fonda“ (Savić et al. 2015, 17)

2.1.1.5.Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

„Politika ruralnog razvoja EU-a omogućuje ruralnim područjima EU-a da odgovore na raznorazne izazove i prilike s kojima se susreću u 21. stoljeću – gospodarske, ekološke i socijalne.“ (Europska komisija 4 2014, 10) Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (engl. European Agriculture Fund for Rural Development – EAFRD; dalje u tekstu EAFRD) još je jedan fond iz skupine ESI fondova. Njegov je cilj jačati europsku politiku ruralnog razvoja i pojednostaviti njezinu provedbu. Sredstva Zajedničke poljoprivredne politike (CAP) osiguravaju financiranje ovog fonda, a on pridonosi ostvarivanju ciljeva Europa 2020. EAFRD također promiče održivi ruralni razvoj u cijeloj EU. Nadalje, fond pomaže u inovacijama u poljoprivrednom sektoru i pomaže u ravnoteži klimatskih i ekoloških uvjeta. (Savić et al. 2015) „Program prepoznaje široki krug potencijalnih korisnika; od poljoprivrednih gospodarstava, gospodarskih subjekata u poljoprivredi, šumarstvu, prehrambenoj industriji, turizmu i nepoljoprivrednim djelatnostima koje se obavljaju na ruralnom području, proizvođačkih organizacija, savjetodavnih službi, udruga, medija, znanstvenih i obrazovnih institucija, žena poduzetnica, mladih poljoprivrednika, komunalnih tvrtki, jedinica lokalne samouprave pa do institucija središnje države koje mogu sudjelovati u mjeri tehničke pomoći predviđenoj EAFRD uredbom.“ (Savić et al. 2015, 15-16)

U vodiču naziva Kohezijska politika Europske unije i Hrvatska 2014.-2020. (2015) navodi se nekoliko općih ciljeva EAFRD-a:

- „unapređenje konkurentnosti poljoprivrede;
- osiguranje održivoga gospodarenja prirodnim resursima i klimatske aktivnosti te
- osiguranje uravnoteženoga teritorijalnog razvoja ruralnih gospodarstava i zajednica, uz stvaranje novih radnih mjesta i očuvanje postojećih.“ (Savić et al. 2015, 16)

2.1.2. Vrste projekata koji se financiraju iz EU fondova

U EU-u moguće je dobiti sredstva za određene projektne prijedloge. Na portalu o EU fondovima (eu-projekti.info 1 2012) nalazi se podjela na tri osnovne vrste prema tome koja je svrha financiranja:

1. Natječaji za dodjelu bespovratnih sredstava
2. Javne nabave za izvođenje usluga, radova i nabavu dobara
3. Twinning projekti

U natječaje za bespovratna sredstva uključeni su razni natječaji putem kojih se financiraju različiti projekti iz raznih sektora, a takva sredstva su bespovratna, odnosno, korisnik ih ne mora vraćati ako ih potroši u skladu s odredbama. (eu-projekti.info 1 2012)

Ovakvi natječaji postoje da bi se pružila potpora neprofitnim projektima koji služe na dobrobit čitave zajednice, a mogu biti iz različitih sektora. Ovakve projektne prijedloge osobe ili organizacije koje se žele prijaviti sami kreiraju i prijavljuju na objavljene natječaje. Po odobrenju financiranja projektnog prijedloga od strane nadležne institucije, imenovane na razini EU ili nacionalnoj razini, sklapa se ugovor između nositelja projekta i institucije koja je raspisala natječaj. Također je jako bitno pridržavati se svih propisanih uvjeta koji su prethodno navedeni i propisani natječajem. Svi operativni i radni programi dostupni su na internetskim stranicama tijela koja su nadležna za provedbu natječaja za financiranje projekta. Isto tako, bitno je da se tema projektnog prijedloga podudara s prioritetima sektora ili djelatnosti unutar kojih se provodi. (Dujmović et al. 2012)

Nadalje, javne nabave za izvođenje usluga, radova i nabavu dobara predstavljaju komercijalne natječaje, a u njima se traži ponuđač koji može obaviti određenu uslugu ili rad, odnosno nabavu. (eu-projekti.info 1 2012) Dakle, u okviru provedbe projekta, nužno je pratiti zakonsku regulativu i odredbe Ugovora o projektnom financiranju kojima su definirani uvjeti provedbe i nadzora postupaka javne nabave.

Na kraju, Twinning projekti predstavljaju natječaje koji pružaju savjetodavnu pomoć koja uključuje suradnju između dvije države. Uključena su tijela državne vlasti, a radi se o vrsti natječaja za financiranje projekata u kojoj jedna zemlja drugoj pomaže kako bi što uspješnije implementirala javne politike o kojima nema dovoljno znanja, a zemlja koja joj pomaže je sve te politike prethodno uspješno implementirala te zna pružiti pomoć drugoj članici. (eu-projekti.info 1 2012)

2.2.Kreativna Europa

„Prema europskim istraživanjima, kultura igra važnu ulogu u ekonomiji Europske unije gdje kulturne i kreativne industrije sudjeluju s ukupno 4.5 % europskog BDP-a i čine 3.8 % zaposlenih na europskoj razini (više od 8.5 milijuna radnih mjesta). Istraživanja su također pokazala da je u razdoblju od 2000. do 2007. godine zaposlenost u kulturnom i kreativnom sektoru rasla u prosjeku 3.5 % godišnje. Kreativna Europa stoga odgovara na ove trendove strateškim pristupom i planom ulaganja s očekivanim najvećim učinkom.“ (Ministarstvo kulture 1 n.d., n.p.)

Europski parlament donio je 20. prosinca 2013. g. uredbu o osnivanju programa Kreativna Europa i ona je tada objavljena u Službenom listu Europske unije. (Ministarstvo kulture 2 n.d.) Kreativna Europa program je Europske unije osmišljen za sedmogodišnje razdoblje (2014.-2020.) i namijenjen je kulturnom i audiovizualnom sektoru, a vodi ga Izvršna agencija za obrazovanje, kulturu i audiovizualnu djelatnost. (Ministarstvo kulture 3 n.d.) Program je osmišljen kako bi podupirao europsku kinematografiju i kulturni i kreativni sektor „s ciljem njihovog doprinosa održivom rastu i zapošljavanju. Program će davati potporu za očuvanje i promicanje europske kulturne i jezične raznolikosti, te potpore jačanju konkurentnosti

sektora, čime će se pridonijeti ostvarivanju ciljeva EU2020 strategije.“ (Europski fondovi 1 n.d., n.p.)

Prije su postojali zasebni programi: program MEDIA 2007 (2007.-2013.), Kultura (2007.-2013.) i MEDIA Mundus (2011.-2013.), međutim, od 2014. g. oni su objedinjeni u jedan zajednički program – Kreativna Europa. Dotadašnji programi obuhvaćali su sektore koji se bave vrlo sličnim ili istim problemima (tržišna fragmentacija, globalizacija, jezična raznolikost), međutim, imaju isti cilj: „očuvanje i promicanje kulturne i jezične raznolikosti i jačanja konkurentnosti s ciljem doprinosa općem rastu i zaposlenju. Unatoč tome, Komisija je ipak prepoznala različitu strukturu ovih sektora te stoga predložila zajednički okvirni program, ali s odvojenim programskim aktivnostima.“ (Ministarstvo kulture 1 n.d., n.p.)

Kreativna Europa otvorena je svim kulturnim i kreativnim industrijama. Osim toga, „odgovara na zasebne potrebe kulturnog i kreativnog sektora preko posebnih programskih aktivnosti. To su Potprogram MEDIA i Potprogram Kultura. MEDIA Mundus, program koji je poticao suradnju između europskih i ostalih svjetskih stručnjaka i profesionalaca u međunarodnoj distribuciji europskih filmova, integriran je u programsku aktivnost Potprograma MEDIA.“ (Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA Hrvatske 1. n.d.)

Potprogrami Media i Kultura imaju točno određena pravila kako se raspisuju natječaji i kada te su već definirani rokovi za natječaje koji će biti raspisani do 2020. g., nasuprot tomu, Međusektorske aktivnosti su razne inicijative ili razne nagrade i uključuju dodatne natječaje koji se pojavljuju samo jednom. (Bigač 2018)

2.2.1. Proračun i ciljevi Kreativne Europe

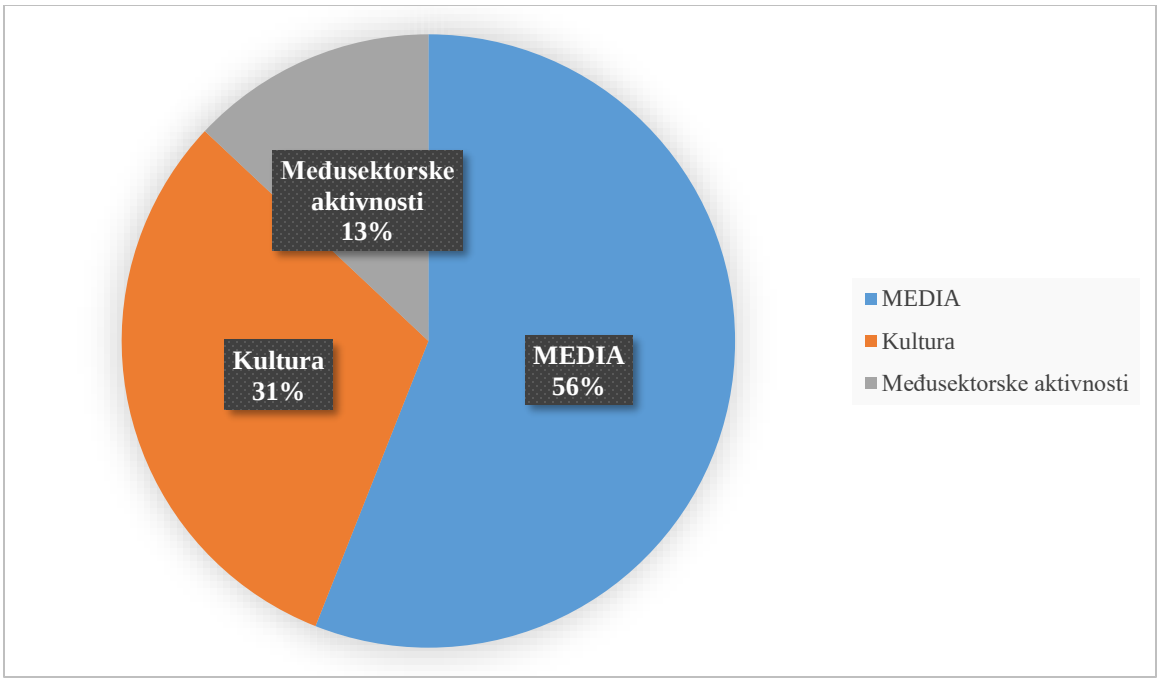
Postoje četiri ključna cilja koja se žele realizirati programom, a to su:

- „Podrška kapacitetima europskog kulturnog i kreativnog sektora u njihovom prekograničnom poslovanju
- Promicanje transnacionalne cirkulacije kulturnih i kreativnih radova te operatera i dolazak do nove publike u Europi i izvan nje

- Jačanje financijskih kapaciteta u kulturnom i kreativnom sektoru, osobito u malim i srednjim poduzećima i organizacijama
- Podrška međudržavnim političkim suradnjama s ciljem poticanja politike razvoja, inovacija, publike i izgradnje novih poslovnih modela“ (Europski fondovi 1 n.d., n.p.)

