

Marketing Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku

Falamić, Tomislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:292682>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-02**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



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

ZAVRŠNI RAD

Osijek, 18. rujna 2018.

(datum predaje rada)

Tomislav Falamić

(Ime i prezime)

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

ZAVRŠNI RAD

**TEMA: Marketing Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku
PRISTUPNIK: Tomislav Falamić**

Osijek, _____

(datum predaje rada)

Ime i prezime

(potpis)

| AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU | |
|--|--|
| ZAVRŠNI RAD | |
| Znanstveno područje: društvene znanosti | |
| Znanstveno polje: ekonomija | |
| Znanstvena grana: marketing | |
| Prilog: | Izrađeno: |
| | Primljeno: |
| | MENTOR: doc.dr.sc.Iva Buljubašić, docentica |
| | KOMENTOR: |
| | Mj: |
| | Broj priloga: |
| PRISTUPNIK: | |

Mentor:

Predsjednik Odbora
za završne i diplomske radove:
izv.prof.art.dr.sc. Saša Došen

(potpis)

(potpis)

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. UVODNO O KAZALIŠTU..... | 2 |
| 3. POVIJEST | 3 |
| 3.1. Povijest kazališta | 3 |
| 3.2. Povijest zgrade kazališta | 5 |
| 4. ORGANIZACIJA KAZALIŠTA..... | 6 |
| 4.1. Kazališno vijeće..... | 6 |
| 4.2. Struktura Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića | 6 |
| 5. DRAMSKI I BALETNI STUDIO | 8 |
| 5.1. Dramski studio..... | 8 |
| 5.2. Baletni studio..... | 8 |
| 6. VIZIJA, MISIJA I VRIJEDNOSTI..... | 10 |
| 6.1. Vizija..... | 10 |
| 6.2. Misija | 11 |
| 6.3. Vrijednosti..... | 11 |
| 7. CILJEVI..... | 13 |
| 7.1. Opći ciljevi | 13 |
| 8. FINANCIRANJE I MARKETING..... | 17 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 8.1. Financiranje | 17 |
| 8.2. Marketing | 17 |
| 8.3. Mix - marketing | 20 |
| 9. SWOT ANALIZA..... | 22 |
| 10. PEST ANALIZA..... | 25 |
| 10.1. Političko okruženje | 25 |
| 10.2. Ekonomsko okruženje..... | 25 |
| 10.3. Socijalno okruženje..... | 26 |
| 10.4. Tehnološko okruženje | 27 |
| 11. ZAKLJUČAK | 29 |
| LITERATURA | 30 |
| DODACI..... | 32 |

Sažetak

U radu se opisuje vrijedna i višestruko nagrađivana kazališna kuća Dječje kazalište Branka Mihaljevića koja se nalazi u Osijeku. Prikazani su podaci o povijesti i organizaciji kazališta. Opisani su dramski i baletni studio kazališta. Rad obuhvaća podatke kao što su misija, vizija, vrijednosti i ciljevi kazališta. Analizirano je financiranje i marketing kazališta. Također u radu se detaljno prikazane SWOT i PEST analiza. Cilj je ovoga rada proširiti dosadašnje spoznaje o načinu rada Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića.

Ključne riječi: kazalište, predstave, djeca, Osijek

1. UVOD

Dječje kazalište Branka Mihaljevića jedino je profesionalno dječje kazalište u Slavoniji i Baranji i jedino može ponuditi profesionalni pristup u kreativnom i edukativnom programu za djecu i mlade. Već više od 60 godina ostvaruje iznimne rezultate na svim domaćim i inozemnim festivalima, a uspješno surađuje i sa svim institucijama u kulturi u čitavoj regiji, ne samo gradu Osijeku već i Županiji.

U radu je prvenstveno riječ o marketingu kazališta. Nabrojane su osobe koje čine radnu skupinu čiji je posao razvitak marketinga kazališta, opis posla koji obavljaju, te potrebne kvalifikacije za dobivanje takvog posla. Analizirani su svi elementi mix marketinga (7P) i navedeni su načini financiranja kazališta. Uz marketing, bitno je naglasiti SWOT i PEST analizu koji sadrže pozitivne i negativne stvari, odnosno snage i slabosti, a također govore i o mogućnostima napretka u radu kazališta. Naravno, ako se želi govoriti o mogućnosti napretka, moraju se dobro postaviti misija, vizija i ciljevi, te ih što efikasnije i efektivnije ostvariti.

Za ovu godinu najavljen je veliki broj predstava i nekoliko premijera. Očekuje se veliki broj gledatelja (prošle godine oko 55 000 gledatelja). S obzirom na trenutačno financijsko stanje u državi, kazalište vrlo dobro djeluje. To se može vidjeti iz proračuna kazališta čiji su podaci dostupni na web stranici kazališta.

2. UVODNO O KAZALIŠTU

Kazalištu gravitira 70 škola u Osječko-baranjskoj županiji, a od toga 20 ih je u samom gradu Osijeku. Surađuje i sa mnogim školama u Vukovarsko-srijemskoj županiji, te sa ustanovama kulture, osobito Hrvatskim domom Vukovar, te tisuće djece tijekom godine prati programe kazališta. 50 do 70 tisuća gledatelja pogleda predstave u kazalištu svake godine, što u samoj zgradi kazališta, što na gostovanjima koja su također važan dio poslovanja kuće. Dječje kazalište Branka Mihaljevića, također, ima i vrlo bogatu i usustavljenu arhivu građe, te može poslužiti i kao mjesto izučavanja povijesti lutkarstva i kazališta za djecu. Mjesto na kojemu svoje stvaralaštvo predstavljaju i drugi, a svojim položajem i opremljenošću surađuje sa brojnim Udrugama i tvrtkama u organizaciji promocija, koncerata, produkcija i sličnih događanja. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Povezanost kazališta i školi je iznimno dobra stvar za rad kazališta. Svakako, tu je zarada koju kazalište ostvaruje velikim brojem predstava i osigurava svoj opstanak. A s druge strane kazalište često u svom repertoaru ima predstave koje su rađene prema školskim lektirama. Tako pokušavaju djecu potaknuti na vizualno predočavanje knjiga, što je bitno za djecu koja se teže koncentriraju prilikom čitanja knjiga, i, naravno, izazvati smijeh kod djece i biti zabavni.

