



Tematska jedinica 2:
Preduzetnička praksa
— Modeliranje KKI
preduzeća
Tema 2.6.
Finansiranje.
Mogućnosti i rizici.

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.

1 Pregled TEME

Finansijska stabilnost preduzeća je glavni element njegovog poslovnog plana. U ovoj temi će biti pokriveni osnovni elementi planiranja i upravljanja finansijama unutar preduzeća. Počinjemo sa uvođenjem opšteg profila i modela generisanja vrednosti u KKS kako bismo opisali izvore finansiranja za KKI. Zatim prelazimo na diskusiju o resursima koji se generišu u okviru preduzeća prodajom *roba i usluga*. Način na koji se ove robe i usluge određuju cena je od centralnog značaja, ali je neophodno razmotriti specifičnu *dihotomiju između vrednosti i cene* u KKI. Po ovom osnovu, oblici generisanja fondova koji su specifični za KKI će se posmatrati duž glavne dihotomije (i) javnog/vladinog finansiranja i (ii) privatnog finansiranja unutar i izvan filantropije, uključujući nove modele povezane sa crowd-sourcingom, podrška više donatora, aktivnosti zasnovane na projektima i tako dalje. Tema se odnosi na različite vrste instrumenata finansiranja u pogledu faze razvoja preduzeća, kao i rizika i mogućnosti koje ih prate. Konačno, razmatra se pitanje finansijskog zdravlja i mogućnosti rasta u naglo izmenjenom makroekonomskom okruženju danas.

2 Tema

I. Specifičnosti KKI u pogledu ekonomske vrednosti i stvaranja vrednosti

Kulturne i kreativne industrije (KKI) stvarale su 4,4% prosečnog BDP-a EU (dosegavši 7% za neke države članice) i omogućile zapošljavanje ili samozapošljavanje za više od 7,6 miliona osoba i između 2 do 4% radne snage, sačinjene većinom od mladi ljudi (Imperiale, Fasiello, & Adamo, 2021; European Investment Fund, 2019). Ogromnu većinu kulturnih i kreativnih sektora u Evropi – 95% od 2019. – čine mala preduzeća, nezavisni umetnici i slobodni radnici. Dakle, KKI preduzeća predstavljaju 12,1% prosečnog broja kompanija u državama članicama (European Investment Fund, 2019).

KKI u EU su obeležile sledeće specifičnosti na ivici 2020. i pandemije COVID-19:

- 🚦 Audio-vizuelni i multimedijalni podsektori bili su pokretači rasta (posebno film, DVD i video, radio i TV emitovanje, kompjuterske/video igre 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 ugostiteljstva. Pored toga, KKI su valorizovani u kulturnom, kulturnom, kulturnom i iskustvenom turizmu i koriste digitalne usluge u proizvodnji sadržaja za filmove, video zapise, igre, 3D-mapiranje, itd (European Investment Fund, 2019).;
- 🚦 Stope preživljavanja KKI preduzeća nakon 1, 3 i 5 godina postojanja su slične onima u preduzećima u IKT i ugostiteljstvu i čak su više za period od 3 i 5 godina od onih u ugostiteljstvu (European Investment Fund, 2019);
- 🚦 Preduzeća KKI su u proseku imala 2,7 zaposlenih pre 2019. godine, u odnosu na 5,73 u IKT i 5,86 u A&F (European Investment Fund, 2019).

- ✚ Mikro-razmera preduzeća je formirala nišu za ad-hoc saradnju i klasterisanje koja omogućava KKI-ima da se brzo prebace u podsektore i brzo formiraju timove zasnovane na zadacima koji se raspuštaju i reformišu nakon završetka projekta;
- ✚ Segmentirana struktura preduzeća stvorila je nišu za uspostavljanje kreativnih čvorišta (European Investment Fund, 2019) koja su se tokom pandemije preselila sa licu mesta u on-line okruženje;
- ✚ Novi i razvoj trendova u KKI zavise od značajnog porasta digitalizacije, posebno u pogledu eksperimentisanja sa novim digitalnim uslugama kao lekom i prilagođavanjem antipandemijskim ograničenjima na društvenoj distanci – kao što su live on-line koncerti i nastupi, edu . -igre, virtuelne izložbe itd.

