



KREativna
Šibenska
Mreža
Integriranog kulturnog
Razvoja

Priručnik za razvoj civilno-javnog partnerstva u kulturi grada Šibenika



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.

Projekt je sufinancirala Europska unija u okviru Operativnog programa "Učinkoviti ljudski potencijali 2014. -2020." iz Europskog socijalnog fonda

Više informacija o EU fondovima: www.struktturnifondovi.hr; www.efs.hr

Sadržaj publikacije isključiva je odgovornost
Javne ustanove u kulturi Tvrđave kulture Šibenik



Priručnik za razvoj civilno-javnog partnerstva u kulturi grada Šibenika

IMPRESSUM

Priručnik za razvoj civilno-javnog partnerstva u kulturi grada Šibenika

Autori tekstova:

Članovi projektnog tima, suradnici i partneri u projektu
KREŠIMIR – KREativna Šibenska Mreža Integriranog kulturnog
Razvoja

Izdavač:

Javna ustanova u kulturi Tvrđava kulture Šibenik

Za izdavača:

Gorana Barišić Bačelić

Naklada:

150 primjeraka

Grafičko oblikovanje, lektura i tisk:

Educa – Print Centar d. o. o.

Fotografije:

Arhiv Tvrđave kulture Šibenik

Mjesto izdavanja i godina:

Šibenik, 2019.

SADRŽAJ

Uvodna riječ	6
Poglavlje 1.	11
Korisne smjernice	11
1.1. Osnivanje i rad udruga u Republici Hrvatskoj.....	12
1.2. Prijava projektnih prijedloga i izvori financiranja za organizacije civilnog društva.....	16
1.3. Grad Šibenik i financiranje civilnog sektora u kulturi.....	27
1.4. Upravljanje programima u kulturi i promocija događanja.....	46
1.5. Održivost kulturnih i kreativnih industrija	59
Poglavlje 2.	65
Potencijali za razvoj javno-civilnog partnerstva u kulturi.....	65
2.1. Što je sudioničko upravljanje.....	66
2.2. Analiza kulturnog sektora u Šibeniku	68
2.2.1. Civilni sektor – udruge u kulturi	68
2.2.2. Javni sektor – Grad Šibenik i ustanove u kulturi	81
2.2.3. Zaključak	86
2.3. Planiranje za budućnost	88
Adresar šibenskih udruga u kulturi	96
Reference	100

Uvodna riječ

Projekt KREŠIMIR – KREativna Šibenska Mreža Integriranog kulturnog Razvoja prijavljen je u partnerstvu Javne ustanove u kulturi Tvrđava kulture Šibenik, Grada Šibenika i udruge: Šibenske udruge mladih Š.U.M., udruge mladih Mladi u EU i udruge Feniks. Svrha/cilj projekta je potaknuti suradnju i umrežavanje između javnog i civilnog sektora u Šibeniku, ojačati ljudske kapacitete u području sudioničkog planiranja, programiranja, odlučivanja i upravljanja u kulturi Grada Šibenika te povećati pristup građana kulturnim i umjetničkim sadržajima.

Proteklih dvanaest mjeseci trajanja projekta partneri su surađivali u provedbi čitavog niza aktivnosti kako bi što uspješnije proveli projekt i postigli željeni cilj. Od prosinca 2018. do travnja 2019. organizirali su i proveli pet dvodnevnih radionica namijenjenih prvenstveno predstavnicima civilnog i javnog sektora u kulturi, koje su bile otvorene i za sve druge zainteresirane pojedince i organizacije. U istom periodu organizirana je i trodnevna edukacija o sudioničkom upravljanju u kulturi. Edukaciju je počalo čak 66 polaznika, među kojima su bili predstavnici Grada Šibenika, ustanova u kulturi kojima je Grad osnivač te predstavnici 33 udruge u kulturi / umjetničke organizacije iz Šibenika i okoline. Tijekom veljače i ožujka 2019. provedeno je anketno ispitivanje radi definiranja resursa, potreba i razvijenosti suradnje između dionika u civilnom i javnom kulturnom sektoru grada. Ispitivanju su se odazvali Grad Šibenik i pet ustanova u kulturi, te 41 udruga u kulturi / umjetnička organizacija aktivna na gradskom području. Rezultati ispitivanja prikazani su u dokumentu Izvješće o stanju u kulturi grada Šibenika, koji je poslužio kao temelj za razradu Akcijskog plana za razvoj sudioničkog upravljanja u kulturi grada Šibenika. Za potrebe razrade Akcijskog plana provedene su i fokusne grupe sa sudionicima edukacije o sudioničkom upravljanju te održani neformalni radni susreti s predstavnicima udruga – „NARAnčaste kave s KREŠIMIRom”.

Tijekom provedbe projekta partneri su uspostavili kontakte i organizirali susrete s institucijama i organizacijama koje aktivno rade na razvoju sudioničkog upravljanja u kulturi u drugim hrvatskim sredinama: Zagrebu, Samoboru, Slavonskom Brodu, Kutini, Puli, Splitu... Uspješno umrežavanje i razvoj suradnje u lokalnoj sredini kao i s nositeljima

razvojnih procesa u kulturi u drugim krajevima Hrvatske rezultiralo je i velikim odazivom na završnoj konferenciji projekta „Izazovi i prednosti sudioničkog upravljanja u kulturi“ održanoj u sklopu trodnevne manifestacije Dani otvorenih vrata mreže KREŠIMIR u Šibeniku u listopadu 2019.

Priručnik pred vama donosi prikaz tek jednog manjeg dijela podataka, korisnih preporuka, iskustava, znanja, vještina i viđenja koja su tijekom proteklih dvanaest mjeseci dijeljena i razmijenjena među svim sudionicima projekta KREŠIMIR, a podijeljen je na dva osnovna skupa informacija. Prvo poglavlje tako donosi kratke prikaze sadržaja dvodnevnih radionica koje su organizirali, osmislili i proveli projektni partneri. Drugo poglavlje temelji se na sadržaju Izvješća o stanju u kulturi grada Šibenika i Akcijskog plana za razvoj sudioničkog upravljanja u kulturi grada Šibenika; definira sudioničko upravljanje kao teorijski koncept i upravljački model, daje uvid u rezultate do danas jedinog provedenog ispitivanja kapaciteta i potreba šibenskih udruga u kulturi te donosi pregled razvojnih ciljeva kojima treba težiti i aktivnosti koje treba realizirati kako bi sudioničko upravljanje u šibenskoj kulturi moglo u potpunosti zaživjeti.

Na kraju Priručnika – umjesto zaključka, u želji da mreža KREŠIMIR nastavi živjeti kroz što aktivnije suradnje i umrežavanja lokalnih udruga i javnih dionika u kulturi - donosimo pregled kontaktnih podataka udruga koje su koje su članovi projektnog tima prikupili tijekom provedbe.





Poglavlje 1.

Korisne smjernice

1.1. Osnivanje i rad udruga u Republici Hrvatskoj¹

Civilno društvo pojam je koji se uvijek veže uz socijalni i politički život zajednice, a doprinosi izgradnji socijalnog kapitala i kulturi zajednice. Ono predstavlja skup građana koji se dobrovoljno udružuju radi zagovaranja svojih zajedničkih interesa.

Osnivanje udruga u Republici Hrvatskoj uređeno je Zakonom o udružama. Udruga je svaki oblik slobodnog i dobrovoljnog udruživanja više fizičkih, odnosno pravnih osoba. One se mogu udružiti radi zaštite svojih probitaka ili zauzimanja za zaštitu ljudskih prava i sloboda, zaštitu okoliša, prirode i održivog razvoja, ali i za humanitarna, kulturna, socijalna, odgojno-obrazovna, znanstvena, sportska, zdravstvena, tehnička, informacijska, strukovna ili druga uvjerenja i ciljeve.

Osnivanje udruge

Bitne odrednice osnivanja udruge su:

- minimalno tri osnivača
- nema namjere za stjecanje dobiti
- učinkovita upravljačka struktura
- demokratičnost i transparentnost.

Rad udruge uređuje statut. U statutu se navode ciljevi i djelatnosti udruge, tijela upravljanja i njihova prava i obveze, način učlanjivanja i prava i obveze članova, vrijeme i način sazivanja sjednica i odlučivanja te druge važne odredbe koje će utjecati na budući rad udruge. Prije samog osmišljavanja statuta treba prepostaviti i izabrati najpovoljniji upravljački model. Važno je i motivirati članstvo na aktivno sudjelovanje u radu organizacije poznavanjem i praćenjem statutarnih odredbi.

¹ Tekst poglavlja pripremio partner Šibenska udruga mladih na temelju sadržaja radionice Osnivanje i rad udruga u Republici Hrvatskoj. Prezentacija s radionice dostupna je na internetskoj stranici mreže KREŠIMIR www.kresimir.hr.

Osnivačka skupština može biti najavljena u medijima i organizirana u javnom prostoru. Tako se članstvo može motivirati, uspostaviti dobre temelje demokratskom odlučivanju i upravljanju, postići transparentnost i omogućiti da potencijalni članovi vjeruju u ciljeve udruge.

Hodogram aktivnosti za osnivanje udruge:

1. prepoznavanje potrebe
2. organizacija osnivačke skupštine (po mogućnosti javno)
3. izbor osoba koja zastupaju udrugu
4. donošenje statuta
5. registracija u uredu državne uprave pri županiji (u roku od tri mjeseca od dana osnivačke skupštine)
6. izrada pečata
7. registracija pri Zavodu za statistiku (dodjela matičnog broja)
8. registracija pri Ministarstvu financija u Registru neprofitnih organizacija (dodjela RNO broja)
9. otvaranje žiro-računa
10. pronalazak knjigovodstvenog obrta koji će voditi poslovne knjige.

Financiranje udruge

Budući da udruga u početku nema vlastita sredstva niti se u prvoj godini može natjecati na velikom broju natječaja za javna sredstva, važno je planirati uplatu članarine. Visinu članarine treba uskladiti s mogućnostima članova (naprimjer, studentska populacija neće moći izdvajati značajnija sredstva za članarine). Financijsko poslovanje udruge određeno je Zakonom o finansijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija NN121/14. Njime je uređen način na koji udruge vode poslovne knjige. Svaka nova udruga mora prema odredbama ovog zakona voditi dvojno knjigovodstvo u prve tri godine postojanja, a na jednostavno knjigovodstvo može prijeći ako ne ostvaruje prihode veće od 230 000,00 kuna godišnje tri godine zaredom. Udruga koja je obvezna voditi dvojno knjigovodstvo mora izraditi i financijski

plan te godišnji program rada. Plan sadrži plan prihoda i rashoda, plan zaduživanja i otpłata i obrazloženje. Udruge koje ostvare sredstva iz javnih izvora (jedinica lokalne samouprave, državnih sredstava i slično) moraju dostaviti izvještaj o radu. Udruga vodi i popis imovine i procjenu vrijednosti imovine. Udruga mora sastaviti finansijske izvještaje. Udruge koje vode dvojno knjigovodstvo izvještaje kvartalno predaju Ministarstvu financija, a jednom godišnje i državnoj reviziji. Ako udru-ga tijekom poslovne godine nije imala poslovnih događaja, može sa-staviti izjavu o neaktivnosti i predati je umjesto godišnjeg izvještaja.

Početni troškovi osnivanja udruge (procijenjeni iznosi):

- registracija udruge u uredu državne uprave - pečat 150,00 kn
- bankovni trošak 1000,00 kn / 80 - 100 kn mjesечно
- knjigovodstvo organizacije 3000,00 – 5000,00 kn / 250,00 – 416,00 kn mjesечно.

Važnost volonterstva

Nakon što je udruga osnovana, važno je održati kontakt s članstvom, ali i motiviranost članova za djelovanje. Vrlo je vjerojatno kako će članovi ujedno biti i volonteri/volonterke udruge. Volontiranje u RH uređeno je Zakonom o volonterstvu NN 58/07, 22/13. Tim zakonom propisana su prava i obveze organizatora volontiranja i volontera/volonterki.

Glavne odrednice volonterstva su:

- nepostojanje naknade za rad
- aktivnosti stjecanja iskustva i razvoja kompetencija
- dobrovoljnost.

Organizator volontiranja u volonterski rad može uključiti volontere samo kada se radi o radu za zajedničku dobrobit. Kada se uoči po-

treba za volonterima, izrađuje se program volontiranja koji sadrži podatke o volonterskom mjestu, vrstama aktivnosti, načinima i postupku uključivanja volontera i slične podatke. Organizator volontiranja i volonter/volonterka obavezno sklapaju ugovor o volontiranju. Tim ugovorom uređuju se međusobna prava i obveze, opis mesta volontiranja, trajanje volontiranja i način priznavanja kompetencija stečenih volontiranjem.

Organizator volontiranja prati broj održenih volonterskih sati i nakon završetka volontiranja izdaje volonteru potvrdu o volontiranju ili potvrdu o kompetencijama stečenih volontiranjem za dugotrajno volontiranje, ako volonter to zatraži. Iako je načelo volonterstva da za njega nema naknade, organizator volontiranja dužan je volonteru pokriti eventualne troškove poput prijevoza od mjesta volontiranja i do njega, hrane ili telefonskih troškova nastalih za vrijeme volontiranja. Ovo je važno jer može biti motivacija, odnosno razlog zbog kojega netko neće htjeti volontirati ako organizator ne predviđa pokriće troškova. Udruge izvješćuju Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku jednom godišnje (u pravilu do kraja veljače) o volontiranju koje su organizirali u prethodnoj godini putem mrežne aplikacije koja je dostupna na: Volonteri.mdomsp.hr.

Preporuke za daljnje čitanje/informiranje:

Zakon o finansijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija, NN 121/14.

Zakon o udružama, NN 74/14, 70/17.

Zakon o volonterstvu, NN 22/13.

Kuharica za udruge, priručnik – elektroničko izdanje, dostupno na <http://www.odraz.hr/hr/publikacije>

1.2. Prijava projektnih prijedloga i izvori financiranja za organizacije civilnog društva²

Mnogi ulogu civilnog društva danas vide kao spasonosno rješenje za političke, gospodarske, socijalne, kulturne i druge probleme zajednice. Ovakvo viđenje civilnog društva proizlazi iz globalizacije i europeizacije koje traže deregulaciju i višerazinsko upravljanje. Upravo tom ojačanom participacijom i uključivanjem „svih“, odnosno više dionika njihovom ravnopravnom ulogom želi se utjecati na razvijanje procesa demokratizacije i održavanje postojećih sloboda, tolerancije i drugih demokratskih vrijednosti. Važna je stavka u djelovanju organizacija civilnog društva socijalni kapital. On podrazumijeva povjerenje, društvena pravila, mreže, a akumulira se osobnim kontaktima i interakcijom između organizacija civilnog društva. Nepovjerenje koči razvoj socijalnog kapitala i zajednice. Pojedinci i organizacije ne uspjevaju raditi zajedno, čak ni kad je to svima u interesu, zbog nepovjerenja.

Europski gospodarski i socijalni odbor (EGSO) organizacije civilnog društva, skraćeno OCD-ove, definira kao organizacijske strukture čiji članovi imaju ciljeve i odgovornosti od općeg interesa te djeluju kao posrednici između javnih vlasti i građana.

Organizacije civilnog društva imaju legitimitet u potrebama, interesi ma i težnjama zajednice. One daju građanima priliku za sudjelovanje u društvu, demokratsko uključivanje na lokalnim razinama, prepoznavanje i rješavanje problema u lokalnoj zajednici i šire, odnosno priliku za aktivno građanstvo, a uočene probleme najčešće rješavaju i finan ciraju se projektno.

² Tekst poglavlja pripremio partner Udruga mladih „Mladi u Europskoj uniji“ na temelju sadržaja radionice Izrada projektnih prijedloga za organizacije civilnog društva. Prezentacija s radionice dostupna je na internetskoj stranici mreže KREŠIMIR www.kresimir.hr. Dio teksta poglavlja koji se odnosi na lokalne izvore financiranja preuzet je iz Akcijskog plana za razvoj sudioničkog upravljanja u kulturi grada Šibenika, koji je također dostupan na istoj internet skoj stranici.

Što je projekt

Projekt je privremeni ili izvanredni posao koji rezultira jedinstvenim rezultatom, produkтом ili uslugom. Projekt je i niz aktivnosti čija je svrha ostvarenje jasno određenih ciljeva unutar određenog roka i s određenim proračunom. Projekt je skupina aktivnosti kojima se postiže svrha projekta unutar određenog vremenskog okvira. Primjerice: HEREDITAS - projekt zaštite suhozidne tradicijske gradnje.

Često dolazi do zabune i miješanja termina projekt s terminom program. Program je skup projekata čiji ciljevi ili svrhe u spremi doprinose zajedničkom općem cilju poboljšanja situacije u određenom sektoru, županiji, državi i sl. Program je općenitiji, strateški, teži sveobuhvatnoj promjeni, dok je projekt usmјeren jasno definiranim ciljevima koji se žele postići. Primjerice: Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. čiji je dio projekt HEREDITAS.

Koraci u izradi projekta

1. korak: Identificiranje problema koji će se riješiti projektom - utvrđivanje dijagnoze. Projekt se provodi da se riješi određeni problem za čije će se rješenje dodijeliti novac. Dakle, prva je zadaća identificirati problem i utvrditi dijagnozu. To je prva i ne-izbjegljiva faza razvoja projekta.

2. korak: Definiranje ciljne skupine. Ciljna skupina je skupina kojoj je projekt namijenjen. Ciljna skupina mora biti skupina na koju je stavljen naglasak u Smjernicama za podnositelje prijava za bespovratna sredstva. Ona će imati izravne koristi od projekta čak i ako joj ne budu izravno isplaćena nikakva sredstva.

3. korak: Utvrđivanje ciljeva. Ciljevi pomažu razjasniti svrhu koja se želi ostvariti te strategiju kojom će se pridonijeti njezinome ostvarenju. Ciljevi predstavljaju okvir za osmišljavanje projektnoga procesa. Iz ciljeva se odmah mogu saznati: ključne informacije; informacije o tome uklapa li se projekt u prioritete programa ili se ne uklapa; informacije o tome koliko je jasno ono što se namjerava ostvariti; informacije o tome je li projekt realan ili nije.

4. korak: Utvrđivanje pokazatelja. Pokazatelji pružaju osnovu za mjerjenje uspješnosti projekta pa je potrebno posebnu pozornost posvetiti izradi pokazatelja. Oni bi trebali biti mjerljivi (uz prihvatljiv trošak) i u okviru kapaciteta organizacije koja provodi projekt. Pokazatelji se također utvrđuju kako bi se pružile informacije provoditeljima projekta i ugovaratelju. Oni predstavljaju ključni element za evaluaciju projekta.

5. korak: Određivanje aktivnosti. Aktivnost opisuje ono što će se u projektu raditi kako bi se ostvarili predviđeni ciljevi. Svaka se aktivnost mora iscrpno i konkretno razraditi i u tom se kontekstu moraju dati odgovori na sljedeća pitanja: što (će se raditi); kako (će se raditi); koliko (će osoba biti uključeno u tu aktivnost); gdje (u velikom gradu, u ruralnom području, na području koje nazaduje); tko (će je provoditi); koliko (će trajati)?

Izrada proračuna projekta

Kada se izrađuje proračun projekta, važno je da svi troškovi moraju biti odredivi, provjerljivi i opravdani. Znači da je potrebno znati objasniti kako su obračunati. Trošak koji nije prihvatljiv bit će odbačen i neće biti nadoknađen. Općenito se može reći (i to treba imati na umu kao opće načelo) sljedeće: svaki izdatak koji nije u jasnoj vezi s projektom i svaki izdatak koji nije pravdan u pisanom obliku smatrać će se neprihvatljivim. Svi troškovi koji se ne mogu pravdati izvornicima popratnih dokumenata (fakture, karte, popisi prisutnih osoba itd.) također će se smatrati neprihvatljivima.

Neka opća pravila o proračunu su da:

- svi troškovi moraju biti prihvatljivi
- svi troškovi moraju biti opravdani
- svi se troškovi moraju odnositi na projekt
- treba poštovati najviši i najniži iznos bespovratnih sredstava (naveden u smjernicama za podnositelje prijava).

Pisanje projekta

Projekt se piše kako bi ga pročitao ocjenjivač i kako bi ga odabrao odbor za ocjenu ponuda. Obrazac prijave je alat uz pomoć kojega bi ocjenjivače trebalo uvjeriti da je projekt relevantan u sklopu poziva za podnositelje prijava; da je važan prioritet za provoditelja i zajednicu; da će sredstva biti namjenski iskorištena; da su aktivnosti povezane u smislenu cjelinu, a dinamički plan provediv itd. Zbog toga je za svakog prijavitelja najvažniji zadatak prije početka pisanja projekta detaljno iščitati smjernice ili upute za prijavitelje – dokument koji sadrži sve ključne informacije i upute potrebne prijaviteljima da bi uspješno izradili i prijavili projekt.

Jedan od češćih previda u fazi pisanja projekta jest planiranje održivosti projekta. Naime, jedan od važnih kriterija za donošenje odluke o financiranju projekta jest njegova održivost. Održivost se odnosi na kapacitet projekta da rezultati, ishodi i/ili aktivnosti nastave postojati i funkcionirati nakon završetka donatorova financiranja. Projektni rezultati koriste se i iskorištavaju kontinuirano, tj. u dugoročnom razdoblju. Projekt se može smatrati održivim ako su relevantne aktivnosti nastavljene i ako su outputi zadržani ili dalje razvijeni nakon završetka financiranja.

Financiranje programa i projekata udruga iz javnih izvora³

Suradnja s udrugama u provedbi javnih politika najčešće se očituje u različitim oblicima finansijske i nefinansijske podrške koje tijela javne vlasti pružaju projektima i programima od interesa za opće dobro. Ta vrsta međusektorske suradnje ima velik potencijal za generiranje brojnih pozitivnih promjena i stvaranje prijeko potrebnih sinergija za održiv društveni i gospodarski razvoj. Koliko će taj potencijal biti ostvaren uvelike ovisi o kvaliteti kriterija, standarda i postupaka za dodjelu finansijskih i nefinansijskih podrški, kao i o organizacijskim i ljudskim resursi-

³ Sadržaj poglavlja preuzet iz Akcijskog plana za razvoj sudioničkog upravljanja u kulturi grada Šibenika. Cjeloviti Akcijski plan dostupan je internetskoj stranici mreže KREŠIMIR www.kresimir.hr

ma unutar javnih institucija nužnih za uspješno praćenje i vrednovanje ugovorenih modela podrške.

Ostvarenje ciljeva utvrđenih statutom udruga financira se prihodima iz članarina, dobrovoljnih priloga, donacija i darova, obavljanjem prihodnih djelatnosti i prihodima od imovine.

Programi i projekti od interesa za opće dobro u Republici Hrvatskoj koje provode udruge mogu se financirati iz državnog proračuna, proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, fondova Europske unije i drugih javnih izvora. Način financiranja uređen je Uredbom o kriterijima, mjerilima i postupcima financiranja i ugovaranja programa i projekata od interesa za opće dobro koje provode udruge (Narodne novine 26/2015).

