

Financiranje projekata privatnog sektora u kulturnim i kreativnim industrijama

Kovačević, Ana-Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:285268>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-29**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ KULTUROLOGIJE - SMJER
KULTURALNI MENADŽMENT

ANA-MARIJA KOVAČEVIĆ

**FINANCIRANJE PROJEKATA PRIVATNOG
SEKTORA U KULTURNIM I KREATIVNIM
INDUSTRIJAMA**

DIPLOMSKI RAD

MENTOR:

Izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić

Osijek, 2021.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Ana-Marija Kovačević potvrđujem da je moj diplomski rad pod naslovom Financiranje projekata privatnog sektora u kulturnim i kreativnim industrijama te mentorstvom izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, _____

Potpis

Sadržaj

1.Uvod.....	1
2.Kulturne i kreativne industrije.....	2
2.1.Podjela kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj.....	4
2.2.Važnost kulturnih i kreativnih industrija unutar svjetske ekonomije.....	7
3.Izvori financiranja kulturnih i kreativnih industrija.....	10
3.1.Profitni sektor.....	10
3.2.Načini financiranja.....	12
3.3.Kreditno financiranje.....	13
3.3.1.Hrvatska banka za obnovu i razvitak.....	14
3.3.2.Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije.....	16
3.4.Fondovi i programi Europske unije.....	18
3.5.Crowdfunding.....	24
3.6.Sponzorstva.....	27
3.7.Natječaj Ministarstva kulture i medija.....	29
4.Poslovanje kulturnih i kreativnih industrija za vrijeme pandemije uzrokovane virusom COVID-19.....	32
4.2.Kulturne i kreativne industrije u Hrvatskoj za vrijeme pandemije COVID-19.....	34
5.Istraživanje.....	37
5.1.Istraživačka pitanja i cilj istraživanja.....	37
5.2.Predmeti istraživanja i pojmovno određenje.....	37
5.3.Financijska analiza analiziranih tvrtki.....	40
5.3.1.Koncert d.o.o.....	40
5.3.2.Kinematografi d.d.....	45
5.3.3.Havelkadesing d.o.o.....	51
5.3.4.Fraktura d.o.o.....	57
5.3.5.Filmerija d.o.o.....	63
5.4.Rasprava.....	69
6.Zaključak.....	71
7.Literatura.....	73
8.Prilozi.....	78

Sažetak

Cilj rada je analizirati izvore financiranja privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj. U teorijskom dijelu dan je pregled mogućih izvora financiranja privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija, u obliku kredita, programa, natječaja, sponzorstva i *crowdfunding* kampanja te je analizirano stanje za vrijeme pandemije COVID-19. Pritom su postavljena dva istraživačka pitanja: *kako je pandemija uzrokovana virusom COVID-19 utjecala na poslovanje gospodarskih subjekata u kulturnim i kreativnim industrijama te koliki je udio samofinanciranja u poslovanju poslovnih subjekata kulturnih i kreativnih industrija od 2016. do 2020. godine*. U okviru empirijskog dijela rada pomoću financijske analize provedena je analiza uspješnosti poslovanja poslovnih subjekata privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija te su prikazani rezultati. Zaključak istraživanja je kako je pandemija imala negativan utjecaj na poslovanje tvrtki te kako su se u najvećoj mjeri financirali iz rezervi i vlastitih sredstava. Korištene metode u radu su: deskriptivna metoda, metoda komparacije, induktivna metoda, metoda analize i sinteze, metoda financijske analize i statistička metoda.

Ključne riječi: kulturne i kreativne industrije, izvori financiranja, pandemija COVID-19

Abstract

The purpose of this paper is to analyse the sources of funding for the private sector of cultural and creative industries in Croatia. The theoretical part provides an overview of possible sources of funding for the private sector of cultural and creative industries, in the form of loans, programs, tenders, sponsorships and crowdfunding campaigns, and analyzes the situation during the COVID-19 pandemic. Two research questions were set: *how the pandemic caused by the COVID-19 virus affected the business of economic entities in the cultural and creative industries, and what is the share of self-financing of business entities in the cultural and creative industries from 2016. to 2020..* Within the empirical part of the paper, the analysis of business performance of business entities of the private sector of cultural and creative industries was performed using financial analysis, and the results are presented. The conclusion of the research is that pandemic had a negative impact on business in cultural and creative industries and that they have been financed by their own reserves and self-financing. The methods used in the paper are: descriptive method, comparison method, inductive method, analysis and synthesis method, financial analysis method and statistical method.

Keywords: cultural and creative industries, funding sources, COVID-19 pandemic

1. Uvod

Cilj rada je prikazati načine i izvore financiranja privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija te analizirati utjecaj pandemije uzrokovane pojavom virusa COVID-19 na uspješnost poslovanja profitno orijentiranih gospodarskih subjekata u okviru kulturnih i kreativnih industrija. Fokus su izvori financiranja kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj.

Pritom su postavljena dva istraživačka pitanja. Prvo istraživačko pitanje glasi: *kako je pandemija uzrokovana virusom COVID-19 utjecala na poslovanje poslovnih subjekata kulturnih i kreativnih industrija*. Drugo istraživačko pitanje glasi: *koliki je udio samofinanciranja u poslovanju poslovnih subjekata kulturnih i kreativnih industrija od 2016. do 2020. godine*.

U prvom dijelu rada ukratko se opisuje povijest razvoja kulturnih i kreativnih industrija. Radi boljeg razumijevanja djelatnosti prikazuje se podjela kulturnih i kreativnih industrija te podjela unutar Republike Hrvatske definirana od strane Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija prema podsektorima. Naime, unatoč činjenici da se radi o istoj industriji postoje velike razlike u poslovnim modelima, načinima financiranja (poslovnoj stabilnosti) i tržištu između pojedinačnih djelatnosti koje ih čine. Navedeno utječe na stabilnost tvrtki i perspektive budućeg razvoja uslijed čega tvrtke moraju kontinuirano prilagođavati svoje poslovne modele stanju u okruženju i tržištu u djelatnosti u kojoj posluju. (Bestvina Bukvić, et al., 2017) Nadalje, u trećem poglavlju objašnjava se privatni sektor i podjela poslovnih subjekata te koji su izvori financiranja. Opisuje se kreditno financiranje, financiranje putem programa Kreativna Europa, *crowdfunding* kampanja, sponzorstva i natječaja Ministarstva kulture i medija u Republici Hrvatskoj. Četvrto poglavlje nastoji prikazati kako je pandemija COVID-19 utjecala na ovaj sektor i na koji način su institucije države potaknule održavanje i spas privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija. Na kraju rada se provodi financijska analiza odabranih poslovnih subjekata unutar kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj.

Korištene metode u radu su: deskriptivna metoda, metoda komparacije, induktivna metoda, metoda analize i sinteze, metoda financijske analize i statistička metoda.

