



Tematska jedinica 2:

**Preduzetnička praksa
— Modeliranje KKI
preduzeća**

Tema 2.5

**Menadžment:
Upravljanje timom i
promenama u KKI**

Autor(i):

**Tzvetalina Genova, Elena
Kostadinova**

Institucija(e):

**Varna Univerzitet za
menadžment, Bugarska**



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“. 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 dozvoljeno je:

- 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 sugerišete 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.

Studija slučaja



MBOX

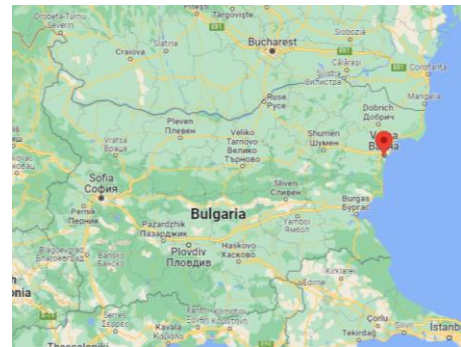
(Andrey Pavlov)

<https://soundcloud.com/m-box-studio/>

<https://www.facebook.com/recycleartacademy/>

✚ **Zemlja, region:** Varna, Bugarska

✚ **KKi oblast:** Muzika



✚ **Opis**

Muzika je poziv Andreja Pavlova. Nešto što je prvobitno započelo kao hobi preraslo je u prvi posao, pa u profesiju, da bi danas postalo uspešan poslovni poduhvat.

2008. godine, kada je već imao iskustvo, znanje, kontakte i emocionalni naboj i nakon godina razmišljanja i analiza, Andrej je oblikovao inovativnu poslovnu ideju pod nazivom MBOXS (Studio).

Danas je ovo jedan od najpopularnijih medijskih partnera na regionalnom tržištu koji nudi:

- (a) potpuno audio i video brendiranje, u skladu sa konceptom razvoja onlajn sajtova i fizičkih sajtova (posebno zabavnih sadržaja) i sa garantovanim autorskim pravima za emitovanje sadržaja;
- (b) informativno-zabavni video kanal koji omogućava svakom korisniku da pokrene sopstveni medij za oglašavanje, informacije i zabavu na prodajnom mestu;
- (c) podršku u realizaciji medijskih projekata.

U početku je Andrej radio sam jer je upravljao sa nekoliko lokacija i mogao je sam da obavlja sve aktivnosti. Posle treće godine rada počeo je da okuplja partnere i poverava im vođenje sajtova. Sada kompanija radi sa timom od 14 profesionalaca koji su specijalizovani za različite muzičke stilove i svaki od njih upravlja svojim sajtovima. Svi članovi tima rade na različitim lokacijama, kompanija nikada nije imala centralu.

Sa povećanim brojem pratilaca i zahtevima za sadržaje za zabavu (kao što su restorani, barovi, hoteli, prodavnice lepote, itd.) u Bugarskoj da emituju samo muziku sa autorskim pravom krajem 2018-2019, stvorena je dodatna tržišna niša za MBOKS. V

ažna karakteristika poslovanja je to što je zasnovan na projektima i tim za svaki projekat se okuplja ad hoc iu zavisnosti od suštine projekta. Vrlo često se implementacija projekta deli na faze koje sprovode različiti stručnjaci. Kritične tačke se najčešće odnose na propustljivost između faza – kada profesionalac prepusti posao sledećem kolegi i u slučaju nekompatibilnosti pristupa različitim stručnjacima. U tom smislu zadatak menadžera projekta je da fazu učini kompatibilnom, a da pritom odgovori na želje klijenata i da ubedi članove tima da prilagode svoje pristupe potrebama klijenata.

Andrej radi sa stalnim timom profesionalaca i sa godinama su naučili da efikasno komuniciraju i saraduju dok efikasno i bez konflikata rešavaju novonastale probleme.

Marketinški pristup

MBOKS je on-line usluga i distribuira se uglavnom u on-line okruženju. Naravno, prostori koji koriste MBOKS usluge takođe služe kao odlična demonstracija ciljeva kompanije.

Finansijska situacija

U stvari, MBOKS ideja se pojavila kao koncept 2004. godine, ali se smatralo da tržište u Bugarskoj nije spremno za to. Prvih pet godina bile su najizazovnije i povezane su sa opstankom kompanije kao biznisa. Tek nakon toga počeo je da diže profit i da se biznis postavlja na noge.

Ključni faktori uspeha i izazovi

MBOKS Studios posluje u oblasti digitalnih medija – tržišne niše koja se širi i koja je postala još privlačnija nakon 2020. godine i pandemije Covid-19 kada su se i mnoge tradicionalne umetnostima prebacile onlajn. Kompanija je nastala i poslovala je u Varni – trećem gradu po veličini i razvijenosti u Bugarskoj koji takođe ima veoma razvijen kulturni, IT, zabavni i turistički sektor/sektor hrane i pića. Potreba za muzičkim brendiranjem je bila konstantna, ali na bilo koji način kompanija je u mogućnosti da radi sa klijentima iz cele zemlje i inostranstva jer je digitalno zasnovana. U periodu 2020-2021 (tokom pandemije) onlajn prodaja muzičkog digitalnog sadržaja je enormno porasla – za preko 150% – a onlajn koncerti su postali novi popularni oblik „potrošnje“ muzičkih proizvoda tako što su mnogi umetnici prenosili svoje nastupe on-line.

U 2022. godini trend je obrnut unazad jer je publika ponovo počela da traži nastupe uživo i doživljava. Ozbiljan pad u sektoru usluga i turizma, izazvan pandemijom, doveo je do nespremnosti i poslovnih i pojedinačnih korisnika da plaćaju digitalni sadržaj i njegovo neovlašćeno korišćenje.

Planovi za budući razvoj

MBOKS Studios zadržava svoj originalni koncept, ali je počeo da diversifikuje svoje projekte i nudi kombinovane muzičke i video sadržaje za poslovnu i kućnu upotrebu. Tim razmišlja o novim projektima koji su više fokusirani na video-informacije.