



## **Tematska jedinica 1:**

### **Menadžment i preduzetništvo u KKI**

#### **Tema 1.1.**

### **Razumevanje KKI. Međusektorske saradnje**

Author(s):

**Prof. Elida Mesaroš Lajko**

**Prof. Olivera Gračanin**

Institution(s):

**UNS, Serbia**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Podrška Evropske komisije za izradu ove publikacije ne predstavlja potvrdu sadržaja koji odražava stavove samo autora, a Komisija se ne može smatrati odgovornom za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njoj. Broj projekta: 2020-1-BG01-KA203-07919.

Ovaj materijal je deo sadržaja nastavnog plana i programa „Menadžment i preduzetništvo u kulturnim i kreativnim industrijama“ namenjen studentima osnovnih i master studija iz oblasti umetnosti i humanističkih nauka i sadrži ukupno 10 tema. Sastavljen je u okviru Erasmus+ strateškog partnerstva „FENICE - Jačanje preduzetništva i inovacija u kulturnim i kreativnim industrijama kroz interdisciplinarno obrazovanje“.

Sadržaj:

## **Program FENICE**

### **Tematska jedinica 1: Menadžment i preduzetništvo u KKI**

Tema 1.1. Razumevanje KKI. Međusektorska saradnja.

Tema 1.2. Kreativnost i inovativnost. Odgovornost i etičko ponašanje

Tema 1.3. Kulturne politike i institucije. Intelektualna svojina

**Tema 1.4. Preduzetnički način razmišljanja i procesi.**

### **Tematska jedinica 2: Preduzetnička praksa - Modeliranje KKI preduzeća**

Tema 2.1. Dizajniranje poslovanja za KKI: priprema biznis plana i pitching

Tema 2.2. Proizvod ili usluge sa ekonomske tačke gledišta. Ekonomska vrednost. Proizvod i usluge u umetnosti. Kulturna vrednost.

Tema 2.3. Tržište, konkurencija, potrošnja i brendiranje u KKI

Tema 2.4. Poslovni modeli, sistemi, partnerstva

Tema 2.5. Menadžment: upravljanje timom i promenama u KKI

Tema 2.6. Finansiranje. Mogućnosti i rizici

Više informacija možete pronaći na: <http://www.fenice-project.eu>

Deklaracija o autorskim pravima:



Delo je licencirano pod međunarodnom licencom Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0. Imate pravo da:

- delite — kopirajte i redistribuirajte materijal u bilo kom mediju ili formatu
- prilagođavate — menjate, modifikujete i nadograđujete materijal

pod sledećim uslovima:

- Atribucija - morate spomenuti, linkovati materijal za licencu i navesti da li su izvršene izmene. To možete učiniti na bilo koji razuman način, a da ne sugerirate da vas davalac licence podržava ili da podržava vaš način upotrebe ovog materijala.
- Upotreba u nekomercijalne svrhe — materijal se ne može koristiti u komercijalne svrhe.
- Deljenje sličnog materijala (ShareAlike) — ako menjate, modifikujete ili nadograđujete materijal, morate da prikazete svoj doprinos pod istom licencom kao i original.