Generalno, roba i usluge u kulturnom i kreativnom sektoru (KKS) i KKI se isporučuju prema sledećem modelu 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 na različite firme, unutar geografske lokacije ili rasprostranjeni na različitim područjima, a finansijska struktura takođe u velikoj meri zavisi od ove specifičnosti. Naprotiv, postoji međusobna povezanost između faza (United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation, 2009). Na primer, u muzici imamo stvaranje, širenje i potrošnju na koncertima uživo kao jednu vrstu lanca isporuke, ali i stvaranje, produkciju i distribuciju kada su proizvod muzičke ploče. U vizuelnim umetnostima možemo imati sve faze, dok u video igrama i onlajn proizvodima – stvaranje, produkciju, širenje i učešće.

II. Ciklus stvaranja vrednosti i odnosi sa drugim industrijama (međusektorska monetizacija)

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

KKI obuhvataju urbanizaciju, toleranciju i dobro obrazovane ljude, koje su različiti naučnici identifikovali kao ključne faktore za preduzetnički rast. Postoji ogroman potencijal KKI-a povezan sa interdisciplinarnošću, digitalnom orijentacijom, inovativnošću 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 gde su dobra i usluge povezane sa efektom koji mogu imati na živote ljudi i gde iskustva postaju krajnja ponuda. Umrežavanje, komunikacija i deljenje igraju centralnu ulogu u isporuci i potrošnji dobara i usluga, ali i u modelima finansiranja, npr. preko crowd-fundinga, crowd-sourcinga, zajedničkog korišćenja strimovanja i medijskih usluga, itd.

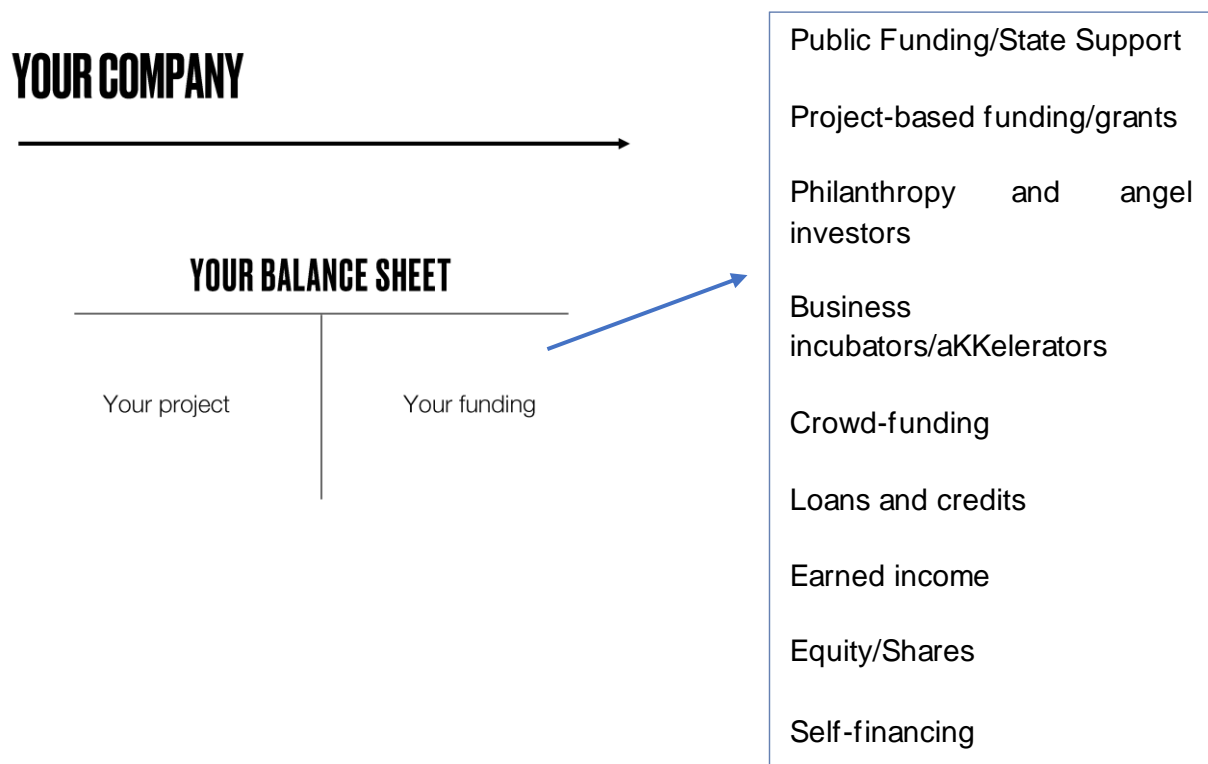
KKI su povezane sa turizmom na direktan način. Međutim, odnos prevazilazi kulturni turizam i razvija se u novim oblicima kreiranja doživljaja za posetioce kroz participativne aktivnosti. Očuvanje i tumačenje kulturno-istorijskog nasleđa takođe spada u domen KCI. Dalje, veze se odnose na urbanističko planiranje i prostornu regeneraciju područja u gradovima i mestima, pa i sela. Tokom perioda pandemije, proizvodi KKI-a postali su sastavni deo edukacije i pružanja usluga jer ih koriste sve internet platforme i aplikacije.

