



Tematska jedinica 2:
Preduzetnička praksa
— Modeliranje KKI
preduzeća

Tema 2.2.

Finansiranje.
Mogućnosti i rizici

Autor(i):

**Kaloyan Kostadinov, Neda
Dimitrova, 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 obuke nastavnog plana i programa „Menadžment i preduzetništvo u kulturnim i kreativnim industrijama“ i namenjen je profesionalcima u biznis sektoru i ekonomiji (B&E) i sadrži ukupno 5 tema. Sastavljen je u okviru Erasmus+ projekta strateškog partnerstva „*FENICE - Jačanje preduzetništva i inovacija u kulturnim i kreativnim industrijama kroz interdisciplinarno obrazovanje*“.

Sadržaj obuke ukratko:

Program FENICE

Tematska jedinica 1: Razumevanje preduzetništva u KKI

Tema 1.1. Politike i međusektorska saradnja u KKI

Tema 1.2. Kreativnost, inovativnost i kulturni sadržaj. Etičko ponašanje i prava intelektualne svojine.

Tema 1.3. Novi mediji, kreativne tehnologije i digitalno okruženje. Digitalni marketing.

Tematska jedinica 2: Preduzetnička praksa - Modeliranje CCI preduzeća

Tema 2.1. Poslovni modeli i upravljanje. Upravljanje promenama.

Tema 2.2. 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 dozvoljena 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.

1 Pregled TEME

Finansije u kulturnoj i kreativnoj industriji (KKI) i kulturnom i kreativnom sektoru (KKS) imaju istu konotaciju kao i u bilo koj drugoj vrsti poslovanja i sektoru privrede. U ovom delu ćemo se baviti glavnim elementima planiranja i upravljanja finansijama unutar KKS, fokusirajući se na *stvaranje vrednosti, finansiranje i budžetiranje, finansijsku održivost, mogućnosti i rizike*. Prvo ćemo predstaviti opšti profil i model stvaranja vrednosti u KKS kako bismo se fokusirali na specifičnu *dihotomiju između vrednosti i cena* u KKI i navesti izvore finansiranja KKI. Zatim ćemo predstaviti specifične mikroekonomske karakteristike KKS i KKI u zemljama koje su zastupljene u projektu FENICE. U tom smislu, oblici pribavljanja fondova koji su specifični za KKI će se posmatrati putem glavne dihotomije (i) javnog finansiranja iz nacionalnih fondova i (ii) privatno finansiranje – bilo filantropsko ili ne, uključujući nove modele povezane sa *crowdsourcing*-om, podršku više donatora, aktivnosti zasnovane na projektima i tako dalje. Tema će obuhvatiti različite vrste instrumenata finansiranja imajući u vidu faze razvoja jednog preduzeća, kao i rizika i mogućnosti koje ih prate. Konačno, razmotrićese pitanje „finansijskog zdravlja“ i mogućnosti rasta u današnjem naglo izmenjenom makroekonomskom okruženju.

2 TEMA

I. Specifičnosti KKI u pogledu ekonomske vrednosti i stvaranja vrednosti

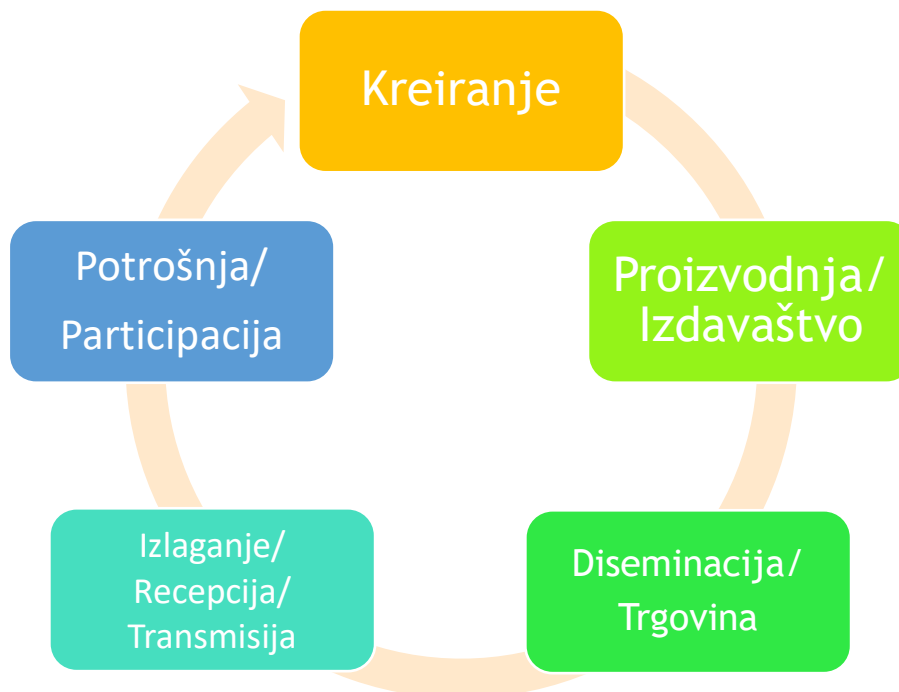
Kulturne i kreativne industrije (KKI) učestvovala su sa 4,4% prosečnog BDP-a EU (u nekim zemljama članicama čak i 7%) i omogućile zapošljavanje ili samozapošljavanje za više od 7,6 miliona ljudi i između 2 do 4% ukupne radne snage, od kojih su većina mladi ljudi (Imperiale, Fasiello, & Adamo, 2021; European Investment Fund, 2019). Od 2019. godine, ogromnu većinu kulturnog i kreativnog sektora u Evropi – 95%– čine mala preduzeća, nezavisni umetnici i frilenseri. Dakle, preduzeća KKI su zastupljena u 12,1% kada je u pitanju prosečni broj kompanija širom država članica EU (European Investment Fund, 2019).