2. Kulturne i kreativne industrije

Da bi razumjeli kulturne i kreativne industrije (u daljnjem tekstu koristi se kratica KKI) te njihovu definiciju bitno je istaknuti da: „Definicije kulturnih/kreativnih industrija su raznolike i nestandardizirane. Slijede brz razvoj tih industrija i njihove utjecaje na globalizaciju kulturne i kreativne proizvodnje i potrošnje.“ (Švob-Đokić, et al. 2008: 55).

Prema Rašiću Bakariću, Bačiću i Božiću (2015: 23), povijest KKI -a započela je 1947. godine kada su Adorno i Horkheimer prvi put spomenuli izraz "kulturna industrija" u "Dijalektici prosvjetiteljstva" kako bi kritizirali javnu potrošnju, standardizaciju i komercijalizaciju. Njihove kritike svodile su se na protivljenje ulasku kulturnih industrija na tržište, jer po njihovom mišljenju tretiranje kulturne vrijednosti kao valute znači uništavanje njezina kritičkog potencijala i autentičnosti. Tek 1970-ih i 1980-ih "kulturna industrija" odstupila je od popularne kulture i Frankfurtske škole. Pod utjecajem kulturne globalizacije, kulturna industrija, osim aktivnosti razmjene sadržaja s više ljudi, postala je i glavni medij za donošenje elitne umjetnosti.

Rašić Bakarić, et al., (2015: 23) ističu kako je UNESCO-va publikacija „Kulturne industrije: izazov za budućnost kulture“ iz 1982. godine potaknula značajnije razmatranje kulturnih industrija na međunarodnoj razini. U dokumentu se ukazuje na nužnost prihvaćanja kulturnih industrija: „Novija istraživanja kulturnog života čitave populacije (statistike o kulturnim praksama i kulturnoj potrošnji, semiotičke studije i sociološka istraživanja) sve jasnije ukazuju na značaj industrijski proizvedenih kulturnih proizvoda koji omogućavaju pristup kulturi najvećem broju stanovnika.“ (Rašić Bakarić, et al., 2015: 23 prema UNESCO, 1982: 24).

Prema definiciji UNCTAD-a, kulturne industrije su: „industrije koje stvaraju, proizvode i komercijaliziraju nematerijalne sadržaje kulturne prirode. Takvi su sadržaji, u obliku proizvoda ili usluge, obično zaštićeni autorskim pravima.“ (Rašić Bakarić, et al., 2015: 23).

U posljednja dva desetljeća 20. stoljeća Hesmondhalgh ju je definirao kao aktivnost čiji je glavni cilj bio komunicirati s publikom i stvarati sadržaj u svojoj knjizi "Kulturne industrije". Pod pojmom kulturna industrija misli na vrlo širok raspon područja. Vjeruje da su marketing, oglašavanje, radio, televizija, filmska i glazbena industrija, internet, izdavaštvo, video industrija i računalne igre ključne. (Rašić Bakarić, et al., 2015: 23 prema Primorac, 2004.).

Zbog brzog razvoja tehnologije i novih medija početkom devedesetih, pojam kulturne industrije pokazao se nedostatnim te je uveden pojam "kreativna industrija". Uvođenje ovog pojma

ukazuje na jačanje gospodarskog i industrijskog udjela kulture. Godine 1998. Ministarstvo kulture, medija i sporta (DCMS) objavilo je dokument o mapiranju kreativnih industrija koji je sadržavao prvu definiciju kreativnih industrija: „one djelatnosti koje proizlaze iz kreativnosti, vještina i talenata pojedinaca, a koje imaju potencijale za stvaranje bogatstva i radnih mjesta kroz proizvodnju i eksploataciju intelektualnog vlasništva“ (Rašić Bakarić, et al., 2015: 23-24).

Iako se nakon prvih definicija kulturnih industrija i kreativnih industrija pojavljuje još raznih pojmovnih objašnjenja istih, važno je istaknuti dokument „Zeleni dokument o otključavanju potencijala kulturnih i kreativnih industrija (COM 2010)“¹ Europske komisije iz 2010. godine kojim potiče raspravu o stvaranju stimulativnog okruženja za razvoj kreativnih i kulturnih industrija. Prema ovom dokumentu razgraničavaju se definicije kulturnih i kreativnih industrija. Kulturne industrije su tako definirane: „kao one industrije koje proizvode i distribuiraju dobra ili usluge koja imaju specifično obilježje, sadržaj, svrhu ili upotrebu, a koja objedinjava ili prenosi kulturni izražaj, neovisno o komercijalnoj vrijednosti tih dobara ili usluga. Pored tradicionalnih umjetničkih sektora (izvedbene umjetnosti, likovne umjetnosti i kulturne baštine – uključujući i javni sektor), kulturne industrije uključuju film, DVD i video, TV i radio, video igrice, nove medije, glazbu, knjige i tisak.“ (Rašić Bakarić, et al., 2015: 25). Dok su Kreativne industrije definirane kao: „industrije koje kulturu koriste kao input te sadrže kulturnu dimenziju, premda njihove proizvode obilježava veća funkcionalnost. Kreativne industrije uključuju arhitekturu i dizajn, zatim grafički dizajn, modni dizajn i oglašavanje.“ (Rašić Bakarić, et al., 2015: 25).

„Kreativna ekonomija podrazumijeva procese proizvodnje, distribucije i potrošnje (nematerijalnih) kreativnih, kulturnih i simboličkih dobara, što uključuje iskustva, percepcije, slike, ideje, softver, medijske sadržaje, dizajn, informacije i usluge. Njenu glavnu os na svjetskoj razini čine tzv. kulturne i kreativne industrije koje se ubrajaju u europske i svjetske industrije s najbržom stopom rasta.“ (Primorac, 2012: 7). Iako potječu iz različitih teorijskih i političkih pozadina, pojam kulturnih industrija potpuno klasificiramo pod pojam kreativnih industrija. „U današnje je vrijeme interakcija kulture i (tehnološke) kreativnosti neizbježna te rezultira nabojima koji povezuju kulturu i ekonomiju te mijenjaju karakter suvremenih kultura.“ (Perinić, 2010: 113).

¹ Green Paper - Unlocking the potential of cultural and creative industries, (COM/2010/0183 final)

Shvaćanje i definiranje kulturnih i kreativnih industrija mijenjalo se kroz godine i razlikuje se od zemlje do zemlje, ali jedna od najčešćih definicija je ona dana od britanskog Odjela za medije, kulturu i sport, koje objašnjava: “Aktivnosti koje imaju svoj korijen u individualnoj kreativnosti, vještini i talentu, i koje imaju potencijal za bogatstvo i kreiranje radnih mjesta kroz generaciju i eksploataciju intelektualnog vlasništva. Pod ovim se aktivnostima podrazumijevaju sljedeći sektori: oglašavanje, arhitektura, umjetnosti i starine, zanati, dizajn, visoka moda, film, interaktivni software za zabavu, glazba, scenske umjetnosti, izdavaštvo, software, televizija i radio.“ (DCMS, 1998: 12).