3. POVIJEST

3.1. Povijest kazališta

Vrijedna i višestruko nagrađivana kazališna kuća službeno je s radom započela 8. lipnja 1950. godine, izvedbom prve premijere Pionirskoga kazališta u Osijeku – *Spašeno svjetlo* koju je režirao Ivan Marton. Godinu dana kasnije amatersko kazalište, u čijim su predstavama igrala djeca, dobiva svoju dvoranu u tadašnjem donjogradskom Domu kulture, u kojoj i danas predstavama uveseljavaju male i velike. Žarka nastojanja da Osijek dobije pravu lutkarsku i dječju scenu ostvarila su se 1958. godine kada se kazalište profesionalizira te dobiva ime Dječje kazalište Ognjen Prica. Dječje kazalište u Osijeku iznimno je ponosno što je sudjelovalo na Prvom međunarodnom festivalu djeteta u Šibeniku. Prvu lutkarsku predstavu postavlja na scenu 1962. godine, a 1977. postaje ponosnim domaćinom Susreta lutkara Hrvatske. (Kultura u Osijeku 2013)

U više od pola stoljeća održanosti na gradskoj, državnoj i međunarodnoj sceni, dogodilo se mnogo lijepih i nezaboravnih trenutaka. Povijest upisuje uspješnice poput predstave *Zeko, Zriko i Janje* Branka Mihaljevića, a u režiji Ivana Baloga, koja je postala simbolom kazališta. Jedno od zlatnih razdoblja teatra bio je kraj '70-ih i prva polovica '80-ih s kulturnom predstavom *Postolar i vrag* koju je na scenu postavio redatelj Borislav Mrkšić. Osvojila je brojne nagrade i priznanja na svim festivalima u zemlji i inozemstvu. No, zlatnima se mogu prozvati i posljednjih 20 godina Dječjega kazališta. U ljeto 1992. godine nastao je *Botafogo* zajedničkim autorskim snagama redatelja Zvonka Festinija, likovnjaka Branka Stojakovića i glazbenika Igora Savina. Potom *Blago babe Mrzulje* koja je 1994. godine dobila nagradu Hrvatskog društva dramskih umjetnika za najbolju predstavu za djecu i mlade. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Najuglednije je nagrade dobila predstava u režiji Dubravke i, pokojnoga, Marina Carića *Djevojčica sa žigicama*. Iako je nastala prije puno godina, još je uvijek aktualna, pa je kazalište s njom gostovalo i u Kini na Dječjoj svjetskoj izložbi u sklopu koje je održan Međunarodni lutkarski festival. Iste godine sudjelovali su i na Festivalu dramskih kazališta za djecu s

predstavom *Kresivo*, koje je otvorilo festival pred prepunim oduševljenim gledalištem, a kući se vraćaju sa Zlatnom medaljom za iznimno umjetničko ostvarenje. (Kultura u Osijeku 2013)

Dječje kazalište Branka Mihaljevića zabilježilo je i gostovanja na dalekom Tajvanu, ali i mnogim drugim europskim i prekooceanskim zemljama. Njeguje osobito rad s mladima tako svoju dugu povijest u kazalištu imaju i Baletni studio (koji je 2013. godine obilježio 20 godina rada od obnove studija), Dramski studio, Dramski studio za srednjoškolce, te Plesna igraonica Početnica. Osnivač kazališta je Grad Osijek. (Kazališta 2018)

Današnje Dječje kazalište Branka Mihaljevića izraslo je vlastitim snagama i svjesno svojih povijesnih početaka osvojilo zavidno mjesto u hijerarhiji suvremene scenske produkcije. Prema mišljenju autorice, „njegove programske posebnosti, kakve su, među inim, oživljavale slavonske književne i glazbene baštine na dječjoj i lutkarskoj sceni, nisu ga izdvojile iz matične struje ove kazališne struke, nego su ga, naprotiv, višestruko oplemenile i izravno pridonijele da u njoj ostvaruju vrhunske predstave.“ Dječje kazalište Branka Mihaljevića jedno je od vodećih kazališta takve vrste u Hrvatskoj, a glas o njegovim stvaralačkim rezultatima prešao je već odavno granice njegova domicilnoga grada Osijeka. (Bogner Šaban 2009, 51)

Istraživanjem povijesti kazališta može se reći da je djelovanje Dječje kazalište Branka Mihaljevića uspješno uzimajući u obzir veliki broj predstava koji se odigrao, domaćih i inozemnih festivala na kojima je kazalište sudjelovalo, glumaca koji su svoje karijere započele u kazalištu i sudjelovali u njegovom radu dugi niz godina. Važno je spomenuti i veliki broj nagrada koje je kazališna kuća primila za svoj rad. Nemožemo ne uzeti i činjenicu da kazalište djeluje od 1950. godine. U kazalištu se odigrao čitav niz uspješnih predstava, a može se izdvojiti predstava *Zeko, zriko i janje* u režiji Ivana Baloga, koja se prvi puta izvela 17. studenoga 1957. Predstava je postala najdugovječnija i najizvođenija predstava kazališta, a izvodi se i danas. Ali ono što najviše mjeri uspješnost kazališta su sami gledatelji. Predstave godinama uveseljavaju i male i velike. Mnogima su služile kao poticaj i inspiracija da svoj život u budućnosti posvete tom pravcu umjetnosti i kulture i da uveseljavaju druge, kao što su njih njihovi omiljeni kazališni glumci.

3.2. Povijest zgrade kazališta

Grad Osijek kroz povijest je ravnomjerno razvijao tri gradske cijeline Donji Grad, Gornji grad i Tvrđu. Bogati gornjograđani izgradili su zgradu gornjogradskog Kasina 60-tih godina 19. stoljeća u kojoj je danas smješteno Hrvatsko narodno kazalište u Osijeku. U drugoj polovici 19. stoljeća sagrađena je i zgrada donjogradskog Kasina na današnjem Trgu bana Josipa Jelačića 19. U arhivi Hrvatskog narodnog kazališta u Osijeku postoje dokumenti o gostovanju novosadskih glumaca 1882. u donjogradskom Kasinu. Kroz svoju povijest u zgradi je bila smještena knjižnica, restauracija, a održavali su se brojni kulturni događaji važni za Grad Osijek. 1950. zgrada je dodijeljena RKUD “Ognjen Prica” koje je koristilo zgradu za svoje potrebe. Profesionalizacijom Dječjeg kazališta zgrada je 1958. godine dodijeljena Dječjem kazalištu (tada) “Ognjen Prica”. U nekoliko navrata zgrada je obnavljana i prilagođavana za tu vrstu kazališne djelatnosti. Zadnji put obnovljena je u dvije faze: prva faza 1996. i druga faza 2000. godine. (Povijest zgrade kazališta 2018)