Državna tijela financiraju udruge zato što pružaju usluge koje država ili lokalna zajednica nisu razvijale i to najčešće uz manje troškove, jednaku kvalitetu, uključivanje volontera i/ili zapošljavanje stručnjaka te doprinos razvoju društvenog kapitala.

Sredstva iz javnih izvora udruga može dobiti prijavom na javne pozive i natječaje za financiranje programa i projekata od interesa za opće dobro iz državnog ili lokalnih proračuna ili fondova Europske unije, prijavom na javne pozive i natječaje za institucijsku podršku radu udruga, kao i obavljanjem djelatnosti koje su posebnim zakonima definirane kao javne potrebe u određenom području (sportu, kulturi, tehničkoj kulturi, humanitarnom djelovanju i sl.). U najvažnije potencijalne izvore financiranja rada organizacija civilnog društva u kulturi na državnoj razini spadaju javni natječaji i pozivi koje raspisuju Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zaklada Kultura nova te Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske. Od fondova Europske unije za organizacije civilnog društva najizdašniji je izvor Europski socijalni fond (ESF).

Lokalni izvori financiranja za udruge u Šibeniku

Među dostupnim lokalnim izvorima financiranja za udruge u kulturi koje djeluju na području grada Šibenika valja izdvojiti javne natječaje za financiranje programa i projekata koje raspisuju Grad Šibenik, Šibensko-kninska županija, Turistička zajednica Županije šibensko-kninske, Turistička zajednica grada Šibenika, JU Nacionalni park „Krka“ i Gradska parking d. o. o.

- **Grad Šibenik: Javni natječaj za financiranje programa/projekata javnih potreba grada Šibenika⁴**

Predmet je javnog natječaja prikupljanje prijedloga programa/projekata udruga i drugih organizacija civilnog društva namijenjenih zadovoljavanju javnih potreba u područjima kulture, tehničke kulture i udruga civilnog društva grada Šibenika.⁵

Javne potrebe u kulturi, tehničkoj kulturi i znanosti grada Šibenika, za koje se sredstva osiguravaju iz proračuna Grada Šibenika, jesu kulturne djelatnosti i poslovi, akcije i manifestacije od interesa za grad Šibenik, a osobito:

- djelatnosti i poslovi ustanova kulture, udruženja i drugih organizacija u kulturi, kao i pomaganje i poticanje umjetničkog i kulturnog stvaralaštva
- akcije i manifestacije u kulturi što pridonose razvitu i promicanju kulturnog života
- investicijsko održavanje, adaptacije i prijeko potrebni zahvati na objektima kulture, sufinanciranje programskih djelatnosti udruga tehničke kulture koje su svojom djelatnošću od interesa za grad Šibenik.

- **Turistička zajednica grada Šibenika i Grad Šibenik: Javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Idemo do grada“**

Turistička zajednica grada Šibenika u suradnji s Gradom Šibenikom u veljači 2019. godine prvi je put raspisala Javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Idemo do grada“ za područje stare gradske jezgre, a odnosi se na potporu manifestacija-

4 Natječaj je detaljno opisan u poglavljju 1.3.

5 Ukupno planirana vrijednost Javnog natječaja u 2019. godini.:2 351 000 kuna, za što su sredstva osigurana u proračunu Grada Šibenika. Od toga je za programe iz područja kulture planirano 1 130 000 kuna, za područje tehničke kulture 30 000 kuna te za područje razvoja civilnog društva 1 191 000 kuna.

ma koje se organiziraju na području stare gradske jezgre isključivo u predsezoni i posezoni.

Predmet javnog poziva jest dodjela bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice grada Šibenika (dalje u tekstu: TZGŠ) za manifestacije izvan turističke sezone kao glavnog motiva dolaska turista i posjetitelja u destinaciju, a koje doprinose sljedećim ciljevima:

- razvoju turizma te valorizaciji kulturno-povijesne baštine
- podizanju kvalitete i količine kulturne i turističke ponude
- razvoju sadržaja koji omogućuju poboljšanje kvalitete turističke sezone i njezino produženje
- promociji grada Šibenika, a posebno stare gradske jezgre, u zemlji i inozemstvu
- stvaranju prepoznatljivog imidža turizma grada Šibenika.

Javni poziv za dodjelu potpora iz programa „Idemo do grada“ odnosi se isključivo na manifestacije u predsezoni, odnosno u ožujku, travnju i svibnju te posezoni, odnosno u listopadu i studenom. Javni poziv odnosi se na manifestacije koje se održavaju isključivo na području šibenske stare gradske jezgre kao definirane kulturno-povijesne celine.⁶

6 Proračunska sredstva po ovom javnom pozivu iznosila su 150 000,00 kn, a osigurali su ih Grad Šibenik i TZ grada Šibenika. Sredstva potpore odobravaju se za organizaciju i realizaciju kulturno-zabavnih manifestacija, edukativnih manifestacija i enogastronomskih manifestacija. Za sredstva potpore mogu se kandidirati pravne i fizičke osobe: trgovачka društva, obrti, sportski klubovi, kulturne i druge javne ustanove, udruge. TZGŠ može organizatoru odobriti potporu do najviše 80 % opravdanih/prihvatljivih troškova manifestacije, odnosno najviše 40 000 kn.

• **Turistička zajednica grada Šibenika: Potpore za turističke manifestacije**

Na temelju programa rada za tekuću godinu Turistička zajednica grada Šibenika u veljači objavljuje javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“. Predmet javnog poziva dodjela je bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice grada Šibenika za manifestacije od lokalnog, regionalnog, nacionalnog i/ili međunarodnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju, a koje doprinose sljedećim ciljevima:

- razvoju turizma te kulturne i povijesne baštine
- podizanju kvalitete i količine turističke ponude
- razvoju kongresnog, kulturnog, sportskog i ostalih selektivnih oblika turizma
- razvoju sadržaja koji omogućuju poboljšanje kvalitete i produženje turističke sezone
- promociji grada Šibenika u zemlji i inozemstvu
- stvaranju prepoznatljivog imidža turizma grada Šibenika.

Za sredstva potpore mogu se kandidirati pravne i fizičke osobe, i to: trgovačka društva, obrti, sportski klubovi, kulturne i druge javne ustanove, udruge.⁷

• **Šibensko-kninska županija: Javni natječaj za financiranje programa/projekata javnih potreba u kulturi⁸**

Javni natječaj raspisuje Upravni odjel za prosvjetu, znanost, kulturu i šport. Ovim javnim natječajem Šibensko-kninska županija poziva

7 U 2019. godini proračunska sredstva po ovom javnom pozivu iznosila su 550 000 kn.

8 Ukupno planirana vrijednost Javnog natječaja za programe, projekte i aktivnosti iz područja kulture i tehničke kulture Šibensko-kninske županije u 2019. godini iznosila je 1 045 000 kuna, a planirano je sufinancirati između 50 i 70 programa.

udruge i druge organizacije civilnog društva koje svoj rad temelje na potrebama šire lokalne zajednice prema načelima djelovanja za opće dobro te ispunjavaju sljedeće kriterije:

- da je područje njihovog djelovanja Šibensko-kninska županija
- da provode programe kojima zadovoljavaju javne potrebe iz područja kulture i tehničke kulture te su od interesa za županiju, da pridonose razvitu i općem napretku županije te promiču njezin položaj i ugled
- da pridonose rješavanju problema koji su važni za lokalnu zajednicu
- program mora biti besplatan za korisnike te mora obuhvaćati osobe s prebivalištem na području Šibensko-kninske županije (civilni sektor)
- program mora biti osmišljen

**• Turistička zajednica Šibensko-kninske županije:
Javni poziv za kandidiranje prema programu
"Potpore događanjima"**

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije početkom svake godine objavljuje Javni poziv za kandidiranje prema programu "Potpore događanjima" u tekućoj godini. Predmet javnog poziva jest dodjela bespovratnih novčanih sredstava za organizaciju događanja na području Šibensko-kninske županije kao motiva dolazaka turista u destinaciju, stvaranja dodatne ponude, poglavito u predsezoni i posezoni. Za sredstva potpore mogu se kandidirati pravne i fizičke osobe, i to: trgovачka društva, obrti, javne ustanove, turističke zajednice i udruge.

- **JU „NP Krka“: Javni natječaj za financiranje projekata i programa udruga**

Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ svake godine raspisuje Javni natječaj za financiranje projekata i programa udruga iz proračuna JU „NP Krka“. Ovim natječajem Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ poziva sve udruge koje ispunjavaju uvjete za prijavu na javni natječaj, a kojima je za realizaciju projekata potrebna finansijska pomoć, da svoje projekte prijave i dostave potrebnu dokumentaciju. Pravo prijave na natječaj imaju udruge čije su aktivnosti usmjerene na opću dobrobit i poboljšanje kvalitete života društvene zajednice, a kojima je za realizaciju projekata potrebna finansijska pomoć.⁹

- **Gradski parking d.o.o.: Natječaj za donacije i sponsorstva**

Gradski parking d. o. o. komunalno je poduzeće u 100 %-tnom vlasništvu Grada Šibenika koje se bavi uređenjem prometa u mirovanju, kolodvorskim djelatnostima, održavanjem brodske linije na relaciji Krapanj - Brodarica, održavanjem pauk-službe i prijevozom robe u staroj gradskoj jezgri. Kako bi poticali projekte i aktivnosti u lokalnoj zajednici, formirali su fond sredstava iz kojeg financiraju projekte usmjerene na dobrobit lokalne zajednice, čiji je cilj podizanje razine kvalitete života u Šibeniku te promocija grada Šibenika u Hrvatskoj. Radi transparentnosti i davanja prilike svim organizacijama koji žele aplicirati za podršku Gradskog parkingu d. o. o., sponsorstva i donacije dodjeljuju jednom godišnje putem javnog poziva.

Gradski parking d. o. o. financira projekte i programe iz područja:

- Mladi - sportske aktivnost djece i mladih, odnosno za djecu i mlade; kulturno-umjetničke aktivnosti djece i mladih, odnosno za djecu i mlade, organizacija izvannastavnih i izvanškolskih aktivnosti.

⁹ Najmanji iznos traženih sredstava za financiranje pojedinog programa/projekta iznosi 2 000,00 kn, a najveći 15 000,00 kn.

- Umjetnost i kulturna baština - promocija hrvatske kulture, aktivnosti očuvanja nacionalne i lokalne kulturne baštine, glazbene, scenske i likovne aktivnosti.
- Humanitarno djelovanje - odgojno-obrazovni rad s djecom i mladima s posebnim potrebama.

Preporuke za daljnje čitanje/informiranje:

Europski socijalni fond: <http://www.esf.hr>

*Ministarstvo kulture Republike Hrvatske:
<https://www.min-kulture.hr/default.aspx>*

Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske: <https://udruge.gov.hr/>

*Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva:
<https://zaklada.civilnodrustvo.hr/>*

Zaklada Kultura nova: <https://kulturanova.hr/>

1.3. Grad Šibenik i financiranje civilnog sektora u kulturi¹⁰

Suradnja Grada Šibenika s udrugama u kulturi ogleda se u različitim oblicima finansijske i nefinansijske podrške koju Grad pruža projektima i programima od interesa za javno dobro. Takva suradnja ima velik potencijal za generiranje brojnih pozitivnih promjena, a koliko će se taj potencijal ostvariti, uvelike ovisi o kvaliteti kriterija, standarda i postupaka za dodjelu finansijskih i nefinansijskih podrški. S obzirom na sve veća izdvajanja te sve naglašenije zahtjeve za transparentnošću i odgovornošću pri trošenju sredstava poreznih obveznika, Grad Šibenik želi izbjegći neujednačen standard postupanja i mogućnosti zlouporaba u korištenju sredstava iz javnih izvora namijenjenih programima i projektima od interesa za opće dobro. Stoga se pri praćenju i vrednovanju programa i projekata prijavljenih na javni natječaj Grad Šibenik pridržava Zakona o udrugama i Uredbe o kriterijima, mjerilima i postupcima financiranja i ugovaranja programa i projekata od interesa za opće dobro koje provode udruge.

Finansijski resursi

Grad Šibenik sredstva planira u proračunu, odnosno finansijskom planu za narednu kalendarsku godinu. Svaka dodjela finansijskih sredstava utemeljena je na procjeni postojećeg stanja u pojedinom području društvenog djelovanja te je osmišljena tako da odgovara na razvojne potrebe zajednice kojoj su sredstva usmjerena. Okvirni iznos za financiranje planira se na temelju procjene prioritetnih potreba. U 2019. godini u proračunu Grada Šibenika za finansijsku podršku udrugama bilo je planirano 2 351 000 kuna, od čega je za udruge u kulturi planirano 1 130 000 kuna, za područje tehničke kulture 30 000 kuna te za područje razvoja civilnog društva 1 191 000 kuna.

¹⁰ Tekst poglavlja pripremio partner Grad Šibenik na temelju sadržaja radionice Suradnja Grada Šibenika s civilnim sektorom u kulturi. Prezentacija s radionice dostupna je na internetskoj stranici mreže KREŠIMIR www.kresimir.hr.

Raspisivanje javnog natječaja

Javni natječaj za financiranje programa i projekata javnih potreba Grad Šibenik provodi putem nadležne ustrojstvene jedinice Upravnog odjela za društvene djelatnosti. Tekst javnog natječaja sadrži osnovne podatke o području koje će se financirati, prihvatljivim prijaviteljima, finansijskim sredstvima koja se mogu dodijeliti na temelju javnog natječaja, rokovima i načinu prijave te o mjestu na kojem su dostupne upute za prijavitelje, obrasci za prijavu i ostala natječajna dokumentacija. Natječaj se objavljuje na internetskoj stranici Grada Šibenika i Ureda za udruge, a može se objaviti i u javnim glasilima, publikacijama i na drugi pogodan način. Natječaj za podnošenje prijava programa i/ili projekta mora biti otvoren najmanje trideset dana od dana objave natječaja.

Natječajna dokumentacija

Temeljni je dokument natječaja Pravilnik o financiranju javnih potreba Grada Šibenika i donosi ga čelnik davatelja finansijskih sredstava. Iz pravilnika razvidne su važnost i potreba suradnje s udrugama, ciljevi i rezultati koji se žele postići financiranjem programa i/ili projekata te u skladu s tim vrste aktivnosti koja će se financirati, prihvatljive organizacije koje se mogu prijaviti, kriteriji za procjenu i ostali elementi postupka dodjele finansijskih sredstava te očekivani rezultati koji se žele postići financiranjem programa i/ili projekata od interesa za opće dobro koje provode udruge u određenom području. Temeljni dokument daje osnovne informacije o natječaju kako bi potencijalni prijavitelji mogli u njemu prepoznati mogućnost financiranja određenih aktivnosti.

Upute za prijavitelje detaljno objašnjavaju ciljeve i uvjete natječaja, način prijavljivanja i postupak provedbe natječaja. U njima se daje cje-lovit prikaz svrhe koja se želi postići natječajem kako bi se potencijalni prijavitelji mogli upoznati s namjerom davatelja finansijskih sredstava, ali i kako bi davatelj finansijskih sredstava na jednome mjestu mogao strukturirati informacije o promjeni koju financiranjem udruga želi postići u društvu ili lokalnoj zajednici.

Program/projekt prijavljuju se za financiranje Gradu Šibeniku na propisanim obrascima koji su sastavni dio Uputa za prijavitelje:

1. obrazac opisa programa/projekta (Obrazac B1)¹¹
2. obrazac finansijskog plana programa (Obrazac B2)
3. obrazac izjave o nepostojanju dvostrukog financiranja (Obrazac B3)
4. obrazac za ocjenu kvalitete programa/projekta (Obrazac B10)
5. obrazac opisnog izvještaja programa/projekta (Obrazac C2)
6. obrazac finansijskog izvještaja programa/projekta (Obrazac C3).

Rokovi za provedbu natječaja

Ocenjivanje prijavljenih programa ili projekata, donošenje odluke o financiranju programa ili projekata i vrijeme potpisivanja ugovora s udružama čiji su programi i/ili projekti prihvaćeni za financiranje mora biti dovršeno u roku od 120 dana, računajući od zadnjeg dana roka za dostavu prijava programa ili projekta, osim ako se ne radi o javnom natječaju koji se provodi u dvije ili više razina procjene te ako posebnim propisom nisu određeni duži rokovi.

Povjerenstvo za provjeru ispunjavanja propisanih uvjeta natječaja

Povjerenstvo za provjeru ispunjavanja administrativnih uvjeta natječaja osniva se odlukom gradonačelnika Grada Šibenika, a poželjno je da se odluka doneće prije isteka roka prijave na natječaj. Po donošenju Odluke o osnutku Povjerenstva potrebno je izraditi poslovnik kojim se uređuje način obavljanja zadataka, prava i obveze članova povjeren-

11 Primjer ispunjenog Obrasca donosimo na kraju Poglavlja.

stva, način donošenja odluka i druga pitanja. Poslovnikom se uređuje i obveza članova da ne iznose u javnost podatke internog karaktera. Članovi Povjerenstva za provjeru ispunjavanja administrativnih uvjeta obično su službenici Grada Šibenika. Članovi Povjerenstva za provjeru ispunjavanja propisanih uvjeta natječaja obvezni su potpisati Izjavu o nepristranosti i povjerljivosti kojom se obvezuju kako će pri obavljanju svojih zadataka postupati povjerljivo, nepristrano i u skladu s načelom izbjegavanja sukoba interesa.

Povjerenstvo za administrativnu provjeru provjerava ispunjava-nje propisanih uvjeta natječaja te utvrđuje:

- je li prijava dostavljena na pravi natječaj ili javni poziv i u zadanoime roku
- jesu li svi obvezni obrasci dostavljeni, potpisani i ovjereni
- je li dostavljena sva obvezna popratna dokumentacija
- je li zatraženi iznos sredstava unutar finansijskih pragova postavljenih u natječaju
- jesu li prijavitelj i partnerske organizacije (ako je primjenjivo) prihvatljivi u skladu s uputama za prijavitelje
- je li lokacija provedbe projekta prihvatljiva (ako je primjenjiva na uvjete natječaja ili javnog poziva)
- jesu li predložene aktivnosti prihvatljive (ako su primjenjive na uvjete natječaja ili javnog poziva)
- te provjerava ispunjavanje drugih propisanih uvjeta natječaja.

Povjerenstvo za stručno ocjenjivanje prijava

Povjerenstvo za stručno ocjenjivanje prijava nezavisno je stručno ocjenjivačko tijelo koje osniva te imenuje njegove članove davatelj finansijskih sredstava, tj. Grad Šibenik. Grad Šibenik mora voditi računa o stručnosti članova Povjerenstva, njihovom poznavanju dje-lovanja udrug u području kulture, nepristranosti i spremnosti za

stručno i objektivno ocjenjivanje.

Povjerenstvo za ocjenjivanje radi na temelju Poslovnika koji svi članovi prihvaćaju potpisivanjem izjave o prihvaćanju. Osim toga, članovi Povjerenstva za ocjenjivanje prijavljenih programa i/ili projekata obvezni su potpisati Izjavu o nepristranosti i povjerljivosti. Izjava se potpisuje nakon što su svi članovi upoznati s popisom udrug koje su uspješno prošle fazu provjere ispunjavanja propisanih uvjeta nječaja (administrativna provjera).

Kriteriji za procjenu projekata ili programa:

- 1) Procjena institucijske sposobnosti prijavitelja**
 - Ima li prijavitelj dovoljno iskustva i stručnog kapaciteta za provedbu planiranih aktivnosti, programa/projekata?
 - Imaju li partnerske organizacije dovoljno stručnog iskustva i kapaciteta za provedbu planiranih aktivnosti?
 - Postoji li jasna struktura upravljanja programom /projektom, je li jasno definiran projektni tim i obveze njegovih članova?
- 2) Procjena relevantnosti programa/ projekta**
Procjenjuje se:
 - kvaliteta i sadržajna inovativnost ponuđenog programa u odnosu na isto događanje prethodnih godina i/ili u odnosu na kontekst
 - važnost programa za očuvanje kulturne baštine i kulturnog identiteta grada Šibenika
 - interdisciplinarnost programa
 - ostvarena partnerstva, koprodukcije i umrežavanja - otvorenost u smislu ostvarivanja nacionalnih i međunarodnih suradnja, prepoznatljivost na nacionalnoj i međunarodnoj razini

- ekonomičnost i dugoročnost programa
- podrška jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u ostvarivanju programa
- pridonosi li program/projekt i u kojoj mjeri rješavanju problema korisnika
- koriste li se javni prostori u izvedbi programa
- je li razrađen marketinški plan, postoje li internetske/FB/IG stranice koje obavještavaju o programu vjerodostojno i kontinuirano.

3) Procjena proračuna (troškova)

- Jesu li troškovi programa /projekta realni u odnosu na određene rezultate i predviđeno vrijeme trajanja?
- Jesu li troškovi projekta usklađeni s planiranim aktivnostima?
- Postoji li financijska potpora iz drugih izvora?

4) Prednosti u financiranju

- višegodišnje iskustvo provedbe programa/projekta u područjima za koja su registrirani
- neposredan rad s korisnicima te jesu li oni uključeni u razvoj i
- praćenje programa
- suradnja s ostalim udrugama, institucijama i ostalim partnerima
- razvoj međunarodne suradnje.

Objava rezultata javnog natječaja

Nakon donošenja Odluke o dodjeli financijskih sredstava rezultati natječaja objavljaju se na isti način i na istom mjestu na kojem je natječaj bio objavljen. Rezultati natječaja objavljaju se s podacima o udrugama, programima/projektima kojima su odobrena financijska sredstva i s odobrenim iznosima. Nakon zaprimanja i registracije

projektnih prijava i administrativne provjere te ocjenjivanja prijava i izrade Odluke o dodjeli finansijskih sredstava, udruge o ishodu moraju biti pisano obaviještene.

Davatelj finansijskih sredstava obvezan je u roku od osam radnih dana od dana donošenja Odluke o dodjeli finansijskih sredstava pisanim putem obavijestiti udruge čiji programi odnosno projekti nisu prihvaćeni za financiranje o razlozima nefinanciranja njihova programa ili projekta uz navođenje ostvarenog broja bodova po pojedinim kategorijama ocjenjivanja i obrazloženja iz opisnog dijela ocjene ocjenjivanog programa ili projekta.

Udruge čije prijave nisu prihvaćene za financiranje mogu podnijeti prigovor u određenom roku, ne kraćem od osam dana. Prigovori se podnose Upravnom odjelu za društvene djelatnosti Grada Šibenika, u pisanim oblicima, u roku od osam dana od dana pisane obavijesti o rezultatima Javnog natječaja.

Sklapanje ugovora i praćenje provedbe projekta

Ugovaranje je završni korak u postupku kojim se dodjeljuju sredstva za financiranje provedbe programa ili projekata od interesa za opće dobro. Ugovorom se određuju ugovorne strane, naziv programa ili projekta, iznos financiranja, rokovi provedbe, model plaćanja i ostale specifičnosti ugovora, ovisno o samom natječaju.