III. Izvori finansiranja

Kao što je indirektno do sada pomenuto, KKI preduzeća ¹su *dva glavna tipa – neprofitne (muzeji, biblioteke, pozorišta, nevladine organizacije koje ujedinjuju individualne umetnike, itd.) i profitne (dizajnerski studiji, ICT kompanije, 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 su zamagljene.

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 (Evropska komisija).

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)

Specifičnosti KKS definišu okvir za finansiranje KKI poduhvata – on ima specifičnosti iako je proces sličan onom u drugim industrijama.

🚦 **Ciljano javno finansiranje (direktna državna podrška)**

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 sada pandemijom povezan je sa ograničenjima javnog finansiranja kulture i sa državnom podrškom koja zaostaje za ozbiljnim preprekama izazvanim izolacijom. Umjetničke i kulturne institucije koje se finansiraju iz javnog finansiranja smatraju se neprofitnim (prikupljaju prihode kako bi ostvarili svoj društveni cilj i plaćali svoje osoblje), ali su dovedene u poziciju da počnu 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 zasnovano na projektima

Za razliku od direktne državne podrške, projektno finansiranje je otvoreno za sva KKI preduzeća – 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 je otvorila mnoge programe za finansiranje projekata iz oblasti KKI. Pored vodeće inicijative „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*“, koji je izdala Evropska komisija .

Najvažnija karakteristika obrazaca za prijavu projekata na osnovu kojih se dodeljuje ova vrsta finansiranja jeste da su oni sami po sebi biznis planovi. Oni treba da detaljno opišu kulturni proizvod, njegovu vrednost za zajednicu i društvo kao javno dobro i opravdaju korišćenje budžeta koji treba da se uloži u isporuku proizvoda.

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

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

Filantropija i anđeli investitori (korporativna podrška)

Zbog svoje društvene vrednosti, KKI takođe privlači podršku privatnih kompanija i pojedinaca koji žele da doniraju deo svog zarađenog prihoda ili sredstava u društvene svrhe. Korporativna filantropija i korporativna društvena odgovornost su u osnovi jedna te ista stvar. Ovde finansiranje može doći nakon podnošenja prijave fondu koji je stvorila kompanija/korporacija ili kao direktno sponzorstvo/donacija sredstava za kulturni projekat ili proizvod na privremenoj osnovi.

Anđeoski investitori ili poslovni uglovi su još jedna personifikacija filantropije. To su kompanije i pojedinci koji ulažu na početku ili ranoj fazi poduhvata u zamenu za udeo u poslovanju ili samo kao donacija za ciljeve koji ih zanimaju. Oni su veoma važni za kreativne industrije jer je naziv „anđeo“ 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, ali ne toliko ostale KKI. Mreže poslovnog ugla u Evropi obuhvataju Evropsko trgovinsko udruženje za poslovne anđele, fondove za seme i učesnike na tržištu u ranoj fazi (EBAN) , Business Angels Europe i druge.

Poslovni inkubatori/akceleratori

Poslovni inkubatori i akceleratori pružaju okruženje podrške za početak poslovanja zasnovano na paketima 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 stižu akcije/udele podržanih kompanija. To znači da finansiranje ne dolazi u obliku direktnih transfera novca. Poslovni inkubatori i akceleratori su veoma pogodni za KKI kompanije koje se bave digitalnim sadržajem, dizajnom, audio i video proizvodima.