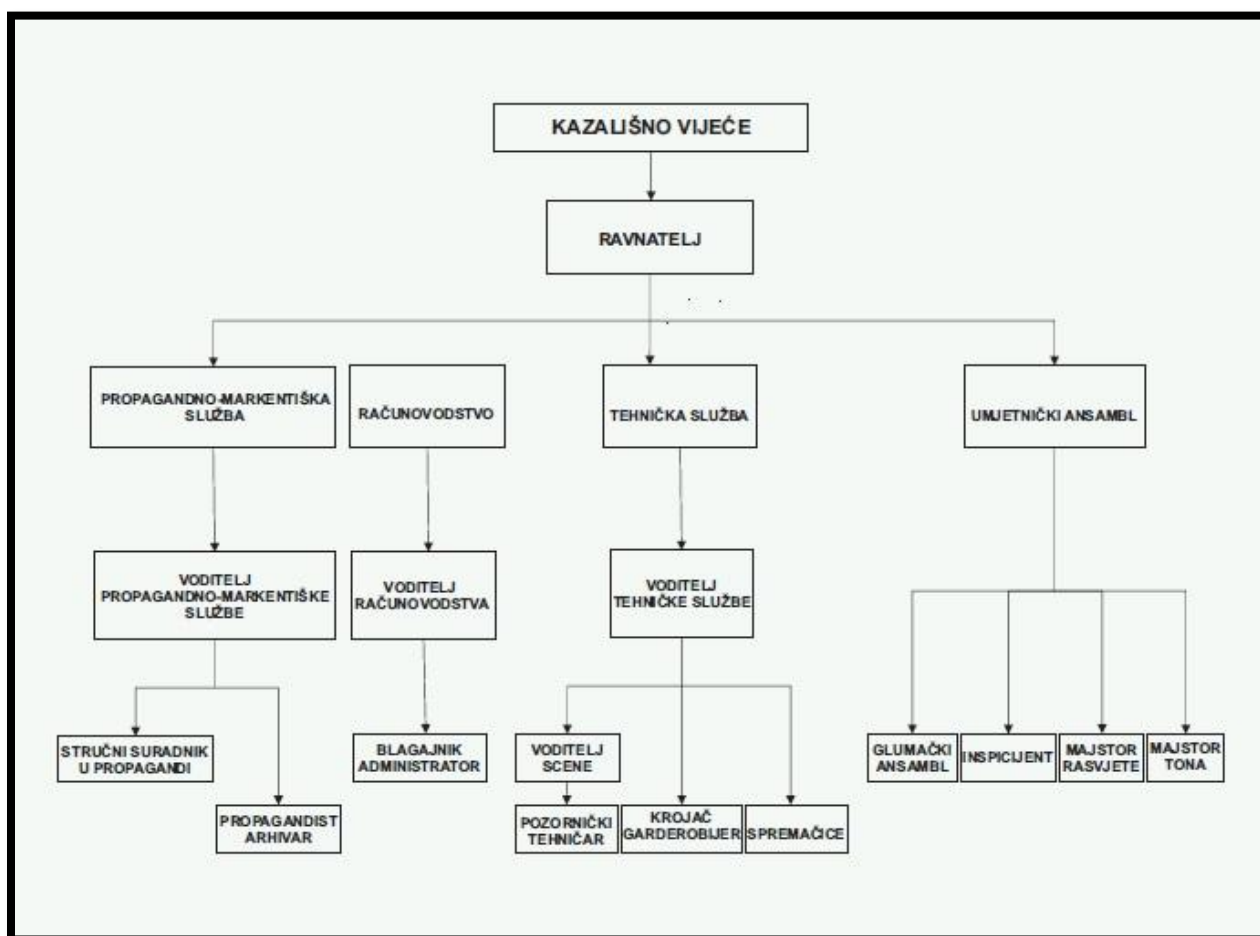
4. ORGANIZACIJA KAZALIŠTA

4.1. Kazališno vijeće

U kazalištu djeluje kazališno vijeće, ima pet članova. Tri člana kazališnog vijeća imenuje Osnivač iz reda uglednih umjetnika i radnika u kulturi koji nisu državni službenici ureda državne uprave Osječko-baranjske županije odnosno Grada Osijeka, a dva člana bira kazalište i to jednog člana iz redova kazališnih umjetnika, a jednog člana iz redova ostalih radnika koji nemaju status umjetnika. Mandat članova Kazališnog vijeća je četiri godine. (Statut Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2013)

4.2. Struktura Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića

Slika 1. *Struktura Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića*



Izvor: Preuzeto u cijelosti: (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Na slici se vidi struktura Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića, odnosno odjeljenja koja postoje i vrstu posla kojim se bavi određeno odjeljenje.

5. DRAMSKI I BALETNI STUDIO

5.1. Dramski studio

Dramski studio Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića svojim se predstavama probio u sam vrh profesionalno vođenih kazališta za djecu i mlade zahvaljujući originalnosti, kreativnosti i spontanosti svojih polaznika i voditeljica.

Rad se odvija tijekom školske godine, a sastoji se od umjetničko- pedagoške nastave te rada na pripremi nastupa i predstava za javnost. Polaznici uživaju u dramskim igrama, vježbama zamišljanja i izmišljanja, igrama kontakta i komunikacije, scenskim improvizacijama, vježbama glasa i govora, glumi i recitiranju.

Zadatak je Dramskog studija pomoći djeci kroz scenski odgoj u razvijanju kreativnosti i oslobađanju spontanosti, a budući da se ne održava audicija dobrodošla su sva djeca koja žele glumiti i dolaziti na probe. U radu se analiziraju određene situacije, likovi, postupci, karakteri, uočavaju se manjkavosti i strahovi od kojih se s vremenom djeca oslobađaju te se potiču kreativnost i otkrivaju njihovi potencijali. Gledajući predstave uče odrediti svoj stav prema kazališnoj umjetnosti te samim time razvijaju govornu i glazbenu kulturu, razvijaju umjetničke sklonosti i osvješćuju svoje stvaralačke mogućnosti.

Mali glumci sudjeluju u raznim prigodnim programima i gradskim manifestacijama, a produkcije kao što su *Zašto gnjaviš malo dijete*, *Dnevnik malog Anđela* te *Ispeci pa reci* su samo dio plodova nastalih kroz dugogodišnji rad kojeg revno nadzire Lidija Helajz uz pomoć Arete Ćurković.

Osim dramskog studija, u kazalištu se nalazi i dramski studio za srednjoškolce. (Dramski studio 2018)

5.2. Baletni studio

Baletni studio Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića jedini je baletni studio u Osijeku koji kontinuirano, od 1992. godine, njeguje klasični plesni izraz, a namijenjen je uzrastu osnovne i

srednje škole. Od njegovog začetka voditeljica je bila Štefanija Heller koja iza sebe ostavlja pregršt sjajnih baletnih produkcija.

Na voditeljsko mjesto u novoj sezoni dolazi Maja Huber, koja svoje prve plesne korake uči upravo u Baletnom studiju Dječjeg kazališta. U Ljubljani je diplomirala suvremeni ples i koreografa. Živi i radi u Osijeku, djelujući na plesnom (umjetnički vođa OPA! Osječkog plesnog ansambla), kazališnom (suradnik za scenski pokret) i pedagoškom području (nastavnica suvremenog plesa u Glazbenoj školi Franje Kuhača).

Njena suradnica i asistentica Mateja Božić završila je Srednju školu za klasični balet i Gornjogradsku gimnaziju u Zagrebu. Živi i radi u Osijeku kao nastavnica klasičnog baleta na odjelu za suvremeni ples u Glazbenoj školi Franje Kuhača u Osijeku i Umjetničkoj školi u Belom Manastiru.

Osim baletnog studija, u kazalištu se nalazi i plesna igraonica Početnica. (Baletni studio 2018)

Veliki broj glumaca može zahvaliti dramskom i baletnom studiju na svojim uspjesima. Mnogi od njih svoje prve glumačke korake su započeli upravo u Dječjem kazalištu Branka Mihaljevića. Izrazito je zanimljivo i odlično da nisu održavane audicije za djecu. Time je kazalište pokazalo da se razlikuje od mnogih drugih kazališta i studija koje za takve usluge traže novčana sredstva. Pokazali su da im je bitno naučiti djecu poticati kreativnosti i spontanosti. Djeca se kroz razne aktivnosti i vježbe oslobađaju, postaju više komunikativna. Naravno, prepoznaju se i potencijali. Osim na edukativnoj razini, djecu se uzdiže i potiče na kulturni i umjetni razvitak.