Praćenje programa ili projekta sastavni je dio djelotvornog upravljanja programom ili projektom u kojem suradnički sudjeluju i korisnik i davatelj finansijskih sredstava. Praćenje je skup zadataka koji se provodi radi mjerjenja napretka u provedbi programa ili projekta te ostvarivanja rezultata i postizanja ciljeva prema vremenskom rasporedu i u okviru dodijeljenih sredstava. Svrha mu je uočavanje pozitivnih tendencija i problema koji se pojavljuju tijekom same provedbe programa ili projekta te omogućavanje odgovornim osobama pravodobnu reakciju na njih, odnosno pozitivan utjecaj na provedbu programa ili projekta.

Praćenjem programa ili projekta pridonosi se sprečavanju nena-mjenskog korištenja financijskih sredstava osiguranih iz javnih izvo-ra, ali i nemajenskog korištenja nefinancijske podrške u pravima, pokretninama i nekretninama, a u skladu s odobrenim programom ili projektom i ugovorom sklopljenim između davnatelja financijskih sredstava i korisnika.

Praćenje uključuje:

1. provjeru da se aktivnosti odvijaju u skladu s vremenskim planom
2. provjeru da se neposredni rezultati (outputi) postižu, i to u predviđenoj količini i s predviđenom razinom kvalitete
3. provjeru da se financijska sredstva koriste predviđenom dinamikom i osiguravanje dostatnog novčanog toka za provedbu
4. praćenje postignuća rezultata i ciljeva natječaja ostvarenjem zadanih pokazatelja (indikatora)
5. prognoziranje korištenja sredstava te isplate sredstava korisnicima.

Grad Šibenik prati provedbu programa ili projekta provjeravajući opisne i financijske izveštaje koje mu dostavlja korisnik te provje-ravajući na licu mjesta odnosno pri terenskim posjetima. Svrha je terenskog posjeta da u razgovoru s projektnim timom i partnerima Grad Šibenik dobije uvid u status programa ili projekta, uključujući i način na koji se program ili projekt vodi i administrira, ali i da, kao onaj koji je u konačnici odgovoran za svrhovito i namjensko korište-nje javnih sredstava, utvrdi preporuke za uspješniju daljnju provedbu i praćenje projekta.

Terenski posjeti obvezni su za sve programe i projekte čije je raz-doblje provedbe najmanje godinu dana i čija vrijednost premašuje 100.000 kuna. Za višegodišnje programe i projekte preporučuje se

terenski posjet obaviti jednom u svakoj godini provedbe. Posjeti i kontrole programu ili projektu uvijek se pisano najavljuju kako bi korisnik imao vremena provjeriti dokumentaciju, dogovoriti se s partnerima i ciljanom skupinom da se pridruže posjetu i osigurati prisutnost ključnih djelatnika i suradnika tijekom posjeta.

Izvještavanje o provedbi programa/projekta

Korisnik je Gradu Šibeniku kao davatelju finansijskih sredstava dužan dostaviti svu dokumentaciju ili podatke koji mogu biti korisni pri praćenju ili vrednovanju, što se uređuje ugovorom.

Izvještaji o provedbi programa/projekta¹² sastoje se opisnog i finansijskog izvještaja projekta. Obrasci opisnog i finansijskog izvještaja sastavni su dio natječajne dokumentacije. Uz finansijski izvještaj korisnik prilaže i dodatnu dokumentaciju kako bi se dokazali nastali, ostvareni i plaćeni troškovi (računi, ugovori, izvodi, putni nalozi i slično). Sastavni je dio finansijskog izvještaja i popis ostvarenih iznosa i izvora financiranja te udio u ukupnom iznosu sufinanciranja programa ili projekta.

Pregledom finansijskog izvještaja davatelj finansijskih sredstava utvrđuje jesu li svi nastali troškovi prihvatljivi i postoji li za njih odgovarajuća dokumentacija. Neprihvatljivi troškovi i troškovi bez odgovarajuće popratne dokumentacije neće biti priznati, o čemu se korisnika obavještava pisanim putem.

Preporuke za daljnje čitanje/informiranje:

Grad Šibenik - Upravni odjel za društvene djelatnosti: <http://www.sibenik.hr/>

12 Primjer izvješća o provedenom projektu donosimo na kraju Poglavlja.

Primjer 1 . Obrazac opisa programa/projekta (Obrazac B1)



OBRAZAC B1

GRAD ŠIBENIK

Javni natječaj za financiranje programa/projekata
javnih potreba Grada Šibenika za 2019.

OBRAZAC OPISA PROGRAMA za predlaganje programa/projekata javnih potreba grada Šibenika za 2019. godinu

Naziv udruge (popunjava podnositelj prijave)	
Šibenska udruga mladih Š.U.M. (IZVJEŠĆE ZA 2018. PREDANO SUKLADNO UPUTI IZ UGOVORA ZA 2018. RANIJE)	
Prioritetno područje (označiti sa X)	
KULTURA (kulturne akcije i manifestacije u svim djelatnostima, zaštita kulturne baštine, kulturno-umjetnički amaterizam, vizualna umjetnost, književne manifestacije, likovna umjetnost, glazbena umjetnost, kazališno-scenska i plesna umjetnost, programi koji potiču kulturu mladih i alternativnu kulturu i međunarodna kulturna suradnja)	
TEHNIČKA KULTURA I INFORMATIKA (projekti i programi udruga iz područja tehničke kulture i znanosti)	
RAZVOJ CIVILNOG DRUŠTVA (obuhvaća vannastavne programe i aktivnosti u područjima odgoja i obrazovanja, programe i projekte usmjerenih na osnaživanje djece i mladih za vlastiti razvoj i aktivno djelovanje u društvu, programi s područja socijalne skrbi i humanitarne zaštite, skrbi o osobama s invaliditetom, programi i projekti udruga proizašlih iz Domovinskog rata, umirovljenica i osoba treće životne dobi, programi zaštite zdravlja, te programi ostalih udruga i organizacija civilnog društva koje svojim aktivnostima promiču opće vrijednosti od interesa za Grad Šibenik).	x

Datum Javnog natječaja:
22. siječnja 2019.godine

Rok za dostavu prijava na Javni natječaj:

22. veljače 2019.godine

**Molimo Vas da prije ispunjavanja Obrasca pažljivo pročitate Upute za prijavitelje
Molimo da obrazac popunite korištenjem računala**

Naziv programa/projekta: AKTIV – aktivno, kreativno, tolerantno i vidljivo

I. OPĆI PODACI O PRIJAVITELJU PROGRAMA/PROJEKTA	
OSNOVNI PODACI O UDRUZI – PRIJAVITELJU PROGRAMA/PROJEKTA	
1. Naziv udruge	Šibenska udruga mladih
2. Adresa (<i>ulica i broj</i>)	Prilaz tvornici 41
3. Poštanski broj i sjedište	22000 Šibenik
4. Ime i prezime osobe ovlaštene za zastupanje, adresa e-pošte i dužnost koju obavlja (<i>npr. predsjednica</i>)	Maja Šintić, Predsjednica, sibenska.udruga.mladih@gmail.com
5. Telefon	
6. Mobitel	0989555029
7. Adresa e-pošte	sibenska.udruga.mladih@gmail.com
8. Internetska stranica	www.sibenskaudrugamladih.hr
9. Godina osnutka	2009.
10. Registrirana pri (<i>naziv registracijskog tijela</i>)	Ured državne uprave Šibensko kninske Županije
11. Broj žiro-računa i naziv banke (IBAN)	HR8624110061120001570
12. OIB (<i>osobni identifikacijski broj</i>)	92818266521
13. RNO (<i>broj u Registru neprofitnih organizacija</i>)	0183904
14. Ciljevi osnivanja, sukladno Statutu	Cilj Udruge je educirati i poticati vještine mladih za aktivno sudjelovanje u društvenim procesima, stvaranje kvalitetnih uvjeta za život mladih (politike za mlade), te stvaranje prostora za razvoj kreativnosti i socijalnih potencijala mladih.
15. Svrha i područje djelovanja	2. DEMOKRATSKA POLITIČKA KULTURA 6. KULTURA I UMJETNOST 7. LJUDSKA PRAVA 8. MEDUNARODNA SURADNJA 9. OBRAZOVANJE, ZNANOST I ISTRAŽIVANJE 11. SOCIJALNA DJELATNOST 15. ZAŠTITA OKOLIŠA I PRIRODE
16. Djelatnost(i) udruge, sukladno Statutu	Raditi na poboljšanju kvalitete života i zaštite mladih kroz suradnju s lokalnim tijelima i odgojno obrazovnim ustanovama; poticanje volonterskih aktivnosti i organiziranje volontiranja; poticanje cijeloživotnog učenja kroz organizaciju aktivnosti usmjerenih na razvoj vještina mladih; pružanje stručne pomoći i podrške mladima; organiziranje stručnih rasprava i predavanja o problemima mladih,

	posebno njihovog položaja u društvu; jačanje socijalne kompetencije mladih osmišljavanjem edukativnih radionica, tribina, seminara; jačanje kreativnih kompetencija mladih osmišljavanjem njihovog slobodnog vremena kroz organizaciju radionica, izložbi, koncerata, seminaru; organiziranje i održavanje seminara, predavanja, radionica, edukacija sadržaja i tema vezanih za rad s mladima; poticanje mladih na razvijanje svijesti o potrebi adekvatne skrbi o životinjama; bolje iskorištenje ljudskih potencijala kroz okupljanje i razmjenu znanja i iskustava članova; ostvarivanje suradnje s drugim udružama mladih u Republici Hrvatskoj i inozemstvu; obavlja i druge aktivnosti sukladno Zakonu koje doprinose ostvarivanju ciljeva osnivanja utvrđenih ovim Statutom.			
17. Ukupan broj (<i>upisati broj</i>) od toga (<i>upisati broj</i>)	članova	52		
18. Broj osoba koje volontiraju	gradana	52	pravnih osoba	
19. Broj zaposlenih na dan prijave programa, projekta ili aktivnosti (<i>upisati broj</i>)	na određeno	1	na neodređeno	
20. Podaci o prostoru u kojem udruža djeluje	a) vlastiti prostor (<i>upisati veličinu u m²</i>)			
	b) iznajmljeni prostor (<i>upisati veličinu u m²</i>)			
	c) prostor općine/grada/županije/RH (<i>upisati veličinu u m² i iznos mjesečnog najma</i>)			20M2, 0 HRK

II. OPĆI PODACI O PROGRAMU

1. Naziv programa/projekta
AKTIV – aktivno, kreativno, tolerantno i vidljivo
2. Sažetak programa/projekta (ukratko predstavite osnovne informacije o programu/projektu u najviše 30 riječi)
Program AKTIV mladima grada Šibenika nudi različite radionice, predavanja i aktivnosti usmjerene na njihovo aktivno i kreativno provođenje slobodnog vremena, razvoj vještina i tolerancije
3. Ime i prezime osobe odgovorne za provedbu programa
Maja Šintić
4. Ime i prezime stručnog voditelja/autora programa
Maja Šintić
5. Broj volontera koji sudjeluju u provedbi programa?
6
6. Koji su korisnici obuhvaćeni projektom (spol, dob, mjesto odakle su korisnici, njihove potrebe i druge)

eventualne posebnosti) i broj očekivanih korisnika obuhvaćenih projektom.
<ol style="list-style-type: none"> Mladi opće populacije u dobi od 15 – 25 godina aktivnostima sudjelovanja u predavanjima o volontiranju, angažmanu mladih u civilnom društvu i sudjelovanju u organiziranim aktivnostima koje nude Udruge s područja grada Šibenika, njih 300 (150M/150Ž) kroz predavanja koja ŠUM izvodi u srednjim školama i na Veleučilištu u Šibeniku, radi se o mladima s područja RH. Potrebno ih je informirati o mogućnostima u zajednici kako bi bili spremni aktivno se uključiti. Mladi roditelji u dobi od 20-29 godina – njih 50 kroz aktivnosti druženja mladih roditelja u dnevnom boravku Narančaste zgrade i radionica za unapređenje roditeljskih vještina mladih roditelja, (40Ž/10M), budući da su mladi roditelji u prvoj godini života djeteta često isključeni iz društva zbog roditeljskih obaveza i promjene u kojoj se nađu druženja su dobar način povezivanja roditelja u novoj ulozi i mjesto gdje mogu razvijati vještine i razmjenjivati iskustva. Mladi u dobi od 18 – 29 godina korisnici radioničkog programa, njih 100 (80Ž/20M), koji sudjeluju na radionicama za unapređenje kreativnih vještina (acro yoga, kreativna radionica, glazbena radionica, radionica šivanja, street art radionica, slack line radionica, eko radionica). Mladi opće populacije u dobi od 15-29 godina (50%M/50%Ž), njih cca 1000 obuhvaćeno informiranjem mladih o mogućnostima u zajednici putem web stranice Udruge i društvenih mreža te medijskim priopćenjima
7. Utjecaj projekta na korisnike?
Projekt će utjecati na razvoj kreativnih i aktivističkih vještina korisnika, razvijati će i njegovati osjećaj za demokraciju i toleranciju među različitim mladim osobama, poboljšati će suradnju između Ustanova i Udruga kroz suradnju na realizaciji projekata, unaprjediti će vidljivost mladih kao skupine u Gradu.
8. Provodi li se program/projekt u partnerstvu? (U slučaju potvrdnog odgovora, odgovoriti na pitanje 9.)
Da, Š.U.M. će surađivati s udružama stanašima Narančaste zgrade u realizaciji projekta (Udrugom Ardura u realizaciji druženja za mlade roditelje, Mladima EU na aktivnostima provedbe predavanja u srednjim školama, udružama u kulturi na realizaciji audio-vizualne radionice).
9. Opišite ulogu/doprinos partnerske organizacije u provedbi programa/projekta.
Udruga Ardura okuplja stručnjake iz područja psihologije, pedagogije socijalnog rada te će u sklopu druženja roditelja održati povremeno predavanje o odgoju Udruga Mladi u EU već niz godina organizira predavanja u srednjim školama u suradnji s Šibenskom udružom mladih kako bi ih se što učinkovitije informiralo o radu udruga mladih. Druge udruge u kulturi – Prixa, Ratcat, P.A.R.K. i Oksid surađuju s Šibenskom udružom mladih na realizaciji dogadanja u prostoru Noćnog boravka na Polukatu Narančaste zgrade i realizaciji audio-vizualnih radionica ŠUM-a
10. Je li se partnerstvo uspješno održalo i na koji način? Kako vidite nastavak partnerstva u narednom razdoblju? Trebate li uvesti neke promjene (primjerice češće sastanke, jasnije definirane oblike suradnje ili drugo?)
Partnerstvo se s navedenim organizacijama uspješno održava dugi niz godina, posebice od zajedničkog useljenja u prostor Narančaste zgrade na Banju. Organizacije trajno surađuju u realizaciji zajedničkih projekata (Klub mladih Enter, AKTIV, Noćni boravak).
11. Navedite je li tijekom provedbe projekta ostvarena suradnja i podrška s drugim jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave, nacionalnih i/ili međunarodnih vladinih i nevladinih organizacija u ostvarivanju programa?
Ne
12. Broj osoba koje primaju naknadu po ugovorima o djelu, autorskim i studentskim ugovorima iz

sredstava programa
0
13. Detaljan opis prijavljenog programa (osnovna koncepcija, sadržaj, način provedbe, sudionici, ciljevi)
Projektu AKTIV svrha je unaprijediti uključenost mladih osoba na području grada Šibenika u aktivnosti provedbe predavanja, radionica i aktivnosti informiranja mladih o suvremenim društvenim problemima, potrebama zajednice i mogućnostima demokratske participacije mladih u zajednici. Cilj projekta je razviti kreativne, demokratske i aktivističke potencijale mladih u zajednici. Specifični ciljevi projekta su:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Razviti sklonost mladih prema volontiranju i organizaciji javnih akcija 2. Razviti kreativne vještine mladih 3. Razviti roditeljske vještine mladih za demokratski odgoj 4. Informirati mlade o mogućnostima demokratske participacije u zajednici 5. Informirati mlade o ekologiji
Cilj i specifični ciljevi projekta ostvaruju se provedenom aktivnosti:
A1 – 4 predavanja za mlade u srednjim školama grada Šibenika i na Veleučilištu u Šibeniku i Studiju energetske učinkovitosti. Aktivnošću će se obuhvatiti 300 mladih osoba u sklopu srednjoškolskog i visokoškolskog sustava obrazovanja koje će članovice Š.U.M.-a informirati o mogućnostima volontiranja u zajednici, statusu mladih u zajednici i važnosti uključivanja mladih u rad Udruga te zagovaranja vlastitih potreba kroz demokratske modele pregovaranja i suradnje s lokalnom samoupravom, ali i mogućnosti koje im se nude kroz europske platforme strateškog dijaloga s mladima. Predavanje će se održati: Svibanj/Lipanj 2019., Rujan/Listopad 2019.
A2 – organizacija kreativne radionice, organizacija radionice šivanja za mlade roditelje, organizacija ekološke radionice i acro yoga radionice. Kroz navedene radionice unaprijedit će se vještine kod 100 mladih osoba sudionika/ca radionicikog programa. Mladi će razvijati kreativne vještine kroz slikanje i izradu rukotvorina, vještine šivanja upotrebom recikliranih materijala kroz radionicu šivanja, ali prilagođenu za art&craft projekte za najmlade te će koristiti reciklažu za upcycling art projekt u sklopu ekološke radionice kao i razvijanje tjelesnih vještina putem acro yoga radionice. Kreativna radionica: Rujan/Listopad 2019. Šivanje za mlade roditelje: Rujan/listopad 2019. Eko radionica: Svibanj/Lipanj 2019. Acro yoga: kontinuirano tokom 2019.
A3 – organizacija druženja mladih roditelja. Š.U.M. će organizirati jednom mjesečno u prostoru Narančaste zgrade druženje mladih roditelja na neku od pedagojičkih ili psihologičkih tema ranog odgoja, poticanja ranog stvaralaštva i odgoj za demokraciju. Druženja će voditi stručnjakinje udruge Ardura, a aktivnošću će se obuhvatiti 50 mladih roditelja s područja grada Šibenika. Vrijeme provedbe: Kontinuirano tokom 2019.
A4 – Informiranje mladih osoba (N=1000) o mogućnostima demokratske participacije u zajednici, prilikama za obrazovanje i rad, prilikama za osposobljavanje i unaprjeđenje znanja i vještina te poticanje volonterskih i ekoloških aktivnosti i akcija putem web stranice, društvenih mreža i kroz zagovračku kampanju. Š.U.M. će objavljivati redovito informacije iz navedenih područja putem svojih mrežnih stranica, preko društvenih mreža i kroz zagovaranje svojih projektnih aktivnosti u medijima čime će se povećati informiranost mladih o demokratskoj participaciji te ekološkoj svijesti. Vrijeme provedbe: Kontinuirano tokom 2019.

14. Mjesto i vrijeme održavanja programa
Grad Šibenik, kontinuirano tokom 2019.
15. Ima li program tradiciju održavanja na području Grada Šibenika i je li nastavak aktivnosti iz ranijih godina? (<i>obrazložite</i>)
Da, Š.U.M. ovaj program uz redovito prilagođavanje potrebama korisnika i zajednice održava kontinuirano od 2009. godine.
16. Hoće li se program nastaviti i u narednim godinama i kako? (<i>obrazložite</i>)
Da, ovaj program će se nastaviti i narednih godina. Š.U.M. svake godine ispituje potrebe korisnika putem evaluacijskih upitnika nakon čega sadržaj programa prilagođava potrebama korisnika.
17. Navedite očekivane rezultate programa
a) za Vašu organizaciju Šibenska udruga mladih putem ovog projekta održati će redoviti godišnji program za mlade čime će: <ul style="list-style-type: none"> - 300 mladih osoba biti informirano i obuhvaćeno zagovaranjem volontiranja i sudjelovanja aktivno u zajednici - 100 mladih osoba sudjelovat će u radioničkom programu i poboljšati vještine - 50 mladih roditelja sudjelovat će u aktivnostima unaprijeđenje roditeljskih vještina - 1000 mladih osoba biti će informirano o mogućnostima za mlade i aktivnom sudjelovanju mladih u demokratskom odlučivanju u zajednici
b) za šиру javnost Grada Šibenika Šira javnost biti će informirana o potrebama mladih, potrebi za aktivnim uključivanjem mladih u život zajednice te potencijalima mladih osoba i njihovih aktivnosti u zajednici.
18. Ukoliko planirate provoditi program/projekt i nakon isteka finansijske potpore Grada Šibenika, na koji način ćete osigurati njegovu održivost?
Ponovnim apliciranjem projekta na natječaj Grada Šibenika u 2020. godini, ali i kroz sponzorstva privatnih subjekata s područja ŠKŽ.
19. Na koji način će javnost biti obaviještena o programu/projektu, njegovim korisnicima i rezultatima? (publikacije, reklame, javno oglašavanje, web stranica, facebook i sl.)
U sklopu projekta predviđena je aktivnost informiranja javnosti putem web stranice, društvenih mreža, organizacijom predavanja i predstavljanja rada udruge kao i tiskanjem letaka, plakata projekta i sudjelovanjem u javnosti putem objava u medijima. Realizirat će se; <ul style="list-style-type: none"> - 20 objava na web stranici Š.U.M.-a - 5 objava na stranicama partnera - 5 objava na stranicama Grada Šibenika - 50 objava na društvenim mrežama (FB, IG) - 30 objava u medijima - 150 letaka - 20 plakata

U Šibeniku, 22.2. 2019.

Osoba ovlaštena za zastupanje

MP

Primjer 2.: Izvještaji o provedbi programa/projekta



Šibenska udruga mladih Š.U.M.

Prilaz tvornici 41

22000 Šibenik

OIB: 92818266521/MB 02530945/HR8624110061120001570 Jadranška banka

Godišnje izvješće za 2017. godinu

NAZIV PODNOSITELJA IZVJEŠĆA	ŠIBENSKA UDRUGA MLADIH Š.U.M.
SJEDIŠTE	PRILAZ TVORNICI 41
OIB	92818266521
RNO	0183904
REGISTARSKI BROJ	15000949
MB	02530945

Šibenska udruga mladih Š.U.M. u 2017. Godini provela je projekt „Kopča“ koji je Grad Šibenik sufinancirao iznosom od 4000,00 kn (Ugovor o donaciji, KLASA: 402-01/17-01/109, URBROJ: 2182/01-05/17-2 od 5.4.2017.) s ciljem uključenja mladih u organizaciju društvenih događanja i povećanje vidljivosti mladih u ukupnom društvenom životu grada. Š.U.M. je kao partner udruzi Mladi u EU provodio program „Klub mladih ENTER“. Prijavljena su dva projekta na natječaje Ministarstva demografije, obitelji, mladih i socijalne politike za koje nisu ostvarena sredstva financiranja.

PROJEKT KOPČA

Aktivnosti:

Filmske večeri – Tokom 2017. Godine organizirane su filmske večeri u dnevnom boravku Narančaste zgrade. U sklopu te aktivnosti mladi su se upoznali s nezavisnom filmskom produkcijom te izmjenjivali iskustva.