Kao opći ciljevi Kreativne Europe mogu se izdvojiti očuvanje, razvoj i promocija europske kulture i baštine te jezične raznolikosti. Nadalje, cilj je programa i jačanje konkurentnosti europskog kulturnog i kreativnog sektora (naglasak na audiovizualnom). Program je prvenstveno namijenjen kulturnim profesionalcima kojima je potrebno dizanje novčanih kapaciteta. Naglasak je na europskoj dodanoj vrijednosti i na to se treba obratiti pažnja prilikom ispunjavanja natječajne dokumentacije. Budući da je riječ o *europskoj* dodanoj vrijednosti, kada se boduje neki projekt, osim što se gleda sama relevantnost ideje prema prioritetima programa, gleda se da od njega mogu imati korist svi građani Europske unije, a ne samo lokalno stanovništvo. Uspješno popunjena natječajna dokumentacija je upravo ona koja objašnjava kako projekt pomaže europskoj vrijednosti. Upravo zato najveći dio novčanih sredstava odlazi na projekte suradnje u kojima se traže minimalno dva europska partnera. (Bigač 2018)

„Predloženi proračun za razdoblje od 2014. do 2020. godine je 1.46 milijardi EUR-a što je ujedno i najveća svjetska potpora za kulturne i kreativne industrije. Očekivani budžet je veći za 37% od dosadašnjeg iznosa sredstava namijenjenih ovom sektoru.“ (Europski fondovi 1 n.d.) Program Kreativna Europa objedinjava 3 potprograma i za svaki je predviđen određeni iznos sredstava, međutim nije isti. Tako je za potprogram MEDIA na raspolaganju 56% sredstava, potprogram Kulturu 31%, dok je za međusektorske aktivnosti na raspolaganju preostalih 13% sredstava. (Europski fondovi 1 n.d.) Omjer sredstava prikazan je na Grafikonu 1.



Grafikon 1 Raspodjela proračuna Kreativne Europe (1,46mlrd EUR) po potprogramima Izvor: Izrada autora prema dostupnim podatcima o proračunu (Bigač 2018)

Kreativna Europa nije namijenjena za pojedince, tj. za fizičke osobe, već za pravne osobe, odnosno za organizacije i institucije iz područja kulturnog i kreativnog sektora. Dakle, sva mala i srednja poduzeća koja su osnovana u državi korisnici programa Kreativna Europa prihvatljivi su korisnici i mogu se prijaviti na natječaje za dodjelu sredstava. To mogu biti: „umjetnici, kulturni profesionalci i organizacije u izvedbenim i ostalim umjetnostima, oglašavanju, filmu, TV-u, glazbi, interdisciplinarnim umjetnostima, baštini i industriji video igara.“ (Europski fondovi 2 n.d., n.p.)

Ključne aktivnosti koje se financiraju mogu se podijeliti u 3 područja:

1. „Međusektorsko područje usmjereno na kulturni i kreativni sektor
2. Kulturno područje usmjereno na kulturni i kreativni sektor
3. MEDIA područje usmjereno na audiovizualni sektor“ (Europski fondovi 2 n.d.)

U Hrvatskoj je moguće dobiti potpore za projekte iz Kreativne Europe, a omogućavaju ih Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske, Grad Zagreb, Zaklada Kultura Nova i Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva. Na taj način moguće je dodatno pokriti trošak projekta, ali bitno je naglasiti da Hrvatska sufinancira samo

postotak hrvatskog financijskog udjela što znači da se ne financira postotak cijelog projekta nego samo onog dijela koliko iznosi hrvatski udio u projektu. (Bigač 2018)

Prema prethodnim istraživanjima (Bestvina Bukvić et al. 2018) postoje industrije koji dobivaju podršku države (npr. film, knjiga i glazbena industrija), ali i one kulturne i kreativne industrije koje ne dobivaju, već si same moraju osigurati poslovanje i profit (npr. dizajn, oglašavanje, arhitektura, multimedija i dr.) U jugoistočnoj Europi još je uvijek presudna uloga države kod kulturnih i kreativnih industrija i mnoge ovise o financijskoj pomoći države. Međutim, bitno je tražiti i alternativne načine financiranja projekata, a upravo je Kreativna Europa jedan od najznačajnijih programa (su)financiranja projekata kada je riječ o poticanju razvoja kulturnih i kreativnih industrija. Projekti sufinancirani iz ovog programa često su usmjereni na poticanje razvoja tržišta, povećanje proizvodnih kapaciteta, samozapošljavanje i zapošljavanje mladih, ali i umrežavanja, međusektorske suradnje i sl. Korištenjem ovakvih potpora zajedno s financiranjem iz državnog proračuna (u kojem dolazi do smanjenja izdvajanja za kulturu i umjetnost), ali i financiranjem putem javnih programa dostupnih u Hrvatskoj (Program javnih potreba u kulturi, Poduzetništvo u kulturi i dr.) moguće je postići gospodarsku integraciju i suradnju što dovodi do konkurentske prednosti, ali i pridonosi cjelokupnom gospodarstvu. (Bestvina Bukvić et al. 2018)

U nastavku teksta navode se potprogrami Kreativne Europe – Kultura i Media te njihove specifičnosti.

2.2.2. Potprogram Kultura

Potprogram Kultura predstavlja nastavak uspješnih europskih programa Kultura 2000 i Kultura 2007.-2013. Ovaj potprogram namijenjen je svim privatnim i javnim pravnim osobama te tijelima lokalne, regionalne i nacionalne vlasti koje se nalaze u jednoj od država članica Europske unije i prekomorskih zemalja i teritorija EU, a čija se osnovna djelatnost ubraja u djelokrug kulture. Rokovi za prijavu na natječaje koje raspisuje Kreativna Europa unaprijed su definirani te se već sada mogu pronaći i datumi budućih natječaja koji će biti raspisani u sklopu sedmogodišnjeg razdoblja, a sudjelovanje u potprogramu Kultura moguće je kroz četiri vrste natječaja:

1. „Potpora europskim projektima suradnje
2. Potpora projektima književnih prijevoda
3. Potpora europskim mrežama
4. Potpora europskim platformama“ (Ministarstvo kulture 2 n.d., n.p.)

Za potporu europskim projektima suradnje previđeno je 70% proračuna namijenjenog potprogramu Kultura. Podijeljeni su u dvije kategorije: manji i veći projekti suradnje, a razlikuju se prema minimalnom broju uključenih partnera u projekt (u manjim projektima minimum je 3, dok je u većima 6 organizacija), osim toga razlika je i u sufinanciranju od strane EU – u manjim projektima se sufinancira do 60% projekta, odnosno maksimalno 200 000 €, a u većima do 50%, odnosno 2 000 000 €. Rok za prijavu na projekte suradnje je prva srijeda u mjesecu listopadu svake godine. (Desk Kreativne Europe 2016) Projekti suradnje zamišljeni su kao veliki projekti, međutim od 2018. g. naglasak je na manjim projektima suradnje jer su se pokazali boljima i uspješnijima, unatoč početnoj ideji. (Bigač 2018)

Nadalje, 7% proračuna potprograma Kulture predviđeno je za potpore projektima književnih prijevoda koji omogućuju iznos sufinanciranja do 100 000 €, a mogu biti dvogodišnji projekti književnih prijevoda s potporom za od tri do najviše deset književnih djela. To su dvogodišnji projekti namijenjeni nakladničkim kućama, a iznos potpore iznosi do 50% ukupne vrijednosti projekta. Projekti književnih prijevoda s okvirnim partnerskim sporazumom namijenjeni su nakladničkim kućama, a podrazumijevaju trogodišnji i četverogodišnji ugovor s Europskom komisijom. U ovim projektima potpora se daje za od pet do deset književnih djela godišnje. (Desk Kreativne Europe 2016 i Ministarstvo kulture 4 n.d.) Potporama za književne prijevode želi se motivirati na prevođenje stripova i dječjih knjiga. Uvjet je da na projektu mora biti izdavačka kuća, a bit je podizanje europske književnosti i izdavaštva. Iako se u početku željelo prevoditi s velikih, svjetskih jezika na male, to se nije pokazalo dobro pa je sada naglasak na prijevodima na velike jezike kao što su engleski, francuski, španjolski i dr. (Bigač 2018)

Europske mreže i europske platforme veliki su projekti namijenjeni krovnim institucijama i uključuju 10 do 15 partnera. „Mreže moraju okupljati najmanje petnaest organizacija osnovanih u najmanje deset različitih zemalja članica programa Kreativna Europa od koji pak pet mora biti iz zemalja članica Europske unije. Odabrane će mreže potpisati okvirni partnerski ugovor u trajanju od najmanje tri godine koji će im omogućiti sufinanciranje rada

mreže u iznosu do 250.000,00 eura godišnje odnosno najviše 80% ukupnih troškova rada mreže u jednoj godini.“ (Ministarstvo kulture 5 2014, n.p.) To su veliki projekti na kojima se potpisuje partnerski ugovor u trajanju od tri godine, a svake sljedeće godine odabrane zemlje iznova šalju aktivnosti i program rada za narednu godinu. Iz tog razloga u ovom sedmogodišnjem razdoblju raspisana su samo dva natječaja za potporu europskim mrežama od kojih je zadnji objavljen 2016. g. Platforme su također veliki projekti koji podrazumijevaju jednu organizaciju kao vodećeg partnera i najmanje deset partnerskih organizacija iz deset različitih zemalja članica programa Kreativna Europa od kojih najmanje pet mora biti iz EU. „Platforme su konzorciji kulturnih i kreativnih organizacija koje predstavljaju europske stvaraoce i umjetnike, a posebno mlade talente putem izvorno europskog programa. Organizacije se udružuju u platformu kako bi u prvi plan istakle zajedničku umjetničku viziju u skladu s ciljevima programa.“ (Ministarstvo kulture 6 n.d., n.p.) Za razliku od europskih mreža za koje su raspisana samo dva natječaja, europske platforme su u sedmogodišnjem razdoblju imale tri natječaja, od kojih je posljednji objavljen 2016. g. Za mreže je bilo moguće dobiti do 80% iznosa sredstava, odnosno 250 000 € godišnje, dok je za platforme najviša godišnja potpora u iznosu od 500 000 €. (Ministarstvo kulture 5 2014 i Ministarstvo kulture 6 n.d.)

U Republici Hrvatskoj, na nacionalnoj razini, potprogramom Kultura koordinira Desk Kreativne Europe koji je ustrojen u okviru Službe za Kreativnu Europu Ministarstva Kulture.

Prioriteti potprograma Kultura su:

- „Transnacionalna mobilnost
- Razvoj publike
- Jačanje kapaciteta u području digitalizacije
- Jačanje kapaciteta u području obrazovanja i osposobljavanja
- Jačanje kapaciteta u razvoju novih poslovnih modela“ (Desk Kreativne Europe 2016)

Postoje još neke aktivnosti i inicijative koje se provode u okviru potprograma Kultura, a to su:

- Nagrada EU za glazbu (European Border Breakers Award)
- Nagrada EU za književnost (European Prize for Literature)
- Nagrada EU za suvremenu arhitekturu (Mies van der Rohe Awards)

- Nagrada EU za kulturnu baštinu (Europa Nostra Awards)
- Europska prijestolnica kulture (European Capital of Culture)
- Oznaka europske baštine (European Heritage Label) (Ministarstvo kulture 2 n.d.)

2.2.3. Potprogram Media

Drugi potprogram u sklopu Kreativne Europe je potprogram MEDIA. On je namijenjen „europskoj audiovizualnoj industriji, omogućuje potporu europskim filmašima u razvoju novih filmova, traženju partnera i pronalasku publike izvan nacionalnih granica. Njegovim sustavima pružanja financijskih sredstava olakšano je sufinanciranje filmova manjih producentskih tvrtki, koje se najčešće susreću s poteškoćama u pronalaženju novih izvora financiranja. Potprogram MEDIA također podupire razvoj i distribuciju tisuću filmova godišnje, uključujući među inima igrane i dokumentarne filmove, televizijske dramske serije i nove medijske vrste.“ (Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA Hrvatske 2. n.d.)

Ciljevi ovog potprograma MEDIA su:

- „Težiti snažnijem europskom audiovizualnom sektoru, poštujući i prikazujući europski kulturni identitet i naslijeđe
- Povećati optjecaj europskih audiovizualnih djela unutar i izvan Europske unije
- Osnažiti konkurentnost europskog audiovizualnog sektora, olakšavajući pristup financiranju i promidžbi korištenja digitalnih tehnologija.“ (Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA Hrvatske 2. n.d.)