2.1. Podjela kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj

Postoje uže i šire podjele sektora kulturnih i kreativnih industrija, ali za potrebe ovog rada izdvojiti će se samo dvije.

Prva i jedna od važnijih podjela je izrađena od strane belgijske konzultantske tvrtke KEA 2006. godine, to je bila jedna od prvih studija u ovom sektoru koju je naručila Europska komisija pod nazivom „Ekonomija kulture u Europi“. To je prva studija na razini Europske Unije u kojoj su akumulirani usklađeni podaci o kulturnim i kreativnim industrijama po državama Europske Unije na temelju jasno definiranog obuhvata kulturnih i kreativnih industrija. Važnost studije ogleda se u tome što je taj pojmovni pristup rabljen i unutar „Zelenog Papira o kreativnim i kulturnim industrijama (COM, 2010.)“ te se u studiji sektori povezuju za NKD² klasifikacijom (Rašić Bakarić, et al., 2015: 34). Tablica 1. prikazuje podatke prikupljene tom studijom.

²„NKD je kratica za Nacionalnu klasifikaciju djelatnosti, koja je jedan od osnovnih statističkih standarda za prikupljanje, upisivanje, obradu, objavljivanje i diseminaciju statističkih podataka Republike Hrvatske.“ (Državni zavod za statistiku, 2021: n.p.).

Tablica 1. Podjela kulturnih i kreativnih industrija prema studiji KEA

KRUGOVI	SEKTORI	POD-SEKTORI	OBILJEŽJA
KLJUČNA UMJETNIČKA PODRUČJA	Likovne umjetnosti	Zanati; slikarstvo, kiparstvo; fotografija.	Neindustrijske djelatnosti. Proizvodi su prototipovi i potencijalno se mogu zaštititi autorskim pravima.
	Izvedbene umjetnosti	Kazalište; ples; cirkus; festivali.	
	Baština	Muzeji, knjižnice, arheološka baština, arhivi.	
1. KRUG: KULTURNE INDUSTRIJE	Film i video		Djelatnosti namijenjene masovnoj reprodukciji. Proizvod je zasnovan na autorskim pravima.
	Televizija i radio		
	Video igrice		
	Glazba	Tržište snimanja zvuka; koncerti; prihodi koje prikupljaju društva u glazbenom sektoru.	
	Knjige i tisak	Izdavanje knjiga; časopisi i izdavaštvo.	
2. KRUG : KREATIVNE INDUSTRIJE I DJELATNOSTO	Dizajn	Modni dizajn, grafički dizajn, dizajn interijera, produkt dizajn (industrijski dizajn).	Aktivnosti nisu nužno industrijske i mogu biti prototipovi. Premda su proizvodi zasnovani na autorskim pravima, mogu uključiti i druge inpute intelektualnog vlasništva (n pr. trgovačke marke) . Korištenje kreativnosti je ključno za funkcioniranje ovih sektora.
	Arhitektura		
	Oglašavanje		
3. KRUG: POVEZANE INDUSTRIJE	Računalna industrija Proizvodnja MP3 uređaja, telekomunikacijskih uređaja (mobiteli, pametni telefoni, Iphone)		Ovu kategoriju je teško ograničiti pomoću jasnih kriterija, a uključuje sektore koji velikim dijelom ovise o prethodno opisanim krugovima, kao što je ICT sektor.

	„kulturni sektor“
	„kreativni sektor“

Izvor: preuzeto u cijelosti (Rašić Bakarić, et al., 2015: 34 prema KEA, 2006.)

U Tablici 1. se može vidjeti kako su ovom studijom kulturne i kreativne industrije podijeljene u četiri kruga sa pripadajućim sektorima, podsektorima i glavnim obilježjima svakog kruga. Prva dva kruga (ključna umjetnička područja i kulturne industrije) obuhvaćaju i definiraju kulturni sektor. Glavna obilježja su masovna produkcija, neindustrijska djelatnosti, i mogućnost zaštite autorskim pravima. Kreativne industrije su definirane i obuhvaćene kroz druga dva kruga (kreativne industrije i djelatnost i povezane industrije). Obilježavaju ih kreativnost, širi obujam intelektualnog vlasništva i industrijske aktivnosti. Također, može se vidjeti kako je teže definirati kreativnu industriju i postaviti kriterije zbog međuovisnosti definiranja ostalih krugova.

Druga izdvojena podjela je ona unutar Republike Hrvatske. Ona je definirana od strane Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija (u daljnjem tekstu koristi se kratica HKKKKI) kroz naručenu studiju „Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj“. Prema njoj, sektor KKI sastavljen je od 45 djelatnosti grupiranih u 12 podsektora, od 45 djelatnosti 43 su potpuno kreativne dok su dvije djelomično kreativne (Rašić Bakarić, et al., 2015: 21) kako je to prikazano u Tablici 2.

Tablica 2. Podsektori kreativnih i kulturnih industrija prema NKD-u 2007 (razina razreda)

Podsektori KKI	NKD 2007	Naziv djelatnosti
Muzeji, knjižnice i baština	91.01	Djelatnosti knjižnica i arhiva
	91.02	Djelatnosti muzeja
	91.03	Rad povijesnih mjesta i građevina te sličnih zanimljivosti za posjetitelje
Umjetnost	90.03	Umjetničko stvaralaštvo
	90.04	Rad umjetničkih objekata
	85.52	Obrazovanje i poučavanje u području kulture
Glazba i izvedbene umjetnosti	18.20	Umnožavanje snimljenih zapisa
	59.20	Djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja glazbenih zapisa
	47.63	Trgovina na malo glazbenim i videozapisima u specijaliziranim prodavaonicama
	85.52	Obrazovanje i poučavanje u području kulture
	32.20	Proizvodnja glazbenih instrumenata
	77.39	Iznajmljivanje i davanje u zakup (leasing) ostalih strojeva, opreme i materijalnih
	90.01	Izvođačka umjetnost
90.02	Pomoćne djelatnosti u izvođačkoj umjetnosti	
Dizajn	74.10	Specijalizirane dizajnerske djelatnosti
Film	59.11	Proizvodnja filmova, video-filmova i televizijskog programa
	59.12	Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, video-filmova i televizijskog programa
	59.13	Distribucija filmova, video-filmova i televizijskog programa
	59.14	Djelatnosti prikazivanja filmova
	77.22	Iznajmljivanje videokaseta i diskova
Fotografija	74.20	Fotografske djelatnosti
Zanati (umjetnički i tradicijski obrti)	15.12.	Proizvodnja putnih i ručnih torba i slično, sedlarskih i remenarskih proizvoda
	16.29	Proizvodnja ostalih proizvoda od drva, proizvoda od pluta, slame i pletarskih materijala
	23.41	Proizvodnja keramičkih proizvoda za kućanstvo
	23.49	Proizvodnja ostalih proizvoda od keramike
	32.12	Proizvodnja nakita i srodnih proizvoda
	32.13	Proizvodnja imitacije nakita (bižuterije) i srodnih proizvoda
	32.20	Proizvodnja glazbenih instrumenata
Arhitektura	71.11	Arhitektonske djelatnosti
Računalni programi, igre i novi mediji	58.21	Izdavanje računalnih igara
	62.01	Računalno programiranje
Elektronički mediji	60.10	Emitiranje radijskog programa
	60.20	Emitiranje televizijskog programa
	63.12	Internetski portali
Izdavaštvo	58.11	Izdavanje knjiga