6. VIZIJA, MISIJA I VRIJEDNOSTI

6.1. Vizija

Dječje kazalište Branka Mihaljevića i do sada je bilo pionir u svojoj sredini, te će i dalje nastaviti širiti svjetske trendove u kazališnoj umjetnosti za djecu i mlade. Institucija je koja će u suradnji sa svojim osnivačem Gradom Osijekom, svojom lokalnom zajednicom uspostavljati nove suodnose sa institucijama, udrugama i pojedincima koji rade na obrazovanju djece i mladih. Nastojat će kroz profesionalni rad u kazalištu njegovati i rad s mladima i proširiti ga: uz postojeće Dramski i Baletni studio, te plesnu igraonicu Početnicu uspostavio se i Dramski studio za srednjoškolce. Dječje kazalište Branka Mihaljevića svoju ulogu vidi i u pružanju prilike za rad s mladim i obrazovanim kadrovima, budući da u Osijeku unazad 7 godina djeluje Umjetnička akademija u Osijeku. Želi se uspostaviti čvršću suradnju sa sva tri odsjeka (glazbeni, likovni, gluma), a posebno sa Studijem glume i lutkarstva jedinstvenim u ovom dijelu Europe. Mogućnost suradnje postoji i sa ostalim sastavnicama Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera na kojima se školuju kadrovi koji su prirodno svoga budućeg zanimanja usmjereni na suradnju s kazalištem za djecu i kojima je rad s djecom i mladima u središtu njihova zanimanja (Učiteljski fakultet, Filozofski fakultet, Studij kulturologije). Kazalište ima razvijenu suradnju sa sličnim institucijama u regiji, a želja im je proširiti suradnju i na druge zemlje Europske unije kroz rad na zajedničkim projektima (gostovanja, razmjena predstava i sl.). (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Suradnja je jedan od ključnih faktora u razvoju kazališta. Na taj način institucije se povezuju, razvijaju i otvaraju nove mogućnosti. Poboľšavaju uvjete za razvoj mladih i podučavaju ih o budućim poslovima kroz edukativni i praktični dio. Za primjer se može uzeti Scenu Osječkih Studenata, gdje se suradnju ostvarili studenti UAOS i Odjela za kulturologiju. Studenti kulturologije bili su zaduženi za marketinški dio posla, a studenti UAOS za umjetnički. Upravo iz tog razloga kazalištu je bitno da ostvari suradnju sa fakultetima i povežu se s njima. I naravno važno je kao što se i u samoj viziji nalazi: širenje suradnje međunarodno. Zajedničkim projektima institucije pokazuju sebe u najboljem svjetlu i mogu puno toga naučiti jedni od

drugih. Osim toga, stječu nova iskustva, nove prijatelje i moguće suradnike i partnere u poslovanju.

6.2. Misija

Može se sa sigurnošću reći da Dječje kazalište Branka Mihaljevića ispunjava svoju osnovnu misiju:

- a) odgajanje i obrazovanje kazališne publike od najmlađih dana kroz predstavljanje čarolije kazališne umjetnosti te komunikaciju i stalno propitkivanje tema koje ih zanimaju i zaokupljaju
- b) očuvanje tradicije prikupljanjem vrijedne arhivske građe, čuvanje lutaka, scenografija, svog materijala vezanog uz predstave i ostala događanja u kazalištu
- c) brine se da građa bude na raspolaganju općoj i stručnoj javnosti. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Uistinu kazalište ispunjava svoju misiju. Odgajanje i obrazovanje kazališne publike potkrjepljuje činjenica da godišnje bude 50 do 70 tisuća gledatelja. Mnoge lutke, materijal i scenografija se koriste već dugi niz godina što ukazuje na profesionalnost glumaca. Građa je na raspolaganju prvenstveno na web stranici kazališta. Na web stranici kazališta može se naći veliki broj informacija. Od povijesti kazališta, popisa glumaca i predstava, pa sve do statuta kazališta, financijskih i strateških planova, itd.

6.3. Vrijednosti

Temeljne vrijednosti koje njeguje i poštuje Dječje kazalište Branka Mihaljevića mogu se podijeliti na vanjske i unutarnje. S jedne strane potiče kreativnost kod djece i odraslih, stvara senzibilitet za kvalitetnu kazališnu umjetnost, te poštuje tradiciju uz podržavanje moralnih vrednota; dok s druge strane unutar kazališta potiče timski rad, inovativnost i kreativnost zaposlenika, transparentnost u komunikaciji. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Vrijednosti su temelji svakog života. Vrijednost je bitno prenositi sa generacije na generaciju, pa tako i u kazalištu, gdje stariji i iskusniji glumci i zaposlenici trebaju savjetovati mlađe kolege. Samim time postiže se kohezija među zaposlenicima, održava se komunikacija,

odnosno ostvaruje se timski rad. Kvalitetan timski rad na sceni prepoznaje publika i to ih može samo privući da dođu ponovno pogledati predstave. Time se stvara potreba za kvalitetnom kazališnom umjetnošću, što je jedan od općih ciljeva kazališta.

7. CILJEVI

7.1. Opći ciljevi

U skladu s misijom trajni je cilj Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića zadovoljavanje potrebe za kazališnom umjetnošću za djecu i mlade, školske i predškolske dobi i odgajanje kazališne publike, razvijanje kulture posjećivanja kazališta kroz kvalitetu ponuđenih programa i aktivnosti usmjerene na djecu i mlade, ali i odrasle.

a) Proširenje suradnje sa ustanovama u kulturi grada Osijeka i županije osječko baranjske kroz ponudu zajedničkih programa posjeta.

b) Proširenje suradnje s Udrugama i organizacijama na području Slavonije i Baranje kroz organizaciju koncerata i predstava za odrasle, te radionica za djecu i mlade.

c) Suradnja s tvrtkama ne samo na području regije već i čitave Hrvatske kroz organizaciju prigodnih programa, radionica, razvijanje kulture volontiranja i međusobnog pomaganja.

d) Sudjelovanje na međunarodnim festivalima promičući vrijednosti hrvatskih kazališta za djecu i mlade i hrvatsku kulturu. Na taj način ostvaruje se kao uspješno kazalište, te potvrđuje kvalitetu realiziranih predstava.

e) Pобољшanje kvalitete usluge u kazalištu, odnosno, odnosa zaposlenika kazališta i publike kroz stalnu edukaciju zaposlenika i poboljšanje komunikacije kako s publikom, tako i unutar Kuće.

f) Poboљшanje i kontinuirano osuvremenjivanje tehničkih uvjeta u kazalištu kako bi se što kvalitetnije realizirali programi predviđeni planom, a u cilju pružanja vrsnog kazališnog doživljaja za posjetitelje. Informatizacija i umrežavanje, te digitalizacija arhivske građe.

g) Povećanje mobilnosti kazališnog ansambla kako bi i djeca u najudaljenijim i najmanjim mjestima na području djelovanja kazališta dobila prigodu gledati kazališnu predstavu pripremljenu prema profesionalnim kazališnim standardima. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