Specifičnosti KKI u EU krajem 2020. godine i u toku pandemije COVID-19:

- ✚ Audio-vizuelni i multimedijalni podsektori predstavljali su pokretače rasta (naročito film, DVD i video, radio i TV emitovanje, kompjuterske/video igrice i aktivnosti kompjuterskog programiranja). Ovi podsektori su održali, pa čak i povećali svoju vrednost tokom pandemije (European Investment Fund, 2019).
- ✚ U pogledu ekonomskog učinka i značaja, KKS je bio uporediv sa sektorima informacione i komunikacione tehnologije (IKT) i usluga smeštaja i hrane (A&F). Pored toga, KKI su valorizovane i u kulturnom, iskustvenom i turizmu nasleđa kao i upotrebi digitalnih usluga u proizvodnji sadržaja za filmove, video zapise, igrice, 3D-mapiranja itd. (European Investment Fund, 2019)
- ✚ Stope preživljavanja KKI preduzeća nakon 1, 3 i 5 godina postojanja slične su onima u IKT i A&F preduzećima, čak i više za period od 3 i 5 godina od onih u A&F (European Investment Fund, 2019);

- ✚ Preduzeća KKI su imala u proseku 2,7 zaposlenih pre 2019. godine, u odnosu na 5,73 u IKT i 5,86 u A&F (European Investment Fund, 2019).
- ✚ Mikro preduzeća su formirala nišu za ad-hoc saradnju i klasterisanje što omogućava da se KKI mogu brzo i lako prebaciti u podsektore i brzo formirati timove zasnovane na zadacima koji se ili napuštaju ili reformišu nakon završetka projekta;
- ✚ Segmentirana struktura preduzeća stvorila je nišu za uspostavljanje kreativnih centara (European Investment Fund, 2019) koji su se tokom pandemije preselili iz on-site u on-line okruženje;
- ✚ Novi trendovi i razvoj trendova u KKI zavisi od značajnog porasta digitalizacije, posebno u pogledu eksperimentisanja sa novim digitalnim uslugama kao rešenjem problema i prilagođavanjem ograničenjima tokom pandemije i društvenog distanciranja – kao što su live on-line koncerti i nastupi, *edu-games*, virtualne izložbe itd.

Uopšte gledano, roba i usluge u kulturnom i kreativnom sektoru (KKS) i KKI dolaze do potrošača putem sledećeg modela lanca vrednosti:



Izvor: (United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation, 2009)

Nije neophodno da svi elementi (aktivnosti) u modelu budu prisutni u svakom pojedinačnom preduzeću – oni se mogu podeliti unutar različitih firmi, unutar geografske pozicije ili rasprostranjeni na različitim područjima, a finansijska struktura takođe u velikoj meri zavisi od ovih specifičnosti. Štaviše, postoji međusobna povezanost između faza (United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation, 2009). Na primer, u muzici, stvaranje, širenje i „potrošnja“ na koncertima uživo predstavlja jednu vrstu lanca, dok stvaranje, produkcija i distribucija u slučaju kada su proizvodi nosači zvuka. U vizuelnim umetnostima možemo imati sve faze, dok u video igrima i onlajn proizvodima – stvaranje, produkciju, širenje i učešće..

II. Cilus stvaranja vrednosti i odnosa sa drugim industrijama (kors-sektorska monetizacija)

Kao što je prethodno rečeno, KKS predstavlja sektor privrede sa velikim razvojnim potencijalom – uprkos padu izazvanom pandemijom. Rezultati KKS i KKI su interdisciplinarni i integrišu elemente iz različitih podsektora, npr. muzika u filmovima i video-igrama, 3D-mapiranje u scenskim nastupima, video-simulacije u regionalnom planiranju i arhitekturi itd. Vrednost integrisanog proizvoda je najčešće veća od vrednosti elemenata.

KKI obuhvataju urbanizaciju, toleranciju i obrazovane ljude, koje različiti naučnici identifikuju kao ključne faktore za preduzetnički rast. Postoji ogroman potencijal povezivanja KKI sa interdisciplinarnošću, digitalnom orijentacijom, inovacijama i preduzetničkim načinom razmišljanja na koje utiče internacionalizacija (Gerlitz & Prause, 2021). Istraživanja pokazuju da je efekat pokretanja inovacija veći u regionima i zajednicama koje su raznovrsnije – u pogledu sektora privrede, zanimanja itd.

U širem smislu, KKS i KKI pripadaju ekonomiji iskustva u kojoj su dobra i usluge povezane sa efektom koji mogu imati na živote ljudi i gde iskustva postaju konačan proizvod. Umrežavanje, komunikacija i deljenje igraju centralnu ulogu u potrošnji dobara i usluga i načinu kako oni dolaze do potrošača, ali i u modelima finansiranja, npr. preko crowd-fundng-a, crowd-sourcing-a, zajedničkog strimovanja i medijskih usluga itd.

KKI su direktno povezane sa turizmom. Međutim, njihov odnos prevazilazi kulturni turizam i razvija se u novim oblicima kreiranja doživljaja za posetioce kroz participativne aktivnosti. Očuvanje i tumačenje kulturno-istorijskog nasleđa takođe spada u domen KKI. Nadalje, ova veza se odnosi na urbanističko planiranje i prostornu regeneraciju područja u gradovima i mestima, pa i selima. Tokom perioda pandemije, proizvodi KKI postali su sastavni deo obrazovanja i pružanja usluga jer ih koriste sve internet platforme i aplikacije..