Rad u mrežama i klasterima je specifičan za KKI. Mnogi gradovi razvijaju ciljne fizičke oblasti u kojima su koncentrisane KKI – kao što su kvartovi za umetnost i zanate, kvartovi muzeja, rezidencijalna mesta i tako dalje. Istovremeno, mnogi nacionalni programi i programi zajednice 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 isti paket usluga kao poslovni inkubatori i akceleratori. Oni su umesto toga alternativa za one vrste kreativnog poslovanja i individualne poduhvate koji ne mogu lako postati finansijski održivi bez podrške javnosti.

Crowdfunding

Crowdfunding je novi model finansiranja poduhvata ili projekta prikupljanjem malih suma novca od velikog broja ljudi, obično putem interneta. Ovde kolektivni naponi prijatelja, članova porodice, kupaca i zalutalih pristalica ideje stvaraju mrežu koja omogućava da se ova ideja materijalizuje (European Investment Fund, 2019). Društveni mediji i platforme za crowdfunding su glavni kanal za implementaciju – kao što su VhiDonate, FundedBIME, FundingCircle, Ulule u Evropi. Individualni investitor može samo da donira projektu ili cilju pokrenutom na platformi za crowdfunding, ali takođe može dobiti male kamate (tzv. peer-to-peer pozajmljivanje), udeo za posao (vlasnički kapital) ili nagrade (nefinansijske vraća u vidu jedinstvene usluge ili preprodajne verzije proizvoda).

Pored prikupljanja sredstava, grupno finansiranje je alat za izgradnju zajednice i veoma je pogodan za potrebe KKI-ja.

Kredit/kredit

Ovo je tradicionalna forma za finansiranje obeležja i obično kapital dolazi od jedne određene institucije – banke ili slične nebankarske institucije, a opcija je i druga kompanija. Ove izvore mogu podjednako koristiti kulturne institucije i neprofitni agenti i profitna preduzeća. U zavisnosti od održivosti poslovanja i ekonomskog okruženja, vraćanje kredita i pripadajućih kamata može postati problem – kao što je bio slučaj tokom pandemije od 2020. i povezanih blokada.

Obično KKI preduzeća dolaze do kredita – posebno kada je suština njihovog poslovanja povezana sa nematerijalnom imovinom koju je teže monetizovati. U tom cilju Evropska komisija je uspostavila Garanciju za kulturne i kreativne sektore (KKS GF) koja je povezana sa mrežom banaka koje daju kredite posebno za MSP iz ovih sektora. Neke slične šeme garancija postoje u pojedinačnim zemljama, ali ih još uvek nema dovoljno.

Zarađeni prihod

Ovaj izvor se odnosi na prihode koje KKI ostvaruju prodajom svojih proizvoda (npr. putem ulaznica, dozvola za korišćenje, naknada za autorska prava, prodaje umetničkih dela, itd.). Obim i udeo ovog izvora varira u različitim podsektorima – kao što je pomenuto, IKT proizvodi lako ostvaruju visoke zarade poslednjih godina, u poređenju sa bibliotekama koje moraju da održavaju niske cene da bi ostale dostupne i ispunile svoje društvena misija kao mesta kulturnih okupljanja.

Ipak, neke od ustanova kulture mogu da ostvare dodatnu zaradu iznajmljivanjem svojih prostorija ili opreme za organizaciju različitih vrsta događaja – čak i ne kulturnih.

Kapital

Neke umetničke kompanije su u vlasništvu određenog broja akcionara, koji takođe obezbeđuju kapital (ili početno finansiranje) preduzeća. U ovom slučaju, finansiranje se obezbeđuje kroz akcije (ili akcije) koje se mogu prodati ili preneti uz plaćanje. Akcionar ima deo preduzeća. On/ona snosi rizike i profite od rasta kompanije. Još uvek preduzeća zasnovana na kapitalu nisu uobičajena u KKI.