Mnogim mladim i tek osnovanim tvrtkama filmske i audiovizualne djelatnosti ovakva potpora je presudna za opstanak i razvoj na tržištu. Nadalje, potprogram sufinancira i radionice koje su namijenjene mladim filmskim djelatnicima, i onima koji su već afirmirani, ali bi im dodatna usavršavanja mogla pomoći, zatim pružiti znanja o novim tehnologijama te predstaviti platforme za isporuku audiovizualnog sadržaja. Potprogram MEDIA bitan je i za poticanje kulturne raznolikosti i prekograničnog razumijevanja i interkulturalni dijalog, a to se između ostalog, ostvaruje kroz podršku brojnim filmskim festivalima.

Potprogram MEDIA podržava aktivnosti kao što su:

- „Razvoj igranih i animiranih filmova, kreativnih dokumentaraca i video igara za europska kina, televizijska tržišta i ostale platforme
- Mreže kina koje kulturnom i kreativnom sektoru olakšavaju transnacionalno djelovanje i jačaju njihovu konkurentnost
- Distribuciju i prodaju audiovizualnih djela unutar i izvan granica Europe
- Filmske festivale koji promiču europske filmove
- Razvoj publike s ciljem poticanja filmske pismenosti i povećanja interesa za europske filmove kroz širok raspon različitih događanja
- Izgradnju kapaciteta i profesionalno usavršavanje stručnjaka u audiovizualnom sektoru.“ (Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA Hrvatske 1. n.d.)

U Republici Hrvatskoj postoji Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA, a djeluje u sklopu Hrvatskog audiovizualnog centra. Zadaća ovog Deska je promidžba i širenje informacija o potprogramu MEDIA, a sve to s ciljem unaprjeđenja i razvoja europske audiovizualne industrije. Desk pruža savjetodavnu pomoć svima koji žele sudjelovati u potprogramu MEDIA kroz aktivnosti kao što su dodatna usavršavanja, razvoj projekata i publike, distribucija, festivali i pristup tržištima. (Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA Hrvatske 2. n.d.)

3. Kulturne i kreativne industrije – problem jednoznačnog definiranja

Kultura je bitan dio čovjekovog života. Bilo da ju se promatra kao dio identiteta (norme i pravila ponašanja) ili skup aktivnosti koje provode kulturne industrije, ne može se zanemariti njezin značaj za današnje društvo. (Vežić n.d.)

Iako su kulturne i kreativne industrije relativno nov pojam, postoje brojne definicije i teško je pronaći jedinstvenu.

U prvoj polovici 20.st. prevladavala je masovna proizvodnja i standardizacija kao posljedica sve većeg razvoja industrije. Takav razvoj predstavljao je opasnost za tradiciju i brojne običaje koji su formirali identitete zemalja. Društvo više nije imalo potrebu proizvoditi malu količinu unikatnih i ručno rađenih predmeta, nego je industrijalizacija nametnula široku potrošnju i masovnu proizvodnju velikog broja istih predmeta. Zato ni ne čudi što su prve definicije kulturnih industrija imale negativan kontekst. Vođeni tezom da kultura svemu nameće sličnost, a ljudi imaju pristup tek jeftinim i masovno proizvedenim kopijama, Theodor Adorno i Max Horkheimer 1947. g. prvi su put upotrijebili termin kulturnih industrija „kako bi označili (za njih negativnu) pojavu standardizacije područja kulture koja onome što je zastarjelo pruža novu kvalitetu.“ (Šabić 2013, n.p.) Adorno je smatrao kako kulturne industrije stvaraju lažne potrebe i kako kultura više nema veze sa slobodom jer se ljudi pokoravaju onom tko ima moć te je kulturne industrije vidio kao manipulativne proizvođače masovne kulture. (Šabić 2013) Nešto kasnije David Hesmondhalgh govori kako kulturne industrije podrazumijevaju vrlo široki opseg područja, a ključnima smatra reklamu, marketing, radijsku, televizijsku, filmsku i glazbenu industriju, internet, izdavaštvo te videoindustriju i kompjuterske igre.“(Šabić 2013, n.p. prema Hesmondhalgh 2002)

Međutim, danas je napušteno negativno shvaćanje kulturnih i kreativnih industrija i sve se više uviđa njihova važnost za današnje društvo. Ipak, postoje polemike oko naziva: kulturne se industrije smatraju užim pojmom koji obuhvaća područje kulture, a kreativne industrije smatraju se širim pojmom koji uključuje sve vezano uz kreativnost, i kulturu. Iako ih neki smatraju sinonimima, bitno je znati da kulturne i kreativne industrije nisu isti pojam.

Publikaciju *Kulturne industrije: izazov za budućnost kulture* predstavio je UNESCO 1982.g. i ona predstavlja prvo međunarodno predstavljanje kulturnih i kreativnih industrija.

Nešto kasnije, početkom 1990-ih uvodi se pojam kreativne industrije, a tek 1998. g. britanski Ured za kreativne industrije Odjela za kulturu, medije i sport donosi prvu definiciju kreativnih industrija (iako pojam originalno potječe iz dokumenta australijske vlade iz 1994. g.) Britanski Ured tada je kreativne industrije opisao kao „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“, a glavno „obilježje ove definicije je usredotočenost na ljudsku kreativnost (intelekt, vještine i mašta) te na intelektualno vlasništvo.“ (Rašić Bakarić et al. 2015, 24)

Definicija prema UNESCO-u govori da su kreativne industrije one industrije čije „aktivnosti imaju korijen u individualnoj kreativnosti, vještini i talentu i koje imaju potencijal za bogatstvo i kreiranje radnih mjesta kroz generaciju i eksploataciju intelektualnog vlasništva.“ (Godlstein 2016, 19) Nasuprot tomu, kulturna industrija „odnosi se na industriju koja kombinira kreativnost, produkciju i komercijalizaciju kreativnih sadržaja koji su prema svojoj naravi kulturni i neopipljivi. Takvi su sadržaji zaštićeni vlasničkim pravima i mogu biti u obliku robe ili usluge.“ (Godlstein 2016, 22) Usporedba kulturnih i kreativnih industrija prikazana je u Tablici 1.

MODEL KULTURNIH INDUSTRIJA	**MODEL KREATIVNIH INDUSTRIJA**
Nacionalne – državne	Globalne/lokalne
Analogne	Digitalne
Neoklasična ekonomija primijenjena u umjetnosti	„nova ekonomija“
Novo etikiranje velikih popularnih industrija kao „kulturnih“	Mala i srednja poduzeća u formaciji „flota – matični brod“
Uspostavljeni sektori	Novi sektori i ulaganja u širu ekonomiju usluga

Tablica 1 Razlike kulturnih i kreativnih industrija
Izvor: preuzeto u cijelosti (Goldstein 2016, 24)

Također, pojam kreativnih industrija različito se tumači i ovisno o geografskom položaju. U SAD-u je kreativnost okrenuta potrošaču i tržištu, a u Europi je ključna tradicija nacionalne kulture i kulturnog građanstva. Goldstein zaključuje kako su ona područja „koja su podložna

utjecajima s obje strane, a to su u prvom redu Velika Britanija, Singapur, Australija, Novi Zeland, Hong Kong i Tajvan, razvila su ono najbolje iz oba pristupa – i potrošača, i kulturu, i tržište, i građanski status.“ (Goldstein 2016, 18)

EUROPSKA UNIJA	**VELIKA BRITANIJA**	**NJEMAČKA**	**AUSTRIJA**	**HRVATSKA**
Exploitation & Development of the Job Potential in the cultural Sector (2001)	Mapping Document (1998)	Kulturwirtschafts-Bericht, Nordrhein-Westfalen (2001)	Erster Oestereicher Kreativwirtschafs-bereicht (2003)	Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u RH (2015)
KULTURNI SEKTOR	KREATIVNE INDUSTRIJE	KULTURNE INDUSTRIJE	KREATIVNE INDUSTRIJE	KREATIVNE I KULTURNE INDUSTRIJE
Izdavaštvo Vizualne umjetnosti Arhitektura Izvedbene umjetnosti Audiovizualne usluge Multimedija Kulturna baština Arhivi Knjižnice	Oglašavanje Arhitektura Umjetnost i antikviteti Ručni rad Dizajn Moda Film Interaktivne računalne usluge Glazba Izvedbene umjetnosti Izdavaštvo Software Tv i radio	Muzička industrija, književnost i izdavaštvo Umjetnost i dizajn (uključuje arhitekturu i oglašavanje) Audiovizualni mediji (film, radio, tv) Izvedbene umjetnosti	Kulturna baština Izvedbene umjetnosti Audiovizualne usluge Vizualne umjetnosti Izdavaštvo Interdisciplinarne aktivnosti	Muzeji, knjižnice i baština Umjetnosti Glazba i izvedbene umjetnosti Dizajn Film Fotografija Zanati (umjetnički obrti) Arhitektura Računalni programi, igre i novi mediji Elektronički mediji Izdavaštvo i oglašavanje Tržišno komuniciranje

Tablica 2 Podsektori kreativnih i kulturnih industrija u raznim dokumentima u Europi
Izvor: preuzeto u cijelosti (Goldstein 2016, 21)

Iz tablice je vidljivo da svaka zemlja ima svoj način interpretiranja što su kulturne i kreativne industrije, a čak se i naziv (kulturne ili kreativne ili oboje) razlikuje od zemlje do zemlje. Iako razlike postoje, mogu se uočiti tri komponente koje su zajedničke i koje spajaju sve različite definicije: „(1) ekonomska aktivnost koja je izravno povezana sa svijetom umjetnosti (vizualne umjetnosti, izvedbene umjetnosti, književnost i nakladništvo, muzeji, galerije, kulturna

baština...), (2) aktivnosti vezane uz medije (tisak, izdavaštvo – tradicionalni i digitalni mediji), (3) aktivnosti vezane uz dizajn (arhitektura, industrijski dizajn, moda i dizajn proizvoda)." (Goldstein 2016, 20)

Iako postoje brojne polemike oko naziva kulturnih i kreativnih industrija, ali i samog obuhvata djelatnosti koje se razlikuju od zemlje do zemlje, krajem 20.st. i početkom 21.st. granice kulturnih i kreativnih industrija sve više blijede. U današnje se vrijeme kulturne industrije interpretiraju kao kreativne čak i kada su prisutne određene dvojbe oko kreativne ekonomije (proizvodnja) i kulturne i umjetničke kreativnosti (umjetničko stvaralaštvo). Precizne podjele vrlo su teško ostvarive, a sama definicija kulturnih i kreativnih industrija je prema Švob-Đokić (2008) nestandardizirana jer slijedi brz razvoj industrije i prati utjecaj globalizacije i kulturne i kreativne proizvodnje i potrošnje. Današnji autori ne slažu se s Adornom i Horkheimerom već smatraju da su tehnološke inovacije preobrazile umjetničku praksu. Pojmovi kulturna i kreativna industrija isprepleteni su i interaktivni pojmovi, ali bliži su interpretaciji kulture kao kreativnosti. Kreativne industrije, u konačnici, nastaju „u kontekstu novih tehnologija i nove ekonomije znanja, a u korist novog interaktivnog građanina – potrošača." (Švob-Đokić 2008, 55)

3.1. Karakteristike kulturnih i kreativnih industrija – prednosti i nedostatci

Iako su u prošlosti kulturnim i kreativnim industrijama, zbog razvoja industrijalizacije, zamjerali standardizaciju proizvoda i manjak ručno rađenih unikata, danas se naglasak stavlja na prednosti. Kulturne i kreativne industrije mogu pridonijeti razvoju neke zemlje: povećati BDP, pridonose zaposlenosti, dobra poslovna ideja može privući i strana ulaganja. Međutim, ne smije se zaboraviti i neke negativne strane: kulturne i kreativne industrije ovise o trendovima koji se često mijenjaju (npr. jesenska moda, ljetni hitovi i dr.). Budući da je u kulturnim i kreativnim industrijama često zaposleno svega nekoliko djelatnika, oni često nemaju dovoljno menadžerskih znanja i vještina. Često su to umjetnici ili kreativci koji prodaju svoje proizvode i ne barataju drugim potrebnim poduzetničkim vještinama. Kulturne i kreativne industrije pridonose afirmaciji talentiranih i izvrsnih pojedinaca i razvoju kulturne raznolikosti, ali i očuvanju baštine i tradicijskih zanimanja. Međutim, mali kapital i nedefiniran sustav financiranja često dovodi i do

brzog „gašenja“ nekih poduzetničkih pothvata. (Goldstein 2016; Bakhshi, McVittie i Simmie 2008; Nikolić Popović n.d.; Ministarstvo kulture RH n.d.; Demirović 2015; Šabić 2013)

U Tablici 3 navedene su neke prednosti i nedostatci kulturnih i kreativnih industrija. Goldstein (2016) je detaljno u knjizi *Poduzetništvo u kreativnim industrijama* obradila slabosti, a brojni autori (Bakhshi, McVittie i Simmie 2008, Nikolić Popović n.d., Demirović 2015, Šabić 2013) navode i mnoge prednosti ovakvih djelatnosti.