	58.13	Izdavanje novina
	58.14	Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija
	58.19	Ostala izdavačka djelatnost
	63.91	Djelatnosti novinskih agencija
	74.30	Prevoditeljske djelatnosti i usluge tumača
	47.61	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim prodavaonicama
	47.62	Trgovina na malo novinama, papirnatom robom i pisaćim priborom u specijaliziranim prodavaonicama
Oglašavanje i tržišno komuniciranje	70.21	Odnosi s javnošću i djelatnosti priopćivanja
	73.11	Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu)
	73.12	Oglašavanje preko medija

Izvor: preuzeto u cijelosti (Rašić Bakarić, et al., 2015: 21)

Tablica 2. jasno prikazuje razinu razreda prema NKD-u i pripadajuće djelatnosti unutar pojedinačnih podsektora. Može se primijetiti kako su izdavaštvo, film, glazba i izvedene umjetnosti podsektori sa najviše definiranih djelatnosti što može pomoći pri boljem razumijevanju aktivnosti unutar tih podsektora što može biti prepreka kod ostalih.

Važnost KKI u Hrvatskoj očituje se u brojkama navedenim na stranicama HKKKKI koje govore kako ovaj sektor ima 2,3 % udjela u BDP-u Republike Hrvatske sa 6,3 milijardi prihoda, zapošljava ukupno 124 tisuće zaposlenih i sačinjava 5,7 % udjela u ukupnom broju poslovnih subjekata. (HKKKKI, n.d.: n.p.)

2.2. Važnost kulturnih i kreativnih industrija unutar svjetske ekonomije

O važnosti, razvijenosti i porastu kulturnih i kreativnih industrija u svjetskoj ekonomiji govore podaci kako su 2013. godine sektori KKI imali ukupni prihod od 2.250 milijardi američkih dolara, što čini 3 % svjetskog BDP-a, te je bilo zaposleno 29,5 milijuna ljudi.

„Prihod kulturnih i kreativnih industrija (KKI) premašuje prihode telekom kompanija i zapošljava više ljudi od automobilske industrije Europe, Japana i SAD-a zajedno (29,5 milijuna naspram 25 milijuna).“ (ZAMP, 2015: n.p.) Nadalje, izjava glavne direktorice UNESCO-a, Irine Bokove govori: “Kulturne i kreativne industrije jak su pokretač gospodarstva kako razvijenih država, tako i onih u razvoju. Svrstane su u najbrže rastuće sektore širom svijeta. Time se utječe na stvaranje dohotka, otvaranje radnih mjesta te zaradu od izvoza. Time se može stvoriti bolja budućnost za mnoge zemlje u svijetu”. (Bokova, n.d. prema ZAMP, 2015: n.p.)

Prema studiji EY-a iz 2015. godine „*Cultural times: the first global map of cultural and creative industries*“ prikazana je zarada KKI po sektorima i broj zaposlenih po sektorima (Tablica 3).

Tablica 3. Prihodi i broj zaposlenih u sektorima kulturnih i kreativnih industrija

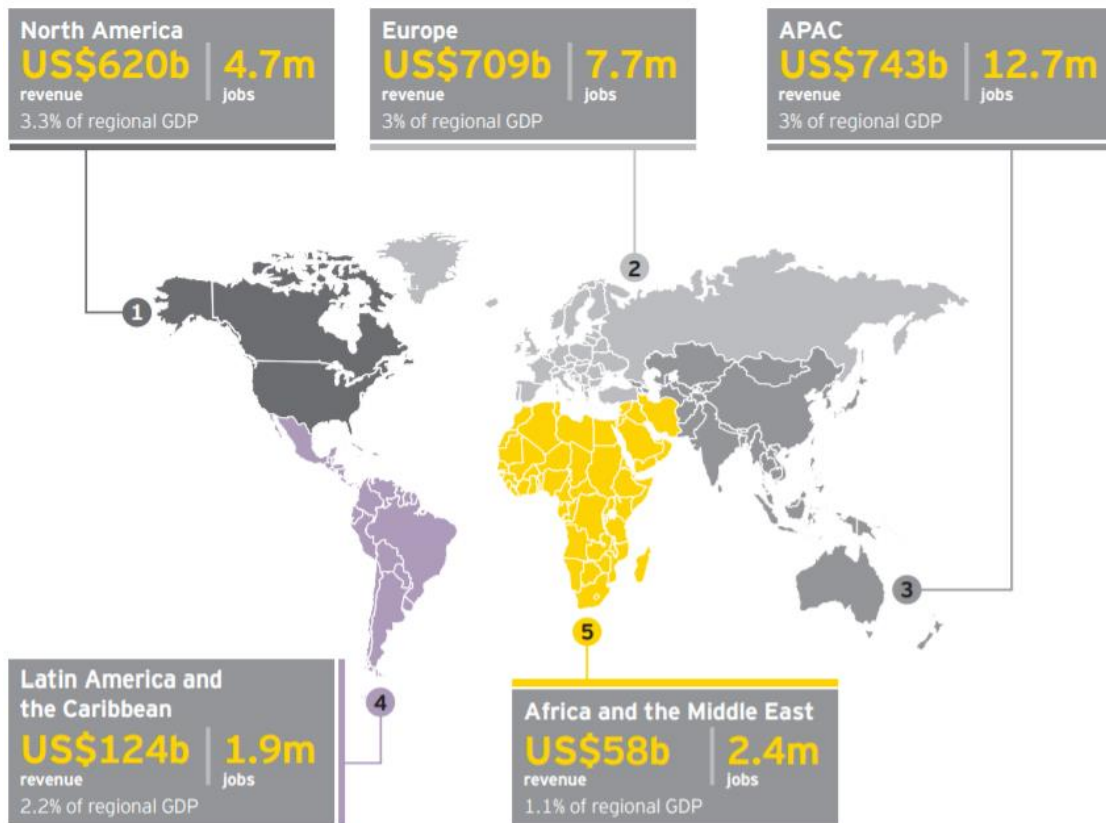
KKI sektori	Prihodi (2013, US\$, milijarde)	Zaposlenost (2013, broj radnih mjesta)
Televizija	477	3.527.000
Vizualne umjetnosti	391	6.732.000
Novine i časopisi	354	2.865.000
Oglašavanje	285	1.953.000
Arhitektura	222	1.668.000
Knjige	143	3.670.000
Izvedbene umjetnosti	127	3.538.000
Računalne igre	99	605.000
Filmovi	77	2.484.000
Glazba	65	3.979.000
Radio	46	502.000
Ukupno	2,253	29.507.000