III. Kulturni i kreativni sektori u FENICE zemljama

Bugarska

Prema analizama EIF-a, 32.663 preduzeća su bila aktivna u KKS u Bugarskoj u 2016. godini (European Investment Fund, 2019). Vodeći podsektori kada su u pitanju broj preduzeća i radnih mesta bili su vizuelna umetnost, scenska umetnost, knjige i štampa. Zaposlenost u kulturi iznosi 3,71% ukupne nacionalne zaposlenosti, dok dodata vrednost u kulturnim sektorima iznosi 4,5% ukupne dodate vrednosti u uslužnim sektorima (Compendium of Cultural Policies and Trends, 2020).

Uopšteno govoreći, KKI u Bugarskoj se u velikoj meri oslanjaju na državnu podršku i javne analize, iako se situacija postepeno menja – posebno u najvećim gradovima - Sofiji, Plovdivu, Varni i Burgasu. Mnogi kulturni projekti se oslanjaju na donatorsko finansiranje koje je počelo da dolazi iz privatnog sektora – velike kompanije se sve više odlučuju da sponzorišu ad hoc aktivnosti ili ciljeve u okviru svojih korporativnih društvenih politika. Međutim, ono što nedostaje je pravo poslovno okruženje, u kojem je finansijska samoodrživost na prvom mestu, dok su filantropija i sredstva zasnovana na grantovima rezervne opcije.

Svakako, postoje značajna odstupanja među podsektorima. Video-igrice, novi mediji i arhitektura se brzo razvijaju, a pandemija COVID-19 proširila je nišu digitalnog sadržaja što je pogodovalo tržišnom napretku mnogih kompanija. Istovremeno, tradicionalne scenske umetnosti – poput pozorišta i muzike – ne mogu da opstanu bez državne pomoći. U mnogim slučajevima, KKI kompanije kombinuju profitabilne sa neprofitabilnim aktivnostima iz različitih sektora kako bi mogle da nastave da nude kulturne proizvode.

Grčka

Istorijska i kulturna baština su stubovi grčkog brenda. Shodno tome, nacionalna vlada tradicionalno aktivno ulaže u njihovo očuvanje i eksploataciju (Compendium of Cultural Policies and Trends, 2020). Ne posvećuje se toliko pažnje niti podrške KKI iako su politike koje favorizuju njihov razvoj unapređene i stvorene su mnoge nove mogućnosti (Compendium of Cultural Policies and Trends, 2020).

KKS u Grčkoj ima važan ekonomski značaj kada je u pitanju zaposlenost (na drugom mestu nakon građevinske industrije), kao i u pogledu učešća u BDP (na četvrtom mestu nakon građevinske industrije, prehrambene industrije, pravnih i računovodstvenih aktivnosti) (Avdikos, et al., 2017.). Ove industrije su bile teško pogođene dva puta u poslednjih dvadeset godina – prvo ekonomskom krizom 2008, i sada pandemijom COVID-19. U stvari, doživeli su veću recesiju u periodu posle 2008. nego ostali sektori (Avdikos, et al., 2017). Izdavaštvo softvera, arhitektura, socijalizovani dizajn, biblioteke i muzeji ponovo su porasli nakon 2016. Stabilizacija je bila primetna u oglašavanju, štampi-proizvodnji-rukotvorina, umetnosti i audio-vizuelnim medijima (video, filmska i fotografska produkcija), dok su izdavaštvo, radio i TV-proizvodnja doživeli uzastopne padove (Avdikos, et al., 2017).

KKI u Grčkoj imaju tendenciju da se geografski grupišu, što pokazuje koncentracija oko većih urbanih centara kulturne i kreativne proizvodnje, zapošljavanja i broja preduzeća – regioni Atika sa Atinom i Centralna Makedonija i Trakija sa Solunom su istaknuti lideri (Compendium of Cultural Policies and Trends, 2020).

Finansiranje je postepeno prebačeno sa državne podrške na lokalne vlasti i privatni sektor, pored lokalnih i sektorskih organizacija koje realizuju specifične tematske programe. Centralna vlada još uvek finansira zaštitu baštine i državne umetničke organizacije. Operativni programi u okviru *EU Cohesion Policy* su takođe lokalizovani i uključuju prioritete vezane za kulturu. Sponzorstvo privatnog sektora se povećava, a formiraju se mnoge nevladine organizacije (filantropske organizacije) kako bi podržale projekte KKI – čak i one velike. Pristup finansijama za mala i srednja preduzeća i male javne organizacije obezbeđen je Garancijom za kulturne i kreativne sektore EU Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility of the EU (Compendium of Cultural Policies and Trends, 2020).

Rumunija

Doprinos KKS ukupnom BDP-u bio je u porastu pre pandemije i dostigao je približno 7% u 2014. godini, što je više od sektora kao što su poljoprivreda i građevinarstvo (European Investment Fund, 2016). Ukupan broj preduzeća uključenih u kreativnu i kulturnu ekonomiju Rumunije u 2016. godini bio je nešto više od 61.000, pri čemu je najveći broj kompanija stvoren unutar u IT industrije (Sava & Badulescu, 2018).

Geografski i tematski, KKI preduzeća u Rumuniji grupišu se oko tri centra: Bukurešt za radio i oglašavanje, Kluž za festivale izvođačke umetnosti i muzike i Temišvar za igrice. Najveći deo

prihoda sektora dolazi iz Bukurešta sa preko 63% (European Investment Fund, 2019). Glavni sektor u pogledu prometa i zapošljavanja su IKT i elektronske igrice, zatim oglašavanje, te knjige i štampa (European Investment Fund, 2019).