# 1 Pregled TEME

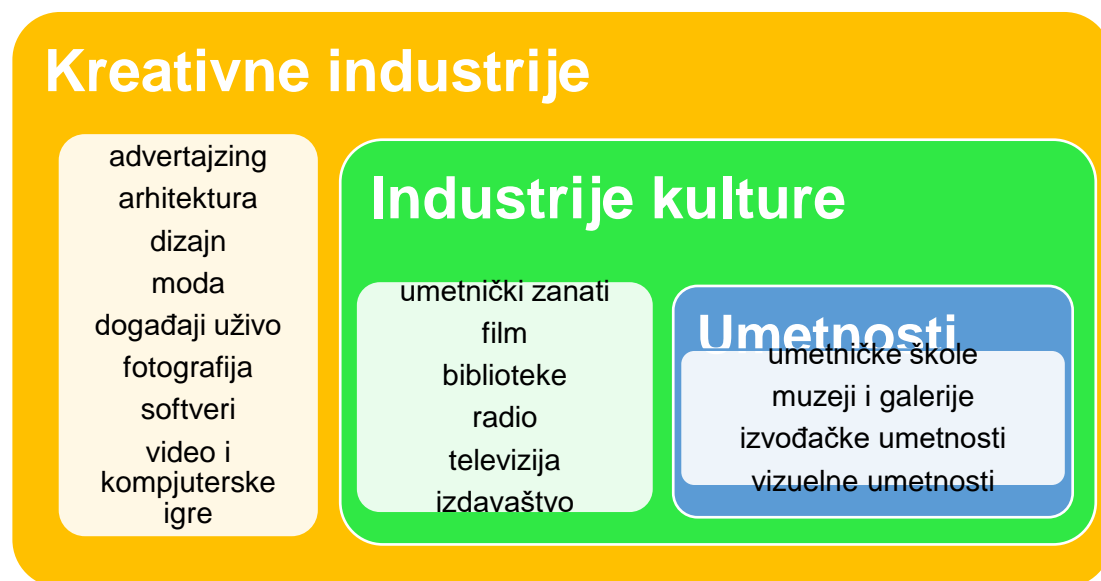
---

U ovoj temi se bavimo suštinom kulturnih i kreativnih industrija (KKI) i njihove specifičnosti kao ekonomske grane koja se brzo razvija i koja podstiče ekonomski rast, otvaranje novih radnih mesta i zaradu od izvoza uz promociju socijalne uključenosti, kulturološke raznolikosti i humanog razvoja, posebno na lokalnom i regionalnom nivou. Pažnja je posvećena tumačenju KKI kao interdisciplinarnih sektora sa visokim potencijalom za apsorpciju znanja, koji takođe napreduju oslanjajući se na lokalne resurse i nasleđe.

## 2 TEMA

---

Kulturne i kreativne industrije su prepoznate kao održivi i inkluzivni pokretači rasta u Evropi. Osim što doprinose ekonomskom rastu, oni neguju socijalnu koheziju, neguju inovacije i otvaraju radna mesta na lokalnom i regionalnom nivou, uprkos izazovima sa kojima se suočavaju evropske privrede nakon postkriznih restriktivnih javnih budžeta. One stvaraju netehnološke inovacije i najefikasnije premošćuju prioritete društvenog i ekonomskog razvoja. Štaviše, postoje razlike između kulturnih i kreativnih industrija koje treba uzeti u obzir: kulturne industrije su regionalno određene, napreduju na lokalnim resursima i donose vrednost zajednicama stvaranjem radnih mesta na regionalnom i lokalnom nivou, dok se kreativne industrije odnose na globalnu ekonomiju.



Izvor: Tomczak, Paulina & Stachowiak, Krzysztof. (2015). Location Patterns and Location Factors in Cultural and Creative Industries. *Quaestiones Geographicae*. 34. 7-27. 10.1515/quageo-2015-0011.

U prethodne četiri decenije, KKI su doživele izuzetan razvoj i postale jedan od najdinamičnijih sektora sa ogromnim mogućnostima daljeg razvoja.

Definicije kulturnih i kreativnih industrija su različite, a mi ćemo se fokusirati uglavnom na one koje se primenjuju u evropskom kontekstu – na definicije Uneska, Evropske unije i nekih evropskih zemalja sa najartikulisanim politikom u KKI.

Definicija kreativnih industrija Odeljenja za kulturu, medije i sport Vlade Ujedinjenog Kraljevstva glasi: „One industrije koje potiču iz individualne kreativnosti, veštine i talenta i koje imaju potencijal da generišu višak i otvaraju radna mesta kroz stvaranje i eksploataciju intelektualne svojine“ .

Evropska unija pod KKI svrstava sve industrije (grupe entiteta – preduzeća i biznisa) koje pripadaju kulturnom i kreativnom sektoru (KKS). Nadalje, KKS-ovi su definisani kao svi sektori čije su aktivnosti zasnovane na kulturnim vrednostima, ili drugim umetničkim individualnim ili kolektivnim kreativnim izrazima (Predlog uredbe Evropskog parlamenta i Saveta o uspostavljanju programa Kreativna Evropa (2021. do 2027.)). Na najvišem nivou politike EU je prepoznato da KKI posebno i KKS uopšte imaju veoma visoku ekonomsku vrednost pored jačanja pojma evropskog identiteta, vrednosti i zajedničkog nasleđa jer su intenzivni u znanju i talentima, stvaraju inovacije i visok rast, i obezbeđuju nišu za preduzetništvo i samozapošljavanje posebno za mlade ljude.