Izvor: obrada autora (prema: EY 2015: 15)

U Tablici 3. je vidljivo kako su sektori poredani prema visini prihoda. Što na prva tri mjesta stavlja televiziju, vizualne umjetnosti, novine i časopise. Ali, može se primijetiti kako zarada ipak nije razmjerna broju zaposlenih u tim sektorima. Prema broju zaposlenih prva tri mjesta zauzimaju vizualne umjetnosti, glazba i knjige. Jedini izuzetak je radio koji zauzima posljednje mjesto prema oba kriterija, dok je najveći nesrazmjer u sektoru glazbe koji je predzadnji po prihodima, ali drugi po broju zaposlenih.

U istoj studiji je napravljena i prikazana mapa prihoda kulturnih i kreativnih industrija po regijama svijeta za 2013. godinu što se može vidjeti na Slici 1.

Slika 1. Prihod kulturnih i kreativnih industrija po regijama u svijetu



Izvor: preuzeto u cijelosti (EY, 2015: 17)

Na Slici 1. je vidljivo kako u razvijenijim dijelovima svijeta KKI prihodi iznose oko 3 % BDP prihoda dok u nerazvijenijim taj je postotak 1-2 %. Iz čega se može primijetiti kako djeluje podobno ekonomsko stanje država na rast i razvoj kulturnih i kreativnih industrija.

Izjava predsjednika CISAC-a i UNESCO-ovog ambasadora dobre volje Jean-Michel Jarre-a najbliže objašnjava pristup KKI i njezinom daljnjem rastu i razvoju: “Ova jedinstvena i prva svjetska studija kulturnih i kreativnih industrija dokaz je da autori širom svijeta, iz svih umjetničkih grana, znatno doprinose svjetskom gospodarstvu, kako po pitanju prihoda, tako i po pitanju radnih mjesta. Mora im se omogućiti da rade u okolini koja štiti njihova moralna i imovinska prava, kako bi mogli održati svoju kreativnost. Nadamo se da će ova studija otvoriti oči svjetskim političarima: zaštita kreativaca znači poticanje ekonomije. Naše kreativne industrije pomažu izgraditi održiva gospodarstva, osiguravaju lokalna radna mjesta, generiraju prihode i poreze te omogućuju milijunima ljudi, među kojima i mnogim mladima, da zarađuju za život od svog talenta“ (Jarre n.d. prema ZAMP, 2015: n.p.)

3. Izvori financiranja kulturnih i kreativnih industrija

Primarni izvor financiranja projekata kulturnih i kreativnih industrija jest prodaja proizvoda i usluga. Osim toga, ostali izvori mogu biti sponzorstva, kreditno financiranje, skupno financiranje (*crowdfunding*), programi financiranja iz sredstava EU i proračunska sredstva (natječaji, programi, potpore). Fokus ovog rada je prikaz načina i izvora financiranja privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija te koja sredstva su dodijeljena za potporu i poticaj privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija za vrijeme pandemije COVID-19.

3.1. Profitni sektor

Kako bi mogli pričati o izvorima financiranja privatnog sektora unutar kulturnih i kreativnih industrija bitno je prvo objasniti što je to privatni/profitni sektor te koja je njegova pravna podjela odnosno koji poslovni subjekti.

Profitnom organizacijom nazivaju se svi poslovni subjekti čiji je glavni cilj ostvarivanje profita iz redovnog poslovanja s ciljem maksimiziranja bogatstva vlasnika. Dobit koju takvi subjekti ostvaruju zadržava se u poslovanju zbog budućih nepredviđenih događaja u obliku rezervi ili dividendi koji se isplaćuju vlasnicima/vlasniku. Motiv za pokretanje poslovne aktivnosti je dobit, koju ostvaruju kroz glavni izvor prihoda koji je prodaja robe i usluga. (Razlika između profitne i neprofitne organizacije, 2019: n.p.)

Prema Državnom zavodu za statistiku poslovni subjekti su „pravne osobe i fizičke osobe koje obavljaju djelatnosti u skladu s pravnim propisima, tijela javne vlasti (tijela državne uprave, druga državna tijela, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave, pravne osobe i druga tijela koja imaju javne ovlasti, pravne osobe čiji je osnivač Republika Hrvatska ili jedinica lokalne ili područne (regionalne) samouprave, pravne osobe koje obavljaju javnu službu, pravne osobe koje se na temelju posebnog propisa financiraju pretežito ili u cijelosti iz državnog proračuna ili iz proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave odnosno iz javnih sredstava (nameta, davanja i sl.) te trgovačka društva u kojima Republika Hrvatska i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave imaju zasebno ili zajedničko većinsko vlasništvo.“ (Državni zavod za statistiku, 2020: n.p.).

Podjela poslovnih subjekata prema Državnom zavodu za statistiku (2020: n.p.):

1. Trgovačka društva
2. Zadruga

3. Ustanove, tijela, udruge i organizacije
4. Subjekti u obrtu i slobodnim zanimanjima

U dokumentu Državnog zavoda za statistiku prikazana je i struktura broja poslovnih subjekata. Slika 2. prikazuje ukupni broj poslovnih subjekata te podjelu po broju registriranih pravnih osoba³ i aktivnih subjekata⁴ (njihov udio prikazan u postocima).

Slika 2. Poslovni subjekti, stanje 31.ožujka 2020.

	Registrirane pravne osobe <i>Number of registered legal entities</i>	Aktivni subjekti <i>Number of active entities</i>	Udio aktivnih pravnih osoba, % <i>Share of active legal entities, %</i>	
Ukupno	283 467	164 161	57,9	<i>Total</i>
Trgovačka društva	209 253	130 152	62,2	<i>Trade companies</i>
Zadruge	3 550	852	24,0	<i>Co-operatives</i>
Ustanove, tijela, udruge i organizacije	70 664	33 157	46,9	<i>Institutions, bodies, associations and organisations</i>
Subjekti u obrtu i slobodnim zanimanjima	-	83 647	-	<i>Entities in crafts and trades and free lances</i>

Izvor: preuzeto u cijelosti (Državni zavod za statistiku, 2020: n. p.)