Finansiranje sektora kulture uglavnom dolazi od države preko Ministarstva kulture i Nacionalnog nasleđa u partnerstvu sa različitim subjektima kao što su Uprava Nacionalnog fonda za kulturu i Rumunski kulturni institut. Što se tiče indirektnih oblika podrške, postoji zakonodavni okvir o sponzorstvu, ali nije vezan samo za sektor kulture umetnosti (Compendium of Cultural Policies and Trends, 2020). Svakako, većina kompanija u IT industrijama posluje sa profitom kao obični poslovni subjekti. Privatno finansiranje kulture je oskudno zbog nesavršenosti zakonodavstva o sponzorstvu i pokroviteljstvu (Compendium of Cultural Policies and Trends, 2020).

Portugalija

KKI u Portugalu čine 66.469 kompanija i 88.749 zaposlenih (AICEP Portugal Global, Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, n.d.). Vodeći podsektori su kulturno nasleđe, audiovizuelne i multimedijalne, vizuelne umetnosti, izvođačke umetnosti, izdavaštvo i knjižarstvo, arhitektura i dizajn, zanatske umetnosti i interdisciplinarnе umetnosti. Ovaj sektor čine mali kulturni agenti, kulturna udruženja i neprofitna tela, privatne institucije društvene solidarnosti i pojedinačni umetnici (AICEP Portugal Global, Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, n.d.). Ovi brojevi su se značajno smanjili tokom perioda pandemije, a posebno u pogledu zaposlenih.

U Portugalu su sprovedene mnoge kulturne politike tokom godina, koncentrišući se uglavnom na zaštitu kulturnog nasleđa, kao i na promociju i razvoj nacionalnih mreža aktivnosti i objekata. Od 2009. godine pa nadalje, strateški značaj se sve više pripisuje temama kao što su promocija portugalskog jezika, kulturne i kreativne industrije i podrška internacionalizaciji portugalskih umetnika i kulturnih institucija (European Investment Fund, 2016).

ADDICT – Agencija za kreativne industrije Portugala – ima za cilj da podstakne povoljno okruženje za promociju stvaranja, proizvodnje i distribucije u kreativnim industrijama dok deluje kao platforma za inovacije i internacionalizaciju. Objedinjuje preko 80 članova iz čitavog spektra KKI u zemlji i aktivno radi na valorizaciji međusektorske saradnje sa istraživačkim, turističkim, vladinim i drugim subjektima..

Srbija

U Srbiji, KKS je doprineo sa 7,5% BDP-a, sa stopom rasta od 8,4% pre pandemije – što je veće od prosečne stope rasta nacionalne privrede. Do 2017. godine, u sektoru je bilo 32.908 registrovanih privrednih subjekata, uključujući 10.832 aktivnih preduzeća (oko 10,1% preduzeća u zemlji), 22.076 preduzetnika (oko 9,93% državnih preduzetnika i javnih ustanova). Zaposleni u KKI čine 5,6% ukupnog broja zaposlenih u Srbiji. IT, softver i kompjuterske usluge, zatim film, TV, video, radio i fotografija i arhitektura doprinose ekonomiji najviše od svih KI. (Mikić, Radulović, & Savić, 2020)

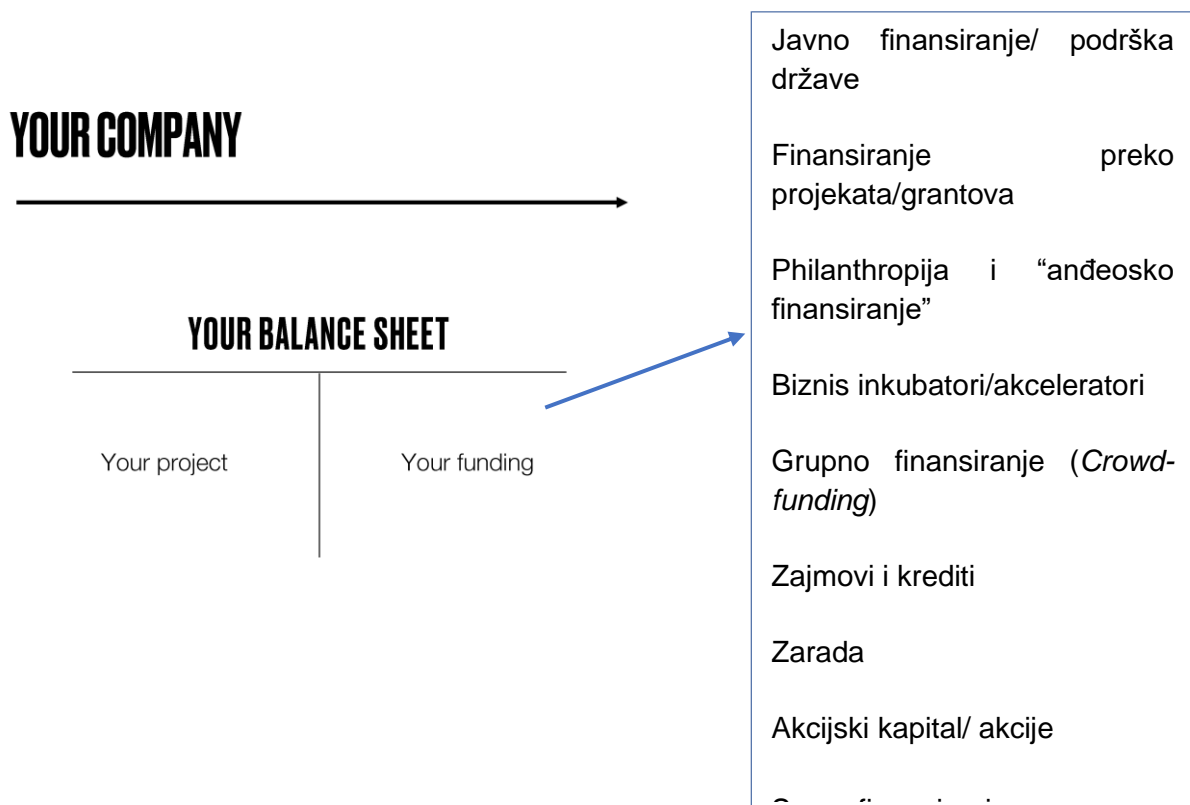
Srbiju karakteriše sve veći trend osnivanja kreativnih centara (UNESCO, 2017). Centarima upravljaju profesionalci iz umetnosti i kulture i pokreću mnoge projekte sa međunarodnom podrškom. Čvorišta se upravljaju kao nezavisni poduhvati, dok je nacionalno finansiranje KKI