PREDNOSTI	**NEDOSTATCI**
Ekonomska vrijednost: utječu na BDP, rast zapošljavanja, mogu poboljšati poziciju zemlje i kompetitivnost u vanjskoj trgovini, privući ulaganja	Brze promjene tržišta i fluktuacija trendova
Vrijedan alat za razvoj identiteta i privlačnosti svake države	Mali kapital, nedostatak investicija, nedefiniran sustav izvora financiranja
Nositelji inovacija	Potražnja za lokalnim proizvodima često nedovoljna za opstanak poduzeća
Korisnici proizvoda često su sukreatori i promotori proizvoda	Fokus na superzvijezdama
Akceleratori razvoja gradova, doprinose regeneraciji i brendiranju kreativnih gradova	Premalo međunarodnih aktivnosti, slab izvoz
Iznimna skalabilnost (mogućnost rasta i napredovanja proizvoda)	Nedostatna poduzetnička i menadžerska znanja i vještine
Efekt prelijevanja na ekonomiju(privući visoko kvalitetnu radnu snagu, potaknuti kreativnost i inovaciju u svim gospodarskim sektorima)	Velik broj malih poduzetnika bez artikuliranog smjera
Društvena kohezija, integracija marginaliziranih skupina, razvoj kulturne raznolikosti i identiteta različitih kulturnih skupina	Nepripremljenost na česte promjene poslovnih strategija i taktika

Tablica 3 Prednosti i nedostatci kulturnih i kreativnih industrija
Izvor: izrada autora prema: Goldstein 2016, Bakhshi, McVittie i Simmie 2008, Nikolić Popović n.d., Ministarstvo kulture Republike Hrvatske n.d., Demirović 2015, Šabić 2013

Bitno je znati da kulturne i kreativne industrije imaju ekonomske, ali i neekonomske učinke. BDP, zaposlenost i strana ulaganja te razvoj gradova neki su od mogućih ekonomskih učinaka, ali ne smije se zanemariti i važnost neekonomskih učinaka (npr. afirmacija talentiranih umjetnika, društvena kohezija, nacionalni identitet, kulturna raznolikost, itd.) koji pridonose kvaliteti života i razvoju identiteta neke sredine što u konačnici opet utječe i na ekonomiju. Kao i svaka druga djelatnost, tako i kulturne i kreativne industrije imaju svoje prednosti i nedostatke.

3.2. Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija

Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija (skraćeno HKKKKI) udruga je koja je osnovana 2013. g. na inicijativu Ministarstva kulture Republike Hrvatske. Klaster broji 93 člana, a prema statutu članovi mogu biti: trgovačka društva, udruge, ustanove, profesionalne organizacije, institucije, jedinice lokalne ili područne samouprave i dr. U statutu je navedeno da je udruga „osnovana u cilju promicanja, razvitka i unapređenja konkurentnosti i izvrsnosti kreativnih i kulturnih industrija koja sukladno ciljevima Udruge putem umrežavanja svih relevantnih čimbenika djeluje na području javnog, gospodarskog i znanstveno istraživačkog sektora.“ (Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 1 2015, n.p.)

Predsjednica HKKKKI-a je Ivana Nikolić Popović, uz nju udruga ima dopredsjednika i 2-4 predstavnika svakog sektora (znanstveno-istraživačkog, privatnog sektora ili poslovnih sektora, profesionalnih udruga i strukovnih udruga, područne (regionalne) samouprave). Svi oni uz još predstavnika redovnih članova i pridružene članove (bez prava glasa) čine Upravni odbor. (Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 2 n.d.)

HKKKKI u svojoj djelatnosti stavlja naglasak na razvoju kulturnih i kreativnih industrija. Sklopljen je po principu trostruke zavojnice, a unutar nje se isprepliću gospodarstvo, javna uprava i znanstveno-istraživački sektor. Klaster svojom strukturom i unutarnjom organizacijom nastoji biti posrednik između tih sektora te umrežiti predstavnike industrije, državnih i akademsko-znanstvenih institucija. Postoji pet prioritetnih područja djelovanja HKKKKI-a, a to su:

„1.Davanje snažnije podrške istraživačko-razvojnim aktivnostima, inovacijama, eksperimentima i poduzetništvu u kreativnoj i kulturnoj industriji

2. Poboljšanje pristupa financiranju

3. Razvoj ljudskih resursa

4. Jačanje institucionalne i infrastrukturne podrške u razvoju kreativne i kulturne industrije

5. Ubrzanje učinaka prelijevanja kreativne i kulturne industrije na druge industrije i društvo u cjelini“ (Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 3 n.d.)

HKKKKI je osmislio *Strateške smjernice za razvoj Kreativne i kulturne industrije* za razdoblje 2013.-2020. U Smjernicama je definirana misija kulturnih i kreativnih industrija do 2020. g. i njihov razvoj naveden je kao jedan od prioriteta gospodarskog razvoja u Hrvatskoj. Ostvarivanje misije podijeljeno je u pet prioritetnih područja (Tablica 4), a da bi se njih moglo ostvariti potrebno je uskladiti politiku razvoja kulturnih i kreativnih industrija i politiku korištenja Europskih strukturnih i investicijskih fondova i Programa Unije (program Kreativna Europa). Nadalje, potrebno je stvoriti poticajno okruženje za jačanje tog područja i poboljšati investicijski potencijal. Za to je potrebno uključiti institucije iz javnog, poslovnog i znanstveno-istraživačkog sektora, ali i jedinice nacionalne, regionalne i područne (lokalne) samouprave. „Temeljni izvor financiranja provedbe Strateških smjernica za razvoj kreativne i kulturne industrije bit će proračun resornih tijela državne uprave i pripadajućih agencija, županijski i lokalni proračuni, proračuni partnerskih institucija, Europski strukturni i investicijski fondovi i Programi Unije (Creative Europe).” (Nikolić Popović i sur. n.d., 17)

Misija: Jačanje konkurentnosti kreativne i kulturne industrije u cilju promocije pametnog, održivog i uključivog rasta uz stvaranje imidža Republike Hrvatske kao kreativne zemlje s bogatim kulturnim nasljeđem i tradicijom.				
Prioritetno područje 1. Jačanje institucionalne i infrastrukturne podrške u razvoju kreativne i kulturne industrije	**Prioritetno područje 2.** Davanje snažnije podrške istraživačko-razvojnim aktivnostima, inovacijama, eksperimentima i poduzetništvu u kreativnoj i kulturnoj industriji	**Prioritetno područje 3.** Razvoj ljudskih resursa	**Prioritetno područje 4.** Poboljšanje pristupa financiranju	**Prioritetno područje 5.** Ubrzanje učinaka prelijevanja kreativne i kulturne industrije na druge industrije i društvo u cjelini

Tablica 4 Misija kulturnih i kreativnih industrija do 2020. g.
Izvor: preuzeto u cijelosti (Nikolić Popović i sur. n.d., 3)

HKKKKI naručio je opsežnu studiju *Mapiranje kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj*, a izradio ju je stručni tim Ekonomskog instituta, Zagreb. Studija je objavljena 2015. g., a u njoj su prikupljene informacije o osnovnim obilježjima o kulturnim i kreativnim industrijama u Hrvatskoj, kao i njihova važnost za gospodarstvo Hrvatske. Cilj je studije podići svijest o važnosti kulturnih i kreativnih industrija, njihovom utjecaju na gospodarstvo, ali i problemima s kojima se susreću. Sredstva za izradu studije u iznosu 45 000, 00 kn osiguralo je Ministarstvo gospodarstva. (Rašić Bakarić et al. 2015)

Opsežna studija na skoro 200 strana analizira sve izazove kulturnih i kreativnih industrija i donosi i primjere drugih zemalja, a najzanimljivije su neke brojke koje su došle kao rezultati

studije. Brojke su vrlo značajne pa ih i HKKKKI drži na svojoj službenoj internet stranici posebno izdvojene. Do 2015. g. kulturne i kreativne industrije u Hrvatskoj ostvarile su:

- 6,3 milijarde kuna prihoda
- 2,3% udjela u hrvatskom BDP-u
- 124 000 zaposlenih u kulturnim i kreativnim industrijama
- 5,7% udjela u ukupnom broju poslovnih subjekata(Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 4 n.d.)

Iz ovih podataka vidi se da udio kulturnih i kreativnih industrija nije zanemariv. Čak i mala zemlja poput Hrvatske koja se tek upoznaje s pravim potencijalom kulturnih i kreativnih industrija već osjeti njihovu korist i važnost za cjelokupno gospodarstvo. Opće je poznato da je kultura u stanju u kakvom je gospodarstvo, ipak hrvatsko gospodarstvo bi trebalo uvidjeti važnost kulture i potencijal kulturnih i kreativnih industrija kao mogućnost za napredak.

4. Metodologija istraživanja

Tijekom pisanja diplomskog rada *Značenje programa Europske unije Kreativna Europa za razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj* korištene su različite metode. Jedna od njih je i metoda klasifikacije koja se smatra najstarijom i najjednostavnijom metodom. Ona predstavlja podjelu općeg pojma na posebne elemente koji taj pojam čine i smatra se da svaki rad njome počinje. (Zelenika 2000) Korištena je induktivna metoda jer se na temelju pojedinačnih činjenica dolazi do općih zaključaka, ali korištena je i deduktivna metoda jer se u nekim slučajevima koristilo opće pretpostavke da bi se došlo do pojedinačnih.

Metodom analize su se pojmovi rastavljali na jednostavne elemente te su se proučavali svaki posebno i u odnosu na cjelinu. Zatim su se izdvojeni elementi spajali u jedinstvenu cjelinu u kojoj su svi dijelovi uzajamno povezani (metoda sinteze). Primjerice, analiza broja projekata po vrstama u Kreativnoj Europi, potprogram Kultura, broj projekata na kojima je svaka država članica Europske unije sudjelovala i dr. Na kraju su se na temelju tih podataka izvodili zaključci o iznesenim hipotezama.

Isto tako, korištena je metoda deskripcije jer su se pojmovi opisivali te su se utvrđivali odnosi među pojmovima. Budući da su se preuzimali tuđi rezultati i razmišljanja te je rad sastavljen iz više drugih izvora, korištena je metoda kompilacije.

Komparativnom metodom uspoređuju se srodne činjenice kako bi se utvrđivale njihove sličnosti i razlike, a ta metoda korištena je prilikom uspoređivanja Hrvatske i Slovenije (prema brojnosti projekata, novčanim iznosima povučenim iz potprograma Kultura i dr.) i odnosa među svim zemljama članicama Europske unije.

Također su korištene i metode dokazivanja i opovrgavanja koje u sebi obuhvaćaju ranije navedene metode i nastoje određenu hipotezu dokazati ili opovrgnuti, odnosno dokazati istinitost (dokazivanje) ili pogrješnost (opovrgavanje) hipoteze. U daljnjem tekstu izneseno je nekoliko hipoteza, a sve su one u konačnici dokazane ili opovrgnute nakon što su se analizirali i usporedili dostupni podatci.

Osim toga, korištena je i metoda dubinskog intervjua gdje se u razgovoru sa stručnjacima nastojalo dodatno pojasniti dobivene rezultate.