7.2. Posebni ciljevi i načini ostvarivanja / očekivani rezultati

- a) Realizacija sezonskog programa prema smjernicama Kazališnog vijeća i Grada Osijeka, a prema predloženom planu i programu rada poštujući autohtono hrvatsko stvaralaštvo s jedne strane, a s druge strane domaćoj publici predstaviti najzanimljivije svjetske naslove. Realizacija navedenih ciljeva predviđena je kroz izvođenje četiri premijerna naslova u sezoni, a jedan od njih tradicionalno u sklopu Osječkoga ljeta kulture.
- b) Obnova uspješnih predstava iz prošlih sezona sukladno zanimanju publike i mogućnostima kazališta, a u skladu s obilježavanjem važnih obljetnica vezanih uz autore predstava i tekstova.
- c) Povećanje broja posjetitelja kako u kazalištu tako i na gostovanjima novom organizacijom rada propagandno marketinške službe kroz pronalaženje novih modela suradnje i komunikacije s publikom, te praćenjem suvremenih metoda odnosa s javnošću kroz bolju iskorištenost mogućnosti internetskog oglašavanja, internetske i facebook stranice kazališta, te prijevoda internetske stranice na engleski jezik.
- d) Promocija hrvatskog lutkarstva i dostignuća hrvatskih lutkarskih kazališta, te rada Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića kroz bijenalnu organizaciju najvažnijeg i najstarijeg lutkarskog festivala u Hrvatskoj – Susreta lutkara i lutkarskih kazališta Hrvatske (SLUK).
- e) Privlačenje nove publike kroz posebne i već tradicionalne manifestacije „Djeco, kazalište vas zove“ i „Zimske radosti“. Također i kroz svakogodišnje uključivanje u hrvatsku manifestaciju „Noć kazališta“.
- f) Jačanje suradnje s postojećim korisnicima, osobito školama i vrtićima, te tvrtkama s kojima imaju dugogodišnju suradnju kroz osobni kontakt tijekom cijele školske godine, te redovito izvješćivanje o događanjima u kazalištu, tehničku i stručnu potporu u realizaciji programa škola, vrtića i tvrtki vezanih uz obljetnice, početak rada ili školske godine.
- g) Dodatni razvoj socijalne i humanitarne uloge kazališta, odnosno pojačano uključivanje kazališta u humanitarni rad Udruga kroz ustupanje prostora, tehničke i stručne pomoći pri realizaciji programa. Kroz suradnju s Udrugama za djecu s posebnim potrebama senzibilizirati

javnost za probleme takve djece koja teško posjećuju ustanove kulture, te organizirati nekoliko puta godišnje posjete kazalištu.

h) Poboljšanje efikasnosti rada i kvalitete usluge kroz usavršavanje djelatnika kazališta u praćenju novih tehnologija, pohađanje seminara i radionica koje su tematikom usmjerene na organizaciju kazališta i umjetničku izvrsnost, te nabavkom nove suvremene informatičke opreme za sve zaposlenike tijekom trogodišnjeg razdoblja.

i) Veća kvaliteta produkcije u skladu sa najnovijim tehnološkim dostignućima nabavkom i obnovom rasvjetne i tonske opreme.

j) Nabavka novih teretnih i putničkih vozila kako bi se obnovio već dotrajali vozni park, te kako bi ansambl povećao mobilnost i poboljšao organizaciju predstava kako u kazalištu tako i na gostovanjima.

k) Poboljšanje energetske efikasnosti i smanjenje režijskih troškova obnovom krovišta zgrade kazališta, obnovom skladišnog prostora, izmjenom stolarije, uređenjem dijela potkrovlja za potrebe arhive, obnovom i dopunjom klimatizacijskog sustava.

l) Digitalizacija arhivske građe nabavkom nove, suvremene informatičke opreme i softvera, te obučavanjem djelatnika za rad na istoj.

m) Stvaranje kapaciteta za sudjelovanje u projektima i privlačenje sredstava iz fondova Europske unije kroz suradnju sa svim sastavnicama Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Već spomenuta suranja među institucijama vodi k ostvarivanju ciljeva. Suradnjom se stvara mogućnost za povezivanje s partnerima i napredak u poslovanju, te si međusobno pomažu. Značajna stvar je sudjelovanje na mnogim domaćim i inozemnim festivalima. Sudjelovanjem na inozemnim festivalima promiče se vrijednost hrvatskih kazališta za djecu i mlade i hrvatska kultura. Na njima se trebaju izvesti najkreativnije i najkvalitetnije predstave. Kreativnost i kvaliteta su motivi koji privlače publiku, tj. može se reći da su kreativnost i kvaliteta neka vrsta samopromocije. Kao i kod nekog proizvoda, publika kada prepozna kreativnost i kvalitetu,

nastaviti će „konzimirati kulturu“. Privlačenjem publike ostvaruje se profit i povećavaju financijska sredstva s pomoću kojih se mogu riješiti problemi poput digitalizacije i nove opreme.

8. FINANCIRANJE I MARKETING

8.1. Financiranje

Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku je korisnik proračuna jedinice lokalne samouprave odnosno Grada Osijeka. Računovodstvo se vodi u skladu s Pravilnikom o proračunskom računovodstvu i računskom planu NN 124/14; 115/15 i 87/16. Financiraju se iz dva izvora; Grad Osijek (lokalna samouprava) i vlastiti prihodi. (Financijsko izvješće Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2017)

Iz Proračuna Grada Osijeka u 2018. godini izdvojit će se oko 3 840 000 kuna (usporedbe radi, za 2017. izdvojeno je 3 625 725 kuna) za Dječje kazalište Branka Mihaljevića, što je zadovoljavajući iznos s obzirom na stanje u Osijeku i državi. Osim financiranja iz Grada Osijek i vlastitih prihoda, uvijek se mogu zatražiti i sredstva iz Ministarstva kulture, a na kraju tu su i donacije. Zanimljiva je činjenica da kazalište ima 25% udjela vlastitih troškova ukupnom proračunu kazališta, što je na jednoj visokoj razini.

8.2. Marketing

Radna skupina:

- a) Voditelj poslova marketinga, promidžbe i prodaje (Tatjana Grganović)
- b) Stručni suradnik u službi marketinga, promidžbe i prodaje (Jasna Leinweber)
- c) Propagandist-arhivar (Mirta Marić)

(Djelatnici kazališta 2018)

Slika 2. Voditelj poslova marketinga, promidžbe i prodaje

| |
|--|
| <p>IV. PROPAGANDNO – MARKETINŠKA SLUŽBA</p> <p>IV. 1. VODITELJ POSLOVA MARKETINGA, PROMIDŽBE I PRODAJE</p> <p>-izrađuje prijedlog plana marketinga, promidžbe i prodaje programa Kazališta -organizira promidžbu i prodaju programa Kazališta -istražuje tržište -sudjeluje u stavljanju dnevnog, tjednog, mjesečnog i godišnjeg rasporeda rada i brine o njegovoj provedbi -izrađuje ponude za prodaju predstava Kazališta -sastavlja izvješća o realiziranim predstavama na gostovanjima i sl. -dogovara uvjete gostovanja i nastupa, te organizira gostovanja Kazališta -koordinira suradnju s vanjskim suradnicima -prati izvršenja plana, gostovanja i slično -vodi sve vrste evidencija po tijeku predstava i gledanosti -komunicira sa Kazalištima u zemlji i inozemstvu u cilju ostvarivanja suradnje -sudjeluje u izvedbi planova rada i financijskih planova -sudjeluje u prodaji predstava dječjim vrtićima, školama, poduzećima i ustanovama te pučanstvu -obavlja i druge poslove koje po prirodi stvari spadaju u djelokrug ovog radnog mjesta odnosno one poslove koje mu odredi neposredni rukovoditelj -za svoj rad neposredno je odgovoran ravnatelju kazališta</p> <p>Uvjeti: -VSS društvenog smjera -1 godina radnog iskustva na sličnim poslovima -poznavanje jednog stranog jezika -poznavanje rada na PC-u -komunikativnost -pokusni rad 3 mjeseca</p> <p>Broj izvršitelja: 1</p> |
|--|