ograničeno (UNESCO, 2017). Izbor Novog Sada za Evropsku prestonicu kulture i nominacija muzičkog festivala EXIT za najbolji evropski festival za 2017. povukli su napred i KKI u Srbiji.

IV. Izvori finansiranja

Kao što je indirektno spomenuto, postoji dva osnovna tipa KKI preduzeća¹ – *neprofitna (muzeji, biblioteke, pozorišta, nevladine organizacije koje ujedinjuju pojedinačne umetnike, itd.) i profitna (dizajnerski studiji, IKT kompanije, itd.). individualni/slobodni umetnici kao samostalni vlasnici itd.*. „Prebacivanje“ između ova dva tipa je takođe moguće jer već imamo privatne muzeje i pozorišne kuće koje se pojavljuju u mnogim evropskim zemljama i granice između neprofitnih i profitnih entiteta nisu uvek jasne.

Preduzeća KKI se oslanjaju na nematerijalnu imovinu i rade u velikoj neizvesnosti tržišne potražnje, stoga se obično oslanjaju na kombinaciju izvora finansiranja, a sredstva koja se koriste zavise ne samo od podsektora već i od organizacionog oblika preduzeća:



Izvor: (European Investment Fund, 2019)

¹ Preduzećem se smatra svako lice koje se bavi privrednom delatnošću, bez obzira na njenu pravnu formu. Ovo uključuje, posebno, samozaposlena lica i porodična preduzeća koja se bave zanatskim ili drugim delatnostima, kao i partnerstva ili udruženja koja se redovno bave privrednom delatnošću (European Commission).

Specifičnosti KKS definišu okvire finansiranja KKI biznisa – ima svoje specifičnosti iako se radi o procesu sličnom kao kod ostalih industrija. that in the other industries.

Ciljano javno finansiranje (direktna podrška države)

Unutar EU, mnoge velike kulturne institucije su javne i podržane u okviru državnog budžeta, obično u domenu ministarstava nadležnih za kulturu, nasleđe, turizam, regionalnih i lokalnih vlasti. Budžet za kulturu je udeo u BDP-u svake zemlje i kreće se oko 2% širom Evrope prema EUROSTAT-u. Za mnoge zemlje, a posebno za one koje su predstavljene u projektu FENICE, finansiranje javnog kulturnog sektora smatra se nedovoljnim i obično se dopire samo da pokrije naknade osoblja institucija.

Ekonomski pad izazvan finansijskom krizom 2008. i pandemijom povezuje se sa ograničenjima javnog finansiranja kulture i sa državnom podrškom koja zaostaje usled ozbiljnih prepreka prouzrokovanim zatvaranjem tokom pandemije. Umetničke i kulturne institucije koje se finansiraju iz javnog budžeta smatraju se neprofitnim (non-for-profit - prikupljaju prihode kako bi ostvarili svoj društveni cilj i platili svoje zaposlene), ali su dovedene u poziciju da počinju da se ponašaju kao poslovni subjekti (ostvaruju profit za kompenzaciju smanjenje državne pomoći) kako bi se oporavili od krize i održali svoju vrednost za zajednice.

Finansiranje putem projekata

Za razliku od direktne državne podrške, projektno finansiranje je opcija za sva preduzeća KKI – privatna i javna, profitna i neprofitna. Finansiranje zasnovano na projektima ima za cilj pokretanje i implementaciju obično ad hoc aktivnosti sa određenom temom ili fokusom – kao što je produkcija filma, predstave, festivala, performansa itd.

EU nudi mnoge programe za finansiranje projekata iz oblasti KKI. Pored vodećeg programa „Kreativna Evropa“, mnogi drugi programi EU u svoje prioritete uključuju podršku kulturi, nasleđu i kulturnoj i kreativnoj industriji. Detaljan opis mogućnosti može se naći u „Vodiču za finansiranje CulturEU: mogućnosti finansiranja EU za sektor kulture i kreativnosti 2021-2027 (The CulturEU Funding Guide: EU Funding Opportunities for the Cultural and Creative Sectors 2021-2027)“, u izdanju Evropske komisije.

Nedostatak finansiranja zasnovanog na projektima je to što zavisi od prioriteta koje postavljaju finansijske institucije, te umetnici i/ili kulturni stvaraoci moraju da prilagode svoje ideje ovim prioritetima kako bi se kvalifikovali za podršku.