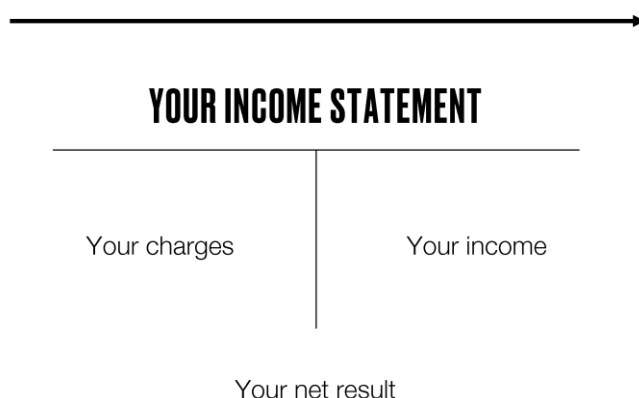
Samofinansiranje

Vrlo često slobodni umetnici i osnivači mikro preduzeća koriste svoju ličnu ušteđevinu kao početni kapital za pokretanje poduhvata i projekta.

IV. Budžetiranje i cene

Koncept budžetiranja je jednostavan – prvo treba opisati očekivani prihod od prodaje ili finansiranja za dati period, a zatim izračunati troškove za taj isti vremenski period. Zbir troškova će se tada oduzeti od iznosaprihoda prihoda, dok će rezultat pokazati dobit ili gubitak koji će preduzeće ostvariti.

Drugi način da se vizualizuje proces je kroz *bilans uspeha*



Izvor: (European Investment Fund, 2019)

Bilans uspeha govori koliko je novca preduzeće stvorilo (prihod) i potrošilo (naplati) tokom određenog vremenskog perioda – obično mesec ili godinu. Neto rezultat je dobit ili gubitak i pokazuje koliko je dobro preduzeće uspelo da isporuči i proda svoj proizvod na tržištu.

Iako se često navodi da su finansijski procesi identični u poslovnim i neprofitnim organizacijama, u suštini postoji niz razlika. Tradicionalno, većina pisaca objašnjava razlike između poslovnih i neprofitnih organizacija fokusirajući se na temu misije. Generalno, centralni cilj poslovanja je da se vlasnicima/akcionarima donese profit, odnosno misija preduzeća da poveća finansijska sredstva. Nasuprot tome, neprofitne organizacije su zasnovane na ideji da pomognu u rešavanju društvenih, obrazovnih, prirodnih i drugih pitanja, odnosno da ponude usluge za dobrobit društva i njegovo unapređenje. Stoga je misija neprofitnih organizacija stvaranje proizvoda ili usluge za profit društva, a ne za ekonomski profit. Ponekad je ovo povezano sa ponudom robe i usluga po niskoj ceni ili besplatno. Ova dva tipa organizacija se razlikuju po izvorima finansiranja: poslovne organizacije se uglavnom finansiraju kapitalom investitora, prodajom proizvoda/usluga i kreditima, dok neprofitne prikupljaju neophodna sredstva iz državnih grantova i sredstva, naknade (npr. ulaznice za koncerte i muzeje, itd.) i privatne donacije. Poslovne organizacije plaćaju sve eksterne stručne usluge, kao što su računovodstvo, pravno savetovanje, oglašavanje, dok neprofitne u velikom broju slučajeva dobijaju ove usluge bez plaćanja ili po znatno nižim cenama.

Sledeće tri vrste troškova (naplate) mogu se identifikovati u kontekstu kreativnog ili kulturnog MSP, mikro preduzeća ili neprofitne organizacije:

- troškovi specifični za inpute: opremu, materijale koji se koriste u pretprodukciji, troškove angažovanja, isporuku i vreme;
- opšti troškovi preduzeća, npr. režijski troškovi – kao što su plaćanja socijalnog osiguranja, računovodstvene usluge, troškovi vezani za prostorije, naknade za internet i komunikaciju, itd;
- troškovi specifični za ljudske resurse.

Zbir ulaznih troškova, režijskih troškova i ljudskih resursa na vremenskoj osnovi daje minimalni trošak koji se mora pokriti da bi preduzeće postojalo.

Tačka rentabilnosti je u kojoj je prihod jednak troškovima. Tačka rentabilnosti je važna, jer čini kritičnu tačku razdvajanja dobiti i gubitka. Cene proizvoda ili usluge preduzeća treba izračunati na način da tačka preloma bude jednaka ili veća od nule.