5. Opis istraživanja i rezultati istraživanja

Istraživački dio diplomskog rada podijeljen je u dva dijela. Prvi dio bavi se komparativnom analizom, tj. usporedbom dosadašnjih projekata koji su financirani iz potprograma Kultura i napravit će se usporedba Hrvatske i susjedne zemlje Slovenije koja je, osim što je susjedna zemlja, povijesno slična Hrvatskoj. Drugi dio istraživanja bazira se na dubinskom intervjuu sa stručnjacima iz područja koji će dati svoje mišljenje i dodatno objašnjenje dobivenih rezultata. Nadalje, prilikom analize dostupnih podataka, istražit će se nekoliko hipoteza:

1. Brojnost projekata – Hrvatska sudjeluje u malom broju projekata na razini Europske unije
2. Hrvatska najviše surađuje sa susjednim zemljama
3. Hrvatski projekti relativno su male vrijednosti (pretežno do 200 000 €), a u projektima čija je vrijednosti veća rijetko sudjeluje
4. Usporedba prema prethodnim hipotezama sa Slovenijom.

Osim navedenih hipoteza vezanih uz Hrvatsku, istražit će se i hipoteza:

1. Inovativnije zemlje češće su od ostalih zemalja nositelji projekata u potprogramu Kultura Kreativne Europe

5.1. Analiza strukture i vrijednosti projekata financiranih iz sredstava programa Kreativna Europa 2014-2020, potprogram Kultura

Prema podatcima iz srpnja 2018.[3] iz Kreativne Europe 2014.-2020. je za dosadašnje razdoblje 2014. – 2018. financirano 1884 projekata, a od tog ukupnog broja, njih 655 je iz potprograma Kultura. Najviše projekata dobilo je financiranje iz potprograma Media. Međutim, zanimljivo je vidjeti da je unatoč tomu, najviše novčanih sredstava otišlo u potprogram Kultura (više od 50% do sada dodijeljenih sredstava). Budući da je ranije napisano kako je iz ukupnog

[3] Podatci korišteni za izradu tablica objavljeni su 10. srpnja 2018. (najnoviji *update* podataka u trenutku pisanja rada) i dostupni su na poveznici: http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/projects/#search/ (11. srpnja 2018.)
Osim navedenog izvora, rezultate natječaja moguće je pratiti i na drugim stranicama. Na stranici Izvršne agencije za obrazovanje, audiovizualnu djelatnost i kulturu (EAEA): https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/selection-results_en (31. kolovoz 2018.) rezultati su dostupni za svaku godinu i postoje određena odstupanja u podatcima kada se usporede sa službenim podacima objavljenim od strane Europske komisije o Kreativnoj Europi, što su podaci korišteni u istraživačkom dijelu ovog rada.

proračuna namijenjenog Kreativnoj Europi, 55% namijenjeno potprogramu Media, zaključiti se može kako će u budućnosti biti financirano više projekata iz potprograma Media i da će oni dobivati veća novčana sredstava. Prikaz broja projekata i novčanih iznosa nalazi se u Tablici 5.

Programsko područje	**Broj projekata**	**Novčani iznos u eurima**
Potprogram Kultura (Sub-programme Culture)	655	201.468.863,83
Potprogram Media (Sub-programme Media)	1217	179.754.368,14
Međusektorske aktivnosti (Cross sectorial)	12	2.352.965,46
Ukupno	1884	383.576.197,43

Tablica 5 Ukupan broj projekata programa Kreativna Europa
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 3 2018)

Nadalje, kada je riječ o potprogramu Kultura (na kojem je naglasak u ovom radu), Tablica 6 prikazuje podjelu po područjima i novčane iznose.

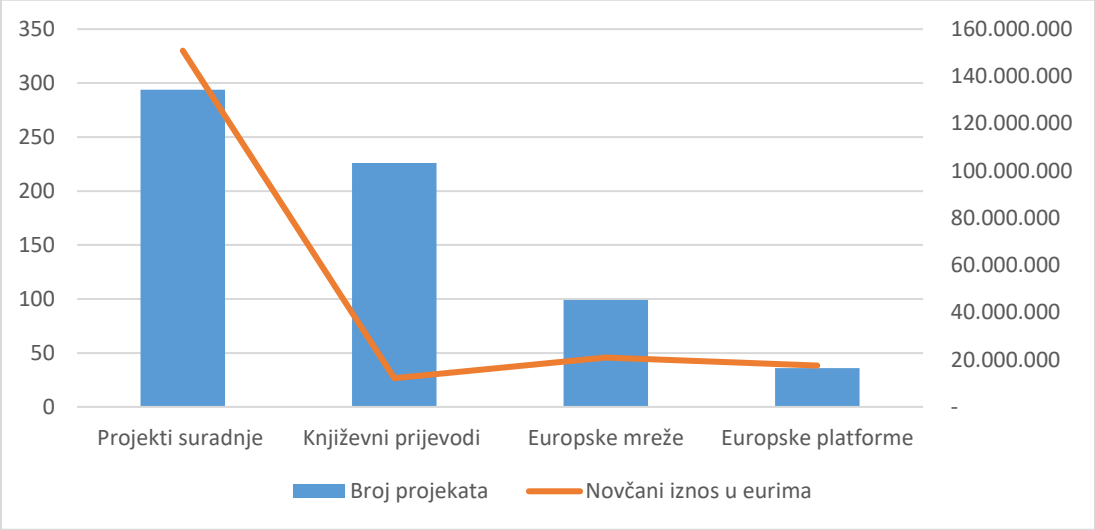
Vrsta	**Broj projekata**	**Novčani iznos u eurima**
Projekti suradnje (Cooperation projects)	294	150.876.214,26
Književni prijevodi (Literary translation projects)	226	12.173.329,77
Europske mreže (Networks)	99	20.939.336,69
Europske platforme (Platforms)	36	17.479.983,11
Ukupno	655	201.468.863,83

Tablica 6 Raspodjela novčanih sredstava u potprogramu Kultura
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 3 2018)

Iz Tablice 6 vidljivo je da je potprogram Kultura podijeljen na nekoliko različitih sektora, a naglasak se stavlja na projekte suradnje i književne prijevode, koji su najbrojniji. Najveći dio novčanih sredstava odlazi na projekte suradnje (74,9%) što je i u skladu s predviđenim proračunom za potprogram Kultura gdje je za projekte suradnje predviđeno 70% ukupnog proračuna. Natječaji za ovo sedmogodišnje razdoblje (2014.-2020.) za potpore europskim mrežama i platformama završili su 2016. g. i više se neće raspisivati novi, tako da ostaju jedino

projekti koji su već dobili sufinanciranje, a čija provedba neće završiti do 2020. g. Osim njih, i dalje ostaju natječaji za projekte suradnje i književne prijevode.

Grafički prikaz podataka iz Tablice 6 nalazi se u Grafikonu 2.



Grafikon 2 Grafički prikaz projekata iz različitih područja potprograma Kultura
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 3 2018)

Hrvatska je do sada sudjelovala na 70 projekata (kao partner ili nositelj projekta) u okviru programa Kreativna Europa, potprogram Kultura u razdoblju od 2014. do izvještajnog razdoblja (srpanj 2018.), to čini 10,7% ukupnog broja projekata u kojima sudjeluje Hrvatska na razini Europske unije. Nešto malo bolja situacija je sa Slovenijom koja sudjeluje u 93 projekta (kao parter ili nositelj) što čini 14,2% na razini Europske unije.

Iako sudjeluje sa svega 23 projekta više, može se uočiti da je Slovenija podjednako nositelj i partner na projektima, dok je Hrvatska većinom partner, a na samo 25 projekata je nositelj. Također, Slovenija ima dva projekta financirana iz područja Europskih mreža, dok Hrvatska nema ni jedan. Može se u prvi tren zaključiti da je prva hipoteza točna – Hrvatska sudjeluje u malom broju projekata na razini Europske unije. No, ova hipoteza će se detaljnije objasniti pri kraju analize.

Država članica	Hrvatska		Slovenija	
Vrsta projekta	Nositelj projekta	Partner na projektu	Nositelj projekta	Partner na projektu
Projekti suradnje (Cooperation projects)	7	45	18	46
Književni prijevodi (Literary translation projects)	17	0	20	0
Europske mreže (Networks)	0	0	2	0
Europske platforme (Platforms)	1	0	7	0
Ukupno	**25**	**45**	**47**	**46**
Ukupan broj projekata	**70**		**93**	

Tablica 7 Usporedba Hrvatske i Slovenije prema broju i vrsti projekata koje su prijavile u potprogramu Kultura
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 1 2018 i Creative Europe 2 2018)

Iako bi se u slučaju Slovenije očekivao drugačiji rezultat, analiza je pokazala da Slovenija sudjeluje u svega 4% više projekata od Hrvatske.

Kada je riječ o suradnji sa susjednim zemljama, Hrvatska graniči s Mađarskom, Srbijom, Crnom Gorom, Bosnom i Hercegovinom, Italijom i Slovenijom. Slovenija je površinom manja od Hrvatske i ona graniči s Mađarskom, Hrvatskom, Italijom i Austrijom. Hrvatska najviše surađuje s Italijom, a na drugom mjestu je Slovenija. Slično kao i Hrvatska, Slovenija najviše surađuje s Italijom, a iduća zemlja po broju suradnji na projektima je Hrvatska. Dakle, Hrvatska i Slovenija najviše surađuju s Italijom, ali i međusobno dosta surađuju. Tablica 8 prikazuje na koliko projekata Hrvatska i Slovenija surađuju sa zemljama s kojima graniče.

Hrvatska		Slovenija	
Naziv susjedne zemlje	**Broj projekata**	**Naziv susjedne zemlje**	**Broj projekata**
Italija	21	Italija	23
Slovenija	20	Hrvatska	20
Srbija	11	Austrija	14
Mađarska	6	Mađarska	6
Bosna i Hercegovina	2		
Crna Gora	0		

Tablica 8 Suradnja sa susjednim zemljama
Izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 1 2018 i Creative Europe 2 2018)

Hrvatska sudjeluje na 18 projekata kojima je nositelj zemlja s kojom graniči, to čini 25,7% od ukupnog broja projekata (70) na kojima Hrvatska sudjeluje kao partner ili nositelj. Slovenija pak sudjeluje u 14 projekata kojima je nositelj jedna od zemalja s kojima graniči. To čini 15,1% ukupnog broja projekata (93) na kojima Slovenija sudjeluje kao partner ili nositelj. Nadalje, ukupan broj projekata na kojima je uključena barem jedna susjedna zemlja iznosi 41 (58,6%) za Hrvatsku i 42 (41,2%) za Sloveniju. Iz navedenog se vidi da Hrvatska u više od 50% projekata surađuje s barem jednom susjednom zemljom. Slovenija također u velikom broju projekata surađuje sa susjednim zemljama, ali taj broj ipak ne premašuje 50% projekata. Može se zaključiti kako je hipoteza da Hrvatska na projektima pretežno surađuje sa susjednim zemljama točna. Štoviše, ovdje se može doći i do zaključka kako Hrvatska nedovoljno surađuje s drugim zemljama s kojima nije toliko teritorijalno bliska, a Europska unija u projektima često stavlja naglasak baš na povezanost s drugim zemljama koje se u prvi tren ne bi nikad spojile. Moguće je da jedan od uzroka malog broja projekata Hrvatske kojima su odobrena sredstva za financiranje leži upravo u činjenici smanjene geografske dislociranosti.

Kada je riječ o suradnjama s drugim zemljama na razini Europske unije, Tablica 9 donosi prikaz šest zemalja s kojima Hrvatska i Slovenija najviše surađuju.

Hrvatska		Slovenija	
Naziv zemlje	**Broj projekata**	**Naziv zemlje**	**Broj projekata**
Italija	21	Ujedinjeno Kraljevstvo	27
Slovenija	20	Italija	23
Ujedinjeno Kraljevstvo	17	Francuska	23
Francuska	16	Španjolska	22
Španjolska	15	Njemačka	21
Njemačka	13	Hrvatska	20

Tablica 9 Zemlje s kojima Hrvatska i Slovenija najviše surađuju
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 1 2018 i Creative Europe 2 2018)

Iz Tablice 9 vidljivo je da su dvije zemlje s kojima Hrvatska najviše surađuje susjedne zemlje – Italija i Slovenija. Nasuprot tomu, Slovenija najviše surađuje s Ujedinjenim Kraljevstvom, ujedno i jednom od zemalja gdje su se prvi put pojavile kulturne i kreativne industrije. Također je zanimljivo primijetiti da se na popisu kako Hrvatske tako i Slovenije nalaze iste zemlje: Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska, Španjolska i Njemačka te susjedne Italija i Slovenija, odnosno Hrvatska.