Projekti se finansiraju iz javnih sredstava (kao što su programi EU) ili od strane privatnih organizacija, obično velikih poslovnih grupa u okviru svojih politika društveno odgovornog poslovanja.

Filantropija i „anđeosko investiranje“ (korporativna podrška)

Zbog svoje društvene vrednosti, KKI takođe privlači podršku privatnih kompanija i pojedinaca koji žele da doniraju deo zarađenog prihoda ili sredstava u društvene svrhe. Do finansiranja se dolazi nakon podnošenja prijave fondu kompanije/korporacije ili kao direktnim sponzorstvom/donacijom sredstava za kulturni projekat ili proizvod na privremenoj osnovi.

Anđeoski investitori ili poslovni anđeli predstavljaju još jednu personifikaciju filantropije. U pitanju su kompanije i pojedinci koji ulažu na početku ili u ranoj fazi poduhvata u zamenu za udeo u poslovanju ili samo doniraju za ciljeve koji su im veoma bitni. Oni su veoma važni za kreativne industrije, a naziv „anđeo“ je prvi put korišćen da opiše imućne osobe koje su podržavale produkcije Brodvejskog teatra u dvadesetom veku. Anđeli investitori posebno vole kompanije zasnovane na IKT-u, a ne toliko one iz KKI. Poslovne mreže u Evropi uključuju *the European Trade Association for Business Angels, Seed Funds and Early Stage Market Players (EBAN), Business Angels Europe* i druge.

Poslovni inkubatori/ akceleratori

Poslovni inkubatori i akceleratori pružaju podršku okruženja za star-up kompanije na osnovu paketa koji uključuju kancelarijske i izložbene prostore, mentorstvo, poslovne, marketinške i finansijske usluge po cenama ispod tržišnih. U poslovnim inkubatorima plaćanja se vrše na osnovu naknada, dok akceleratori stiču akcije/deonice podržanih kompanija. To znači da finansiranje ne dolazi u obliku direktnog transfera novca. Poslovni inkubatori i akceleratori su veoma pogodni za kompanije KKI koje se bave digitalnim sadržajem, dizajnom, audio i video proizvodima.

Rad u mrežama i klasterima je specifičan za KKI. Mnogi gradovi ciljano razvijaju fizičke oblasti sa visokom koncentracijom KKI – kao što su umetnički i zanatski kvartovi, muzejski kvatovi, rezidencijalni prostori i tako dalje. Istovremeno, mnogi državni programi i lokalni programi podržavaju uspostavljanje kreativnih centara čija je misija da obezbede prostor (fizički ili virtuelni) i podršku za umrežavanje, razvoj poslovanja i angažovanje zajednice u okviru kreativnog, kulturnog i tehnološkog sektora.” (Culture and Creativity Association, 2022). Kreativni klasteri i čvorišta za sada ne pružaju iste usluge kao poslovni inkubatori i akceleratori. Umesto toga, oni su alternativa za one vrste kreativnog poslovanja i individualne poduhvate koji nisu finansijski održivi bez javne podrške.

Grupno finansiranje (Crowd-funding)

Grupno finansiranje (*crowdfunding*) je novi model finansiranja poslovnog poduhvata ili projekta prikupljanjem malih suma novca od velikog broja ljudi, obično putem interneta. Ovde zajednički napor prijatelja, članova porodice, kupaca i nepoznatih pristalica ideje stvaraju mrežu koja omogućava da se ova ideja materijalizuje (European Investment Fund, 2019). Društveni mediji i platforme predstavljaju glavne kanale implementacije grupnog finansiranja – poput *VhyDonate, FundedByMe, FundingCircle, Ulule* u Evropi. Pojedinačni investitor može samo da donira za projekat ili za cilj koji je pokrenut na crowdfunding platformi, ali takođe može da dobije i malu kamatu (tzv. *peer-to-peer* pozajmljivanje), udeo za posao (vlasnički kapital) ili nagradu (nefinansijski povrat u vidu jedinstvene usluge ili pretprodajne verzije proizvoda).

Osim prikupljanja sredstava, grupno finansiranje je pomaže u izgradnji zajednice i veoma je pogodan za potrebe KKI.

Pozajmice/ krediti

KKI preduzeća se obično teško opredeljuju za kredite – posebno kada je suština njihovog poslovanja povezana sa nematerijalnom imovinom koju je teže monetizovati. U tu svrhu Evropska komisija je uspostavila Garanciju za kulturne i kreativne sektore (Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility - CCS GF) koja je povezana sa mrežom banaka koje daju kredite posebno malim i srednjim preduzećima iz ovih sektora. Postoje još nekoliko sličnih šema garancija u pojedinačnim zemljama, ali ih je još uvek veoma malo.

Zarada

Ova vrsta izvora finansiranja se odnosi na prihode koje KKI ostvaruju prodajom svojih proizvoda. Obim i udeo ovog izvora varira u različitim podsektorima – kao što je pomenuto, proizvodi IKT su lako ostvarili visoke zarade u poslednjih nekoliko godina, u poređenju sa bibliotekama koje moraju da održavaju niske cene da bi ostale dostupne i ispunile svoju društvenu misiju mesta kulturnih okupljanja. Neke od ustanova kulture mogu da ostvare dodatnu zaradu iznajmljivanjem svojih prostorija ili opreme za organizaciju različitih vrsta događaja – čak i onih koji nisu kulturni.

Kapital

Pojedine umetničke kompanije su u vlasništvu određenog broja akcionara koji takođe mogu da obezbede kapital (ili početno finansiranje) preduzeća. Preduzeća zasnovana na kapitalu još uvek nisu uobičajena za KKI.