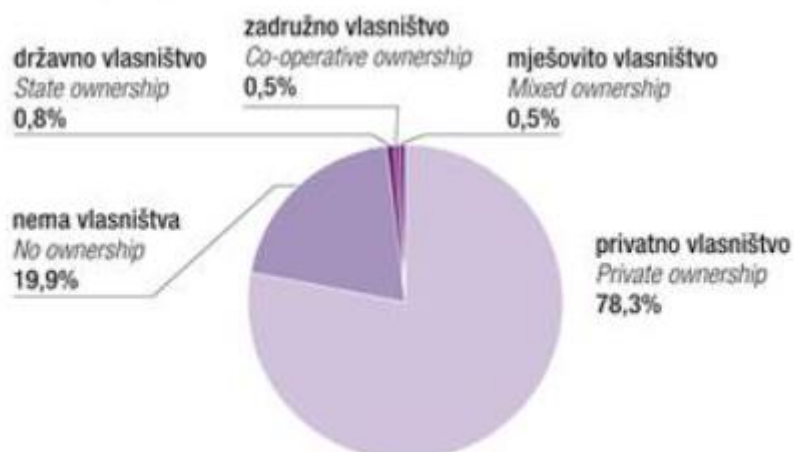
Kako je vidljivo, ukupni broj registriranih pravnih osoba iznosi 283.476 od koji je 57,9 % (164 161) aktivnih subjekata. Od ukupnog broja aktivnih subjekata najveći udio imaju trgovačka društva sa 130.152 subjekata, zatim subjekti u obrtu i slobodnim zanimanjima sa 83.647 subjekata, ustanove, tijela, udruge i organizacije broje 33.154 subjekata dok su na posljednjem mjestu zadruge sa samo 852 subjekta. Iz čega se može zaključiti kako su trgovačka društva te obrt i slobodna zanimanja najzastupljeniji oblici osnivanja poslovnih subjekata. (Državni zavod za statistiku, 2020: n.p.).

U istom dokumentu Državnog zavoda za statistiku također je prikazana i struktura aktivnih pravnih osoba prema oblicima vlasništva što se može vidjeti na Slici 3.

³ „Registrirane pravne osobe (poslovni subjekti) jesu jedinice upisane u Registar, i to: trgovačka društva, ustanove, zadruge, udruge, političke stranke, tijela javne vlasti i ostale neusklađene jedinice koje su imale pravnu osobnost prema propisima koji su prije bili na snazi.” (Državni zavod za statistiku, 2020: n. p.).

⁴ „Aktivne pravne osobe (poslovni subjekti) jesu registrirane pravne osobe upisane u Registar, za koje je status aktivnosti određen prema podacima iz eSPRi-ja.” (Državni zavod za statistiku, 2020: n. p.).

Slika 3. Struktura aktivnih pravnih subjekata prema oblicima vlasništva, ožujak 2020.



Izvor: preuzeto u cijelosti (Državni zavod za statistiku, 2020: n. p.)

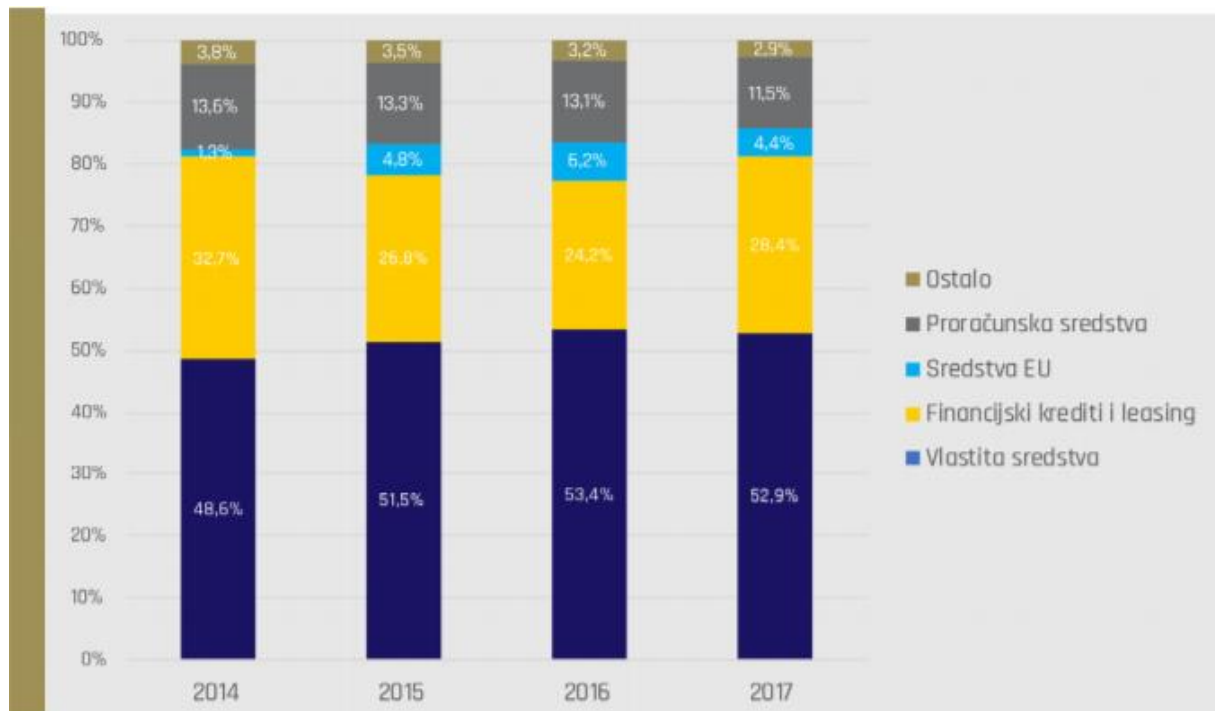
Iz prethodnog prikaza je vidljivo kako najveći udio pravnih osoba pripada privatnom vlasništvu 78,3%, slijede ga subjekti bez definiranog vlasništva (udruge) 19,5 %, državno vlasništvo sa 0,8 % te je podjednak postotak zadružnog i mješovitog vlasništva sa 0,5 %.

Od ukupnog broja aktivnih subjekata 79,8 % je profitnih subjekata dok je 20,2 % neprofitnih subjekata. (Državni zavod za statistiku, 2020: n. p.).

3.2. Načini financiranja

Pravni subjekti financiraju se iz više izvora i načina. Grafički prikaz 1. prikazuje ukupnost financijskih izvora pravnih osoba 2014. - 2017. godine i postotak korištenja tih izvora. S obzirom da su fokus ovog rada profitno orijentirani gospodarski subjekti (trgovačka društva) u nastavku su prikazani izvori financiranja i primjeri iz koji se financiraju projekti privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija.

Grafički prikaz 1. Struktura financijskih izvora za investicije pravnih osoba 2014.-2017.



Izvor: preuzeto u cijelosti (HUB Analize 67: Investicije u Hrvatskoj, 2019: 26 prema DZS, Investicije u 2017., studeni 2018.)