Kada govorimo o KKI u Evropi, moramo uzeti u obzir da kulturni i kreativni sektori u Evropi čine 4,4% BDP-a EU, da ih čine 12 miliona zaposlenja sa punim radnim vremenom i 509 milijardi evra dodate vrednosti BDP-u (Impulsni dokument o ulozi kulturnog i kreativnog sektora u inoviranju evropske industrije. Dostupno na internetu: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cd264783-3977-11e9-8d04-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-119795248> )

Šta je to što KKI čini tako okretnim i dinamičnim sektorom privrede? Iznad svega, interdisciplinarnost je ta koja omogućava da KKI stoje samostalno, ali i da se povežu sa bilo kojim drugim sektorom koji raste, podstičući druge sektore i oni sami rastu.

UNESCO definiše kulturnu i kreativnu industriju (KKI) kao „sektore organizovane aktivnosti čija je osnovna svrha proizvodnja ili reprodukcija, promocija, distribucija i/ili komercijalizacija dobara, usluga i aktivnosti kulturnog, umetničkog ili kulturnog nasleđa“. (UNESCO, 2015). Ova definicija uključuje ne samo finalne proizvode ljudske kreativnosti, već i čitav lanac pratećih aktivnosti koje su potrebne za podršku stvaranju, proizvodnji i distribuciji kreativnih proizvoda, kao što su zanati, proizvodnja hrane, štampa ili emitovanje.

KKI se pojavljuju u različitim oblicima:

<b>Creative Industries</b>			
<b>HERITAGE</b>	<b>ARTS</b>	<b>MEDIA</b>	<b>FUNCTIONAL CREATIONS</b>
<b>Traditional cultural expressions</b> art crafts festivals celebrations	<b>Visual arts</b> painting sculpture antique photography etc.	<b>Publishing and printed media</b> books newspapers press and other publications	<b>Design</b> interior graphic fashion jewellery toys
<b>Cultural sites</b> historical monuments museums libraries archives etc.	<b>Performing arts</b> live music theatre dance opera puppetry circus etc.	<b>Audio-visuals</b> film television and radio broadcasting	<b>Creative services</b> architecture advertising creative R&D cultural services digital services etc.
		<b>New media</b> digitalized content software video games animations etc.	

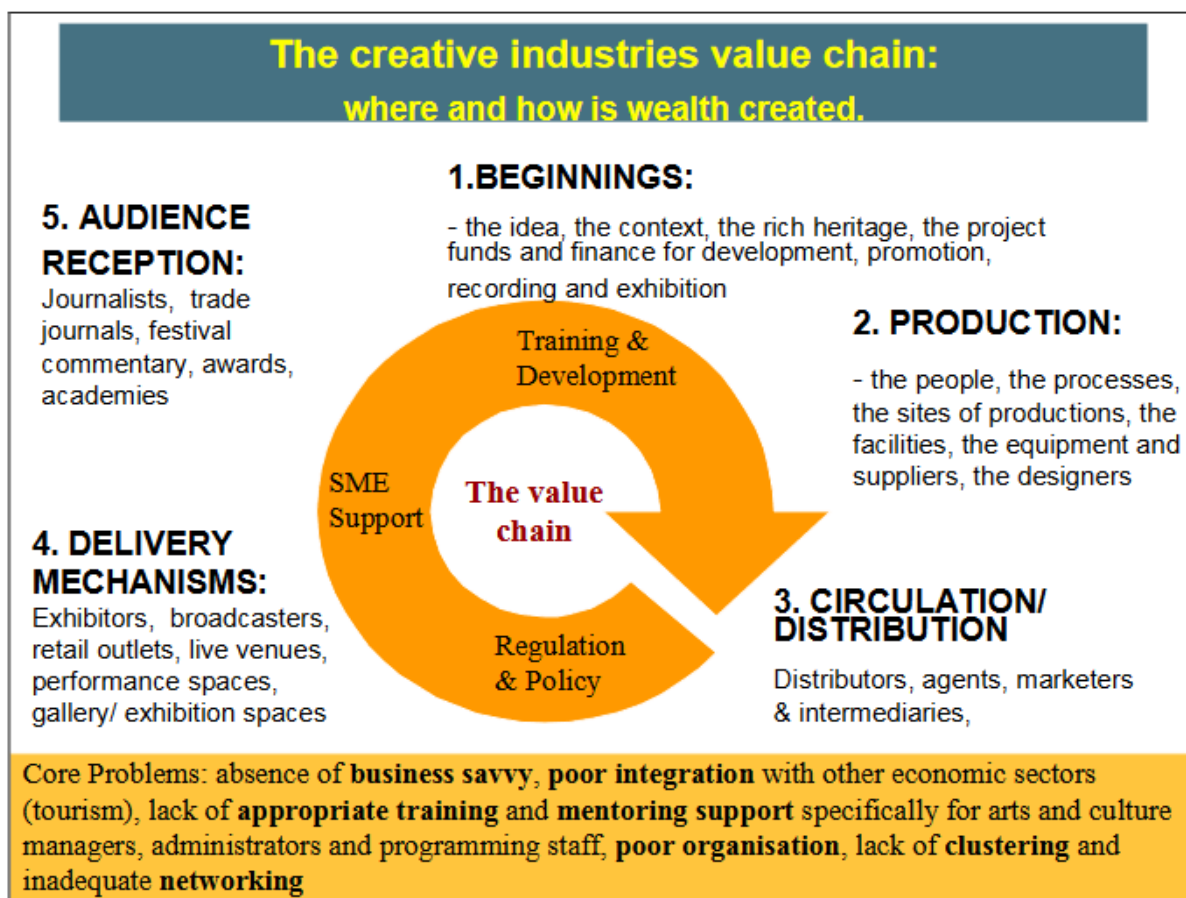
Izvor: Northern Future Forum: <https://www.nff2015.is/themes/creative-industries-growth-engine-for-the-future/>