Samofinansiranje

Slobodni umetnici i osnivači mikro preduzeća veoma često koriste svoju ličnu ušteđevinu kao početni kapital za pokretanje biznisa i projekata.

V. Budžetiranje i određivanje cena

Budžetiranje i određivanje cena u KKI prati stav koji je primenljiv i na druge industrije. Glavne specifičnosti proizilaze iz činjenice da javno finansiranje i donacije predstavljaju veoma važan izvor prihoda.

VI. Financial sustainability

Finansijska održivost se postiže kada preduzeće prodaje proizvod ili uslugu po ceni koja ne samo da pokriva troškove već i ostvaruje profit. Profit omogućava preduzeću da se uveća posebno kada se deo profita uloži nazad u veću proizvodnju, bolji prostor i objekte, više izvođača i ko-kreatora itd.

Drugim rečima, tada govorimo o održivosti kada je tačka rentabilnosti veća od nule.

U neprofitnim preduzećima, tumačenje „profita“ je malo drugačije. Višak koji preostane na kraju projekta ili perioda se reinvestira u potpunosti kako bi organizacija mogla da ostane nezavisna od spoljnog finansiranja (donacije, sponzorstva, zajmovi, itd.) i razvija inicijative po sopstvenom nahođenju ili besplatno.

U stvarnosti, finansijsku održivost nije lako postići u tako dinamičnom sektoru kao što su KKI. Preovlađujući mali obim dominantnog broja preduzeća takođe doprinosi njihovoj ranjivosti u ovom pogledu. Za mnoge podsektore cene ponuđenih kulturnih proizvoda moraju biti prilagođene opštoj kupovnoj moći publike kako bi se što većem broju ljudi omogućilo da konzumiraju i dožive umetnost i kulturu. Ova dihotomija između cena i društvenih funkcija u KKI je uvek biti prisutna i tiče se finansijske održivosti ovog sektora.

VII. Mogućnosti i rizici

Izgledi za razvoj KKS i KKI u Evropi pre 2019. i pandemije izgledali su više nego obećavajući. Ekonomska statistika pokazala je sledeće podatke:

- Ekonomski doprinos KKI u to vreme bio je veći od doprinosa telekomunikacija, visoke tehnologije, farmaceutske i automobilske industrije;
- Između 2013. i 2019. godine KKI je doprineo sa približno 700.000 radnih mesta (što odgovara povećanju od 10%), uključujući autore, izvođače i druge kreativne radnike;
- u periodu od 6 godina, svi KKI sektori su porasli sa do 4% - sa video igricama, oglašavanjem, arhitekturom i muzikom kao liderima na tržištu, dok je jedino štampa je bila u padu. Najjači rast zabeležen je u istočnoj i centralnoj Evropi;
- Potražnja za onlajn sadržajem je bila velika pošto je preko 80% korisnika interneta u EU koristilo Internet za muziku, video zapise i igrice (a ne toliko za kupovinu ili društveno umrežavanje);
- Inovativni potencijal KKI je bio izuzetno visok;
- Uobičajeno je da preduzeća KKI istovremeno obavljaju tržišne/profitne i netržišne/društveno blagonaklone aktivnosti, što je povezano sa njihovim pristupom javnim sredstvima;
- Tržište KKI je veoma fragmentirano i zavisi od kulture i jezika različitih naroda i generacija.

Izvor: (EY Consulting, 2021) (European Investment Fund, 2019) (European Investment Fund, 2019)

Ipak, ovi obećavajući izgledi su poništeni nakon 2020. godine, a procenjuje se da su KKI izgubile preko 31% svojih prihoda (EY Consulting, 2021) zbog sledećih karakteristika KKI:

- Prevladnost MSP i mikro preduzeća, uključujući samozapošljavanje;
- Najviše su pogođene kompanije sa najbržim rastom u centralnoj i istočnoj Evropi;
- Zaustavljanje društvenog života i mere socijalnog distanciranja dovode do povećane potrošnje digitalnog sadržaja smanjenjem potrošnje plaćenog digitalnog sadržaja (IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann, & Heinsius, 2021);
- Fragmentirana struktura sektora, *freelance* način zapošljavanja, otežan pristup komercijalnom finansiranju učinili su KKI izuzetno podložnim ekonomskoj krizi izazvanoj pandemijom (IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann, & Heinsius, 2021);
- Povećanje on-line pretplata je praćeno smanjenjem on-line oglašavanja;
- Nedostatak jedinstvene statistike i kvalitativnih analiza za razvoj sektora u zemljama članicama EU, što otežava planiranje poslovanja (European Investment Fund, 2019)

Mogući načini oporavka odnose se na:

- Ciljanija javna podrška sektoru – na nacionalnom i regionalnom, a ne samo na nivou EU;
- Nove saradnje između KKI – kao npr. one koje omogućavaju nastupe uživo tokom karantina, hibridne događaje on-site i on-line, itd;

- Bolje korišćenje međusektorske saradnje KKI sa drugim sektorima privrede – posebno sa zdravstvom i obrazovanjem;
- Nadogradnja i revizija modela prihoda i korišćenje alternativnih prostora za poslovanje – digitalno ili na velikim javnim površinama, na otvorenom
- Monetizacija digitalnog sadržaja (u najpopularnijim oblicima „prodajnog sadržaja“ i „prodajne publike“) i razvoj zaštite autorskih prava;
- Ponovno uspostavljanje uloge KKI u doprinosu dobrobiti građana, društvenim inovacijama i društvenoj koheziji;
- Uvođenje novih modela zaštite autorskih prava – autorska prava su nastala kao koncept pre nego što je nastao Internet i prilagođava se novim trendovima razvoja tehnologija; EU ima za cilj da stvori jedinstveno digitalno tržište i usvojila je Direktivu (EU) 2019/790 sa ciljem da prilagodi izuzetke/ograničenja autorskih prava digitalnom i prekograničnom okruženju, poboljša praksu licenciranja kako bi se obezbedio širi pristup kreativnom sadržaju i postigao tržište autorskih prava koje dobro funkcioniše;
- Nauka, tehnologija i umetnost se smatraju povezanim, a interdisciplinarnost se promoviše putem javne podrške iu poslovanju.

