



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



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



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Rezime sadržaja

- Stvaranje vrednosti u KKI
- Kulturna i ekonomska vrednost
- Proizvodi i usluge u KKI
- Potrošači proizvoda i usluga u KKI



# Stvaranje vrednosti u KKI

- KKI imaju četiri glavne komponente:
  - Kreativnost je centralni element
  - Kultura se tretira u vidu kulturnih objekata
  - Kreativne industrije, stvarajući elemente sa intelektualnom svojinom, stvaraju ekonomsku vrednost
  - Uočena je konvergencija između umetnosti, biznisa i tehnologije.



# Stvaranje vrednosti u KKI

- U KKI:
  - Proizvodnja i marketing proizvoda ili usluge zavisi od vrednosti koju im pripisuju potrošači.
  - Na taj način, postoji nivo neizvesnosti u pogledu potražnje ili privlačnosti proizvoda.
    - Npr.: u određenim slučajevima nemoguće je odrediti koliko će ljudi prisustvovati na otvorenom koncertu klasične muzike uživo.
  - Veća potražnja za uslugama: potrošači su željni da zadovolje potrebe „ne-fizičkog“ tipa (intelektualne i potrebe estetske prirode).



# Kulturne i ekonomske vrednosti proizvoda i usluga u KKI

- KKI uključuju
  - Patente
  - Autorska prava isrodna prava
  - Registraciju zaštitnog znaka i
  - Dizajn.
- KKI takođe uključuju:
  - Aktivnosti koje se odnose na individualnu kreativnost, veštinu i talente
  - Grupu ljudi sa više različitih veština (npr. filmska industrija)



# Kulturne i ekonomske vrednosti proizvoda i usluga u KKI

- Umetnici, kreatori, producenti:
  - imaju jaku emotivnu vezu sa radom koji proizvode ili razvijaju,
  - Motivisani su materijalnom nagradom kao sredstvom za zadovoljenje potrebe ili sticanjem intelektualnog priznanja.
- Prostor KKI je transverzalan na različite regione i delove, koji doprinose urbanoj revitalizaciji, kao što su:
  - Doprinosu povećanju samoodrživosti društvene podele
  - Obezbeđuju širenje i zaštitu autorskih prava
  - Stvaraju kvalifikovanu radnu snagu



# Potrošači proizvoda i usluga u KKI

- **Obrazovanje potrošača:**
  - Može pozitivno uticati na preciziranje značenja za kulturnu proizvodnju;
  - Razjasniti stavove o:
    - Ukusima i trendovima,
    - Posebnim aspektima kulturnih dobara ili usluga
    - Umetnicima koji su proizveli robu
    - Anegdotama ili kulturnim kontekstima stvaranja
  - Oblikovati značenja proizvoda i usluga za potrošače u KKI



# Potrošači proizvoda i usluga u KKI

- U situacijama kada su potrošači koproizvođači:
  - Dolazi do njihovog uključivanja u proces, što poboljšava interpretaciju i smisao proizvoda i usluga u KKI.
- Digitalne tehnologije doprinose koprodukciji
  - Omogućavaju distribuciju i prodaju kreativnog sadržaja prema segmentu ili individualnim potrebama potrošača – personalizacija ili intenziviranje iskustva







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



**FENICE: Fostering Entrepreneurship and Innovation in Cultural and Creative Industries through Interdisciplinary Education**  
is co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.  
Projekat predstavlja inicijativu 5 akademskih i istraživačkih institucija:



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.