Pojednostavljeno, za izvođenje pozorišne predstave ili koncerta, izračunavanje tačke rentabilnosti izgleda ovako:

$$(A k P) + I - C \geq 0$$

A = oni koji kupuju karte (drugim rečima, broj prodatih karata)

P = prosečna cena karte

A k P = prihod od prodaje karata

I = drugi prihodi osim prodaje karata (npr. grantovi, donacije za nastup, državna podrška itd.)

C = troškovi ili rashodi

Primena gornje formule može se vizuelno prikazati kroz sledeći primer:

Mora se organizovati koncert, sa određenim brojem izvođača i troškovima koji se obračunavaju u ukupnom iznosu od 10.000 evra, uključujući i zakup sale od 250 mesta. Pristigla je donacija privatnog lica u iznosu od 1000 EUR. Nakon sprovedenog istraživanja, cena karte je fiksirana na 20 EUR. Koristeći formulu tačke rentabilnosti, potrebno je izračunati koliko ljudi treba da kupi karte, kako bi se postigao balans između prihoda i troškova.

$$(A \cdot 20 \text{ EUR}) + 1000 \text{ EUR} - 10000 \text{ EUR} = 0 \text{ EUR}$$

$$(A \cdot 20 \text{ EUR}) = 10000 \text{ EUR} - 1000 \text{ EUR}$$

$$A \cdot 20 \text{ EUR} = 9000 \text{ EUR}$$

$$A = 450$$

Dakle, najmanje 450 ljudi mora da kupi ulaznice da bi se dostigla tačka rentabilnosti, što ukazuje da je potrebno više od 1 nastupa da bi se ostvarila rentabilnost. Ova pozicija se može predstaviti kao tabela budžeta:

Seating kapacitet od koncertna dvorana	250
Ulaznica Cena	20 EUR
Broj of Ulaznica potrebna prodaja do pauza Čak	450
Ni na gubitku ni na dobitku pohađanje kao % of the hall's kapacitet za sedenje	180 %
Prihodi	
Ulaznice prodato	9000 EUR
Grant	1000 EUR
Ukupno prihod	10000 EUR
Manje troškovi	
Proizvodnja košta	10000 EUR
Ukupno košta	10000 EUR
Gubitak profita	0 EUR

V. Finansijska održivost

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 uloži nazad u veće proizvodnje, bolje objekte, više izvođača i ko-kreatora i tako dalje.

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

U neprofitnim entitetima, tumačenje „profita“ je malo drugačije. Višak koji preostane na kraju projekta ili perioda se reinvestira nazad ukupno kako bi se omogućilo organizaciji da ostane nezavisna od spoljnog finansiranja (donacije, sponzorstva, zajmovi, itd.) i razvija inicijative po sopstvenom nahođenju ili besplatno za publika.

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 omogućilo što većem broju ljudi da konzumiraju i dožive umetnost i kulturu. Ova dihotomija između cena i društvenih funkcija u KKI će uvek biti prisutna i odnositi se na finansijsku održivost sektora.

VI. Mogućnosti i rizici

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

- Ekonomski doprinos KKI u to vreme bio je veći od doprinosa telekomunikacija, visoke tehnologije, farmaceutske i automobilske industrije;
- Između 2013. i 2019. KKI su dodale približno 700.000 radnih mesta (što je ekvivalentno povećanju od 10%), uključujući autore, izvođače i druge kreativne radnike;
- Svi KKI sektori su porasli u periodu od 6 godina sa do 4% - sa video-igarama, oglašavanjem, arhitekturom i muzikom koji su bili lideri, a jedina štampa je bila u padu; Najjači rast zabeležen je u istočnoj i centralnoj Evropi;
- Potražnja za onlajn sadržajem je bila velika jer je preko 80% korisnika interneta u EU koristilo Internet za muziku, video zapise i igre (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 dobronamjerne aktivnosti, a to je povezano sa pristupom javnim sredstvima koje i mogu imati;
- KKI tržište je veoma fragmentirano tržište i zavisi od kulture i jezika različitih naroda i generacija.