Volonterska akcija – 24.4. u sklopu Dana planeta Zemlje održana je volonterska akcija u kojoj su sudjelovali članovi i članice Šibenske udruge mladih ŠUM. U sklopu te akcije uređen je prostor na polukatu Narančaste zgrade koji udruga koristi za izvođenje kulturnog programa.

Večer joge – 14.5.2017. održana je večer joge u Dnevnom boravku Narančaste zgrade. U sklopu aktivnosti Leonardo Gospodnetić održao je predavanje o jogi, vrstama, načinu vježbanja i mogućnostima za uključenje u slične aktivnosti.

Neobične mogućnosti putovanja – 20.5.2017. održano je predavanje Maje Klarić o mogućnostima putovanja

Natječaj „uKOPČAJ se!“ – U prvom dijelu 2017. ŠUM je poslao poziv školama i zainteresiranoj javnosti za sudjelovanje u nagradnom natječaju „uKOPČAJ se!“. U okviru natječaja ŠUM je zainteresiranim sudionicama omogućio materijal za izradu likovnih, književnih i video radova na temu prevencije ovisnosti. Natječaju su se odazvali mladi iz Medicinske škole, Gimnazije Antuna Vrančića i Centra za odgoj i obrazovanje. Na natječaj je pristiglo 18 likovnih i 3 književna rada. Ovom aktivnošću mlade se potaklo na aktivno sudjelovanje u društvenom životu zajednice.



Šibenska udruga mladih Š.U.M.

Prilaz tvornici 41

22000 Šibenik

OIB: 92818266521/MB 02530945/HR8624110061120001570 Jadranika banka

Narančasti dan Narančaste zgrade organiziran je 27.5.2017. godine. U sklopu tog dana Š.U.M. je predstavio zainteresiranim vlastite aktivnosti i događanja. U sklopu tog dana održane su Vegaonica i radionica Slackline-a.

Organizacija Babywearing – radionice platnenih pelena – ŠUM je 27.8. organizirao dvije radionice ispred Azimuta. Šibenska udruga mladih spremila dvije radionice. Prva je namijenjena mlađim majkama i očevima i roditeljima općenito koji se žele upoznati s nošenjem djece u ergonomskim i ispravnim nosiljkama poput tkane marame, ring slinga ili popularnih „klokanica“. U posjet Šibeniku dolazi i savjetnica za nošenje Nives Mandić koja će zainteresirane upoznati s čestim nosiljkama, pomoći Šibenčanima/kama da najmješte ispravno bebe u svoje nosiljke i općenito savjetima uputiti u ispravno nošenje beba. Druga radionica tiče se upotrebe modernih platnenih pelena. Moderne platnene pelene izgledom su slične jednokratnim i podjednako jednostavne za uporabu, no s jednom velikom razlikom i prednoštu - izrađene su od prirodnog materijala, pamuka, koji dječjoj koži omogućuje disanje, a nekoliko slojeva pamuka unutar pelene istovremeno uspješno upija nusproizvode probavnog sustava. Moderne platnene pelene više nisu pelene naših baka, praktične su i jednostavne za upotrebu i održavanje. Svojim zdravstvenim prednostima za bebu, ogromnim prednostima u očuvanju okoliša i boljom financijskom isplativosti za roditelje, platnene pelene se sve više nameću kao prihvatljiviji izbor nad jednokratnim. Radionicu provodi savjetnica iz udruge RODA. Radionice se održavaju na otvorenom ispred Azimuta u nedjelju, 27.8. s početkom u 10 sati.

Uređenje prostorije – ŠUM je tokom 2017. uredio i osposobio prostoriju površine 30 m² na polukatu Narančaste zgrade za izvođenje glazbenog i kulturnog dijela programa udruge.

Radionica Nanograma – održana u jesen 2017.

Izložba FORSKE KOBRE – 3.11.2017. održana je izložba forske kobre akademskog slikara Vanča Rebca, rođenog 1978. Akademski slikar, strip crtač, grafičar... Izlagao je u zemlji i inozemstvu, objavljivao ilustracije u raznim časopisima i knjigama. Autor mnogobrojnih stripova objavljenih u Hrvatskoj, Srbiji, Francuskoj... Najpoznatiji kao koautor serijala Lavanderman.

HGSS u Zgradи – 5.12.2017. održano je predavanje pripravnika Hrvatske gorske službe spašavanja u Narančastoj zgradi u prostorijama Dnevneg boravka

Šajam organizatora volontiranja – 6.12. ŠUM je sudjelovao na sajmu organizatora volontiranja

Đubrenje duha – fotopriča – 16.12.2017. ŠUM je organizirao izložbu Zrinke Femine. Izložba fotopriča pod nazivom Đubrenje duha razgoljena je i bez svoje okosnice – predstavljaju susret predmeta, pogleda, pojave ili živih bića i vlastitih misli u spontanom trenutku atmosfere koju dijelimo; promatrači i promatrani – zabilježeni. Iako motivi istovremeno ne nalikuju zajedno predstavljeni oblikuju spektar (ne)emocija. Posjećujući niz fotografskih izložbi koje nerijetko nemaju svoju pozadinu i temelj nego se vode čistom vizualnošću i igrom tehnike potaknulo ju je da napravi izložbu fotografija koje iza sebe sadrže priču i tematsku povezanost s vizualnim. Želja joj je projicirati se kroz materijalni produkt, slušati razgođenih očiju, očitovati što ju privlači te u promatraču pokušati



Šibenska udruga mladih Š.U.M.

Prilaz tvornici 41

22000 Šibenik

OIB: 92818266521/MB 02530945/HR8624110061120001570 Jadrska banka

stvoriti emociju suprotnu ili jednaku njenoj. Vođena analogijom, čekanjem i hvatanjem, dodjeljujem dodanu vrijednost koja mi pomaže ne zaboraviti raspoloženje trenutka. Uspjeh ove izložbe očituje se u stanju gledateljeve duševne pobuđenosti. Rođena u Slavonskom Brodu, odrasla u Županji. Nakon gimnazije upisuje studij informacijskih znanosti te stječe zvanje magistre knjižničarstva. Radi u Sveučilišnoj knjižnici Sveučilišta u Zadru te je članica kolektiva Nigdjezemska. Antifašitkinja je i vječita borkinja za ljudska prava.

Financijski izvještaj projekta:

IZVOD	RAČUN	TROŠAK	OPIS
4	1925-34-341	459,00	ZA POTREBE GRIJANJA PROSTORIJE
6	8384/908980/1	40,00	REDOVITO POSLOVANJE UDRUGE
7	10506	99,00	UKOPČAJ SE
7	10406	27,99	UKOPČAJ SE
7	V612102/000739	706,80	UKOPČAJ SE
10	998/POSL1/1	295,00	REDOVITO POSLOVANJE
20	00032214/T285/001	58,94	UREĐENJE PROSTORIJE
21	3579/005/4	46,23	UREĐENJE PROSTORIJE
25	2204-M03-10	581,60	UREĐENJE PROSTORIJE
26	12610/4223951	9,00	REDOVITO POSLOVANJE UDRUGE
28	398/S11	330,00	UREĐENJE PROSTORIJE
33	27762-009I0213-3	181,60	UREĐENJE PROSTORIJE
34	8750/02/1	100,00	VOLONTERSKA AKCIJA
37	1543/4210101/163	40,00	REDOVITO POSLOVANJE
37	15409/22000/101/2017	9,50	REDOVITO POSLOVANJE
37	11868-002I0213-1	26,00	REDOVITO POSLOVANJE
37	22687/22000/101/2017	9,50	REDOVITO POSLOVANJE
37	6336/22000/202/2017	0,72	REDOVITO POSLOVANJE
37	36475/87003/104	17,97	VOLONTERSKA AKCIJA
38	8417/PM1/1	299,70	UKOPČAJ SE
39	294/5576/1117	166,60	UKOPČAJ SE
46	295/VP1/1	187,50	UKOPČAJ SE
61	UG O DJELU NIVES M.H.	811,43	RADIONICA BW/PLAT PELENE
70	V612/102/000197	140,00	REDOVITO POSLOVANJE



Šibenska udruga mladih Š.U.M.

Prilaz tvornici 41

22000 Šibenik

OIB: 92818266521/MB 02530945/HR8624110061120001570 Jadrska banka

81	231892/POSL60/1	40,46	REDOVITO POSLOVANJE
84	25544-13020-170000	73,11	REDOVITO POSLOVANJE
85	UG O DJELU ZRINKA DŽOIĆ	754,84	IZLOŽBA FOTOPRIČA
Ukupno:		<u>5511,89</u>	

Klub mladih ENTER

Aktivnosti:

DNEVNI BORAVAK ZA MLADE – u sklopu ove aktivnosti Šibenska udruga mladih svakim radnim danom bila je otvorena od 16-20 sati za javnost. Ovom aktivnošću mladima je omogućeno korištenje prostora dnevnog boravka u kojem se nalaze časopisi, knjige, igre i ostali sadržaji prilagođeni populaciji mladih.

Tematska događanja u sklopu dnevnog boravka – u sklopu ove aktivnosti za mlade su u dnevnom boravku povremeno organizirane aktivnosti društvenih, filmskih i drugih tematskih večeri.

KREATIVNA RADIONICA – održana je tokom 2017. Godine, a vodila ju je Mia Bator. Na radionici je sudjelovalo 6 osoba u prosjeku, a polaznici su naučili izrađivati različite ukrasne predmete koristeći različite tehnike.

GLAZBENA RADIONICA – održana je u jesen 2017., a polazilo je u prosjeku 5 osoba. Radionicu je vodio Dražen Bunardžija a polaznici su naučili različite tehnike kreiranja elektronske glazbe.

RADIONICA STRIPI – održana je početkom 2017., vodio ju je Ivan Sraguša i polazilo je 5 osoba.

SLACKLINE RADIONICA – održana je u sklopu Narančastog dana 27.5.2017., a vodila ju je Antonia Gašperov.

RADIONICA NAMJEŠTAJA – održana je u jesen 2017., pod vodstvom Jere Blaževića i Dražena Bunardžije, polazilo ju je u prosjeku 5 osoba.

VEGAONICA – održana tokom 2017., a polazilo ju je u prosjeku 8 osoba. Vodili su je Maja Šintić i Stipe Šego

Predsjednica

Maja Šintić

Šibenik, 20.12.2017.

1.4. Upravljanje programima u kulturi i promocija događanja¹³

Najjednostavnija definicija kulturnog događaja počiva na interakciji publike s umjetničkim ostvarenjem u određeno vrijeme i na određenom mjestu. Najvećih broj kulturnih događanja u Šibeniku organizira se od kasnog proljeća do rane jeseni zbog brojnost potencijalne publike u turističkoj sezoni i dostupnosti prostora na otvorenom. Važnost kulturnih događaja u turizmu očituje se u njihovom doprinosu unapređenju destinacijskog imidža, povećanju zadovoljstva posjetitelja, privlačenju zainteresiranih skupina turista te povećanju potrošnje posjetitelja u odredištu, čime se doprinosi finansijskom prosperitetu zajednice.

Organizacija kulturnog događaja nije samo prilika za obogaćivanje turističke ponude. Ona nosi podjednako važnu edukacijsku ulogu te mogućnost razvoja nove publike unutar lokalne zajednice. Priprema kulturnih događaja proces je koji traje mjesecima te se vrlo često po završetku tek odraćenog događanja kreće s intenzivnim pripremama narednog.

Organizacija kulturnog događanja

Bez obzira je li riječ o velikom ili događanju manjeg karaktera organizacija događaja mora slijediti određeni tijek. U idealnim uvjetima tijek događanja trebao bi početi od faze pripreme, odnosno razvoja koncepta i planiranja. Slijedi formiranje tima ljudi koji će raditi na projektu. Pažnju treba usmjeriti i na zakonsku ispravnost pa je potrebno pribaviti sva odobrenja i dozvole. A kako bi neki događaj bio uspješan, veliku ulogu igra marketing i promidžba događanja. Potrebno je izraditi i finansijski plan za događanje, kako bi se odredili izvori financiranja i rashodi. Provedba samog događanja svakako je najuzbudljiviji dio u kojem treba biti spreman na moguće izmjene u

¹³ Tekst poglavlja pripremio partner Javna ustanova u kulturi Tvrđava kulture Šibenik na temelju sadržaja radionice „Upravljanje programima u kulturi“. Prezentacija s radionice dostupna je na internetskoj stranici mreže KREŠIMIR www.kresimir.hr

svakom trenutku, a kada je događanje privедено kraju, potrebno je odraditi i evaluaciju cijelog događanja.

Uspješna organizacija svakog kulturnog događaja može se podijeliti u tri faze: pripremu, provedbu i evaluaciju. Pritom su sve faze međusobno uvjetovane i niti jednu ne bi trebalo preskočiti, ako se želi ostvariti uspjeh na svim razinama te održati projekt na životu sljedećih godina.

Faza 1: Priprema

Definirajte jasno svrhu i ciljeve koje namjeravate postići organiziranjem nekog događaja. Analizirajte program kako biste dobili uvid u stanje projekta i njegov potencijal i izradite strategiju djelovanja.

Misija je osnovna funkcija ili svrha programa te bilo kojeg njegovog dijela. Kako bi bilo jasnije koja je misija programa, treba postaviti sljedeća pitanja: *Što želimo postići? Koja je naša svrha? Za koga djelujemo?*

Primjer misije:

Tvrđava sv. Mihovila unaprjeđuje javnu, kulturnu i turističku infrastrukturu te promovira kulturni turizam i srodne aktivnosti koje svojom kvalitetom, raznovrsnošću i dostupnošću značajno pridonose kvaliteti života pojedinoga građanina bilo koje životne dobi.¹⁴

Analiza programa daje uvid u stanje projekta i njegov potencijal. Potrebno je pitati: koje su unutarnje snage, a koje slabosti organizacije; kakav je kontekst u kojem organizacija radi; tko je sadašnja, a tko potencijalna publika; tko je konkurenčija organizaciji? Pomoći pri odgovoru na ova pitanja pružaju dva jednostavna alata:

14 Plan razvoja programa Tvrđave sv. Mihovila:

<https://tvrdjava-kulture.hr/media/27654/planrazvojaprogramasvmihovilhr.pdf>

- **SWOT** analiza jedan je od instrumenata kojima se menadžer može poslužiti u kreiranju strategije. Ovo je kvalitativna analitička metoda koja pomoći četiriju čimbenika nastoji prikazati snage, slabosti, prilike i prijetnje određene pojave ili situacije.
- **Segmentacija publike** jest strategija osmišljavanja i primjenjivanja različitih marketinških programa kojima se namjeravaju podmirivati istovjetne potrebe i želje različitih segmenata publike.

Također, treba uzeti u obzir tko su postojeći i potencijalni konkurenți te koje su njihove snage i slabosti. Vrlo je važan korak u analizi vanjskih čimbenika pronaći primjere dobre prakse sličnih projekata i organizacija. Osim analize okruženja važna je i svjesnost o vlastitim kapacitetima i što se njima može ostvariti. Tijekom analize unutarnjih čimbenika organizacija dobiva odgovore na pitanja koje su njene glavne prednosti i snage, ali i koje su njezine slabosti. Na temelju SWOT analize provodi se definiranje strategije marketinga koju organizator planira provesti.

Strategija je postupanje usmjereni k ostvarivanju određenog cilja nakon dužeg planiranja. Postavljanje ciljeva, općih i specifičnih, daje organizacijama predodžbu o tome kako će konačan uspjeh izgledati. Ciljevi su krajnje točke prema kojima su usmjerene aktivnosti i proizlaze iz akcijskog plana. Oni tvore hijerarhiju tako da je ostvarenje jednog cilja preduvjet da se ostvare ostali ciljevi. Ciljevi trebaju biti SMART: *specific* (specifični, jasno definirani), *measurable* (mjerljivi), *achievable* (dostižni), *relevant* (relevantni) i *timetabled* (vremenski raspoređeni).

Primjer postavljanja specifičnih ciljeva i učinaka programa:

- potaknuti stvaranje novih i uključiti se u rad postojećih inovativnih međusektorskih suradnji i partnerstava, klastera, inkubatora, platformi
- sudjelovanje u postojećim i razvoj vlastitih višegodišnjih programa izgradnje kapaciteta u kulturnom poduzetništvu i kulturnom turizmu
- novim muzejskim programima povećati prihod od dnevnih ulaznica
- razviti dodatne načine/izvore financiranja muzejskih programa
- razviti mrežu komercijalnih korisnika Ljetne pozornice
- razviti kvalitetnu vlastitu produkciju programa Muzeja i Ljetne pozornice
- uvođenje sustava za praćenje profila publike i posjećenosti programa i s njima povezanih metoda prilagodbe na promjene na strani ponude i potražnje
- uključivanje profesionalaca iz EU u programe edukacije i selekcije (član povjerenstva), članstvo u europskim mrežama
- međugradska i međunarodna programska razmjena i suradnja
- razvoj digitalnih sadržaja/projekata.¹⁵

15 Plan razvoja programa Tvrđave sv. Mihovila:

<https://tvrđjava-kulture.hr/media/27654/planrazvojaprogramasvmihovilhr.pdf>

Faza 2: Provedba

Akcijski plan pomaže organizacijama u ostvarenju ciljeva i u lakšoj organizaciji rada tako što odgovara na pitanje tko radi i kada. Tijekom provedbe programa ili organiziranog događanja posebno je važno obratiti pažnju na sljedeće alate odnosno resurse:

- **Proračun** odnosno budžet popis je svih planiranih prihoda i rashoda. On je temeljni instrument planiranja odnosno numerička kompilacija očekivanog toka novca, troškova i prihoda.
- **Gantogram** aktivnosti alat je koji se koristi za grafički prikaz rasporeda projekta. Gantogrami ilustriraju početni i krajnji datum nekih nepromjenjivih i sažetih elemenata projekta.
- **Partneri i suradnici** su osobe, tvrtke, ustanove ili organizacije koje sudjeluju u planiranju, organizaciji i provedbi programa ili događanja. Partneri su suodgovorni za organizaciju programa te ulažu svoje resurse u njegovu realizaciju, prisutni su tijekom cijelog planiranja i provedbe te dijele dobit i rizik, dok suradnici odrađuju određene zadatke u sklopu programa ili događanja.

Faza 3: Evaluacija

Evaluacija, odnosno završna procjena tijeka događanja i postignutih rezultata, odgovara na pitanja koliko je organizacija događanja ili programa bila uspješna ili što je tijekom događanja ili provedbe programa potrebno mijenjati. Evaluaciju bi trebalo provesti u odnosu na postavljene ciljeve koji mogu biti vezani za posjećenost programa, vidljivost u javnosti i medijima, utjecaju koji imaju na gospodarski i turistički razvoj zajednice, edukaciju javnosti, itd...

Marketing i promocija kulturnih događanja

Uspješnost nekog događaja često se mjeri brojem posjetitelja, a marketing i promocija važni su jer pomažu u privlačenju publike. Kako bi organizacija, odnosno organizator programa ili događanja u kulturi privukao ciljanu publiku te osmislio kvalitetnu marketinšku kampanju, prije svega je potrebno analizirati okruženje. Kako bi promocija događanja bila smislena, treba imati na umu kome se promotivna kampanja obraća, odnosno tko su njene ciljne skupine (*tehnološka, fizička, demografska, ekonomска okolina, politička/pravna okolina i društvena/kulturna okolina*).

Kako promovirati događanje

Promidžba događaja danas podrazumijeva prije svega intenzivnu komunikaciju putem internetske stranice i društvenih mreža, no ne smiju se zanemariti niti klasični oblici najave i promidžbe poput organiziranja konferencije za tisak, snimanja spotova za radio (i televiziju, ovisno o budžetu) te plaćenih oglasa u lokalnim tiskanim medijima. Iznimno su važni plakati koje je potrebno vremenski i prostorno pažljivo raspoređivati kako bi događaj bio što vidljiviji. Izvrsnim, a jef-tinim, sredstvom promidžbe smatraju se letci koji dopiru do velikog broja potencijalnih posjetitelja. Isto tako, može se ponuditi medijsko pokroviteljstvo radijskim postajama, ali i besplatno snimanje događaja lokalnoj ili državnoj televiziji. U tom je slučaju važno usuglasiti se sa svim izvođačima oko prava na snimanje i emitiranje.

Prvi je korak stvaranje **vizualnog identiteta događaja** (odabir imena, stvaranje vizuala i imidža događaja). Ovaj proces uključuje odabir boja i slika koje će se koristi na svim materijalima povezanim s događajem. Ponekad se razvija i slogan koji se umeće gdje god je to moguće. Cilj je ostvariti dosljednost teme i boje u svim promidžbenim materijalima.

Primjer vizualnog identiteta za koncert Marija Biondija na Tvrđavi sv. Mihovila u Šibeniku: letak



Izvor: Tvrđava kulture Šibenik.

Određivanje ciljne skupine posjetitelja

Pitanja koja si možemo postaviti pri analiziranju ciljne skupine posjetitelja su:

Tko su ljudi koji posjećuju naša događanja?

Koliko kupaca takvih ili sličnih proizvoda ima? Na koliko njih ciljamo?

Koje su njihove želje i potrebe?

Gdje žive? Koliki su njihovi prihodi? Jesu li stariji ili djeca?

Što ih potiče na kupnju našeg proizvoda ili usluge? Koje su im vrijednosti?

Koliko često kupuju? Kako izgleda proces odlučivanja?

Koliko su spremni platiti?

Primjer - ciljna skupina za koncert Marija Biondija

- primarna geografska zona (Zadar – Šibenik - Split i Zagreb)
- sekundarna geografska zona Hrvatska, Slovenija
- demografija (spol: Ž 35 +, muškarci 45 +)
- domaće stanovništvo, kulturni turisti

Na temelju dobivenih odgovora izrađuje se profil publike kojoj se onda obraćamo marketinškom kampanjom s cijelokupno prilagođenom marketinškom komunikacijom što podrazumijeva:

- određivanje tona komunikacije: istraživanje, usporedba službene biografije s medijskim natpisima, komunikacija s menadžmentom
- uspostavljanje prodajnih kanala i određivanje cijene ulaznice: elektronički sustavi prodaje Eventim i Croatia Tickets te sva prodajna mjesta tvrđava

- prodaju ulaznica za događaj: formiranje cijene i izmjene u sustavu prodaje (*early bird*, regularna prodaja), izrada predviđanja troškova/prihoda
- izradu marketinškog i promidžbenog plana: dizajna vizuala, promotivnih tekstova (objave za medije), izrade specijaliziranih medijskih listi, zakupa medijskog prostora, određivanja *marketing mixa*.

Iako se danas velik dio marketinške kampanje odvija putem društvenih mreža i ostalih internetskih kanala, odnosno novih medija, ostali tipovi medija, tisak, televizija i radio, i dalje igraju veliku ulogu u marketingu događanja.

Promocija događanja – besplatno?