Ujedinjeno Kraljevstvo ubraja se u lidere inovativnosti[4], dok su Njemačka, Francuska i Slovenija snažni inovatori, a Španjolska, Italija i Hrvatska pripadaju umjerenim inovatorima. (Hollanders i Es-Sadki 2018) Međutim, kada se detaljnije prouči povezanost inovativnosti sa sudjelovanjem na projektima u Kreativnoj Europi, potprogram Kultura, uočava se da nije pravilo da se najinovativnije zemlje (lideri inovativnosti) ujedno najviše i prijavljuju na projekte. Iz tog proizlazi zaključak da ta hipoteza nije točna. Ipak, uvidom u broj projekata svake zemlje, dolazi se do jednog drugog zaključka.

[4] Stupanj inovativnosti sadrži usporedbu zemalja EU-a: koliko je koja zemlja na nacionalnom području inovativna, koje su snage, a koje slabosti. Na taj način pomaže se zemljama ustvrditi koja se područja trebaju poboljšati. Zemlje su prema inovativnosti podijeljene u četiri kategorije: lideri inovativnosti, snažni inovatori, umjereni inovatori i slabi inovatori.

Stupanj inovativnosti	Država	Nositelj projekta	Ukupan broj projekata u kojima sudjeluje
Umjereni inovator	Italija	61	145
Snažni inovator	Francuska	70	144
Umjereni inovator	Španjolska	47	135
Lider inovativnosti	Ujedinjeno Kraljevstvo	45	134
Snažni inovator	Belgija	76	129
Snažni inovator	Njemačka	39	116

Tablica 10 Države koje sudjeluju u najvećem broju projekata potprograma Kultura
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 3 2018)

Kako Tablica 10 prikazuje, najviše projekata (kao nositelj ili partner) imaju Italija, Francuska, Španjolska, Ujedinjeno Kraljevstvo, Belgija i Njemačka. Uočava se da su sve te države ujedno i jedne od 12 osnivačica Europske unije.[5] Dugogodišnje iskustvo pripadnosti Europskoj uniji očito je imalo utjecaja na ove države i one su naučile kako što bolje iskoristiti moguće oblike sufinanciranja iz Europske unije pa tako i Kreativne Europe, odnosno potprograma Kultura. Sve su to snažne države, stabilne ekonomije i visokog životnog standarda te ne čudi činjenica da su prepoznale važnost kulture i da ulažu u nju.

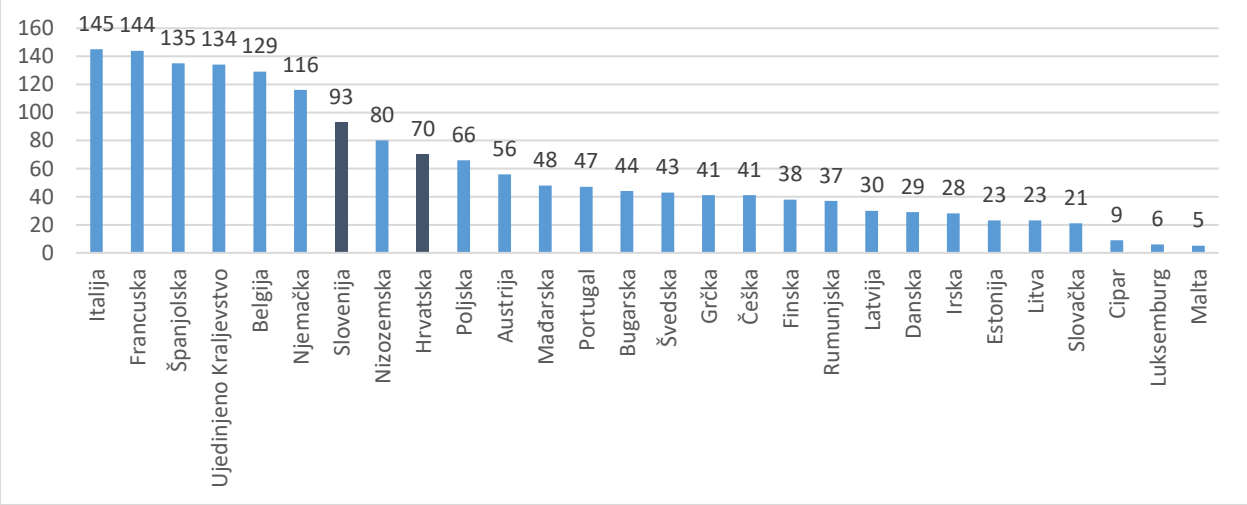
Kada je riječ o novčanim iznosima koje zemlje dobivaju za sufinanciranje projekata, Tablica 11 prikazuje usporedbu Hrvatske i Slovenije te odnos iznosa novčanih sredstava kada je zemlja partner, a kada nositelj. Iz Tablice 11 vidljivo je da Hrvatska povlači relativno male novčane iznose, posebno kada je nositelj projekta. To su većinom projekti iz skupine književnih prijevoda. Rezultat analize novčanih sredstava ide u prilog hipotezi kako Hrvatska povlači male novčane iznose (većinom do 200 000 €) iz potprograma Kultura. Nadalje, Slovenija ima više projekata s malim iznosom (do 100 000 €), ali ima i više projekata s milijunskim iznosima, a na nekima koja su dobila veće novčane iznose (500 000 € ili više) je i nositelj. Dakle, Slovenija povlači veće novčane iznose iz potprograma Kultura, na više njih je nositelj nego Hrvatska, a i kao partner sudjeluje i u većim projektima nego Hrvatska.

[5] Ugovor o Europskoj uniji 1992. godine potpisale su i ratificirale dotadašnje članice Europske zajednice: Belgija, Danska, Francuska, Grčka, Irska, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Njemačka, Portugal, Španjolska i Velika Britanija. (Proleksis enciklopedija 2017)

	Hrvatska		Slovenija	
Novčani iznos u eurima	**Nositelj**	**Partner**	**Nositelj**	**Partner**
do 100 000	17	1	21	1
100 000 - 200 000	4	17	8	18
200 000 - 500 000	4	13	14	7
500 000 - 1 000 000	0	2	3	2
1 000 000 - 2 000 000	0	8	1	15
2 000 000	0	4	0	3

Tablica 11 Podjela projekata prema iznosu novčanih sredstava
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 1 2018 i Creative Europe 2 2018)

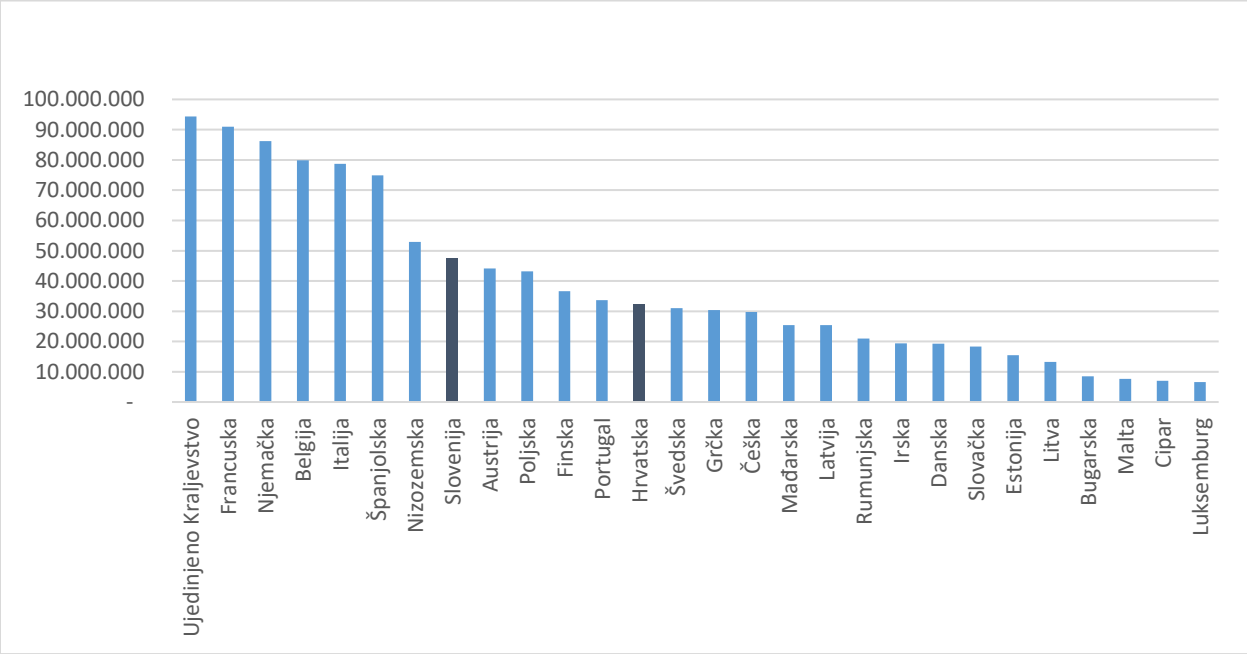
Grafikon 3 prikazuje sve države članice Europske unije i njihov udio u projektima Kreativne Europe, potprograma Kultura. Vidljivo je da su države koje sudjeluju s preko 100 projekata zemlje osnivačice Europske unije i da one ujedno povlače i najveće novčane iznose. Također, sljedeći grafikon daje prikaz gdje se Hrvatska i Slovenija nalaze u odnosu na države koje su u samom vrhu, ali i sve ostale članice.



Grafikon 3 Države članice Europske Unije prema broju projekata u kojima sudjeluju u potprogramu Kultura
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 3 2018)

Podatci u Grafikonu 4 prikazani su u odnosu na iznos novčanih sredstava koji je neka članica povukla iz potprograma Kultura, a uočava se da se Slovenija nalazi na osmom mjestu, dok je Hrvatska na 13. što znači da se obje države nalaze u prvoj polovici prema iznosu novčanih

sredstava koje je članica povukla iz Europske unije, ali i broju projekata u kojima sudjeluju. Ovakvi podatci ukazuju na to da je prva hipoteza djelomično točna. Hrvatska povlači male iznose sredstava i treba se ugledati na zemlje koje su uspješnije kao susjedne Slovenija i Italija, ali isto tako, ima mnogo zemalja Europske unije koje i znatno manje sudjeluju u natječajima Kreativne Europe.



Grafikon 4 Grafički prikaz država članica Europske unije prema ukupnoj vrijednosti projekata (€) iz potprograma Kultura
Izvor: izrada autora prema dostupnim podatcima (Creative Europe 3 2018)

Na kraju, zaključiti se može da Hrvatska sudjeluje u 10,7% projekata potprograma Kultura na razini Europske unije. Iako se to čini kao jako mala brojka, Hrvatska je deveta od 28 zemalja članica prema broju projekata u kojima sudjeluje (70), a od tih 70 projekata u kojima sudjeluje, na 25 projekta je nositelj, što je smješta na 10. mjesto prema broju nositelja projekata. Slovenija je mnogo bolje rangirana te je ona na sedmom mjestu prema ukupnom broju projekata (93) u kojima sudjeluje, a čak na četvrtom (dijeli sa Španjolskom) kada je riječ o projektima na kojima je nositelj. Kada se broj projekata pogleda u širem kontekstu s ostalim članicama, vidi se da Hrvatska dosta dobro stoji u odnosu na ostale zemlje.

No, sami broj prijavljenih projekata u kojima neka zemlja sudjeluje može se promotriti i u odnosu na novčana sredstva koja dobije za sudjelovanje na tim projektima. Činjenica da neka zemlja surađuje na velikom broju projekata, ne znači ujedno da je broj projekata proporcionalan i s novčanim iznosima koje zemlja povlači iz Europske unije. Primjerice, može se dogoditi da neka država članica ima mnogo malih projekata, dok neka druga ima manje, ali su svi oni većih novčanih iznosa. Kada se analizira iznos novčanih sredstava (Grafikon 4) koji su članice Europske unije povukle iz potprograma Kultura od 2014. do srpnja 2018., uočava se da je Hrvatska na 13. mjestu, a zanimljivo je da Finska koja sudjeluje u skoro upola manje projekata nego Hrvatska iz potprograma Kultura povukla znatno veća sredstva nego Hrvatska i nalazi se na 11. mjestu. Međutim, postavlja se pitanje zašto druge zemlje tako malo novčanih sredstava povlače iz potprograma Kultura i zašto sudjeluju u tako malom broju projekata.