Izvor: Preuzeto u cijelosti: (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Slika 3. *Stručni suradnik u službi marketinga, promidžbe i prodaje*

IV. 2. STRUČNI SURADNIK U SLUŽBI MARKETINGA, PROMIDŽBE I PRODAJE

- analizira, ispituje i obrađuje tržište za potrebe kazališnih predstava te realizira marketinške aktivnosti
- programira prodaju predstava i prodaje ih
- prodaje predstave dječjim vrtićima, osnovnim školama, poduzećima i ustanovama, te pučanstvu
- osigurava sponzorska i donatorska sredstva, te osmišljava marketinški pristup prema gospodarskim i drugim subjektima
- izrađuje ponude i kalkulacije za prodaju predstava Kazališta
- organizira prijam gostujućih ansambala i suradnika
- vodi adresare stalnih posjetitelja
- predlaže promidžbene akcije i brine o njihovom ostvarivanju, analizira ih i predlaže nova rješenja
- komunicira sa sredstvima javnog informiranja
- obavlja i druge poslove koji po prirodi stvari spadaju u djelokrug ovog radnog mjesta, odnosno one poslove koje mu odredi voditelj službe

Uvjeti:

- VSS Ekonomski fakultet/Filozofski fakultet/ Studij produkcije
- 1 godina radnog iskustva na sličnim poslovima
- poznavanje jednog stranog jezika
- poznavanje rada na PC-u
- pokusni rad 3 mjeseca

Broj izvršitelja: 1

Izvor: Preuzeto u cijelosti: (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Slika 4. Propagandist-arhivar

IV. 3. PROPAGANDIST-ARHIVAR

- neposredno brine o distribuciji propagandnog materijala (plakatiranje, ormarići i sl.) i o svim tekućim obavjestima posjetiteljima
- ažurira podatke o djelatnosti Kazališta za web stranicu
- prodaje i obračunava ulaznice za sve programe

- vrši fakturiranje usluga korisnicima
- vodi pismohran Kazališta te prijem i otpremu pošte
- priprema i specifira sve sezonske i druge izvještaje o predstavama i ostalim programima za dalje analize u službi prodaje i marketinga, a za potebe arhive, računovodstva i ravnatelja
- u suradnji s računovodstvom vodi i usklađuje salda konti kupaca
- prikuplja i sistematizira arhivsku građu (programi, plakati, fotografije, kritike, najave i sl.)
- obavlja i druge poslove po naredbi voditelja službe
- za svoj rad odgovoran je voditelju poslova marketinga, promidžbe i prodaje

Uvjeti:

- VŠS/ekonomski fakultet 1 stupanj/Studij produkcije
- poznavanje rada na PC-u
- komunikativnost
- pokusni rad 3 mjeseca

Broj izvršitelja: 1

Izvor: Preuzeto u cijelosti: (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Na slikama se vide uvjeti koji su potrebni za dobivanje poslova vezanih uz marketing kazališta, te opis posla.

8.3. Mix - marketing

Mix – marketing (7P) sastoji se od proizvoda, cijene, distribucije, promocije, ljudi, procesa i fizičkih dokaza.

a) proizvod – usluge koje nudi kazalište: predstave, edukacija u kulturi, izvor zabave i učenja, bijeg od svakodnevice

b) cijena - prosječna cijena ulaznica od 18 kuna ne osigurava dovoljno sredstava za nesmetano funkcioniranje kazališta unatoč velikom broju predstava odigranih u sezoni (SWOT analiza → slabost)

c) distribucija - prodaja karata: svakim radnim danom od 08:00 do 15:00 ili sat vremena uoči predstave na adresi Trg bana Josipa Jelačića 19. Karte se mogu rezervirati na broj 501-485 ili mejlom na marketing@djecje-kazaliste.hr

d) promocija – putem medija (novine, internet, radio) i sponzora

e) ljudi – trenutno je zaposlena 31 osoba (djelatnici kazališta i glumci)

f) proces – osim predstava koje nudi kazalište, moguće je pohađati dramski studio, dramski studio za srednjoškolce, baletni studio i plesnu igraonicu

g) fizički dokazi – kulturna tradicija i zabava (predstave i koncerti), u sklopu kazališta nalazi se i caffè bar u kojemu roditelji mogu odmoriti i pričekati djecu koja su na predstavi (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Uvažavajući kompletnu situaciju u Osijeku i opterećenje i saznanje da se nema dovoljno novaca za sve ono što bi kazalište htjelo ostvariti, može se reći da radna skupina za marketing odrađuje dobar posao, uzimajući u obzir da predstave pogleda 50 000 do 70 000 ljudi godišnje, a pri tome imajući na umu činjenicu da se smanjuje broj djece ne samo u Osijeku, već u cijeloj državi.

9. SWOT ANALIZA

Tabela 1. *Snaga i slabosti*

| SNAGA | SLABOSTI |
|--|---|
| Dobro organiziran menadžment | Ograničene komunikacijske vještine nekih zaposlenika (nepoznavanje rada na računalu i stranih jezika) |
| Duga tradicija i prepoznatljivost u javnosti | Zastarjeli pojedini tehnički sustavi u produkciji predstava |
| Stručno administrativno i tehničko osoblje s dugogodišnjim iskustvom | Ograničena sredstva za programske i materijalne troškove i pomlađivanje ansambla |
| Visoki stupanj kvalitete produkcije | Mali broj publike iz udaljenih gradova |
| Dugogodišnja suradnja s školama i vrtićima | Niska cijena ulaznice |
| Čvrsta povezanost s institucijama kulture i Turističkom zajednicom | Komunikacija na društvenim mrežama i internetska stranica na engleskom |
| Vlastita zgrada s suvremeno opremljenom dvoranom | |
| Vlastite publikacije za predstave i ažurna | |

| | |
|----------------------|--|
| internetska stranica | |
|----------------------|--|

Izvor: Preuzeto u cijelosti: (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Tabela 2. *Prilike i prijetnje*

| PRILIKE | PRIJETNJE |
|--|--|
| Četiri nove premijere u sezoni i velik broj kvalitetnih predstava koje se mogu obnoviti | Negativni demografski trendovi |
| Najam dvorane | Povećanja broja nezaposlenih i neizvjesni gospodarski trendovi |
| Traženje sponzora među jakim tvrtkama | Putujuće kazališne družine koje ciljaju na isto tržište |
| Međunarodna suradnja | Preveliki troškovi gostovanja |
| Terenski posjeti i uspostavljanje čvršće suradnje sa školama i vrtićima | Besplatni multimedijски sadržaji |
| Suradnja s Umjetničkom akademijom u Osijeku i proširivanje suradnje s drugim institucijama u kulturi | Druga kazališta koja ciljaju na isto tržište |
| Proširivanje oglašavanja na društvene mreže | Porast cijena goriva |
| Nova tehnička dostignuća za bolju produkciju | Nestabilno političko okruženje |

| | |
|------------------------------|------------------------|
| Koprodukcije s Udrugom Breza | Nova zakonska rješenja |
|------------------------------|------------------------|

Izvor: Preuzeto u cijelosti: (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