Organizacije civilnog društva često se susreću s problemom nedovoljne vidljivosti svojih događanja, programa i sličnih aktivnosti zbog ograničenih finansijskih sredstava za marketing. Tu veliku ulogu igraju društvene mreže i besplatni internetski alati koji pomažu pri kreiranju kampanje, ali i organizaciji cjelokupnog događanja. S pomoću tih alata moguće je kreirati vizualni identitet organizacije odnosno samog programa ili događanja koje će se onda prezentirati javnosti društvenim mrežama poput Facebooka, Instagrama ili LinkedIna. Među korisnim besplatnim alatima dostupnima na internetu izdvajamo:

www.worldpress.com – omogućuje izradu besplatne internetske stranice

www.mailchimp.com – omogućuje kreiranje automatiziranoga popisa kontakata

www.canva.hr – alat za dizajn (kreiranje vizuala)

www.asana.com - aplikacija dizajnirana kako bi pomogla timovima u organizaciji.

Važnost komuniciranja pomoću medija

Organizacije komuniciraju s potencijalnom publikom pomoću medija pa su odnosi s medijima izrazito važna stavka u promoviranju događaja. To je dvostran proces u kojem mediji prate aktivnosti organizacija i njihovih događanja i programa te o njima informiraju javnost, a organizacije pružaju medijima kvalitetne i pravovremene informacije te tako stvaraju sadržaj za medije.

Mediji tu imaju dvojaku ulogu: oni prenose željene poruke do ciljane javnosti te su istovremeno i sami specifična javnost. U komunikaciji s medijima organizacije se mogu koristiti i raznim alatima.

Alati za odnose s medijima

- objave za medije
- konferencije za novinare / press briefing
- intervjuji / izjave za medije
- duži informativni tekstovi
- medijski događaji

Objava za medije osnovni je alat praktičara odnosa s javnošću kojom se vijesti ili stavovi predstavljaju u medijima. Ona prenosi našu poruku preko medija do široke javnosti istovremeno pokazujući i naš stav i otvorenost prema medijima te pružajući materijal za njihovu informaciju.

Osnovni je cilj objave za medije prenošenje novosti, vijesti ili stavova. **Sadržaj** objave mora biti zanimljiv, nov, neobičan ili na takav način predstavljen. Događaji o kojima se u objavi govori ne smiju biti stari ili već poznati, nego moraju pobuditi pozornost medija kako bi oni

bili ponukani pobuditi pozornost javnosti. Objava mora prvenstveno sadržavati sve relevantne informacije te nikada ne smije ostati nedorečena. Sadržaj (kao i forma) objave mora biti jednostavan, razumljiv i jezgrovit.

Forma objave za medije

- zagлавље: „objava za medije“, logotip tvrtke/organizacije
- nadnaslov: jedan red, neobavezno, ali korisno, prenosi osnovnu poruku (*bold*)
- naslov: jedan do dva reda, naslov mora otkrivati sadržaj, ali i zainteresirati na daljnje čitanje (*bold*)
- podnaslov: dva do tri reda, prošireni naslov s dodatnim informacijama (obično u *italicu*)
- datum, mjesto: npr. Šibenik, 5. ožujka 2018.
- *lead*: sadrži VIJEST; prvi pasus teksta u kojem treba jezgrovito predstaviti sve važne informacije: TKO, ŠTO, GDJE, KADA, ZAŠTO i KAKO
- tekst: mora biti zanimljiv, odgovoriti na dodatna pitanja, razraditi i proširiti informacije iz *lead-a*
- izjava: ako je moguće na kraju dodati citat izjave osobe vezane uz vijest, novost ili stav (*italic*)
- kontakt
- fotomaterijal i/ili videomaterijal

Primjer objave za medije (izvor Tvrđava kulture Šibenika)



TVRĐAVA
KULTURE
ŠIBENIK

POWERED BY
Addiko Bank

5. ožujka 2018.

Započinje odbrojavanje do nove koncertne sezone iznad mora, ispod neba:

Mario Biondi prvo ime sezone dobrih vibracija na Tvrđavi sv. Mihovila

Strastveni Talijan senzualnog glasa na Tvrđavi sv. Mihovila izvest će u četvrtak, 2. kolovoza, svoje najpoznatije hitove te predstaviti pjesme s željno iščekivanog albuma *Brasil*. Močno glazbeno izdanje na kojem se miješaju elementi *soul*, *jazza*, *popa* i *bossa nove*, nastalo je iz suradnje s renomiranim brazilskim glazbenicima i međunarodnim umjetnicima, a svjetlo dana ugledati će sljedeći tjedan. Stoga će šibenska publika imati priliku među prvima uživo slušati djela s aktualnog albuma i najpoznatije uspješnice karizmatičnog umjetnika u nezaboravnom ambijentu Tvrđave sv. Mihovila.

„Izrazito nam je zadovoljstvo što nakon Gregorija Portera možemo ugostiti još jednog jazz umjetnika svjetskog kalibra – Mario Biondija – i što je Tvrđava sv. Mihovila prepoznata kao mjesto na kojem nastupaju renomirani svjetski glazbenici svih glazbenih žanrova. Pred nama je koncertna sezona koja će tvrđavu ispuniti dobrim vibracijama, što će Biondiju biti zasigurno lak zadatak s obzirom na našu divnu publiku!“ – poručuju iz Tvrđave kulture Šibenik.

I ove godine koncertni se program odvija pod generalnim pokroviteljstvom Addiko banke: „Addiko banka podupire projekte od najvećeg kulturnog i društvenog značaja, a aktivnosti Tvrđava kulture Šibenik definitivno spadaju u tu kategoriju. Iznimno nam je zadovoljstvo bit partnerom Tvrđava čiji bogati program i ugledni izvođači pretvaraju Šibenik u pravu glazbenu metropolu. Sigurna sam i da će jedinstveni ambijent u kombinaciji s vrhunskim glazbenicima svim posjetiteljima i ljubiteljima glazbe pružiti jedinstven i nezaboravan doživljaj“, riječi su direktorce marketinga Addiko Grupe, Maje Čulig.

Nastup na najljepšoj pozornici Jadrana Biondiju će biti treći u Hrvatskoj, te se s nestripljenjem iščeće, s obzirom da su dosada kritika i publike dijelili samo pozitivne komentare i iskustva. „Talijanski Barry White“, kako ga često nazivaju zbog dubokog, toplog glasa koji odiše samouverenošću, na svakom nastupu iznova oduševljava spontanošću i zabavljачkim talentom. Suvereno vladanje pozornicom duguje glazbenim genima i činjenici da je karijeru je započeo kao prateći vokal afirmiranim glazbenicima, među ostalim i Ray Charlesu.

Prekretnicu u karijeri označava objava singla *This is What You Are*, kojim je stekao svjetsku popularnost dok je prvim albumom *Handful of Soul* osvojio publiku i kritiku, a i četiri platinske ploče u samo nekoliko mjeseci. Sljedećih godina nastavlja nizati uspjehe i ističe svoju umjetničku svestranost sudjelovanjem u sinkronizaciji animiranih filmova na talijanski jezik. Nakon uspješnih studijskih albuma *If-* na kojem se našao singl *Something That Was Beautiful* te *Due (The Unexpected Glimpses)* – svjetski priznati hit-album dueta, slijedila je promotivna turneja Italijom i inozemstvom i sudjelovanje na prestižnim europskim jazz festivalima.

Nakon turneje vratio se u studio te nastaje album *Sun*, s primjesama funka za koje je zasluzna suradnja s Bluejem iz benda Incognito. Najavni singl *Shine On* otada postaje jedna od najdražih pjesama ljubitelja soula i jazza, dok je među najpoznatijima *What Have You Done to Me*. Albumom *Beyond* iz 2014. potvrdio je status jednog od najljepših muških vokala svjetske jazz i soul scene.

Aktualni album *Brasil* prepun je ljetnih ritmova koji su naglašeni Biondijevim šarmom i specifičnim glasom, te su kao stvoreni za izvedbu na pozornici Tvrđave sv. Mihovila.

„Uvijek mi je užitak nastupati u Hrvatskoj, osjećam se kao kod kuće nastupajući na Mediteranu. Dosada nisam posjetio Šibenik i dragi mi je što ću imati priliku upoznati ovaj grad i nastupati na pozornici kao što je Tvrđava sv. Mihovila“, otkrio nam je Mario.

Popratni program ovog velikog ljetnog događaja organizator će objaviti u narednim mjesecima.

Očekuju se samo dobre vibracije, stoga svoju ulaznicu osigurajte na vrijeme!

Prvih kontingenata od 220 early bird ulaznica u prodaji je od danas, 5. ožujka u City Pointu šibenskih tvrđava (Don Krste Stošića 1), na blagajnama šibenskih tvrđava sv. Mihovila i Barone, u sustavima www.eventim.hr i www.croatia-tickets.com po cijeni od 220 kuna, stoga požurite!

Za sve koji propuste prvi kontingenat early bird ulaznica, preprodajna cijena će biti 250 kuna do dana koncerta, kada će cijena ulaznica, ukoliko ih ostane, iznositi 280 kuna.

PSSST! Tvrđava kulture nije zaboravila svoje vjerne članove Kluba prijatelja šibenskih tvrđava, za koje je osigurala 10% popusta pri kupovini ulaznica za ovaj vrhunski koncert! Kupnjom ulaznice u City Pointu individualna članska ostvaruje pravo na popust pri kupnji 1 ulaznice za koncert, dok vlasnici obiteljskih članskih iskaznica ostvaruju pravo na 2 ulaznice uz popust. Broj ulaznica uz korištenje promotivnog popusta je ograničen, stoga požurite po svoju! Divno je biti dio Kluba!

Kontakt:

Vera Jergović Bolanča
vera@tvrdjava-kulture.hr
Tvrđava kulture Šibenik

Preporuke za daljnje čitanje/informiranje:

Tvrđava kulture Šibenik: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/>

1.5. Održivost kulturnih i kreativnih industrija¹⁶

UNESCO definira kulturne industrije kao "one industrije koje proizvode materijalne i nematerijalne umjetničke i kreativne proizvode, i koje imaju potencijal za kreiranje bogatstva i generiranje prihoda kroz eksploataciju kulturnih dobara i proizvodnju robe i usluga (tradicionalnih i suvremenih) temeljenih na znanju. Zajedničko za sve kulturne industrije je korištenje kreativnosti, znanja iz područja kulturnog i intelektualnog vlasništva za proizvodnju roba i usluga od društvenog i kulturnog značaja".¹⁷

Kulturne i kreativne industrije dio su društvene paradigme koja „sebični“ sistem pretvara u humaniji te kreira nove vrijednosti za društvo i ekonomiju. Djeluju tako da podižu svijest, kreiraju usluge i edukacije koje pomicu granice postojećeg sistema prema održivosti te kreiraju proizvode kroz recycling i upcycling ili potpuno novim poslovnim modelima koji ne kreiraju ekološke problematike nego se baziraju na principima društvenog poduzetništva, etike i integriteta.

Koncept održivog razvoja podrazumijeva proces postizanja ravnoteže između gospodarskih, socijalnih i okolišnih zahtjeva kako bi se osiguralo zadovoljavanje potreba sadašnje generacije bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. Društveno poduzetništvo vrsta je poduzetništva koja se koristi poduzetničkim principima s namjerom poboljšanja kvalitete života u lokalnoj zajednici s naglaskom na društveno odgovorno poslovanje tijekom obavljanja poduzetničke djelatnosti i često poseban naglasak stavlja na koncept održivog razvoja.

16 Tekst poglavља pripremio partner Udruga za ljudski razvoj i inovativne akcije Feniks na temelju sadržaja radionice „Održivost kulturno-kreativnih industrija“. Prezentacija s radionice dostupna je na internetskoj stranici mreže KREŠIMIR www.kresimir.hr.

17 Više informacija u dokumentu: UNESCO, Backgrounder on Cultural Industries: http://www.unescobkk.org/fileadmin/user_upload/culture/Cultural_Industries/HK_Open_Forum/Backgrounder-FINAL.pdf

Kulturni turizam bazira se na lokalnim i regionalnim kulturnim resursima, a kretanje ljudi motivirano je studijskim putovanjima, izvedbenim umjetnostima, posjetima festivalima te povijesnim lokalitetima. Kulturni turizam oživljava tradicije i kulture lokalne zajednice, upravlja spomenicima kulture i baštinom. On je preinaka turizma u održivom razvoju te donosi korist od turizma za šиру populaciju. S obzirom na kompleksnost turističkog sustava i velik broj pružatelja usluga, nije moguće razviti uspješnu turističku destinaciju bez koordinirane poduzetničke sredine u kojoj konkuriraju i surađuju poduzetnici u turizmu i kulturnim industrijama. Trendovi održivog poduzetništva u tim sektorima ne doprinose samo u ekološkom smislu, već stvaraju bolja radna mjesta, uključuju lokalnu zajednicu, koriste se autohtonim proizvodima, promoviraju kulturu zajednice. Pritom održivi turizam igra veliku ulogu u ostvarivanju ciljeva Svjetske turističke organizacije do 2030. godine. Samoodrživi turizam Hrvatske baziran je na domaćoj organskoj hrani i svojim obnovljivim izvorima energije, ima aktivan i obrazovno bogat cjelogodišnji turizam uz očuvanje kvalitete okoliša te unapređenje kvalitete života lokalnih stanovnika, čuva i oživljava kulturnu baštinu, daje kreativni impuls inovacijama i kulturnim inspiracijama, dok su mu sve tehničke i potrošne potrebe zadovoljene iz lokalne proizvodnje.

Festivali - pioniri održivih događaja u kulturi

U 2012. godini interes za održivost okoliša među festivalima na globalnoj razini potaknuo je stvaranje Međunarodnog standarda za upravljanje održivim događajima (ISO20121). Sektor festivala postao je proaktiv u području ekološke održivosti iako se napor organiza-tora pojedinih događaja uvelike razlikuju. Pojava ekoloških vrijednosti postaje element uobičajenog poslovanja u cjelokupnom procesu festivalske produkcije: od struje i vode, rasvjete i pozornice, toaleta, štandova za prodaju te odvoza/dovoza opreme.

Održivi festivali ne samo da promoviraju ekološki prihvatljive prakse već i provode vlastite strategije zaštite zemlje nakon što se zabava završi i šatori su spakirani te su odlični za umrežavanje i povezivanje ljudi oko ideje.

Neka rješenja za organizaciju ekološki prihvatljivijih događanja:

- identificiranje lokalne organizacije, grupe u zajednici i nevladine organizacije koje bi bile dobri partneri
- osiguravanje i poticanje korištenja javnog prijevoza u suradnji s lokalnim prijevoznicima, uključivanje teme zaštite okoliša i održivosti u programe
- poticanje korištenja lokalne organske hrane te domaćih marki pića
- smanjivanje otpada recikliranjem, kompostiranjem i zabranom proizvoda koji nisu prikladni, poput plastične jednokratne ambalaže
- smanjivanje upotrebe papira
- uključivanje volontera ili sudionika u prikupljanje otpadaka.

Suradnja s udrugama

Kulturno i kreativne industrije imaju širok spektar aktivnosti koje imaju pozitivan utjecaj na okoliš. Njima se razvija turistički proizvod koji uravnotežuje potrebe potrošača za kvalitetom, praktičnošću i prihvatljivom cijenom s minimalnim utjecajem na okoliš. Stvaramo imidž visoke kvalitete koja uključuje ekološku obazrivost. Kulturno-kreativne industrije pomicu potrošača iz pasivne uloge konzumenta u aktivnu ulogu pokretača promjena koji znaju da njihovo ponašanje može nešto promijeniti. Komuniciraju s potrošačima i podižu njihovu svijest o tome što kupuju i zašto to kupuju te kako njihov novac nije samo plaćanje usluge već ulaganje u zelene proizvode koje se vraća u obliku opće dobrobiti.

Kako bi razvoj usluga koje kulturne i kreativne industrije pružaju konzumentima, važno je kontinuirano raditi na implementaciji suvremenih, dokazano boljih praksi, u etičnom i ekološkom pogledu.

Do prilika za poboljšanje dolazi se analiziranjem vlastitih proizvodnih procesa i njihovog utjecaja na okoliš, ali i aktivnim uključivanjem u javnu zaštitu okoliša i pretvorbu sukoba s javnošću, koji su sve izraženiji u vrijeme devastacije okoliša klasičnim turizmom, u zajedničko sudjelovanje na podizanju kvalitete života i okoliša te poticanjem aktivnijeg građanstva kako bi se došlo do kvalitetnijih ekoloških promjena. Tako se potiče održivo gospodarenje prirodnim resursima smanjenjem proizvodnje i potrošnje, a smanjuje se ovisnost o industrijskom i potrošačkom društvu. Razvoj kvalitetne i raznovrsne ponude rezultat je napora destinacija da se brendiraju proizvodnjom specifičnih i autohtonih turističkih proizvoda otvaranjem novih turističkih i seoskih gospodarstava te plasiranjem vlastitih domaćih proizvoda i suvenira.

Kako bi se ojačalo djelovanje i suradnja organizacija civilnog društva s kulturnim i kreativnim industrijama, važno je raditi na ujedinjenoj viziji i aktivnoj edukaciji svih sudionika i građana kako bi bili upoznati s ohrabrujućim trendovima potražnje za osviještenim, lokalnim, autentičnim, aktivnim, obrazovno bogatim, „iskreno zelenim“ i održivim turizmom i razvojem.

Valja osvijestiti javnost da raditi dobro, za društvo i za prirodu, postaje „veće dobro“ kako za poslovanje tako i za kvalitetu života građana. Poduzetnici i ostali mogu pridonijeti ovom cilju tako da fokus usmjere prema ekološkoj efikasnosti. Pritom je potrebno ujediniti iskoristivost s najmanjim ekološkim posljedicama te povezati ekološku i ekonomsku učinkovitost. Konačan je cilj postići i ekološke promjene i promjene koje će biti na dobrobit društva.

Preporuke za daljnje čitanje/informiranje:

*Udruženje obrtnika Šibenik: <http://uosibenik.hr/>
FINA: <https://www.fina.hr/>*



Poglavlje 2.

**Potencijali za razvoj civilno-javnog
partnerstva u kulturi**

2.1. Što je sudioničko upravljanje¹⁸

Ljudi su odvijek na neki način sudjelovali u kulturi, aktivno ili pasivno kao gledatelji, potrošači. Tradicionalno se pod pojmom sudjelovanja smatralo pohađanje različitih kulturnih događanja i njihovo pasivno konzumiranje različitih kulturnih sadržaja. Razvoj tehnologije pridonio je izgradnji demokratskih standarda u kulturi. Građani žele stvarati i sudjelovati u tijelima i procesima u kojima se odlučuje o kulturnim događajima, a ne samo prisustvovati na njima.

Jedinstvena definicija sudioničkog upravljanja ne postoji, ali ona najšira, koja je dovoljno razvedena i otvorena za puno mogućnosti, mogla bi se sažeti kao dijeljenje odgovornosti u upravljanju između svih uključenih dionika. Ovim procesom radi se na osnaživanju zajednice i otpuštanju autoriteta pojedinaca, države ili tržišta koji bi posljedično doveo do redistribucije moći.

Iako se povezuju i u participativni odnos dovode lokalna uprava i građani, sudioničko upravljanje nije javno-privatno partnerstvo jer je civilno-javno partnerstvo neprofitno orientirano, u kojem javni partner (lokalna uprava, grad, država) ulaze određene resurse u realizaciju nečega što je društveno korisno. Način ostvarivanja društvene koristi ne određuje sam, nego odabire partnere s civilne scene s kojima je zajednički definira i izvodi. Suradnja se može ostvariti u bilo kojem resursu (šume, vode, znanje) i nije nužno vezana uz prostor. Ipak, većina je inicijativa u Hrvatskoj vezana uz prostor, iako ideja sudioničkog upravljanja proizlazi iz tradicije zajedničkih dobara koja se prvenstveno odnosila na prirodna dobra.

¹⁸ Sadržaj preuzet iz Akcijskog plana za razvoj sudioničkog upravljanja u kulturi u gradu Šibeniku. Cjeloviti tekst Akcijskog plana dostupan je na internetskoj stranici mreže KREŠIMIR www.kresimir.hr.

Načela definirana na radnom skupu "Prema institucionalnom pluralizmu: Razvoj društveno-kulturnih centara" na kojima počiva civilno-javno partnerstvo i sudioničko upravljanje:

1. **legitimnost i transparentnost:** sloboda sudjelovanja i izražavanja, odluke utemeljene na definiranim politikama, upravljanje i korištenje na temelju definiranih pravila, uvjeta i kriterija, nepristranost izvršnih tijela upravljanja, adekvatan pristup odlukama i slobodan tijek informacija
2. **odgovornost:** vjerodostojno obvezivanje i preuzimanje zadataka, jasno definirani subjekti odgovornosti, programsko i finansijsko izvještavanje, kontinuirana evaluacija i revizija, promicanje održivog razvoja i odgovornosti prema okolišu
3. **pravednost:** poštivanje zakonskih okvira, dobrovoljno prijavljivanje sukoba interesa (definirani mehanizmi za sprečavanje sukoba interesa), politika prijavljivanja nepravilnosti, administrativne sankcije u slučaju lošeg upravljanja, poštivanje ljudskih prava, suzbijanje diskriminacije na bilo kojoj osnovi, suzbijanje korupcije u svim njezinim oblicima
4. **otvorenost:** uključivanje novih dionika, uključivanje novih korisnika, transsektorski pristup programima i sadržajima, dostupnost programa, sadržaja i prostora javnosti, otvorena funkcija prostora za različite režime korištenja, spremnost na mijenjanje seta pravila.

2.2. Analiza kulturnog sektora u Šibeniku¹⁹

2.2.1. Civilni sektor – udruge u kulturi

Od svih registriranih udruga u RH (52 294) prema podacima iz regista udruga 23 % ih je registrirano u Zagrebu, od čega 10 % u kulturi. Uvidom u Registar udruga RH vidljivo je da grad Šibenik početkom 2019. godine ima registrirano 679 udruga što čini 1,2 % ukupnog broja udruga u Hrvatskoj. Od toga je 86 udruga registriranih u području kulture i umjetnosti, što čini 12 % udruga u gradu Šibeniku.

Najveći dio udruga u kulturi koje danas djeluju u Šibeniku osnovano je nakon 2010. godine u godinama tzv. turističkog i gospodarskog buđenja Šibenika, nakon ratnih 90-ih te gospodarsko tranzicijskih 2000-ih.

Rezultati ispitivanja među udugama u kulturi grada Šibenika

Istraživanje je provedeno radi razumijevanja stanja u kulturi grada Šibenika, a kao podloga za izradu Izvješća stanja u kulturi grada Šibenika i Akcijskog plana sudioničkog upravljanja. Valja napomenuti da nikada prije ovakvo istraživanje među udugama u Šibeniku nije rađeno. Podaci o dionicima u kulturi prikupljeni su sredinom veljače 2019. i početkom ožujka 2019. godine. Osobnim intervjuuom popunjeni su anketni upitnici konstruirani putem elektroničkog servisa Google docs. Osobni intervju odabran je zbog duljine i opsežnosti samog anketnog upitnika radi osiguravanja odgovora i zadržavanja interesa za sudjelovanjem u tako opsežnoj anketi.