5.2.Dubinski intervju

Za potrebe diplomskog rada proveden je dubinski intervju s gospođom Anerom Stopfer, voditeljicom službe za Kreativnu Europu pri Ministarstvu kulture. Intervju je proveden 21. kolovoza 2018. g. putem e-maila.

Prvo pitanje odnosilo se na dužnosti gđe. Stopfer na njezinom radnom mjestu, a odgovor se prenosi u potpunosti:

- „predstavljanja programa Kreativna Europa (okrugli stolovi, predavanja, info dani, radionice, info-pult)
- provođenje natječaja za Nacionalno sufinanciranje (po Pravilniku)
- praćenje projekata putem sufinanciranja i podrška projektima (godišnji Ugovori, izvješća i praćenje programskih aktivnosti)
- pružanje podrške kulturnom i kreativnom sektoru u vezi programa/natječaja Kreativna Europa (pomaganje pri osmišljavanju projekta, traženja partnera, pisanja prijava, tehnička pomoć, analiza evaluacija)

- poticanje prekogranične suradnje umjetnika, profesionalaca i ustanova (povezivanje s međunarodnim partnerima, sudjelovanje na skupovima, predstavljanja hrvatskih projekata u drugim europskim zemljama)
- komunikacija s Europskom Komisijom, pružanje podataka o kulturnom i kreativnom sektoru široj javnosti (putem redovitih izvješća, anketa, planova, osmišljavanja strategija i komunikaciju putem zajedničke NING platforme)
- distribucija rezultata i utjecaja programa KE (prema EK, EACEA i hrvatskim institucijama ali i javnost- web, culturenet, komunikacija s medijima)
- pisanje vijesti, prevođenje i uređivanje informacija sa stranica EACEA-e, Europske komisije i Partner Searchevi iz zajedničke komunikacije
- Međuresorno povjerenstvo za praćenje i podršku projektu Europska prijestolnica kulture
- odabir i koordinacija prijave hrvatskih lokaliteta za European heritage label (EHL) nagradu
- praćenje rada europskih kulturnih mreža
- partnerstvo s Umjetničkim akademijama, IRMO, strukovnim udrugama i organizacija zajedničkih aktivnosti“ (Stopfer 2018)

Iduće pitanje odnosilo se na mišljenje gđe Stopfer o tome ima li dovoljno ili nedovoljno Deskova ili ureda koji bi pomogli zainteresiranim prijaviteljima projekata, a odgovor je glasio: „Naš Desk je dovoljan za pomoć trenutno zainteresiranim prijaviteljima, te pokrivamo sve komunikacije s potencijalnim prijaviteljima. Područje za poboljšanje u prijavama vidimo u većoj promociji programa Kreativna Europa čime bi porastao i broj prijavitelja. Naime, prema našim analizama još uvijek nije dovoljan broj korisnika upoznat s mogućnostima Kreativne Europe. S tim u vezi, naš Desk je kao prioritet provođenja aktivnosti u 2017. i 2018. godini stavio naglasak na decentralizirano djelovanje, što je u konačnici dovelo do porasta broja prijavljenih i izvan Zagreba. Primjerice, na natječaju za Projekte suradnje namijenjene godini baštine od ukupno 29 projekata koje će Europska komisija sufinancirati tijekom sljedeće dvije godine, čak je 7 hrvatskih partnera od čega više od pola (četiri- Pazin, Ston, Dubrovnik i Vukovar) je izvan Zagreba. Bitno je napomenuti kako u Istri djeluje regionalni Desk, koji je osnovala Županija: https://www.ika-aci.hr/info-tocka-kreativna-eu i s njima imamo odličnu komunikaciju, zajednički organiziramo radionice i potičemo korisnike na prijave.“ (Stopfer 2018)

Na pitanje: Zašto Hrvatska na projektima Kreativne Europe, potprogram Kultura najviše surađuje sa susjednim zemljama?, Stopfer je dala odgovor da se partneri „nalaze putem različitih partner search alata- na Culturenetu se objavljuju hrvatske verzije, a korisnici traže i na portalima drugih Deskova- npr. UK, Italija, Srbija. Primjećujemo da je lakše ući u partnerski odnos s partnerskim institucijama koje poznajete i s kojima već surađujete, pa je to prvi impuls pri odabiru i uključenju u projekte.“ (Stopfer 2018) Osim toga, Stopfer je istaknula kako postoji interes za suradnju s udaljenijim zemljama i želja za stjecanjem novih kontakata i iskustava, ali kada je o projektima riječ, svi se prirodno okreću poznatom, a tek rjeđe nepoznatim, neizvjesnim i novim situacijama. (Stopfer 2018) Ovaj odgovor dodatno je objašnjenje zašto Hrvatska, ali i Slovenija na mnogim projektima surađuju sa susjednim zemljama – jer s njima postoji povezanost, prethodne suradnje i poznanstva pa je samim time u startu lakše dogovoriti suradnju za neki budući projekt. (op.a.) Stopfer je također napomenula kako pojedine razvijenije države članice EU „ne koriste toliko natječaje Kreativne Europe, jer imaju vrlo dobro razvijen sustav nacionalnog sufinanciranja, te javnog i privatnog ulaganja u kulturu.“ (Stopfer 2018)

Kada je riječ o mogućnosti povezivanja s drugim zemljama, i na koji način bi se s njima Hrvatska mogla povezati, gđa Stopfer je odgovorila: „Povezivanjem i upoznavanjem na različitim forumima, kroz djelovanja mreža, platformi i sl. Na takvim događanjima se stvaraju kreativne ideje, osmišljavaju projekti, potiču kontakti. To je razlog zbog kojeg Ministarstvo kulture putem Pravilnika i kroz Poziv za međunarodnu suradnju dodatno podržava i stimulira sve članove međunarodnih nevladinih organizacija i mreža da sudjeluju na sastancima.“ (Stopfer 2018) Stopfer smatra kako bi navedeno povećalo uspješnost hrvatskih prijava. „Neki prijavitelji su imali upravo u evaluacijskim listićima naznačenu opasku o nedovoljnom dosegu projekta, što se odnosi na preregionalnu orijentiranost. Program Kreativna Europa ima snažnu europsku dimenziju i ima za cilj poticanje suradnje širokog dosega EU država.“ (Stopfer 2018)

Na pitanje kako inicirati veći broj prijava na vrijednosno veće projekte od dosadašnjih Stopfer je kratko odgovorila kako za tim nema nužno svrhe jer veći projekti ne znače nužno i bolje projekte. (Stopfer 2018)

Iduće pitanje odnosilo se na usporedbu sa Slovenijom, koji je razlog boljih rezultata u usporedbi s Hrvatskom u korištenju sredstva iz Kreativne Europe, potprogram Kultura (duže članstvo u Europskoj uniji, veći broj ili kvalitetniji projekti, imaju li više resursa, više educiranih

kadrova, veći je interes ili motivacija kulturnih institucija za prijavu projekata, i dr.?), a prema Stopfer je iskustvo „koje proizlazi iz duljeg članstva svakako doprinijelo boljem korištenju, odnosno zbog činjenice da je cijelo društvo otvorenije korištenju EU sredstava, pisanju prijava i sl. U Hrvatskoj se taj otpor prema EU administraciji tek postepeno mijenja pa hrvatski korisnici tek odnedavno počinju imati otvorenije stavove prema suradnjama.“ Stopfer je istaknula kako se to vidi i u rezultatima za 2018. g. jer se primjećuje značajan porast u broju prijavljenih, ali i odabranih hrvatskih projekata. (Stopfer 2018)

Zadnja pitanja odnosila su se na utjecaj Kreativne Europe na razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj.

Tako je na pitanje pridonosi li Kreativna Europa i potprogram kultura razvoju kulturnih i kreativnih industrija Stopfer odgovorila da pridonosi jer je to i cilj ovog programa na razini cijele EU, a samim time i na nacionalnoj razini. (Stopfer 2018). Međutim, kada je riječ o tom jesu li ta sredstva dovoljna ili nedovoljna za provedbu većih promjena u kulturi, Stopfer smatra da je za veće/strukturne promjene „potrebno strukturno razmišljanje, a sredstva tek dolaze nakon što znamo za što su ona potrebna. U tom smislu, teško mi je odgovoriti na ovo pitanje, budući da ne mislim da je ovo put za provedbu promjena. Ovi programi svakako mogu kolateralno pomoći u širenju znanja i profesionalizacije hrvatskih kadrova.“ (Stopfer 2018)

Zadnje pitanje u intervjuu odnosilo se na to mogu li kulturne i kreativne industrije pridonijeti gospodarstvu u Hrvatskoj u većoj mjeri nego što je to trenutno i može li se to uz pomoć Kreativne Europe, potprograma Kultura, ili su možda neki drugi izvori financiranja korisniji. Stopfer je odgovorila kako su kulturne i kreativne industrije „najbrže rastuća industrija u EU i potrebno je na nacionalnoj razini osmisliti mehanizme za njenu potporu u smislu međusektorske komunikacije, zakonskih akata i poticanja rada organizacija poput Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija – HKKKKI, različitih zajednica pri HGK- za dizajn, za IT sektor, za modu i sl.“ (Stopfer 2018)

6. Zaključak

Tijekom pisanja rada teorijski su se obradili pojmovi EU fondova i programa kao oblika financiranja država članica EU. Kreativna Europa jedan je od 15 programa, a u ovom programu naglasak je na kulturi i kreativnosti budući da kultura igra važnu ulogu u ekonomiji EU gdje kulturne i kreativne industrije sudjeluju s ukupno 4,5 % europskog BDP-a.

Kulturne i kreativne industrije nemaju dugu povijest, ali sve se više uočava njihova važnost. Iako ih je teško jednoznačno definirati pa čak i imenovati, svi se slažu da su ljudska kreativnost i kultura te mediji i audiovizualne djelatnosti glavna obilježja ovih industrija. Njihovu važnost uočilo je i Ministarstvo kulture na čiju je inicijativu 2013. osnovan Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija.

Analizom rezultata dosadašnjih natječaja potprograma Kultura utvrđeno je da Hrvatska sudjeluje u 10,7%, a Slovenija u 14,2% projekata potprograma Kultura na razini EU. Iako se to čini kao jako mala brojka, Hrvatska je deveta od 28 zemalja članica prema broju projekata u kojima sudjeluje, a na 10. mjestu prema broju nositelja projekata. Slovenija je mnogo bolje rangirana te je ona na sedmom mjestu prema ukupnom broju projekata u kojima sudjeluje, a čak na četvrtom kada je riječ o projektima na kojima je nositelj. Hrvatska u projektima pretežno surađuje sa susjednim zemljama, a uzrok tomu je, kako su rezultati istraživanja pokazali, bolja povezanost sa susjednim i bližim zemljama nego s udaljenijim, gdje je lakše ući u partnerski odnos s partnerima iz zemalja koje su poznate ili je već postojala suradnja.

Stupanj inovativnosti ne utječe na brojnost prijava na projekte, ali uočava se da je dugogodišnje iskustvo pripadnosti EU za neke zemlje imalo utjecaja i one su naučile kako što bolje iskoristiti moguće oblike sufinanciranja iz EU pa tako i Kreativne Europe. Međutim, neke druge također visoko razvijene zemlje EU ne sudjeluju toliko često na projektima Kreativne Europe, budući da, kako je to istraživanje pokazalo, one imaju vrlo dobro razvijen sustav nacionalnog sufinanciranja te javnog i privatnog ulaganja u kulturu te u manjoj mjeri koriste natječaje Kreativne Europe.