KKI imaju glavnu ulogu u četvrtoj industrijskoj revoluciji i Internetu i rezultat su digitalne transformacije modernog društva (poznatog kao Industrija 4.0). Ova konotacija je još važnija u kontekstu ekonomije iskustva u kojoj se dobra i usluge vrednuju na osnovu iskustva koje oni stvaraju za kupce (Pine i Gillmor, 1998). Lanac stvaranja vrednosti u KKI u velikoj meri definiše proces monetizacije rezultata ljudskih kreativnih aktivnosti i njihovog pretvaranja u tržišne proizvode čija potrošnja u velikoj meri zavisi od uključivanja i interpretacije kupaca (tj. iskustva).

Složenost KKI otežava njihovo definisanje, posebno kada se definišu tipični procesi u industriji, tipični timovi ili tipični ciljevi izlaza. Zato je od ključne važnosti da se razume konkretna grana kreativnih industrija u koju se preduzetnik želi uključiti, da bi se mogla uspešno razviti i poslovna strana poduhvata.

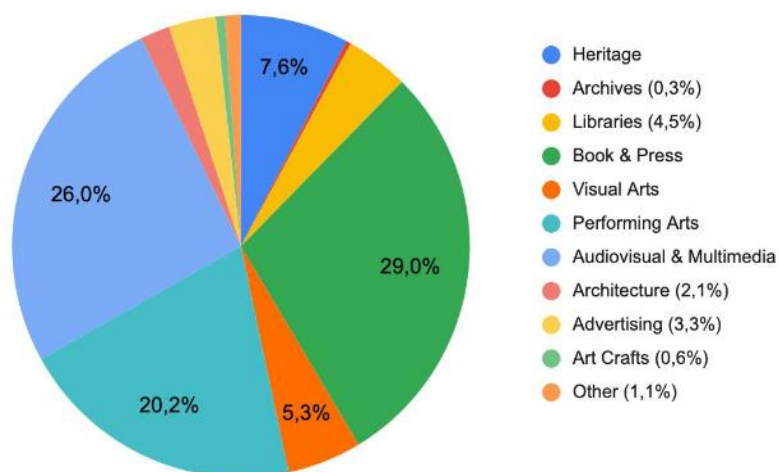
KKI obezbeđuju platforme na kojima umetnici sprovode svoje kreativne ideje, često u kombinaciji sa drugim stvaraocima, kako bi proizveli kulturni proizvod ili uslugu koja ima dodatnu vrednost za potrošača/kupca. To znači da kreativnu proizvodnju treba da prati smisao za poslovanje, integracija sa drugim sektorima (npr. ugostiteljstvo), dobra

organizacija i adekvatno umrežavanje.