¹⁹ Sadržaj poglavlja priređen je na temelju sadržaja Izvješća o stanju u kulturi grada Šibenika te Akcijskog plana za razvoj sudioničkog upravljanja u kulturi grada Šibenika. Oba dokumenta u cijelovitom obliku su dostupna na internetskoj stranici mreže www.kresimir.hr.

Svim je dionicima objašnjena svrha i cilj istraživanja te zagarantirana potpuna anonimnost u odgovaranju jer anketni upitnik ne prikuplja elektroničke adrese niti druge podatke kojima bi se ona kompromisirala. Na internetskoj stranici registri.uprava.hr napravljen je inicijalni popis udruga u kulturi koje djeluju na području grada Šibenika. Filteri za upit bili su: *županija*: Šibensko-kninska; *općina*: Šibenik; *naselje*: Šibenik, *područje djelovanja*: kultura i umjetnost, s uključenom opcijom *dohvati aktivne*.

Iz Registra udruga RH vidljivo je kako grad Šibenik ima 86 udruga registriranih u području kulture i umjetnosti. Od spomenutih 86 udruga, kontaktirajući predstavnike organizacija, došli smo do 41 aktivne organizacije spremne sudjelovati u anketnom upitniku na projektu KREŠIMIR kojim se ispitivalo stanje, unutarnje ustrojstvo, kapaciteti i drugi uvjeti u kojima te udruge djeluju. Ostale organizacije su klape, koje su pojedinačno izuzete iz anketiranja zbog brojnosti, iako je uključena njihova krovna i reprezentativna organizacija.

Osim toga, jedna organizacija odbila je sudjelovati jer je projekt procijenila kao neučinkovit i nepotreban. Ostale su organizacije ili neaktivne ili nemaju valjane kontaktne podatke. Od svih registriranih udruga u RH (52 294) prema podacima iz Registra udruga 23 % njih je registrirano u Zagrebu, od čega 10 % u kulturi, a 1,2 % u Šibeniku, od čega 12 % u kulturi (N=679/86).

Anketni upitnik bio je opsežan i sastojao se od deset područja o kojima su udruge bile anketirane:

1. osnovni podaci
2. misija, područje djelovanja i aktivnosti
3. organizacijska struktura udruge
4. financijska stabilnost
5. suradnja među udrugama, umrežavanje
6. suradnja udruga s jedinicom lokalne samouprave
7. suradnja udruga s poslovnim sektorom
8. uključenost zajednice – korisnika u rad
9. odnos javnosti prema udrugama
10. suradnja udruga s medijima.

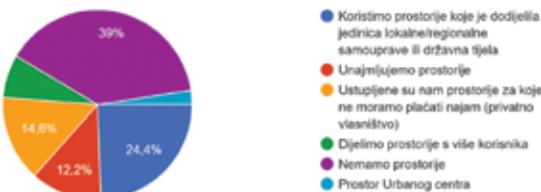
Osnovni podaci

Udruge koje su sudjelovale u anketi registrirane su u 90-ima, s nastankom zakonodavnog okvira i preduvjeta za registraciju udruženja, ali i pojačano u 2000-ima, posebno poslije gospodarske krize, u skladu s promijjenjenom percepcijom javnosti i države prema organizacijama civilnog društva (Bežovan, 2017). Radi se organizacijama i udruženjima koja tradicionalno djeluju na ovim područjima, a organizacije su registrirali nakon donošenja zakonodavnih okvira ili neformalnim inicijatama koje su naknadno prepoznale potrebu za registracijom.

Prosječan broj članova organizacije je 48. Organizacije su uglavnom malene i broje ispod 50 članova, a samo rijetke organizacije imaju preko 100 članova (3 od 41). Sve anketirane organizacije su u 2018. godini raspolagale budžetom od ukupno 3 696 700,00 kuna, što bi prosječno iznosilo 92 163,41 kuna po organizaciji. Međutim, samo jedna organizacija prelazi budžet od 500 000,00 kuna, pet organizacija budžet od 200 000,00 kuna, a čak 14 organizacija prelazi budžet od 100 000,00 kuna.

Iz grafikona 1 vidljivo je kako gotovo polovina organizacija nema prostor ili ga samo po potrebi dijeli s drugim korisnicima (prostor Urbanog centra dostupan je za zahtjev pojedine udruge u slobodnim terminima). Četvrta svih udruga (10 od 41) ima prostorije koje je na korištenje dobila od JLS-a ili nekog državnog tijela. Od organizacija koje se koriste prostorijama Grada samo dvije raspolažu s godišnjim budžetom manjim od 10 000,00 kn, dok u grupi organizacija koje uopće nemaju prostorije čak je osam takvih organizacija (od 16), ali je i pet organizacija koje nemaju prostorije, a raspolažu budžetom većim od 100 000,00 kuna .

Imate li prostorije u kojima obavljate svoje aktivnosti? (odabratи opciju koja najbolje opisuje situaciju s prostorom u kojoj se nalazi vaša organizacija)
41 odgovor



Grafikon 1 - Izvor: Ispitivanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

Udruge uglavnom komuniciraju s članstvom i javnošću preko internetske stranice, Facebook servisa i Instagrama. Ipak, zanimljivo je kako je Facebook najviše korišten alat (36), a prate ga podjednako korišteni Instagram (15) i internetska stranica (18). Čak pet organizacija ne objavljuje informacije o sebi i svojem radu na internetu.

Misija, područje djelovanja i aktivnosti

Udruge, prema njihовоj percepciji, imaju razvijene misije i vizije (88 %) i strateške planove (76 %) organizacija. Ispitane organizacije navode i sljedeća prioritetna područja svojega djelovanja:

PODRUČJE DJELOVANJA	BROJ
SAMO KULTURA - OPĆE	20
KULTURA I EDUKACIJA	8
KULTURA I SPORT	2
KULTURA I UMJETNOST	3
KULTURA I BAŠTINA	1
AKTIVIZAM, UKLJUČIVANJE I SL.	3
NAGLASAK NA GLAZBU	2

Upitane da pojasne prioritetno područje djelovanja organizacije su navodile kako se bave baštinom, organizacijom glazbenih događanja, medijskom kulturom, umjetničkim područjem, glazbeno-scenskom djelatnošću, kulturnim turizmom, održivim razvojem i ekologijom te promicanjem ekološke svijesti građana, širenjem kulture znanja, projektnim menadžmentom, plesnom kulturom, arhitekturom i prostorima, promicanjem narodnog kulturnog identiteta, likovnim umjetnostima, radom s djecom, pružanjem usluga marginaliziranim skupinama u društvu, političkim i socijalnim aktivizmom, vojnom tradicijom, suvremenim plesom i neverbalnim teatrom.

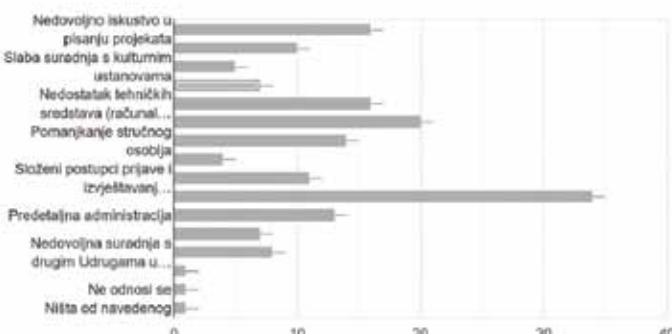
Usporedimo li ovo s mogućnostima za registraciju djelovanja kako ga vidimo u Registru udruga RH gdje se područje kulture i umjetnosti dijeli na audiovizualno područje, interdisciplinarne kulturno-umjetničke djelatnosti, izvedbene umjetnosti, književno-nakladničku djelatnost, kulturnu baštinu, medijsku kulturu, ostale kulturno-umjetničke djelatnosti, vizualne djelatnosti i strukovne udruge, možemo reći kako organizacije koje su sudjelovale u anketnom ispitivanju pokrivaju čitav spektar.

Ciljane skupine kojima se organizacije obraćaju prvenstveno su u gradu Šibeniku i na području Šibensko-kninske županije. U okviru organizacije najčešće se provode aktivnosti organizacije kulturnih događanja (90,2 %), zatim aktivnosti edukacije (63,4 %), akcije u lokalnoj zajednici (61 %).

U protekloj 2018. godini organizacije civilnog društva provele su 205 projekata, prosječno pet projekata godišnje. Trenutno, u vrijeme provođenja ankete, organizacije civilnog društva u Šibeniku provode 115 projekta, odnosno tri u prosjeku po organizaciji. Šest organizacija provedo je više od deset projekata tijekom protekle godine, dok šest anketiranih nije provedo niti jedan projekt.

Koji su najčešći problemi s kojima se susrećete u svom radu?

41 odgovor



Grafikon 2: Izvor: Istraživanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

Najčešći problemi s kojima se susreću organizacije civilnog društva u svom radu su rangirani na:

1. nedostatak financija (82,9 %)
2. nedostatak adekvatnog prostora (48,8 %)
3. nedovoljno iskustvo u pisanju projekata (39 %)
4. nedostatak tehničkih sredstava (računala i sl. ...) (39 %)
5. administracija (31,7 %)
6. pomanjkanje stručnog osoblja (34,1 %)
7. slabu suradnja s JLS-om (24,4 %).

Organizacijska struktura udruga

Od 41 ispitane organizacije, čak 31 nema zaposlenika što je $\frac{3}{4}$. One koje zapošljavaju najčešće zapošljavaju ugovorom o djelu ili autorskim ugovorom povremeno primaju honorar. Organizacije plaće zaposlenika finansiraju projektno ili iz donacija.

U organizacijama, očekivano, odluke se donose na razini skupštine, predsjednika i koordinatora projekta, ako za tim mjestom ima potrebe. Tijela upravljanja najčešće se sastaju tjedno ili mjesечно, a do pet osoba u najvećem broju sudjeluje u radu tih tijela.

Strateške odluke u organizacijama najčešće donosi skupština organizacije ili u manjem broju upravni odbor. Operativne odluke vezane uz svakodnevno poslovanje najčešće donosi predsjednik organizacije, dok odluke vezane za aktivnosti na pojedinim projektima najčešće donose koordinatori projekta.

U donošenju operativnih odluka kod 68,3 % organizacija sudjeluje do pet članova, kod 24,4 % organizacija u donošenju ovakvih odluka sudjeluje i više članova. Tijela upravljanja organizacije sastaju se tjedno (36,6 %) ili mjesечно (26,8 %), dok se u 12,2 % organizacija tijela upravljanja sastaju dnevno.

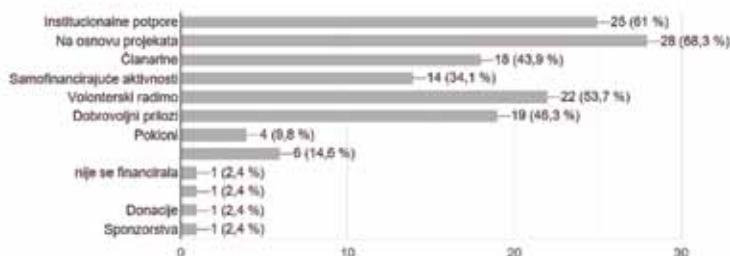
Na pitanje ima li udruga volontere i koliko, najviše je organizacija odgovorilo pozitivno, ali nitko od njih ne vodi zakonski propisanu evidenciju. Odgovori su varirali od: svi članovi su volonteri do nemamo volontera.

48,8 % organizacija odgovorilo je da volonteri u radu organizacije volontiraju prema potrebi, 21,2 % da svakodnevno volontiraju, 9,1 % da članovi volontiraju jednom tjedno.

Finansijska stabilnost

Na koji se način financirala Vaša organizacija u 2018.

41 odgovor



Grafikon 3: Izvor: Istraživanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

Tijekom 2018. godine organizacije na području grada Šibenika koristile su se različitim izvorima financiranja. Najveći broj organizacija 2018. godine financirao se na osnovi projekta, gotovo 68,3 %, 61 % njih dobio je institucijske potpore, 53,7 % volonterskim radom, dobrovoljnim prilozima i članarinama.

Za 70 % udruga Grad Šibenik ocijenjen je kao važan ili iznimno važan izvor financiranja, slijedi Šibensko-kninska županija koja je za 50 % udruga važan ili iznimno važan izvor. Zanimljivo je da se 85 % organizacija nikad nije financiralo sredstvima nacionalne zaklade, niti ostvarilo potpore EU-a. 70 % organizacija nikad nije primilo sredstva Ministarstva kulture ili nekog drugog ministarstva.

U zadnje tri godine za 30 % organizacija prihodi su varirali, ali su na kraju ostali isti, za 27 % organizacija su varirali, ali su se u prosjeku povećali, dok su se za 15 % organizacija uvećavali tri godine za redom. Samo je 12 % organizacija zabilježilo pad prihoda u protekle tri godine.

Organizacije troše najmanje na marketing i putovanja, a najviše na programske aktivnosti ili plaće (kad je primjenjivo). Čak 80 % organizacija ne javlja se na natječaje EU-a, a od organizacija koje su se prijavljivale na takve natječaje ($N=10$) njih četiri su ostvarile financiranje za jedan projekt, dvije organizacije za 2 - 5 projekata, a jedna za više od pet europskih projekata. S obzirom da se deset organizacija uopće javilo na natječaje EU-a, a njih sedam ostvarilo financiranje, možemo reći da postoji potencijal u ostvarivanju značajnijih oblika financiranja, ali uz

nedovoljnu aktivnost većeg broja organizacija. Na natječaje za finansiranje EU-a nikad se nije prijavilo 80,5 % udruga.

Udruge koje su se javile na natječaje do sada su u 80 % slučajeva prijavile između jednog i pet projekata, a 20 % njih i više od pet. 57 % prijavljenih ostvarilo je potporu za jedan projekt, 28 % od dva do pet projekata, a 15 % udruga ostvarilo je potporu za više od pet projekata.

71 % udruga do sada je završilo provedbu jednog projekta, 29 % njih provelo je dva do pet projekata. Zadnji odobreni projekt trajao je do dvanaest mjeseci u 66,66 % slučajeva, u 33,33 % slučajeva trajao je od dvanaest do dvadeset četiri mjeseca.

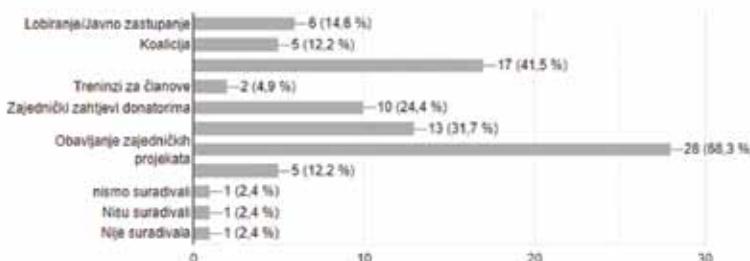
Suradnja među udrugama i umrežavanje

78 % anketiranih udruga surađivalo je na različitim projektima s drugim udrugama.

Najčešće (68,3 %) udruge su surađivale na zajedničkim projektima, kod 41,5 % radilo se o pomoći u opremi i ustupanju prostora, kod 31,7 % radilo se o suradnji u mreži zajedničkih ili sličnih organizacija, dok su u 24 % slučaja radilo o zajedničkim zahtjevima donatorima. Na lokalnoj razini 61 % udruga uključeno je u jedan do pet projekata suradnje, dok 36,6 % udruga uopće nije surađivalo s udrugama na lokalnoj razini. 53,7 % udruga nikad nije surađivalo s drugim udrugama na nacionalnoj razini, a 61 % nikad nije surađivalo s drugim udrugama na međunarodnoj razini.

Na koji način ste dosada surađivali s drugim udrugama?

41 odgovor



Grafikon 4: Izvor: Istraživanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

31,7 % anketiranih kao najučestaliji motiv suradnje s drugim udrugama navodi izradu i vodenje zajedničkih programa, njih 29,3 % zajedničke interese, motiv suradnje za 9,8 % udruga bio je pomoći drugoj udruzi. Prosječna ocjena kojom udruge ocjenjuju suradnju među udrugama u Šibeniku je dobar (3).

Polovica svih organizacija ne zna što je sudioničko upravljanje, ali čak 90 % njih smatra kako može doprinijeti uspostavljanju takvog oblika upravljanja i želi sudjelovati u dalnjim aktivnostima. Trideset sedam organizacija smatra da bi takav model upravljanja donio organizacijama bolje rezultate i podigao kvalitetu. Dvadeset dvije organizacije smatraju kako građani Šibenika trebaju sudjelovati u odlučivanju o raspodjeli sredstava za kulturu ili to već čine putem izabranih predstavnika (6), dok ostale organizacije smatraju kako raspodjelu sredstava treba odrediti struka (7), kako ne trebaju sudjelovati (7) ili ne znaju (5).

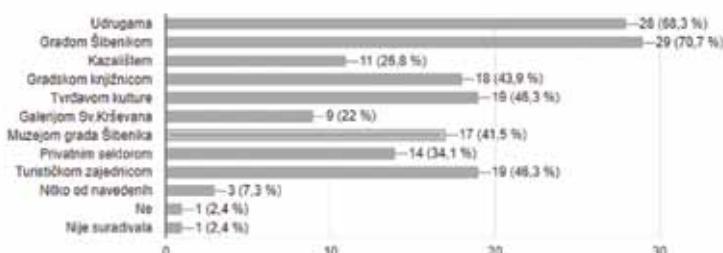
Suradnja udruga s jedinicom lokalne samouprave

Gotovo 83 % udruga surađuje s Gradom Šibenikom i ustanovama kojima je Grad Šibenik osnivač.

Najveći broj udruga od rujna 2018. do ožujka 2019. ostvario je suradnju s Gradom Šibenikom (70 %) te drugim udrugama (68 %). Od drugih institucija udruge su najviše surađivale s Turističkom zajednicom i JU Tvrđava kulture (46 %), Gradskom knjižnicom (44 %) te Muzejom grada Šibenika (42 %).

Označite s kim ste surađivali u proteklih 6 mjeseci:

41 odgovor



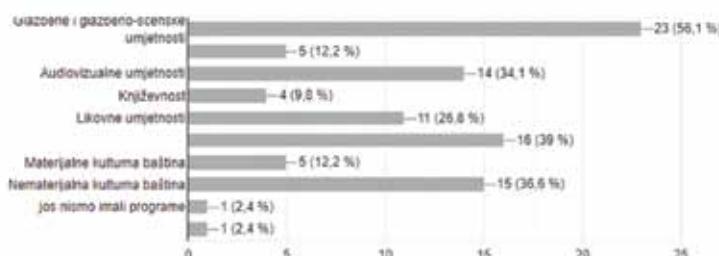
Grafikon 5: Izvor: Istraživanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

Najčešće je priroda suradnje između Grada i udruga bila na realizaciji kratkotrajne kulturne manifestacije (61 %), korištenju prostora (58 %), surađivali su na zajedničkoj realizaciji programa/projekta kao partneri (53 %) te u infrastrukturi/pomoći u vidu opreme (46 %).

Programi koje udruge provode najčešće su programi glazbene i glazbeno-scenske umjetnosti (56 %), inovativne kulturne i umjetničke prakse (39 %), nematerijalne kulturne baštine (36,6 %), audiovizualne umjetnosti (34 %), likovne umjetnosti (27 %).

Što su po vrsti najčešće vaši kulturni programi:

41 odgovor



Grafikon 6: Izvor: Istraživanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

Za organizacije civilnog društva srednja ocjena za ukupnu kulturnu ponudu grada je tri, a smatraju kako treba mijenjati prostorne kapacitete (23), javne gradske površine i njihovu namjenu (20), sustav financiranja u kulturi (25), umrežiti udruge (23), kako poduzetnici trebaju imati više odgovornosti (21) i kako mediji trebaju žustrije pratiti programe udruga (13).

Financiranje i nepostojanje kulturne strategije i jasnije vizije organizacije procjenjuju kao temeljne probleme kulturnog sustava u Šibeniku, dok entuzijazam i potencijal zajednice s prostorima tvrđava i drugom baštinom procjenjuju kao temeljne prednosti.

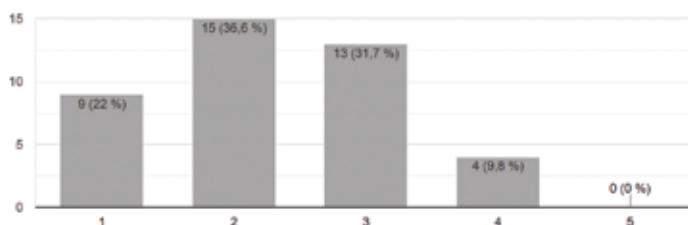
85 % udruga upoznato je s Pozivom za predlaganje financiranja programa/projekata javnih potreba udruga u kulturi i tehničkoj kulturi i javnih potreba udruga civilnog društva grada Šibenika. 61 % udruga

već se koristilo ovim sredstvima, 7 % se prijavilo, ali nije dobilo sredstva, dok se 32 % udruga nije prijavilo za ova sredstva.

Za 27 organizacija Grad Šibenik osigurava sredstva „uvijek kada treba“ i „uglavnom“ (65 posto odgovora). Uz to, pomoć od Grada organizacije primaju još kroz dodjelu javnih prostora na korištenje u najvećoj mjeri.

Smatraće li da su udruge uključene u procese donošenja odluka o kulturnim politikama u Šibeniku?

41 odgovor



Grafikon 7: Izvor: Istraživanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

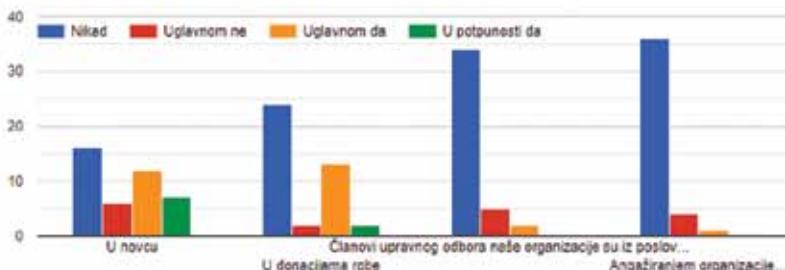
Grafikon 7. prikazuje procjenu udruga o uključenosti u procese donošenja odluka o kulturnim politikama, pri čemu je ocjena 1 nedovoljna uključenost, a ocjena 5 odlična uključenost. Udruge loše procjenjuju vlastitu mogućnost sudjelovanja u odlučivanju (ukupnom ocjenom dovoljan - 2) što je dobar pokazatelj potrebe za umrežavanjem i osnaživanjem organizacija te uspostavljanjem modela sudioničkog upravljanja. Udruge prosječnom ocjenom dobar (3) ocjenjuju tvrdnju da Grad Šibenik potiče suradnju među udrugama na području grada.

Suradnja udruga s poslovnim sektorom

70 % udruga do sada je surađivalo s poslovnim sektorom. Najčešći su oblici suradnje donacije u novcu i raznoj robi, uglavnom na zamolbu udruge.

Udruge se najčešće odužuju poslovnim subjektima objavom logotipa poslovnog subjekta na materijalima udruge.