Može se zaključiti da program Kreativna Europa sam po sebi ne može biti pokretač velikih promjena u nekoj državi, ali može im pridonijeti. Udio kulturnih i kreativnih industrija u

današnje vrijeme nikako nije zanemariv, a čak i mala zemlja poput Hrvatske koja se s njihovim pravim potencijalom tek upoznaje, već osjeti njihovu korist. Opće je poznato da je kultura u stanju u kakvom je gospodarstvo, ipak hrvatsko gospodarstvo i donositelji strateških odluka na nacionalnoj, ali i regionalnoj razini trebali bi uvidjeti važnost kulture i potencijal kulturnih i kreativnih industrija kao mogućnost za napredak. Kombinacijom projekata iz fondova i programa EU-a može se doći do optimalnog korištenja sredstva koja su na raspolaganju svakoj državi članici pa tako i Hrvatskoj.

7. Literatura

1. Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih. nema datuma. „Što su EU fondovi i zašto su zanimljivi“. http://www.asoo.hr/defco/default.aspx?id=3784 (15. lipnja 2016.)
2. Bakhshi, Hasan, Eric McVittie i James Simmie 2008. „Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?“. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/242371081_Creating_Innovation_Do_the_creative_industries_support_innovation_in_the_wider_economy(10. kolovoza 2018.)
3. Bestvina Bukvić, Ivana, Marija Šain, Maja Haršanji. 2018. „Project Financing Of Cultural And Creative Industries In Croatia - Analysis Of The Creative Europe Programme (2014-2020) Results“. U IMR 2018 – Interdisciplinary Managemet Research 2018. 763-781. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku. Dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/941438.IMR_Project_financing_of_CCIs_in_Croatia-_Creative_Europe_Programme.pdf (12. rujna 2018.)
4. Bigač, Morana 2018. „ Program Kreativna Europa – potprogram Kultura“. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu, Odsjek za kulturu i kreativne industrije, predavanje
5. Creative Europe 1. 2018. „Creative Europe Project Results; Croatia“. Dostupno na: http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/projects/#search/keyword=&programmes[0]=31052583&subprogrammes[0]=31052584&countries[0]=HR&matchAllCountries=false(11. srpnja 2018.)
6. Creative Europe 2. 2018. „Creative Europe Project Results; Slovenia“. Dostupno na: http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/projects/#search/keyword=&programmes[0]=31052583&subprogrammes[0]=31052584&countries[0]=SI&matchAllCountries=false(11. srpnja 2018.)
7. Creative Europe 3. 2018. „Creative Europe Project Results“. Dostupno na: http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/projects/#search/keyword=&programmes[0]=31052583&matchAllCountries=false(11. srpnja 2018.)
8. Demirović, Krunoslav. 2015. „Kreativna industrija“. Dostupno na: http://profitiraj.hr/kreativna-industrija/ (9. kolovoza 2018.)

9. Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA Hrvatske 1. nema datuma. „Hrvatska i Program Kreativna Europa (2014. - 2020.)“. Dostupno na: http://mediadesk.hr/hr/potprogram_media/hrvatska_i_program_kreativna_europa_2014_2020(21. lipnja 2018.)
10. Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA Hrvatske 2. nema datuma. „Pregled“. Dostupno na: http://mediadesk.hr/hr/potprogram_media/pregled(21. lipnja 2018.)
11. Desk Kreativne Europe. 2016. „Kreativna Europa; Potprogram Kultura“. Dostupno na: https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/KREATIVNA%20EUROPA/Kreativna%20Europa_PP.pdf(12. srpnja 2018.)
12. Dujmović, Krševan Antun, Josip Jagić, Ariana Vela. 2012. „Praktični vodič za korisnike EU fondova u Hrvatskoj“. Zagreb: Hrvatska udruga poslodavaca Dostupno na: http://www.eu-projekti.info/eu/wp-content/uploads/2013/03/Prakticni-vodic-za-korisnike-EU-fondova_web.pdf (16. lipnja 2016.)
13. eu-projekti.info 1. 2012. „Vrste projekata koji se financiraju iz EU fondova“. http://www.eu-projekti.info/portal/vrste-projekata-koji-se-financiraju-iz-eu-fondova(17. lipnja 2016. godine)
14. Europska komisija 1. 2015. „Europski strukturni i investicijski fondovi“. http://ec.europa.eu/contracts_grants/funds_hr.htm(15. lipnja 2016.)
15. Europska komisija 2. 2014. „Europski strukturni i investicijski fondovi 2014-2020“. http://ec.europa.eu/regional_policy/hr/information/legislation/regulations/(15. lipnja 2016.)
16. Europska komisija 3. 2014. „Uvod u kohezijsku politiku EU-a za razdoblje 2014.–2020.“. http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/basic/basic_2014_hr.pdf (5. kolovoza 2016.)
17. Europska komisija 4. 2014. „Vodič za korisnike europskih strukturnih i investicijskih fondova te povezanih instrumenata EU-a“. Luksemburg: Ured za publikacije Europske Unije Dostupno na: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/synergy/synergies_beneficiaries_hr.pdf (16. lipnja 2016.)
18. Europska unija 2. 2015. „Kako se financira EU“. Dostupno na:http://europa.eu/about-eu/basic-information/money/revenue-income/index_hr.htm(15. lipnja 2016.)

19. Europska unija. 2016 „European structural and investment funds“. http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/ (25. srpnja 2016.)
20. Europski fondovi 1. nema datuma. „Kreativna Europa 2014. – 2020.“ Dostupno na: http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/Kreativna%20Europa_0.pdf (21. lipnja 2018.)
21. Europski fondovi 2. nema datuma. „Kreativna Europa (programsko razdoblje 2014. – 2020.)“. Dostupno na: http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/Kreativna%20Europa_0.pdf(21. lipnja 2018.)
22. Europski Parlament i Vijeće Europske unije. 2013. „Regulation (EU) No 1303/2013 of European Parliament and of the Council“ . http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1303&from=EN (8. kolovoza 2016.)
23. Europski strukturni i investicijski fondovi 1. nema datuma. „Programi unije“ . https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/programi-unije/ (19. srpnja 2018.)
24. Europski strukturni i investicijski fondovi 2. nema datuma. „ESI fondovi 2014. – 2020.“ . Dostupno na: https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/ (19. srpnja 2018.)
25. Europski strukturni i investicijski fondovi 3. 2018. „Pet godina u EU; Hrvatska u EU“. Dostupno na: https://strukturnifondovi.hr/wp-content/uploads/2018/07/5_godina_RH_u_EU_brosura_final.pdf (26. srpnja 2018.)
26. Goldstein, Simona. 2016. „Poduzetništvo u kreativnim industrijama“. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
27. Hollanders, Hugo i Es-Sadki, Nordine. 2018. „European Innovation Scoreboard 2018“ . Dostupno na: https://ec.europa.eu/docsroom/documents/30281(17. srpnja 2018.)
28. Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 1. 2015. „Statut Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija“. Dostupno na: http://hkkkki.eu/dokumenti/statut_udruge_HKK_kreativna_industrija.pdf (14. kolovoza 2018.)
29. Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 2. nema datuma. „Upravni odbor“. Dostupno na: http://hkkkki.eu/index.php/upravni-odbor/ (14. kolovoza 2018.)
30. Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 3. nema datuma. „O Hrvatskom klasteru konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija“. Dostupno na: https://hkkkki.eu/index.php/o-hkkkki/ (14. kolovoza 2018.)

31. Hrvatski klaster konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija 4. nema datuma. „HKKKKI - Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih industrija“ Dostupno na: http://hkkkki.eu/ (14. kolovoza 2018.)
32. Lecarte, Jacques. 2016. „Europski fond za regionalni razvoj (EFRR)“. http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/hr/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.1.2.html (16. lipnja 2016.)
33. Ministarstvo kulture 1. nema datuma. „Europska komisija otkrila plan za novi program EU za kulturu i audiovizualnu djelatnost - Kreativna Europa!“. Dostupno na:http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=7150(21. lipnja 2018.)
34. Ministarstvo kulture 2. nema datuma. „Potprogram Kultura – tko, što, kako i zašto?“. Dostupno na: http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=9821(21. lipnja 2018.)
35. Ministarstvo kulture 3. nema datuma. „Program Europske unije – Kreativna Europa“. Dostupno na: http://www.min-kulture.hr/ced/ (21. lipnja 2018.)
36. Ministarstvo kulture 4. nema datuma. „Potpora projektima književnih prijevoda“. Dostupno na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=9827(12. srpnja 2018.)
37. Ministarstvo kulture 5. 2014. „Europske mreže“. Dostupno na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=11124(12. srpnja 2018.)
38. Ministarstvo kulture 6. nema datuma. „Potpora europskim platformama“. Dostupno na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=9829(12. srpnja 2018.)
39. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. n.d. „Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries“. Dostupno na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=11163 (9. kolovoza 2018.)
40. Ministarstvo uprave Republike Hrvatske. nema datuma. „EU programi i projekti“ . Dostupno na: https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/eu-fondovi/programi-unije-373/373 (1. kolovoza 2018.)
41. Nikolić Popović, Ivana i suradnici. nema datuma. „Strateške smjernice za razvoj Kreativne i kulturne industrije“. Dostupno na: http://hkkkki.eu//dokumenti/strateske_smjernice.pdf (14. kolovoza 2018.)
42. Nikolić Popović, Ivana. n.d. „Kreativna Hrvatska; Sinergijom do rezultata“. Dostupno na: http://tzg.ttf.unizg.hr/TZG-2015_Nikolic.pdf (9. kolovoza 2018.)

43. Proleksis enciklopedija. 2017. „Europska Unija – EU“. Dostupno na: http://proleksis.lzmk.hr/20199/(11. srpnja 2018.)
44. Rašić Bakarić, Ivana, Katarina Bačić, Ljiljana Božić. 2015. „Mapiranje kreativnih kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj“. Zagreb: Ekonomski institut, Zagreb. Dostupno na: http://hkkkki.eu/dokumenti/mapiranje.pdf (10. kolovoza 2018.)
45. Savić, Zvonimir, Saša Bukovac, Irena Spahić, Igor Bobek. 2015. „Kohezijska politika Europske unije i Hrvatska 2014. – 2020.“. Zagreb: Hrvatska gospodarska komora Dostupno na: https://izvoz.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Kohezijska%20politika%20EU%20i%20Hrvatska%202014.-2020..pdf (16. lipnja 2016.)
46. Šabić, Tea. 2013. „Kulturna industrija – pozitivna ili negativna pojava?“. Dostupno na: http://gkr.hr/Magazin/Teme/Kulturna-industrija-pozitivna-ili-negativna-pojava (7. kolovoza 2018.)
47. Švob-Đokić, Nada. 2008. „Što su kulturne/kreativne industrije?“. U Kultura zaborava; Industrijalizacija kulturnih djelatnosti, Nada Švob-Đokić, Jaka Primorac, Krešimir Jurlin. 55-69. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.
48. Vela, Ariana, Martin Madaras, Mia Pavlica, Lidija Šimrak. 2013. „EU fondovi 2014. – 2020.“ . Zagreb: Institut za razvoj poduzetništva i europske projekte – IRPEU Dostupno na: http://www.eu-projekti.info/eu/wp-content/uploads/2013/06/EU-fondovi-brosura_web.pdf (16. lipnja 2016.)
49. Vežić, Aida. nema datuma. „Uloga kulture i kulturnih industrija u lokalnom ekonomskom razvoju“. Dostupno na: https://crvenared.wordpress.com/publications/uloga-kulture-i-kulturnih-industrija-u-lokalnom-ekonomskom-razvoju-aida-vezic/(7. kolovoza 2018.)
50. Wheeler, Brian, Alex Hunt. 2016. „The UK's EU referendum: All you need to know“ . Dostupno na:http://www.bbc.com/news/uk-politics-32810887 (15. srpnja 2016.)
51. Zelenika, Ratko. 2000. „Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela“. Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci

8. Popis slika

Slika 1 6

Slika 2 7

Slika 3 10

9. Popis grafikona

Grafikon 1 19

Grafikon 2 37

Grafikon 3 42

Grafikon 4 43

10. Popis tablica

Tablica 1 26

Tablica 2 27

Tablica 3 29

Tablica 4 32

Tablica 5 36

Tablica 6 36

Tablica 7 38

Tablica 8 39

Tablica 9 40

Tablica 10 41

Tablica 11 42