U Grafičkom prikazu 1. (HUB Analize 67, 2019: 26) može se vidjeti kako se pravni subjekti u najvećem postotku (oko 50%) financiraju iz vlastitih sredstava odnosno prodajom vlastitih proizvoda i usluga. Drugi najčešći oblik financiranja jesu financijski krediti i leasing oko 30%. Može se primijetiti pozitivna promjena u financiranju što je trend rasta financiranja iz vlastitih sredstava i smanjenje financiranja iz kreditiranja. U jako malom postotku, oko 4-5 %, sredstava se prikupljaju iz sredstava Europske Unije. Nadalje, iz proračunskih sredstava (kao što su natječaji, javni pozivi) financiranje je prosječno 13 %, dok najmanji udio (oko 3 %) imaju ostali izvori financiranja (kao što su skupno financiranje, sponzorstva i drugi izvori).

3.3. Kreditno financiranje

„Kredit je plasman sredstava banke klijentu po definiranim uvjetima: trajanju, kamatnoj stopi, naknadi, valuti i elementima osiguranja.“(Gregurek, Vidaković, 2011: 170)

Kada se govori o podjeli kredita važno je naglasiti kako ona nije univerzalna. Svaki kredit sadržava nekoliko obilježja te tako može pripadati i nekoliko podjela. Najčešće se dijele prema trajanju, sektorima, namjeni, kamatnoj stopi i valuti. (Gregurek, Vidaković, 2011: 172)

Za potrebe ovog rada izdvojene su tri podjele (prema trajanju, valuti i sektorima) koje su, prema autorovu mišljenju, bitne pri odabiru vrste kredita. Radi boljeg razumijevanja podjela kredita, preporuka je pročitati djelo Gregureka i Vidakovića.

Valutna podjela kredita je:

- „kreditu u domaćoj valuti,
- kreditu s valutnom klauzulom,
- kreditu u stranoj valuti.“ (Gregurek, Vidaković, 2011: 171)

Prema trajanju, krediti se dijele na:

- „kratkoročne
- srednjoročne
- dugoročne“ (Gregurek, Vidaković, 2011: 172)

Sektorska (ekonomskih) podjela kredita je:

1. „kreditu građanima: obični građani, affluentni klijenti
2. kreditu poduzećima: velika poduzeća, mala i srednja poduzeća, obrtnici, međunarodna poduzeća
3. kreditu financijskim institucijama: banke
4. kreditu državi: vladi, pojedinim ministarstvima, poduzećima u državnome vlasništvu, plasmani za koje jamči država
5. kreditu lokalnoj samoupravi
6. kreditu neprofitnim organizacijama
7. ostali krediti“ (Gregurek, Vidaković, 2011: 172)

Poslovni subjekti u Republici Hrvatskoj mogu financiranje iz kreditnih izvora potražiti kod:

1. Poslovnih banaka
2. Kreditnih unija
3. HBOR-a
4. HAMAG BICRO-a

3.3.1. Hrvatska banka za obnovu i razvitak

„Hrvatska banka za obnovu i razvitak je razvojna i izvozna banka Republike Hrvatske čija je osnovna zadaća poticanje razvitka hrvatskog gospodarstva. Kreditiranjem, osiguranjem izvoza od političkih i komercijalnih rizika, izdavanjem garancija te poslovnim savjetovanjem, HBOR gradi mostove između poduzetničkih ideja i njihovih ostvarenja s ciljem osnaživanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva.“ (HBOR, n.d.: n.p.) Djelatnosti koje provodi su:

1. „financiranje obnove i razvitka hrvatskoga gospodarstva,
2. financiranje infrastrukture,
3. poticanje izvoza,
4. potpora razvitku malog i srednjeg poduzetništva,
5. poticanje zaštite okoliša,
6. osiguranje izvoza hrvatskih roba i usluga od netržišnih rizika.“ (HBOR, n.d.: n.p.)

Kreditni programi koje provodi HBOR podijeljeni su u tri kategorije te obuhvaćaju sljedeće vrste financiranja:

1. Krediti:
 - Investicije javnog sektora
 - EU projekti
 - Obrtna sredstva
 - Investicije privatnog sektora
 - Financijsko restrukturiranje
 - Priprema izvoza
 - Poduzetništvo mladih, žena i početnika
 - Kredit dobavljača
 - Kredit kupcu
2. Mjere COVID-19:
 - Krediti za obrtna sredstva putem okvirnih kredita bankama uz HAMAG-BICRO jamstvo
 - Krediti za obrtna sredstva putem okvirnih kredita bankama
 - Obrtna sredstva Mjera COVID-19 za poduzetnike u djelatnostima prerade drva i proizvodnje namještaja
 - Obrtna sredstva Mjera COVID-19 za MSP u turističkim djelatnostima
 - Obrtna sredstva Mjera COVID-19

- Obrtna sredstva za ruralni razvoj

3. ESIF Krediti

- ESIF Krediti za rast i razvoj
- ESIF Krediti za energetska učinkovitost u zgradama javnog sektora
- ESIF Krediti za javnu rasvjetu
- Investicijski krediti za ruralni razvoj (HBOR, n.d.: n.p.)

3.3.2. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije

Pripojenjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG INVEST) te Poslovno-inovacijske agencije Republike Hrvatske (BICRO), 2014. godine nastaje Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (u daljnjem tekstu HAMAG-BICRO). (HAMAG-BICRO, n.d.: n.p.) Najvažnije usluge, odnosno potpore koja spomenuta agencija pruža su ESIF zajmovi.

HAMAG-BICRO te Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije su, 30. lipnja 2016. godine, sklopili Sporazum o financiranju za provedbu financijskih instrumenata u sklopu Operativnog programa „Konkurentnost i kohezija“ 2014. – 2020, temeljem kojega su oformljeni Programi ESIF Mikro i Malih zajmova. Program ESIF Mikro zajmovi obuhvaća programe mikro investicijskih zajmova i mikro zajmova za obrtna sredstva te program namijenjen mikro i malim poduzetnicima. (Euro projekt scriptum, n.d.: n.p.)

HAMAG-BICRO se također, povodom krize uzorkovane pandemijom Covid-19, povezuje te sklapa suradnju s Ministarstvom kulture i medija što je rezultiralo pokretanjem programa pod nazivom „Program jamstva za kredite za poduzetnike aktivne u području kulture i kreativnih industrija“. Cilj ovog programa je pokretanje i poticanje proizvodnje kulturnog sektora zatim distribucija sadržaja te zatim, osiguravanje likvidnosti poduzetnika unutar industrije i ostalih njezinih sastavnica na koje je situacija uzorkovana virusom Covid-19 ostavila negativne posljedice u vidu zabrana okupljanja i otkazivanja događanja, zatvaranja kazališta, kina i koncertnih dvorana. Program je zasnovan na temeljima Privremenog okvira Europske komisije - za mjere državne potpore u svrhu podrške kulturnom i kreativnom sektoru u aktualnoj pandemiji COVID-19. Spomenuti, je 17. lipnja 2020. godine, odobren i usvojen od

strane Europske komisije, a 2. srpnja 2020. godine i od strane Vlade RH.“ (Ministarstvo kulture i medija, 2020: n.p.)