Poznato je da u kontekstu vremena, snage i slabosti predstavljaju sadašnjost temeljenu na prošlosti, dok prilike i prijetnje predstavljaju budućnost temeljenu na prošlosti i sadašnjosti. Sagledajući čimbenike snaga i prilika, može se reći da kazalište ima potencijala za napredak u budućnosti. Suradnjom sa institucijama otvaraju se mogućnosti za razvoj i stjecanjem novih iskustava. Također, potreban je odličan marketing i menadžment. Zaposlene u tom sektoru uvijek se mogu poslati na dodatnu edukaciju (tečajevi i seminari), kako bi zaposlenici poboljšali svoje menadžerske vještine, što bi utjecalo i na poboljšanje kvalitete rada samog kazališta. Svake godine bude po četiri nove premijere u sezoni. Prošle godine ih je bilo čak pet uz 270 odigranih predstava. Pet premijernih naslova je više nego što Grad potpisuje kao osnivač, tako da kazalište može biti zadovoljno što su to uspjeli ostvariti, a uvijek je lijepo imati koju predstavu više, najviše zbog gledatelja. S obzirom da kazalište ne izvodi predstave svaki dan, dvoranu se može iskoristiti u najam različitim udrugama i skupinama i na taj način ostvarivati zaradu. Oglašavanje je vrlo važna stvar za kazalište. Osim Facebook profila koje posjeduje, kazalište bi trebalo otvoriti Instagram profil, koji je trenutačno najpopularnija društvena mreža i putem nje se oglašavati i privlačiti gledatelje. Najveći problemi kazališta na koje oni ne mogu utjecati su negativni demografski trendovi i povećanje broja nezaposlenih i neizvjesni gospodarski trendovi. S obzirom na takvo financijsko stanje u državi, kazalište je primorano imati relativno niske cijene ulaznica (15 do 20 kuna), a također je i ograničeno najčešće na gledatelje iz Osijeka, jer kazalište nemože izdvojiti dovoljno sredstava da imaju češća gostovanja u manjim mjestima.

10. PEST ANALIZA

10.1. Političko okruženje

Dječje kazalište Branka Mihaljevića uspostavilo je dobru suradnju sa Uredom za društvene djelatnosti u Gradu Osijeku, te županiji Osječko-baranjskoj. kazalište ne očekuje promjene u financiranju plaća za djelatnike budući da su potpisnici Kolektivnog ugovora sa svojim osnivačem i vlasnikom, no očekuje se izlaskom iz krize na globalnoj razini, povećanje financiranja materijalnih i programskih troškova.

Na državnoj razini Dječje kazalište Branka Mihaljevića očekuje i dalje dobru suradnju s resornim ministarstvom te vrednovanje svojih programa koji su prepoznati kao ponajbolji u Hrvatskoj. Isto tako ekonomska kriza utječe ne samo na sredstva koja osiguravaju lokalna samouprava i ministarstvo, već i na plaće svih zaposlenih, pa najava štrajkova utječe na funkcioniranje kazališta.

Ulazak Hrvatske u Europsku uniju i usklađivanje sa europskim zakonodavstvom zasigurno donosi i novosti u Zakonu o kazalištima, te u poslovanje kazališta i kulturnih institucija općenito, a još nije poznato kako će se to odraziti na poslovanje kazališta. Bit će vjerojatno nužna prilagodba u većoj ili manjoj mjeri. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

10.2. Ekonomsko okruženje

Trenutna ekonomska situacija u Republici Hrvatskoj i zemljama Europske unije karakterizira nedostatak sredstava uzrokovan ekonomskom krizom što rezultira potencijalom ostvarenja prihoda kako od prodaje sredstava tako i sponzorskih sredstava.

Nadu daje najava o rastu BDP-a u slijedećim godinama kako bi se i roditeljima otvorila mogućnost da djecu u kazalište vode što češće, te da kultura postane jedna od osnovnih potreba.

Isto tako oporavkom gospodarstva otvara se mogućnost za veća sponzorska sredstva bilo u materijalnom ili u novcu koja bi osigurala opstojnost kazališta i povećala produkciju novih

predstava, a s druge strane povećala prihode od najma dvorane budući da bi se vjerojatno mnogi odlučili i za različite promotivne aktivnosti koje mogu predstaviti u kazalištu.

Ekonomsko okruženje u Europskoj uniji također može utjecati i na ekonomsku situaciju u zemlji, pa tako i posredno utjecati i na kazalište u pozitivnom ili negativnom smislu, ovisno o tome kako će se razvijati gospodarska situacija.

Također usklađivanjem cijena sa cijenama u Europskoj uniji što je naša zemlja obvezna učiniti u nekim segmentima također mogu utjecati na pomanjkanje sredstava za kulturu u kućanstvima.

Također stalno povećavanje cijena materijala potrebnih za predstave, tehničke opreme, u odnosu na stagnaciju i smanjenje raspoloživih sredstava za financiranje kazališta mnogo utječe na mogućnosti širenja i produkcije novih predstava. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

10.3. Socijalno okruženje

Starosna struktura stanovništva sve više utječe na brojnost posjeta kazalištu. Sve je manje djece u vrtićima i nižim razredima osnovnih škola, a zbog veće nezaposlenosti mnogo roditelja ostaje kod kuće i čuva djecu. Odlazak na predstave u kazalištu postaju luksuz unatoč niskoj cijeni ulaznice i nemjerljivom pozitivnom utjecaju na dijete. Ponuda besplatnih sadržaja na internetu u televiziji također imaju utjecaj na posjet kazalištu iako kod mnogih mladih roditelja postoji svijest o potrebi dolazaka u kazalište kao protuteži modernom načinu života. Također ciljana publika su djeca predškolske i školske dobi, koja pronalaze uzore u svojoj svakodnevnici, a kazalište također može ponuditi vrijednost na koje se djeca mogu ugledati kao i pozitivne primjere u njihovoj dobnoj skupini (Plesna igraonica Početnice, Baletni studio, Dramski studio i Dramski studio za srednjoškolce).

Također u kazalištu se podupiru i uvažavaju sve nacionalne manjine i sva vjerska opredjeljenja.

Mreža koja je uspostavljena u odnosu na škole i vrtiće i organizirani sustav dolazaka u kazalište daje dobru osnovu za daljnje razvijanje svijesti kod roditelja o potrebi dolazaka u kazalište. Također alati koji se koriste u oglašavanju (letci, pisma zahvale školama, programske knjižnice, osobni posjeti školama i vrtićima, pozitivna slika u medijima) koriste u izgradnji boljih odnosa, a u cilju veće prodaje predstava.

Putujuća kazališta i individualni zabavljači također traže svoj udio na ciljanom tržištu, no ne mogu se mjeriti kvalitetom s profesionalnim kazalištem, no zbog jeftinije cijene izvedbe kod nekih manje zainteresiranih odgajatelja i učitelja uspijevaju osigurati nastupe u školama i vrtićima. Zbog upitne kvalitete predstava koje nude u odnosu na profesionalne standarde i kvalitetu predstava te pozitivne slike Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u medijima većina se odlučuje za njihove predstave. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

10.4. Tehnološko okruženje

Dječje kazalište Branka Mihaljevića prema svojim mogućnostima prati suvremene trendove u razvoj tehnologije, svaki djelatnik na raspolaganju ima potrebnu informatičku opremu, pristup internetu, te osigurana i umreženost mobilnim telefonima. Pristup informacijama i informacije koje kazalište šalje javnosti umnogome su ubrzane i pružaju mnoštvo mogućnosti za komunikaciju u kazalištu i izvan njega. Nova internetska stranica omogućila je bolju komunikaciju s mladom publikom i plasiranje informacija u željenom obliku. Nastoji se pratiti sve trendove i osigurati protok informacija u svim smjerovima kao i osigurati najvišu profesionalnu razinu u produkciji predstava.