Na koji način poslovni sektor pomaže vašoj organizaciji



Grafikon 8: Izvor: Istraživanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

Uključenost zajednice – korisnika u rad

51 % anketiranih udruga izjavilo je da vodi evidenciju o strukturi i broju korisnika. Ispitanici su informiranost korisnika o projektima koje udruge provode ocijenili prosječno vrlo dobrom (34 %) i odličnom (32 %).

Kod upita koji se odnosio na broj krajnjih korisnika projekata udruga, broj korisnika je varirao od 10 do 5000.

Odnos javnosti prema udrugama

Udruge stav sredine u kojoj djeluju prema civilnom sektoru u cjelini ocjenjuju neutralno, dok stav sredine u kojoj djeluju prema svojoj udruzi ocjenjuju pozitivno.

Informiranost građana u o djelovanju i aktivnostima civilnog društva u svojoj sredini većinom ocjenjuju neutralno, kao i zainteresiranost građana za rad svoje udruge.

Suradnja udruga s medijima

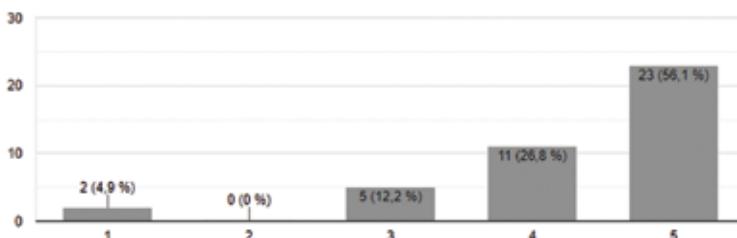
78 % udruga obavještava medije o svojim aktivnostima. Mediji u 80 % slučajeva prenose sadržaje koje im šalju udruge. 58 % udruga tražilo je medijsko pokroviteljstvo za svoje programe.

75 % ispitanih udruga ima osobu zaduženu za komunikaciju s medijima.

Grafikon 9. prikazuje procjenu ispitanika o stavu medija prema udrugama, pri čemu je ocjena 1 nezadovoljavajući, a ocjena 5 odličan stav. Stav medija na području na kojem djeluju udruge ocjenjuju izrazito pozitivno, prosječnom ocjenom odličan (5).

Kako biste ocijenili stav medija na području u kojem djelujete prema Vašoj udrizi?

41 odgovor



Grafikon 9: Izvor: Istraživanje stanja udruga u kulturi grada Šibenika 2019.

2.2.2. Javni sektor - Grad Šibenik i ustanove u kulturi

Grad Šibenik kao jedinica lokalne samouprave u svom proračunu osigurava sredstva za ispunjenje javnih potreba u kulturi na području grada Šibenika. Javne potrebe u kulturi, tehničkoj kulturi i znanosti grada Šibenika za koje se sredstva osiguravaju iz proračuna Grada Šibenika, jesu kulturne djelatnosti i poslovi, akcije i manifestacije od interesa za grad Šibenik, a osobito:

- djelatnosti i poslovi ustanova kulture, udruženja i drugih organizacija u kulturi, kao i pomaganje i poticanje umjetničkog i kulturnog stvaralaštva
- akcije i manifestacije u kulturi što pridonose razvitu i promicanju kulturnog života
- investicijsko održavanje, adaptacije i prijeko potrebni zahvati na objektima kulture
- sufinanciranje programskih djelatnosti udruga tehničke kulture koje su, svojom djelatnošću, od interesa za Grad Šibenik.

Navedene javne potrebe pod ingerencijom su Upravnog odjela za društvene djelatnosti Grada Šibenika koji obavlja poslove iz oblasti kulture, tehničke kulture, sporta, predškolskog odgoja, školstva, socijalne skrbi i zdravstva. Upravni odjel potiče kulturno i umjetničko promicanje grada, osiguravajući sredstva za zadovoljavanje potreba u kulturi, potiče sponzorstvo i donatorstvo u kulturi; koordinira izradu i odabir programa javnih potreba u sportu i tehničkoj kulturi te praćenje, kontrolu i realizaciju programa za razvitak sporta i tehničke kulture. Upravni odjel također prati rad javnih i drugih ustanova iz područja za koje je ustrojen radi ostvarivanja odgovarajućeg interesa i potreba građana u tim područjima.

Kako bi pospješio provedbu svojih kulturnih politika te građanima zadovoljenje njihovih kulturnih potreba, Grad Šibenik osnivač je sljedećih ustanova u kulturi:

- Hrvatskog narodnog kazališta u Šibeniku
- Gradske knjižnice „Juraj Šižgorić“
- Muzeja grada Šibenika
- Galerije sv. Krševana
- Tvrđave kulture Šibenik.

Upravni odjel za društvene djelatnosti Grad Šibenik prati kulturni sektor izdvajanjem proračunskih sredstava. Financiranje kulturnog sektora provodi se kroz proračunske izdatke za Šibensko kulturno ljeto, tradicionalne dane i obljetnice (Adventura, doček Nove godine, Dan grada, Šibenska noć, Light is life...), održavanje i sanaciju spomenika kulture te ostale kulturne programe (sredstva za kulturne udruge i investicije - Odeon). Iz proračuna Grada Šibenika također se finančiraju djelatnosti ustanova: HNK u Šibeniku, Gradske knjižnice „Juraj Šižgorić“, Muzeja grada Šibenika, Tvrđave kulture Šibenik, Galerije sv. Krševana.

U 2019. godini javne potrebe u kulturi Grada Šibenika iznose 47 089 000,00 kn, od čega je 0,83 % sredstava izdvojeno za javne potrebe udruga. Zanimljivo je primijetiti da su proračunska izdvajanja Grada Šibenika za rad udruga proteklih godina u porastu.

Javne potrebe udruga Grada Šibenika (u HRK)				
Stavka proračuna	Godina	2016.	2017.	2018.
Kultura				1.130.000,00
Tehnička kultura		845.000,00	875.000,00	948.000,00
Civilno društvo		330.000,00	333.000,00	771.000,00
Ukupno javne potrebe udruga		1.175.000,00	1.208.000,00	1.719.000,00
Ukupno proračun		178.719.318,75	194.635.010,53	227.250.000,00
Udio u proračunu		0,65 %	0,62 %	0,76 %
				0,83 %

Izvor podatka: Grad Šibenik, Upravni odjel za društvene djelatnosti

Rezultati ispitivanja među dionicima u javnom sektoru u kulturi

S obzirom da su svi osnovni podaci o poslovanju Grada Šibenika dostupni na internetskim stranicama, upitnikom namijenjenom Gradu Šibeniku ispitivani su stavovi gradskih zaposlenika o sustavu financiranja, umrežavanju i suradnji u gradu među dionicima te stavovi o stanju kulture u gradu Šibeniku. Grad Šibenik povećao je izdvajanja u kulturi u posljednje tri godine. Predstavnici Grada Šibenika procjenjuju kako su finansijska sredstva i ljudski kapaciteti najveći nedostatak kulturnog sustava u gradu. Uz to kao nedostatak navode prostorne kapacitete te nedovoljno sudjelovanje lokalnih kreativnih poduzetnika u sustavu kulture. Također, procjenjuju kako je kulturna ponuda sezonska zbog čega treba razvijati modele kojima će se raspršiti na čitavu godinu. Dalje smatraju kako građani i udruge trebaju imati priliku sudjelovati u donošenju odluka o budžetu za kulturu i to u javnim raspravama na temu, a sudioničko upravljanje smatraju važnim čimbenikom koji će doprinijeti razvoju sustava i povećanju kvalitete kulturne ponude. Postoji određeno neslaganje u viđenju funkcije gradskih površina kojima bi se besplatno koristile udruge, ustanove i građani.

Tendencija je Grada Šibenika uvođenje jasnijih kriterija za dobivanje finansijskih sredstava za programe kao i planiranje strateškog ulaganja u kulturne programe. Na lokalnoj razini Grad surađuje na više od deset kulturnih programa, dok je taj broj na regionalnoj i nacionalnoj razini do deset projekata, a na međunarodnoj razini smanjuje se na do pet projekata. Postoji određeno neslaganje u pogledu percipirane uloge gospodarskih subjekata u kulturi i poticajima za njihov doprinos kulturnoj ponudi grada. Grad vidi poduzetnike u kulturi kao važan doprinos u budućim suradnjama, ali ne postoji jednoznačno slaganje oko toga pripada li im pravo na korištenje gradske infrastrukture, javnih površina i finansijskih poticaja. Kulturna ponuda grada Šibenika ocijenjena je ocjenom vrlo dobar (4).

Javne ustanove u kulturi proračunski su korisnici Grada Šibenika te podnose godišnja izvješća o svom radu. S obzirom da su izvješća o radu ustanova u kulturi i proračun Grada Šibenika javno dostupni dokumenti, upitnikom za ustanove u kulturi ispitivana je vrsta i kvaliteta suradnje ustanova i OCD-a, kao i percepcija ustanova o stanju u kulturi grada Šibenika. Anketom su obuhvaćeni predstavnici četiriju od pet

javnih ustanova u kulturi. Sve anketirane ustanove imaju donesene planove i programe rada (4/4), jasno izražene misije i vizije (2/4), dok tek jedna od četiriju ima i razvijen strateški okvir. Javne ustanove, za razliku od OCD-a, imaju značajno veće ljudske kapacitete (u trenutku provedbe ankete jedna ustanova imala je jednog, dvije ustanove do 25, a jedna do 34 zaposlenika). Ustanove se većinom financiraju iz proračuna Grada Šibenika, manjim dijelom iz proračuna Ministarstva kulture, a jedna ustanova procjenjuje kako se u najvećoj mjeri finanira iz vlastitih prihoda. Sve ustanove imaju javno objavljene i dostupne financijske izvještaje na svojim internetskim stranicama. Najveći dio sredstava ustanova izdvaja se za plaće zaposlenika (10 – 60 %), programe (10 – 60 %), 10 – 30 % na ulaganje u infrastrukturu, 10 % na razvoj publike.

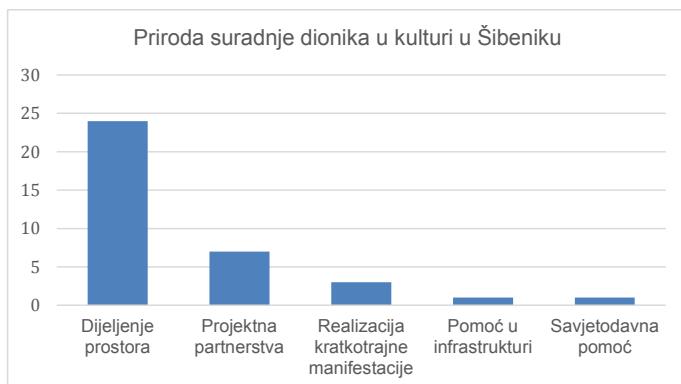


Grafikon 10: Izvor: Istraživanje stanja ustanova u kulturi grada Šibenika 2019.

Što se suradnje s organizacijama civilnog društva na realizaciji kulturnih programa u 2018. godini tiče, iz odgovora ustanova može se zaključiti da postoji dobra međusektorska suradnja. U prethodnoj godini (2018.) ustanove su ostvarile najmanje pet, a najviše petnaest suradnja na realizaciji kulturnih programa, a u tekućoj godini uključene su u više od deset suradnja (dvije ustanove), odnosno po jedna ustanova u do pet suradnja i jedna manje od pet suradnja na lokalnoj razini. Omjeri se mijenjaju u slučajevima regionalnih i međunarodnih suradnja što je i očekivano. S Gradom, udrugama i odgojno-obrazovnim ustanovama surađuje se kontinuirano, a najmanje se suradnje ostvaruje s poslovnim sektorom.

Najčešća priroda suradnje s nekim od dionika u kulturi bila je dijeljenje prostora, zatim različita projektna partnerstva, realizacija kratkotrajne manifestacije.

Anketirani predstavnici ustanova u potpunosti se slažu da bi modeli sudioničkog upravljanja bili pozitivna promjena u načinu vođenja i izvođenja kulturnih programa u gradu, a djelomično se slažu da bi predstavnička tijela poput Kulturnog vijeća, Savjeta mladih i sličnih tijela trebala imati veću mogućnost sudjelovanja u donošenju odluka o financiranju u kulturi (2/4). Većinom smatraju kako građani ne bi trebali imati značajniji utjecaj na raspodjelu sredstava za kulturne programe u Šibeniku, već bi to trebala održivati struka (3/4).



Grafikon 11: Izvor: Istraživanje stanja ustanova u kulturi grada Šibenika 2019.

Ukupnu kulturnu ponudu grada Šibenika anketirani predstavnici ustanova u kulturi ocjenjuju ocjenom vrlo dobar (4). Smatraju da je Šibenik grad kulture i da je kulturna ponuda bogata i raznolika. Svi su otvoreni prema različitim umjetničkim formama te smatraju da treba jednako njegovati tradicionalni i suvremeni kulturni izričaj te da grad promiče raznolikost kulturne ponude. Upitani da procijene što bi trebalo mijenjati u postojećoj kulturnoj ponudi grada, odgovorili su kako bi poduzetnici trebali više podupirati lokalne kulturne manifestacije. Također smatraju da treba mijenjati prostorne kapacitete, javne gradske površine i njihovu namjenu te umrežavanje. Djelomično bi mijenjali sustav financiranja, a zadovoljni su participacijom i praćenjem medija u podupiranju kulturnih manifestacija u gradu.

2.2.3. Zaključak

Partnerstvo je jedini održivi način da se postigne uspješno društvo, mišljenje je mnogih stručnjaka koji sudjeluju u razvojnim procesima. Ostvarivanje partnerstva nije krajnji cilj, ali bez partnerskih odnosa krajnji rezultat uspješnog razvoja zajednice nije moguće postići. Pristupi razvoju temeljeni na partnerstvu prvenstveno donose javnu (opću) korist te osim ekonomskog razvoja pridonose i poboljšanju standarda življenja te očuvanju okoliša.

Praksa je pokazala da pristup razvoju u kojem svaki sektor razvija i provodi svoje programe bez interakcije s drugim sektorima ne daje poželjne rezultate. Aktivnosti su usitnjene i raspršene, često se preklapaju, a korisnici ostaju zbumjeni. Iako je uloženo puno vremena i sredstava te ljudskog rada, ukupni učinak je malen. Danas potreba za suradnjom među različitim sektorima nije upitna, no ostaje pitanje kako do uspješne suradnje i partnerstva.

Društvo može biti uspješno ako svi sektori (javni, poslovni, civilni) imaju svoju ulogu, zajednički ispunjavaju specifične funkcije i pridonose na različite načine. Ni jedan sektor sam nema odgovore i sve kompetencije, zato se samo zajedničkim djelovanjem postiže sinergijski učinak. Zajedničkim planiranjem, dogovaranjem ciljeva i aktivnosti te zajedničkim provođenjem tih aktivnosti bolje se i učinkovitije mogu pružati usluge na integriran i održiv način, bilo da se radi o kulturi, obrazovanju ili o nekoj drugoj djelatnosti.

U najširem smislu međusektorsko partnerstvo predstavlja zajedničke inicijative i projekte javnoga, poslovnoga i civilnoga (neprofitnoga) sektora za opće dobro, u kojem svaki od partnera donosi određene resurse i sudjeluje u planiranju i odlučivanju o zajedničkim ciljevima te provođenju dogovorenih aktivnosti. U tom kontekstu projekt KREŠIMIR možemo izdvojiti kao dobar primjer međusektorskog partnerstva između civilnog i javnog sektora u kulturi, u kojemu su uspješno partnerstvo ostvarile jedna javna ustanova u kulturi (Tvrđava kulture Šibenik), jedinica lokalne samouprave (Grad Šibenik) i tri udruge u kulturi (Mladi u EU, Š.U.M. i Feniks) radi općeg dobra, odnosno jačanja kapaciteta civilnog sektora i umrežavanja dionika u kulturi na području grada.

Tumačeći pak rezultate provedenog istraživanja među udrugama u projektu KREŠIMIR, može se zaključiti da danas u Šibeniku nije slučaj da imamo šire i značajno međusektorsko planiranje kao ni međusektorskiju komunikaciju, a ako komunikacija i postoji, ona je obično jednosmjerna. Iako je u provedenoj anketi 82,9 % ispitanika odgovorilo potvrđno na pitanje surađuje li njegova organizacija s Gradom Šibenikom i javnim ustanovama, najveći broj udruga najviše je surađivao s Gradom Šibenikom, zatim s drugim udrugama, Turističkom zajednicom i Javnom ustanovom u kulturi Tvrđava kulture Šibenik. Ta se suradnja najčešće odnosi na pomoć pri organizaciji programa donacija u smislu prostora, rezervata ili tehniki za održavanje programa. U slučaju Tvrđave kulture Šibenik koja upravlja revitaliziranim tvrđavama sv. Mihovila i Barone, tvrđave kojima ustanova upravlja nisu samo lokacija održavanja programa već i suorganizator događanja koji pruža organizacijsku, produksijsku, programsку, marketinšku i finansijsku podršku partnerima/suradnicima.

Gotovo 70 % ispitanih organizacija do sada je ostvarilo suradnju s poslovnim sektorom, najčešće na inicijativu udruga. Poslovne organizacije najčešće su donirale udrugama novac ili određenu robu, zauzvrat udruge najčešće objavljaju logotip sponzora u materijalima udruge.

Iako, dakle, u Šibeniku postoje određeni oblici međusektorske suradnje, kao velik nedostatak mogli bismo navesti nedostatak međusektorskog planiranja i strategije, a u nekim slučajevima nema ni unutarsektorskog planiranja jer često se dešava da se organizacije neusklađeno bave istim problemom, žele potaknuti istu ili sličnu promjenu svaka na svoj način pa su često i rezultati niži od očekivanja. Često se dogodilo i da se mnoga događanja jednostavno terminski preklapaju i jedan drugom oduzimaju pozornost i publiku, što su dionici i izjavljivali tijekom provedenog istraživanja u projektu.

2.3. Planiranje za budućnost

Osnovni smisao izrade Akcijskog plana za razvoj sudioničkog upravljanja u kulturi grada Šibenika bio je ustanoviti ključne razvojne prioritete i dati smjernice za budući razvoj umrežavanja udruga, što međusobno, što s javnim sektorom u kulturi; i za razvoj sudioničkog upravljanja procesima u kulturi - kako bi se artikulirana vizija ostvarila. Kako bismo bolje shvatili probleme i potrebe udruga u kulturi u sklopu trodnevne edukacije o sudioničkom upravljanju u kulturi (ožujak 2019.), provedene su fokusne grupe na kojima se strukturirano raspravljalo o stanju i potrebama u kulturi u Šibeniku te je za potrebe Akcijskog plana izrađena analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji udruga u kulturi i kulturnog sektora grada Šibenika. Rezultati te SWOT analize prikazani su kako slijedi:

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none">• politika poticanja aktivnosti udruga• dobar partnerski odnos s lokalnom samoupravom te ostalim kulturnim i odgojno -obrazovnim ustanovama u gradu• kooperativnost javnih ustanova prema udrugama• dostupnost programa svim dobnim skupinama• raznolikost ponude kulturnih sadržaja te dobra razina dinamike kulturne produkcije institucijskih programa• velik broj programa - 730 kulturnih događanja godišnje• profiliranost Šibenika kao grada festivala, osamnaest festivala godišnje• spomenici kulturne baštine kao pozornice za organizaciju kulturnih događanja• mala zajednica u kojoj svatko svakog zna, brza i laka komunikacija i dostupnosti ljudskih kapaciteta	<ul style="list-style-type: none">• nepostojanje strategije razvoja kulture na razini grada• nedostatak sustavnog pristupa i strateškog promišljanja kulturnog sektora• nejasni kriteriji vrednovanja i financiranja kulturnih programa, projekata/događaja• strategija financiranja svih udruga, a ne najkvalitetnijih• nedostatna educiranost članova udruga za provođenje različitih projekata• manjak komunikacije i suradnje unutar kulturnog sektora i izvan njega• udruge su uglavnom amaterske, bez profesionalnih zaposlenika, s malim članstvom• nedostatak prostora za djelovanje udruga• nedostatak većeg natkrivenog prostora / dvorane za uvježbavanje i izvođenje programa• nepostojanje kontinuiranih programa za usavršavanje i dodatno obrazovanje članova i djelatnika udruga• udruge se osnivaju kako bi se bavile isključivo organizacijom jednog programa (festivala, glazbenoga događanja)• prevelika usmjerenost i ovisnost kulturnog sektora o gradskom proračunu, nedovoljna diversificiranost izvora financiranja za lokalni kulturni sektor• nedostatak ljudskih kapaciteta udruga za osmišljavanje i financiranje programa• slaba uključenost privatnog sektora u financiranju kulture• nedostatak ljudskih kapaciteta udruga za osmišljavanje i financiranje programa• slaba uključenost privatnog sektora u financiranju kulture

<ul style="list-style-type: none"> • spremnost i želja za suradnjom među udrugama • dobra izdvajanja za kulturu i potencijal za rast (proračun i drugi izvori) • multipliciranje uloge kulture u ostalim gospodarskim granama • velik broj turista/posjetitelja u gradu zainteresiranih za kulturnu ponudu • brojna festivalska publika iz drugih dijelova zemlje • velik broj aktivnih udruga u kulturi • prostor grada kao iznimne kulturno-povijesne vrijednosti, lokacije u kojima se prezentiraju kulturni sadržaji 	<ul style="list-style-type: none"> • slaba međusektorska suradnja pri apliciranju na državne programe financiranja • prekomjerna komercijalizacija gradske jezgre kojom se znatno umanjuju mogućnosti korištenja javnih površina i prostora, tj. jedinstvenih ambijentalnih resursa za kulturno stvaralaštvo • sezonalnost koja diktira dinamiku kulturnih programa tijekom cijele godine • niska razina sudjelovanja lokalnog stanovništva u kulturnim programima • neravnoteža između potreba lokalnog stanovništva i interesa posjetitelja i turista u osmišljavanju kulturne ponude • nedovoljno visoko postavljeni kriteriji kvalitete, niska ili osrednja kvaliteta proizvoda • prevelika koncentracija kulturnih programa na povijesnu jezgru • nemogućnost adaptiranja i uređenja prostora zbog propisanih uvjeta • prostori nisu u vlasništvu osnivača ni ustanova • visoka razina politizacije odlučivanja u kulturnom sektoru • nedovoljna profiliranost turističkog tržišta prema kulturnoj publici • pretjerana komercijalizacija kulture
Prilike <ul style="list-style-type: none"> • umrežavanje udruga radi jačanja kapaciteta • korištenje fondova EU-a za razvoj kulture • korištenje međunarodnih i domaćih privatnih izvora (zaklade, fondovi, sponsorstva poduzeća i dr.) • iznalaženje i korištenje novih modela financiranja kulture • međusobna suradnja udruga i suradnja s kulturnim djelatnicima koji žive izvan Šibenika • sinergija kulture s ostalim sektorima koji mogu osigurati razvoj samih sektora i grada općenito 	Prijetnje <ul style="list-style-type: none"> • političke promjene koje uzrokuju diskontinuitet u planiranju i razvoju kulture • gospodarska kriza koja uzrokuje smanjenje prihoda u proračunu • iseljavanje mladih iz Šibenika radi školovanja ili pronalaska posla • nemogućnost sektorskog povezivanja i umrežavanja zbog nedostatka vizije i sebičnosti • pasivnost mladih generacija i nedostatak želje za društveno korisnim djelovanjem • ovisnost o turizmu kao monokulturi • opća nezainteresiranost za kulturne sadržaje • nemogućnost udruga da razviju potrebne ljudske kapacitete za razvoj • nesigurnost u financiranju, teška ekonomska situacija • rentjerstvo u većini područja (npr. turizam, kultura) • nepostojanje poreznih olakšica za donacije u kulturi • loša državna politika na području kulture (financije, kriteriji, strategija) • djelovanje lobija i provođenje projekata koji na neodrživ način iskorištavaju prostorne i baštinske resurse

Vizija razvoja

Vizija je osmišljena na temelju identificiranih snaga, slabosti, prilika i prijetnji kako su prikazane u SWOT analizi. Vizija predstavlja okvir za definiranje ključnih ciljeva. Ona nam govori kakvo sudioničko upravljanje i kulturu želimo u idealnoj budućnosti.