Listu može proširiti bilo koja zainteresovana strana u KKI. Ovo su neki od instrumenata podrške i donošenja politika koje treba razmotriti:

- ✚ Program Kreativne Evrope Evropske komisije - <https://ec.europa.eu/culture/creative-europe>
- ✚ STARTS = S+T+Arts (Science, Technology and the Arts), inicijativa Evropske komisije, pokrenuta u okviru programa Horizont 2020 za istraživanje i inovacije - za podršku saradnji između umetnika, naučnika, inženjera i istraživača - <https://starts.eu/>
- ✚ EU mreža kreativnih hubova (EU network of creative hubs) - <http://creativehubs.net/>

VIII. Predložena literatura:

The CulturEU Funding Guide: EU Funding Opportunities for the Cultural and Creative Sectors 2021-2027 (2021), European Commission

Rebuilding Europe – The Cultural and Creative Economy Before and After the COVID-19 Crisis (2021), EY Consulting, European Grouping of Societies of Authors and Composers (GESAC)

Be Creative - Call the Bank: Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility (2019), European Investment Fund

Capacity-building in the Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility: A guide to assessing loan applications from CCS SMEs (2019), European Investment Fund

3 Reference

AICEP Portugal Global, Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal. (n.d.). *Portugal Global*. Retrieved from <https://www.portugalglobal.pt/EN/SourceFromPortugal/prominent-clusters/cultural-creative-industries/Pages/cultural-creative-industries.aspx>

Avdikos, V., Michailidou, M., Klimis, G.-M., Gaitanidis, L., Nikolopoulos, P., Drakakis, P., & Kostopoulou, E. (2017). *Mapping the Cultural and Creative Sector in Greece*. Ministry of Culture and Sports of the Hellenic Republic. Retrieved September 20, 2021, from <http://ep.culture.gr/el/Documents/%CE%9F%CE%94%CE%97%CE%93%CE%9F%CE%99-%CE%95%CE%93%CE%9A%CE%A5%CE%9A%CE%9B%CE%99%CE%9F%CE%99/%CE%9C%CE%95%CE%9B%CE%95%CE%A4%CE%95%CE%A3/Xartografi.si.Short.ENG.pdf>

Compendium of Cultural Policies and Trends. (2020). *Compendium of Cultural Policies and Trends, 20th Edition*. Retrieved October 10, 2021, from Compendium of Cultural Policies and Trends: https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/bulgaria/Full-Country-Profile_Bulgaria.pdf

Culture and Creativity Association. (2022). *Creative Economy*. Retrieved from Culture and Creativity: <https://www.culturepartnership.eu>

European Investment Fund. (2016). *Cultural and Creative Sectors Market Fiches*. European Investment Fund. Retrieved from https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-gf-market-fiches.pdf

European Investment Fund. (2019). *Be Creative - Call the Bank: Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility*. Luxembourg: EIF.

European Investment Fund. (2019). *Be Creative, Call the Bank. A Guide for SMEs in the Cultural and Creative Sectors on How to Obtain Financing*. Retrieved from https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-sme-book.pdf

European Investment Fund. (2019). *Capacity-building in the Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility: A guide to assessing loan applications from CCS SMEs*.

European Investment Fund. (2019). *Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe: A Sector to Invest In*. Luxembourg: EIF. Retrieved October 5, 2021, from

https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-market-analysis-europe.pdf

EY Consulting. (2021). Rebuilding Europe – The Cultural and Creative Economy before and after the COVID-19 Crisis. European Grouping of Societies of Authors and Composers (GESAC). Retrieved from <https://www.rebuilding-europe.eu/>

Gerlitz, L., & Prause, G. (2021). Cultural and Creative Industries as Innovation and Sustainable Transition Brokers in the Baltic Sea Region: A Strong Tribute to Sustainable Macro-Regional Development. *Sustainability*, 13(9742). doi:<https://doi.org/10.3390/su13179742>

IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann, S., & Heinsius, J. (2021). Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Retrieved from [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)652242_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)652242_EN.pdf)

Imperiale, F., Fasiello, R., & Adamo, S. (2021). Sustainability Determinants of Cultural and Creative Industries in Periphery Areas. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(9), 438. doi:<https://doi.org/10.3390/jrfm14090438>

Mikić, H., Radulović, B., & Savić, M. (2020). Creative industries in Serbia: Methodological approaches and economic contributions. *Ekonomika Preduzeca*, 3-4(LXVIII), pp. 201-214. doi:10.5937/EKOPRE2004201M

Sava, D., & Badulescu, A. (2018). Creative and cultural sector: Focus on Romania. *The 32nd International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*. Seville, Spain.

UNESCO. (2017). *UNESCO Diversity of Cultural Expressions*. Retrieved from Serbia Periodic Report: <https://en.unesco.org/creativity/governance/periodic-reports/2017/serbia>

United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation. (2009). *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. UNESCO Institute of Statistics. Retrieved October 24, 2021, from http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf

4 Reč zahvalnosti

Natalia Nikolova – osnivač i vlasnik "Recycle Art Academy"