Produkcija predstava i rad u kazalištu općenito zahtjeva i stalno obnavljanje opreme koju nisu uvijek u mogućnosti nabaviti zbog nedostatka sredstava, pa su prisiljeni kupovati opremu dio po dio, budući da je za kazalište nedostižno da odjednom promijeni npr. sustav rasvjete.

Zakonom je obvezno imati legalne licencirane kompjutorske operativne sustave (Windows), no zbog nedostataka sredstava koriste paket Open office umjesto Microsoftove inačice koja se plaća.

Kazalište plaća autorska prva nadležnoj agenciji za djela koja koristi u svom radu poštujući intelektualno vlasništvo.

Kazalište se također, unatoč sve bržoj promjeni u tehnologiji trudi držati korak i prema svojim mogućnostima osuvremenjivati opremu kako u administraciji tako i u kazališnoj produkciji. (Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017. 2013)

S obzirom da se politička vlast u Osijeku često mijenja, samim time se mijenjaju i financijska sredstva koja se izdvajaju za rad kazališta. Svaka vlast ima svoju ideju i namjeru, pa financijska sredstva variraju, pozitivno ili negativno, a to uvelike utječe na rad kazališta. Rad politike utječe na ekonomiju države. Ekonomsko i socijalno okruženje veliki su problem za kazalište. Ekonomska kriza utječe na potencijalno ostvarivanje prihoda, što od prodaje sredstava, pa sve do sponzorskih sredstava. Zbog ekonomske krize mladi se sele izvan države. Sve je više starijeg stanovništva, a sve manje djece predškolske i školske dobi koji su ciljana publika kazališta. Zbog toga je problem staviti na repertoar predstave koje iziskuju velike troškove zbog teške financijske situacije. Rješenje je jedino predstave režirati i raditi vlastitim snagama, pa bi onda i trošak bio nula ili vrlo simboličan. Što se tiče tehnološkog okruženja, kazalište prati suvremene trendove i sve potrebne informacije mogu se pronaći na web stranicama koje su ažurne, pa i na Facebook profilu.

11. ZAKLJUČAK

Dječje kazalište Branka Mihaljevića jedino je profesionalno dječje kazalište u Slavoniji i Baranji i jedino može ponuditi profesionalni pristup u kreativnom i edukativnom programu za djecu i mlade. Kazalište ima veliki kulturni značaj za Grad Osijek i Osječko-baranjsku županiju, jer svoje ciljeve i snage usmjerava na poboljšanje u svim segmentima poslovanja: umjetničkom, organizacijskom, tehničkom i marketinškom. Izvor je zabave i učenja.

Pisanjem rada mnogo sam naučio o povijesti kazališta i razvijanju tokom godina. Izrazito je zanimljiva struktura kazališta, tj. opis posla svakoga zaposlenika i njegovi zadaci koje mora rješavati. Istraživanjem strateškog plana saznao sam koji su ciljevi za budućnost kazališta i kako će ih pokušati ostvariti. Spoznao sam kakva je uloga marketinga i menadžmenta kazališta u rješavanju problema financiranja, i na koji način se provode elementi mix marketinga u kazalištu. I na samom kraju pomoću SWOT i PEST analize uvidio sam koje su snage i slabosti, odnosno moguće prilike i prijetnje za kazalište, te kako politička, ekonomska, socijalna i tehnološka okruženja utječu na poslovanje kazališta.

Kvalitetu rada kazalište može poboljšati novim suradnjama, povezivanjem sa novim poslovnim partnerima i sponzorima, unaprijeđivanjem vještina zaposlenika u polju marketinga i menadžmenta (tečajevi, seminari, dodatna edukacija za poboljšanje menadžerskih vještina), sudjelovanjem na međunarodnim festivalima. Prepoznavanjem kvalitete na međunarodnoj sceni dovelo bi do mogućih dobivanja dodatnih sredstava iz EU fondova, što bi dovelo do poboljšanja financijske situacije i otvaranja novih mogućnosti za napredak.

LITERATURA

Autorske knjige:

Bogner Šaban, Antonija. 2009. *Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku: 1958.-2008.* Osijek: Dječje kazalište Branka Mihaljevića

Internetski izvori:

Mesarić Jasminka, Tatjana Grganović, Siniša Ardalić, Predrag Majsterić, Jasna Leinweber. Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku. 2013. „Strateški plan Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku 2014. – 2017.“. http://www.djecje-kazaliste.hr/wp-content/uploads/2011/10/DKO_strateski_plan.pdf (14. lipnja 2018.)

XY. Osijek-Online.Com. 2013. „Kultura u Osijeku“. <http://www.osijek-online.com/clanak/1001-00071-kino-urania-u-prosincu-novi-filmovi-maraton-kratkih-filmova-i-koncert-sars.html> (17. srpnja 2018.)

XY. Grad Osijek / Službeni portal grada na Dravi. 2018. „Kazališta“. <https://www.osijek.hr/kultura/ustanove/kazalista/> (17. srpnja 2018.)

XY. Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku. 2018. „Povijest zgrade kazališta“ <http://www.djecje-kazaliste.hr/o-nama/povijest-zgrade-kazalista/> (24. lipnja 2018.)

Sudić Ivana, Dragutin Hedl, Dario Grgić, Tihomir Grljušić, Zoran Grkinić. Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku. 2013. „Statut Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku“. http://www.djecje-kazaliste.hr/wp-content/uploads/2011/10/STATUT_DKO.pdf (4. kolovoza 2018.)

XY. Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku. 2018. „Dramski studio“. <http://www.djecje-kazaliste.hr/rad-s-mladima/dramski-studio/> (5. kolovoza 2018.)

XY. Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku. 2018. „Baletni studio“. <http://www.djecje-kazaliste.hr/rad-s-mladima/baletni-studio/> (5. kolovoza 2018.)

Vuković Zoran. Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku. 2017. „Financijsko izvješće Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića u Osijeku“. http://www.djecje-kazaliste.hr/wp-content/uploads/2018/02/dkos_financijsko-izvjesce_2017.pdf (4. kolovoza 2018.)

XY. Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku. 2018. „Djelatnici kazališta“. <http://www.djecje-kazaliste.hr/o-nama/djelatnici-kazalista/tatjana-grganovic/> (5. kolovoza 2018.)

DODACI

Popis slika

| | |
|---|----|
| Slika 1. <i>Struktura Dječjeg kazališta Branka Mihaljevića</i> | 6 |
| Slika 2. <i>Voditelj poslova marketinga, promidžbe i prodaje</i> | 18 |
| Slika 3. <i>Stručni suradnik u službi marketinga, promidžbe i prodaje</i> | 19 |
| Slika 4. <i>Propagandist-arhivar</i> | 20 |

Popis tablica

| | |
|--|----|
| Tabela 1. <i>Snaga i slabosti</i> | 22 |
| Tabela 2. <i>Prilike i prijetnje</i> | 23 |