Izvor: Value chain analysis used in Gauteng 's Cultural Industry Development Framework, SA, 2005

Broj organizacija povezanih sa KKI po sektoru KKI



Izvor: SAKKI analysis of the European Transparency Register 2019: <https://ec.europa.eu/transparencyregister>, checked on 11/22/2019.

Napori za izgradnju pametne ekonomije u Evropi usmereni su na unapređenje konkurentnosti, uz zadržavanje modela socijalne tržišne ekonomije i efikasno korišćenje resursa. Najveći deo napora za podsticanje inovacija usmeren je na korišćenje postojećeg potencijala za inovacije u EU. Prvo, to je ogromno domaće tržište, ali tu su i visokokvalifikovani istraživači, preduzetnici i kompanije i jedinstvene prednosti u smislu vrednosti, tradicije i različitosti.

Industrije se diversifikuju i razvijaju paralelno sa novim izazovima kako bi zadovoljile sve fragmentiranije potrebe i želje savremenih ljudi za individualnim oblicima komunikacije, opuštanja i rekreacije, suživota sa prirodom, za konzumiranje kulturnih vrednosti i nasleđa, istraživanje novih kultura i teritorija itd. Organizacije različitih kompetencija se sve više oslanjaju na usluge i saradnju sa kreativnim kompanijama kako bi unapredile svoje proizvode i usluge i stekle novi pristup svojim kupcima i partnerima. Otuda i međupovezanost KKI sa sektorima komunikacija, putovanja i turizma, obrazovanja, istraživanja i tako dalje.

Kreativne industrije nisu samo same po sebi inovativne, već su i važna pokretačka snaga inovacija u nekreativnim industrijama. Podrška uključivanju kompanija iz kreativnog sektora u istraživačke projekte često vodi ka daljim inovacijama. To je zato što pružaoci kreativnih usluga teže da pomognu kompanijama da razviju proizvode i usluge više orijentisane na tržište i klijente

Glavne karakteristike KKI koje ih čine neophodnim za razvoj savremenih društava odnose se na sledeće:

- Zasnovane su na umetnosti i kulturi, a ne na korisnosti
- Oslanjaju se na kreativnost, stvaranje i ko-kreaciju – to ih čini veoma otpornim na automatizaciju i poslovi koji postoje u ovoj industriji verovatno će preovladavati paralelno sa automatizacijom drugih oblasti života;
- Javljaju se u obliku ad hoc partnerstava među pojedinačnim stvaraocima – ovo čini kreativno partnerstvo svestranim i visoko produktivnim za nove ideje i radove, ali veoma ranjivim i sa organizacione i ekonomske perspektive, jer preovlađuje rad zasnovan na projektima;
- Spin-off novih rešenja/inovacija u drugim sektorima privrede;
- Oslanjaju se na umrežavanje, deljenje i grupisanje;
- Promovišu društvenu koheziju i inkluziju zasnovanu na zajedničkim vrednostima, stavovima, znanju, uverenjima i tako dalje;
- Stvaraju iskustava i individualne lične vrednosti i doživljaje za svakog konzumenta;



- Prožimaju sve druge sektore privrede – sa i bez digitalizacije;
- Najdirektnije su povezane sa turizmom (jer često generišu srž turističkih proizvoda), rekreacijom i obrazovanjem, a sa napretkom VR i AR i interneta dolazi do dodatnog preplitanja;
- Od njih se očekuje da proizvedu rešenja za globalne, regionalne i lokalne izazove sa kojima se moderna društva suočavaju.

### 3 Reference

---

European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, (2019). *Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry*, Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/509380>

European Parliament (2019), European Parliament legislative resolution of 28 March 2019 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council establishing the Creative Europe programme (2021 to 2027) and repealing Regulation (EU) No 1295/2013 (COM(2018)0366 — C8-0237/2018 — 2018/0190(COD)), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019AP0323&from=EN>

Tomczak, Paulina & Stachowiak, Krzysztof. (2015). *Location Patterns and Location Factors in Cultural and Creative Industries*. *Quaestiones Geographicae*. 34. 7-27.

UNESCO (2015). *Cultural Times. The First Global Map of the Cultural and Creative Industries*. [https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural\\_times\\_the\\_first\\_global\\_map\\_of\\_cultural\\_and\\_creative\\_industries.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf)

<https://slideplayer.com/slide/3463854/>