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

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

- Preovlađivanje MSP i mikro preduzeća, uključujući samozapošljavanje;
- Najviše su pogođeni i izgubljeni brzi trkači 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, slobodni način zapošljavanja, težak pristup komercijalnom finansiranju učinili su KKI izuzetno podložnim ekonomskoj krizi izazvanoj pandemijom (IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann, & Heinsius, 2021);
- Povećanje on-line pretplate 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, osim na nivou EU;
- Nove saradnje između KKI – kao što su one koje omogućavaju nastupe uživo na mreži tokom blokade, hibridne događaje na licu mesta 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, uključujući i 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 - globalno autorska prava su nastala kao koncept pre nastanka Interneta i prilagođavaju 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 promovise putem javne podrške i u poslovanju.

Listu može proširiti bilo koja zainteresovana strana u KKI. Evo nekih instrumenata podrške i donošenja politika koje treba razmotriti:

- ✚ Program Evropske komisije Kreativna Evropa - <https://ec.europa.eu/culture/creative-europe>
- ✚ STARTS = S+T+Arts (Nauka, tehnologija i umetnost), inicijativa Evropske komisije, pokrenuta u okviru Horizont 2020 programa istraživanja i inovacija za podršku saradnji između umetnika, naučnika, inženjera i istraživača - [https://starts .EU/](https://starts.eu/)
- ✚ EU mreža kreativnih centara - <http://creativehubs.net/>

VII. Predložena literatura:

CulturEU : Mogućnosti EU za finansiranje kulturnih i kreativnih sektora 2021-2027 (2021), Evropska komisija

Obnova Evrope – kulturna i kreativna ekonomija pre i posle krize COVID-19 (2021), EI Consulting, Evropska grupacija društava autora i kompozitora (GESAC)

Budite kreativni - pozovite banku: Garancija za kulturne i kreativne sektore (2019), Evropski investicioni fond

Izgradnja kapaciteta u garantnom fondu za kulturne i kreativne sektore: Vodič za procenu zahteva za kredit od KKS MSP (2019), Evropski investicioni fond

3 Reference

Evropski investicioni fond. (2019). Budite kreativni, pozovite banku. *Vodič za MSP u kulturnom i kreativnom sektoru o tome kako doći do finansiranja*. Preuzeto sa https://vww.eif.org/vhat_ve_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_faciliti/KKs-sme-book.pdf

Evropski investicioni fond. (2019). *Budite kreativni – pozovite banku: garancija za kulturne i kreativne sektore*. Luksemburg: EIF.

Evropski investicioni fond. (2019). *Analiza tržišta kulturnih i kreativnih sektora u Evropi: sektor u koji treba ulagati*. Luksemburg: EIF. Preuzeto 5. oktobra 2021. sa https://vww.eif.org/vhat_ve_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_faciliti/KKs-market-analisis-europe.pdf

EI Consulting. (2021). Obnova Evrope – kulturna i kreativna ekonomija pre i posle krize COVID-19. Evropska grupacija društava autora i kompozitora (GESAC). Preuzeto sa <https://vww.rebuilding-europe.eu/>

Gerlitz, L., & Prause, G. (2021). Kulturne i kreativne industrije kao brokери za inovacije i održivu tranziciju u regionu Baltičkog mora: Snažno priznanje održivom makro-regionalnom razvoju. *Održivost*, 13 (9742). doi:<https://doi.org/10.3390/su13179742>

IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann, S., & Heinsius, J. (2021). Istraživanje za komitet CULT – Kulturni i kreativni sektori u Evropi posle Covid-19: efekti krize i preporuke politike. Evropski parlament, Odeljenje za politiku strukturne i kohezione politike. Preuzeto sa [https://vww.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)652242_EN.pdf](https://vww.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)652242_EN.pdf)

Imperiale, F., Fasiello, R., & Adamo, S. (2021). Determinante održivosti kulturnih i kreativnih industrija u perifernim područjima. *Journal of Risk and Financial Management*, 14 (9), 438. doi:<https://doi.org/10.3390/jrfm14090438>

Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu. (2009). *UNESKO okvir za kulturnu statistiku (FCS) iz 2009. godine*. UNESCO institut za statistiku. Preuzeto 24. oktobra 2021. sa http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf

4 Zahvalnica

Natalija Nikolova – osnivač i vlasnik "Recicle Art Academy"