Projektom KREŠIMIR ojačana je suradnja i umrežavanje javnog i civilnog kulturnog sektora u Šibeniku te ljudski kapaciteti dionika za sudioničko upravljanje uspostavom mreže KREŠIMIR. Mreža je okupila i educirala dionike u kulturi, promovirala javno-civilno partnerstvo, uključila OCD-ove u procese kreiranja kulturnih politika u lokalnoj sredini i povećala pristup građana kulturno-umjetničkim sadržajima.

Udruge okupljene oko mreže KREŠIMIR započele su združeno djelovati stvarajući programe koji su odraz njihovih interesa i potreba. Razvojem njihovih kapaciteta za upravljanje projektima, programskim razvojem i zagovaračkim aktivnostima razvit će se i čvršća suradnja u stvaranju novih programa i kulturnih politika koje će doprinijeti:

- partnerstvu između Grada i njegovih građana
- kvalitetnijim i raznovrsnijim kulturnim programima
- većoj kvaliteti života lokalne zajednice.

Ciljevi i aktivnosti

Kako bismo ostvarili zacrtanu viziju, postavljamo strateške ciljeve akcijskog plana. Strateški ciljevi sastavljeni su od aktivnosti koje treba ispuniti kako bi se strateški cilj ostvario i približio nas ostvarenju vizije.

CILJ 1: Izgradnja organizacijske strukture mreže udruga

Zašto: Tijekom provođenja projekta KREŠIMIR utvrđeno je da se udruge žele međusobno jače povezivati kako bi zajednički djelovale i ojačale programsku suradnju, lakše pronalazile izvore financiranja, ojačale svoju zagovaračku poziciju prema Gradu Šibeniku i njegovim kulturnim institucijama te zainteresirale više građana za sudjelovanje u programima i aktivnostima koje provode.

Stvaranje zajedničkog okvira djelovanja, identifikacija točaka okupljanja, zajedničkih interesa i modela upravljanja koji će omogućiti neometan rad mreže, jednakopravnost članova i dogovornu zastupljenost u upravljanju

preduvjeti su za stvaranje takve mreže. Sljedeći su korak odabir i uspostava organizacijske strukture koja će najbolje odražava potrebe mreže te formalno osnivanje mreže.

Rezultat: osnovana mreža s najmanje pet udruga.

A1.1) Izrada zajedničke platforme, okvira djelovanja mreže udruga

Izrada strateškog programskega dokumenta, „popisa želja“ i interesa oko kojih će se udruge okupiti u mrežu.

Indikator: potpisani programski memorandum najmanje pet udruga.

A1.2) Uspostava organizacijske strukture i formalno osnivanje mreže udruga

Odabir upravljačkog modela, održana osnivačka skupština i registrirana udruga.

Indikator: održana osnivačka skupština, udruga registrirana.

A1.3) Uspostava periodičkih sastanaka mreže udruga

Uspostava periodičkih (mjesečnih) sastanaka važna je za funkcioniranje udruge - mreže. Na tim sastancima sudjeluju predstavnici članova udruga mreže na kojima se prezentiraju ideje i rješavaju problemi u radu mreže.

Indikator: tijekom godine održano najmanje šest sastanaka.

A1.4) Uspostava periodičkih sastanaka svih udruga - meetupovi „Narančasta kava“

Aktivnosti na širenju mreže, prezentacija rada mreže drugim udrugama i uključivanje drugih udruga u mrežu.

Indikator: tijekom godine održana najmanje tri meetupa s drugim udrugama.

A1.5) Uspostava kanala komunikacije sa zainteresiranim javnostima

Aktivnosti prikupljanja elektroničkih adresa zainteresiranih javnosti (udruge, grad, institucije, mediji...), izrada internetske stranice mreže i društvenih kanala komuniciranja.

Indikator: izrađena internetska stranica mreže, profili na društvenim mrežama i napravljena popis e-adresa (Adrema).

CILJ 2. Redefiniranje kriterija i načina dodjele javnih sredstava financiranja udruga

Zašto: S obzirom da velik broj udruga u Šibeniku smatra da se novac namijenjen udrugama dodjeljuje nedovoljno transparentno, potrebno je u suradnji s Gradom i drugim zainteresiranim dionicima redefinirati sustav financiranja u kulturi tako da se uspostave novi, jasniji kriteriji financiranja i bodovanja projekata prijavljenih za financiranje iz sredstava Grada.

Rezultat: izrađeni i usvojeni novi kriteriji financiranja javnih potreba u kulturi.

A2.1) Izrada Prijedloga za financiranje javnih potreba u kulturi

Prikupljanje pismenih primjedaba na dosadašnji sustav financiranja i ideja kako ga poboljšati među udrugama, članovima mreže.

Organizacija niza radionica za članove mreže udruga na kojima se analiziraju prikupljeni prijedlozi i ideje te se artikulira dokument Prijedlog za financiranje javnih potreba u kulturi.

Indikator: izrađen dokument Prijedlog za financiranje javnih potreba u kulturi.

A2.2) Provedba javne rasprave za sve zainteresirane dionike

Organizacija radionica za sve zainteresirane dionike na kojoj se Prijedlog financiranja predstavlja široj javnosti, prikupljaju primjedbe i prijedlozi.

Indikator: usuglašen Prijedlog za financiranja javnih potreba u kulturi.

A2.3) Uspostava radne skupine s predstavnicima Grada za izradu kriterija financiranja

Nakon što je Prijedlog za financiranje javnih potreba u kulturi dobio široku potporu, uskladjuje se s predstavnicima Grada Šibenika.

Indikator: izrađen Pravilnik i kriteriji financiranja javnih potreba u kulturi.

A2.4) Prezentacija pravilnika

Pravilnik je usklađen i donesen te se predstavljen javnosti.

Indikator: održana prezentacija pravilnika.

CILJ 3. Jačanje kapaciteta i kompetencija udruga (ljudskih i finansijskih)

Zašto: Tijekom provedbe ankete o organizacijama civilnog društva u Šibeniku utvrđeno je da udruge imaju slaba ili nikakva znanja o načinima financiranja i mogućnostima koje različiti izvori nude. Utvrđeno je i da su udruge orijentirane na provođenje ciljeva i zanemaruju ili nemaju dovoljne kapacitete i znanja potrebna za vođenje udruge, regrutiranje članstva, promociju vlastitih programa i sl.

Različitim edukacijama i jačanjem kapaciteta udruga u različitim radio-nicama i sudjelovanjem u provedbi zajedničkih projekata, povezivanja na regionalnoj, državnoj i međunarodnoj razini.

Rezultat: tijekom godine najmanje jedan prijavljen zajednički projekt za financiranje iz sredstava EU-a.

A3.1) Organizacija radionica/treninga za članove udruga

Organizacije radionica iz različitih polja usmjerenih na obuku članova udruga, od izrade i provođenja projekata, vođenja udruge do marketinga.

Indikator: tijekom godine održane najmanje četiri radionice.

A3.2) Izrada baze projekata udruga

Na jednostavnom obrascu raspisani projekti koje udruge provode ili bi ih željele provoditi. Dijeljenjem baze svaki član mreže može znati što drugi rade te se može uključiti programski, tražiti zajedničke izvore financiranja i sl.

Indikator: izrađena i među članovima mreže podijeljena baza projekata.

A3.3) Uspostava sustava obavještavanja o otvorenim programima financiranja i pomoći pri izradi aplikacija

Odabir osobe ili udruge koja prati izvore financiranja i izrada popisa e-adresa kojom bi se druge udruge obavještavale o novootvorenim natjecajima i izvorima financiranja.

Indikator: uspostavljen popis e-adresa, tijekom godine poslano najmanje deset elektroničkih poruka.

CILJ 4: Razvoj publike, kulturnih potreba građana i posjetitelja Grada

Zašto: Kako bi se građani bolje informirali i senzibilizirali za rad udruga, povećali zainteresiranost mlađe populacije za aktivnosti udruga, smanjili sezonalnost u izvođenju programa te bolje planirali programe. Rezultat: bolja informiranost građana o programima i radu udruga.

A4.1) Program razvoja i sudjelovanja mlade publike

Povezivanje i tješnja suradnja s obrazovnim institucijama i postavljanje oglasnih ploča u školskim institucijama posebno za udruge na kojima bi udruge oglašavale svoje programe, tražile volontere i sl.

Indikator: postavljanje oglasnih ploča.

A4.2) Praćenje i analiza posjećenosti događanja

Izvještavanje i praćenje posjećenosti događanja u organizaciji mreže udruga.

Indikator: izrađeni izvještaji o organiziranim događanjima.

A4.3) Izrada itinerara događanja

Organizacija sastanaka s predstvincima svih zainteresiranih skupina radi izrade jedinstvenog itinerara događanja, a kako se događaji ne bi preklapali.

Indikator: izrađen itinerar događanja.

CILJ 5: Preuzimanje (osvajanje) javnog prostora – „Grad je pozornica“

Zašto: Sudioničko upravljanje najčešće podrazumijeva upravljanje prostorom. Trenutačno Šibenik takvog jedinstvenog prostora nema (što ne znači da u budućnosti neće biti) te za javno provođenje programa preostaju gradske ulice i trgovi. Pod motom „Grad je pozornica“ mreža udruga preuzet će upravljanje, odnosno organizirati događanja u nekom dijelu grada na kojem će napraviti kulturnu intervenciju, predstaviti ono što udruge rade te voditi zagovaračku kampanju radi potrebe za zajedničkim prostorom za izvođenje programa.

A5.1) Izrada mape javih prostora radi korištenja za izvođenje kulturnih programa

Mapiranje javnih prostora na kojima bi se mogli izvoditi kulturni programi radi potrage za prostorom koji može omogućiti širi spektar djelovanja civilno-društvenih i kulturnih organizacija. Mapiranje otvorenih prostora s popisom zahtjeva koje treba ispuniti za izvođenje programa.

Indikator: izrađena mapa javih prostora na kojima je moguće izvođenje kulturnih programa i formiranje kulturnog centra.

A5.2) Organizacija različitih akcija, programa i događanja radi povećanja vidljivosti udruga

Organizacijom događanja „Grad je pozornica“ koje bi obuhvaćalo različite akcije, mreža udruga predstavila bi svoj rad javnosti, povećala vidljivost i vodila zagovaračku kampanju radi dobivanja jedinstvenog zajedničkog prostora.

Indikator: održano događanje.

Adresar šibenskih udruga u kulturi²⁰

Amaterska kulturna udruga Žirje
Obala Zorana Mrvice 55 A
22213 Žirje
091/450 0050; 091/234 2010
akuzirje@gmail.com

Amaterska kulturna udruga Bonaca
Svete Luce 14
220000 Šibenik
022/330 117

Društvo arhitekata Šibenik
Kralja Zvonimira 7A
22000 Šibenik
091/765 5449; 098/511 052;
098/934 4678
info@d-a-si.hr
<http://d-a-si.hr/web/>

Društvo za očuvanje šibenske baštine „Juraj Dalmatinac“
Put gimnazije 36
22000 Šibenik
drustvo.juraj.dalmatinac@gmail.com
www.jurajdalmatinac.com

Glazbena udruga ECHO
Bana Ivana Mažuranića 112
22000 Šibenik
dy.edy.c@gmail.com
glazbenaudrugaecho@gmail.com
FB: @udrugaecho

Glazbena udruga Šibenski kanal
Put Jurasa II/3
22000 Šibenik
022/340 571

Glazbena udruga „Tajni život“
Bana Josipa Jelačića 48
22000 Šibenik
099/584 8715
info@offfestival.net

Gradski komorni orkestar Šibenik
Splitska 4
22 000 Šibenik
098/965 5849
FB: Gradski komorni orkestar Šibenik

Kazališna udruga VIRKO
Miminac 15,
22 000 Šibenik
091/946 4997
jelena.zuric1@gmail.com
FB: VIRKO news

Kulturna udruga FOTOPOETIKA
Bosiljke Fulgoši 5
22000 Šibenik
098/ 941 6055
fotopoetika@gmail.com
FB: @fotopoetika

20 Podaci u adresaru prikupljeni su tijekom projekta na temelju osobnog ili kontakta e-poštom te pretraživanjem podataka javno dostupnih na internetu. S obzirom na to, adresar sadrži kontaktne podatke samo onih udruga koje su ih dobrovoljno, na zahtjev, dostavile partnerima ili čiji su kontaktni podaci bili dostupni online u trenutku pretraživanja.

Kulturna udruga „Kolajnica“
Petra Zrinskog 11
22 000 Šibenik
099/791 3284
malenica.edita@gmail.com
FB: Kulturna udruga Kolajnica

Kulturna udruga „Šibenske šuštine“
Ul. svetog Nikole Tavelića 10
22000 Šibenik
092/119 7043
kudsibenskesustine@gmail.com
FB: KU „Šibenske šuštine“ Šibenik

Kulturna udruga „Šibenske bovule“
Obala hrvatske mornarice 1
22000 Šibenik
091/556 2567
gojka.pelajic@si.t-com.hr

Kviz udruga Šibenik - KUŠ
Obala palih omladinaca 2
22000 Šibenik
091/497 5542
kviz.udruga.sibenik@gmail.com
FB: @kvizazimut

KUD „Koralj“
Niz Bebana 16
22212 Zlarin
098/336 887
kudkoralj@gmail.com

KUD Bedem
Grebaštica b. b.
22010 Grebaštica
098/315 560
zarko.peran@si.t-com.hr

KUD „SPUŽVAR“
Krapanj - Brodarica
juric.zoran@gmail.com

Likovna udruga Grupa 9
Bože Peričića 30
22000 Šibenik
098/846 876;
091/554 2256
jokic64@gmail.com
borko.boris57@gmail.com

Muški pjevački zbor Sveti Mihovil
Uskočka 4
22 000 Šibenik
jurica.matkovic@gmail.com

Plesni teatar „Sjene“
Zdravka Bege 21
22 000 Šibenik
091/893 6193
zoranamihelcic@net.hr
sjene.si@gmail.com
<http://www.sjene.hr/>
FB: @plesnaudrugasjene.sibenik

**Pokretači alternativnog
razvoja kulture (P.A.R.K.)**
Prilaz tvornici 41
22 000 Šibenik
095/ 905 3676
udruga.park@gmail.com
<http://www.udrugapark.com>
FB: @udrugapark

Razvoj Alternativnih Tehnika Civilnog Aktivizma Tehnologijom - RatCat
Trg Andrije Hebranga 24
22 000 Šibenik
098/190 9902; 091/799 4122
info@ratcat.hr
FB: @ratcat.hr

Šibenska gradska straža
Bana Josipa Jelačića 21
22000 Šibenik
099/681 4189
095/1984 486
gradska.straza.sibenik@gmail.com
krstefriganovic@yahoo.com
FB: @sibenskagradska.straza

Šibenska Udruga Mladih – Š.U.M.
Prilaz tvornici 41
22 000 Šibenik
098/9555 029
091/784 3825
sibenska.udruga.mladih@gmail.com
www.sibenskaudrugamladih.hr

Šibensko pjevačko društvo „KOLO”
Ulica sv. Nikola Tavelića 12
22000 Šibenik
022/216 505
095/901 9205
sibensko.kolo@gmail.com
<https://sibensko-kolo.hr>

Šibenska narodna glazba
Ulica šibenske narodne glazbe 5
22202 Sibenik
098/873 497
sng.sibenik@gmail.com
FB: @sng.si

Udruga Feniks
Zlarinski prolaz 2
22 000 Šibenik
022/215 957;
098/177 8938;
095/553 4695
katarina.shebenik@gmail.com
FB: @UdrugaFeniks

Udruga mladih „Mladi u EU”
Prilaz tvornici 41
22 000 Šibenik
022/212 834
info@mladi-eu.hr
<http://mladi-eu.hr/>

Udruga Oksid
Lepenička 1
22000 Šibenik
099/691 3882
oksid2015@gmail.com
antepapak1989@gmail.com
kruno.malenica@gmail.com
FB: @udrugaOksid

Udruga likovnih amatera Tempera
Trg Andrije Hebranga 7
22000 Šibenik
091/561 2560
doloresbusjas@yahoo.com
FB: Udruga likovnih amatera Tempera

Udruga Disco Gimnazija
Zadarska 67
22000 Šibenik
091/570 8888
disco.gimnazija@gmail.com
FB: @svezatebesibenice

Udruga za promicanje duhovne svijesti ISHA
Stjepana Radića 125
22000 Šibenik
091/784 2234
udrugaisha@gmail.com
FB: ISHA svjetlost

Udruga ZNAK
Stipe Ninića 18
22 000 Šibenik
099/ 421 4610

Udruga PRIXA
Zapadna magistrala 15
22 000 Šibenik
098/943 8281
lovrovudrag@gmail.com
antonia.dorbic@yahoo.com
slavenblace@gmail.com

Udruga Liješnjaci
Trg sv. Jeronima 2
22000 Šibenik
aleksandardelac13@gmail.com
lijesnaci.sibenik@gmail.com

Udruga FALIŠ
Nikole Tesle 1
22 000 Šibenik
info@falis.com.hr
<http://falis.com.hr/>
FB: @festival.falis

Reference:

- Abramović, A. Primjeri društveno-kulturnih centara. <http://www.zagrebotvorenigrad.hr/wp-content/uploads/2017/02/Primjeri-drus%CC%8Ctveno-kulturnih-centara.pdf>
- Abramović, A. Upravljanje prostornim resursima za pozitivne društvene promjene. <http://www.zagrebotvorenigrad.hr/wp-content/uploads/2017/02/Upravljanje-prostornim-resursima-za-pozitivne-drus%CC%8Ctvene-promjene.pdf>
- Akcijski plan za razvoj sudioničkog upravljanja u kulturi grada Šibenika. 2019. Zdravko Bogdan, Kreator.akt, Šibenik. www.kresimir.hr
- Bollo, Alessandro; Da Milano, Cristina; Gariboldi, Alessandra; Torch, Chris. 2017. Guide Part I - Tools Of Audience Development: A Practical Guide For Cultural Operators, European commission.
- Bollo, Alessandro; Da Milano, Cristina; Gariboldi, Alessandra; Torch, Chris. 2017. Guide Part II – Rules for Audience Development: Key recommendations, European commission.
- Buršić, E. 2014. Mreža Clubture: mapiranje organizacija izvaninstitucionalne kulture. Istraživački izvještaj. Savez udruga Klubtura. Zagreb.
- doc. dr. sc. Barada, V., dr. sc. Primorac, J., dr. sc. Buršić, E. 2016. Osvajanje prostora rada. Uvjeti rada organizacija civilnog društva na području suvremene kulture i umjetnosti. Zaklada „Kultura Nova”. Zagreb.
- Kangas, A. 2017. Removing Barriers. Participative and Collaborative Cultural Activities in Kuulto Action Research. Helsinki: Center for Cultural Policy Research Cupore.
- Radna bilježnica za društveno-kulturne centre: povodom Radnog skupa 'Prema institucionalnom pluralizmu: Razvoj društveno-kulturnih centara' 12. - 14. studenoga 2015. 2015. Ur. Vidović, D. Zaklada „Kultura nova”. Zagreb.
- Uradimo zajedno. Prakse i tendencije sudioničkoga upravljanja u kulturi u Republici Hrvatskoj. 2018. Ur. Vidović, D. Zaklada „Kultura nova”. Zagreb.
- Žuvela, A. 2016. Krojeno po mjeri? Prakse i tendencije kulturnog obrazovanja u Hrvatskoj. Zaklada „Kultura nova”, Zagreb.

- Projektni tim Projekta Krešimir. 2019. Izvješće o stanju u kulturi grada Šibenika. <http://www.kresimir.hr/stranice/dokumenti/6.html>
- KAoperativa. 2016. KAOP Manifest 2016. Karlovac: KAoperativa. [https://ia801909.us.archive.org/12/items/KAoperativapozicijskiDokumentonline/KA-operativa-\(pozicijski-dokument\)-\[online\].pdf](https://ia801909.us.archive.org/12/items/KAoperativapozicijskiDokumentonline/KA-operativa-(pozicijski-dokument)-[online].pdf) (8. 2. 2018.).
- KA-MATRIX. 2014. Hrvatski dom (kao) društveno-kulturni centar?! Karlovac: KA-MATRIX. https://ia800305.us.archive.org/30/items/HDDKCBooklet/HD_DKC_booklet.pdf (7. 10. 2017.).
- Participation Models: A chase through the maze 2nd edition, November 2012. https://docgo.net/detail-doc.html?utm_source=participation-models-20121118
- Arnstein, Sherry R.1969. A Ladder Of Citizen Participation', Journal of the American Planning Association, 35: 4, 216 — 224. <https://www.participatorymethods.org/sites/participatorymethods.org/files/Arnstein%20ladder%201969.pdf>
- Švec Španjol, Sonja; Vujnović, Andrea: Centri za kulturu – paradigme prošlosti ili potencijal budućnosti. <http://www.galerijagalzenica.info/sonja-svec-sjanjol-i-andrea-vujnovic-centri-za-kulturu-paradigme-proslosti-ili-potencijal-buducnosti.pdf>
- Statut Saveza udruga Operacija grad. <https://operacijagrad.net/savez-udruga-operacija-grad/dokumenti/>
- UNESCO.2017.ReshapingCulturalPolicies.Advancingcreativityfordevelopment. Pariz: UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002605/260592e.pdf>
- Wampler; McNulty, L.: Does Participatory Governance Matter.https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/CUSP_110108_Participatory%20Gov.pdf
- Wilcox, David. 1994. The Guide to Effective Participation. <http://ourmuseum.org.uk/wp-content/uploads/The-Guide-to-Effective-Participation.pdf>

Javna ustanova u kulturi Tvrđava kulture Šibenik
Vodička 4, 22 000 Šibenik
gsm: 091/6196540
e-mail: info@tvrdjava-kulture.hr
www.tvrdjava-kulture.hr