Kroz Program je predviđeno financiranje u visini od 300 milijuna kuna kredita za subjekte malog gospodarstva koji su prema NKD-u registrirani za obavljanje djelatnosti u kulturnim i kreativnim industrijama (arhitektura, audiovizualne djelatnosti, baština, dizajn, izvedbene umjetnosti, knjiga i nakladništvo, mediji, primijenjene i vizualne umjetnosti) i koji mogu dokazati da je stanje u društvu nastalo uslijed širenja zaraze virusom COVID-19 imalo negativan utjecaj na njihov poslovni rezultat te da na dan 31.12.2019. godine nisu imali poslovnih teškoća (Ministarstvo kulture i medija, 2020: n.p.). Uvjeti odobravanja jamstava iz Programa jamstava za kredite za poduzetnike aktivne u području KKI su prikazani u okviru Slike 4.

Slika 4. Uvjeti odobravanja jamstava iz Programa jamstava za kredite za poduzetnike aktivne u području KKI

Značajka/Proizvod (financijski instrument)	Program jamstava za kredite za poduzetnike aktivne u području kulture i kreativnih industrija
Ciljana skupina	Mikro, mali i srednji subjekti malog gospodarstva u kulturi i kreativnim industrijama
Maksimalni iznos jamstva	800.000 EUR
Stopa jamstva	100%
Kamatna stopa	Do 2%
Namjena zajma	Obrtna sredstva
Minimalno trajanje jamstva	1 godina
Maksimalno trajanje jamstva	Do 5 godina uključujući poček
Obuhvat jamstva	100 % iznosa kredita (glavnica kredita i redovne kamate)
Naknada za obradu zahtjeva	0,1 % iznosa jamstva
Poček kredita	Do 12 mjeseci ako je rok otplate najmanje 2 godine.
Instrumenti osiguranja	Zadužnica poduzetnika
Instrumenti osiguranja banke	Zadužnica poduzetnika
Potpورا	Potpورا u skladu s Privremenim okvirom o državnim potporama koji je usvojila Komisija
Rok provedbe Programa	31.12.2021.

Izvor: preuzeto u cijelosti (HAMAG-BICRO, 2020: n.p.)

Ovim Programom maksimalni zatraženi iznos jamstva je 800 000 eura sa kamatnom stopom do 2% u trajanju od 1 do 5 godina (uz poček kredita do 12 mjeseci za kredite s rokom otplate od najmanje 2 godine). Namjena kredita je za obrtna sredstva mikro, malih i srednjih subjekata malog gospodarstva u KKI. Jamstvo obuhvaća 100% iznosa kredita sa naknadom za obradu

zahtjeva od 0,1%. Zadužnica poduzetnika namijenjena je kao instrument osiguranja. Provedba Programa je predviđena do 31.12.2021. godine. Ovim Programom tvrtke imaju priliku za potporu u obliku kreditnih sredstava namijenjenih za pokrivanje gubitaka, operativne troškove, obrtni kapital i ostale troškove. HAMAG-BIRCO je posrednik prema poslovnim bankama koji sa državnim jamstvom nastoji osigurati najpovoljnije uvijete kreditiranja i osigurati da su sve pogodnosti kreditiranja usmjerene na korisnike, a ne poslovne banke.

3.4. Fondovi i programi Europske unije

Kako bi ostvarila svoje političke prioritete, Europska unija provodi Kohezijsku politiku čiji je cilj ispraviti neravnotežu između zemalja i regija i pomaže jačanju ekonomske, socijalne i teritorijalne kohezije Europske unije. (Europska komisija, 2021: n.p.)

Ciljevi Kohezijske politike za razdoblje 2021.-2027. su (Europska komisija, 2021a: n.p.):

1. Konkurentnija i pametnija Europa
2. Zelenija Europa, potpora nultu ugljičnom gospodarstvu
3. Povezanija Europa jačanjem mobilnosti
4. Socijalna i uključiva Europa
5. Europa bliža građanima poticanjem održivog i integriranog razvoja svih teritorija

Fondovi putem kojih će se provoditi Kohezijska politika za razdoblje 2021.-2027. su:

1. „Europski fond za regionalni razvoj - za financiranje ulaganja u infrastrukturu; istraživanje i inovacije, produktivna ulaganja u MSP-ove i ulaganja usmjerena na očuvanje postojećih i otvaranje novih radnih mjesta, opremu, softver i nematerijalnu imovinu te umrežavanje, suradnju i razmjenu iskustava.“ (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2021: n.p.)
2. „Kohezijski fond - podupiru se ulaganja u području prometa i okoliša, uz poseban naglasak na obnovljivoj energiji te ulaganja u TEN-T.“ (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2021: n.p.)
3. „Europski socijalni fond - podupire se veći pristup zaposlenju, modernizacija institucija i usluga tržišta rada, promicanje rodno uravnoteženog sudjelovanja na tržištu rada, promicanje prilagodbe radnika, poduzeća i poduzetnika promjenama, veća kvaliteta, uključivost i djelotvornost sustava obrazovanja i osposobljavanja te njihova relevantnost za tržište rada, promicanje jednakog pristupa kvalitetnom i uključivom obrazovanju i osposobljavanju s naglaskom na skupine u nepovoljnom položaju,

promicanje cjeloživotnog učenja.“ (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2021: n.p.)

4. „Fond za pravednu tranziciju - mjere su posebno usmjerene na produktivna ulaganja u MSP-ove, ulaganja u aktivnosti istraživanja i inovacija te poticanje prijenosa naprednih tehnologija; ulaganja u uvođenje tehnologije i infrastrukture za čistu energiju po pristupačnoj cijeni i smanjenje emisija stakleničkih plinova; ulaganja u digitalizaciju; ulaganja u unapređenje kružnoga gospodarstva te ulaganja u dokvalifikaciju i prekvalifikaciju radnika.“ (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2021: n.p.)

Kako bi potaknula suradnju država članica u različitim područjima povezanih zajedničkim politikama, Europska unija provodi niz integriranih aktivnosti unutar Programa Unije. (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2021a: n.p.)

Programi Europske unije za razdoblje 2021.-2027. su:

1. „Program Obzor Europa
2. Program za jedinstveno tržište
3. Program Erasmus+
4. Europske snage solidarnosti
5. Program LIFE
6. Program Kreativna Europa 2021-2027
7. Program Građani, jednakost, prava i vrijednosti
8. Europski svemirski program
9. Program digitalna Europa
10. Program Fiscalis 2021-2027
11. Program Carina 2021-2027
12. Program Periklo IV
13. Program Unije za borbu protiv prijevara
14. Program EU za zdravlje 2021-2027“ (Grad Zagreb, 2021: n.p.)

Zbog svog značaja za kulturne i kreativne industrije, u ovom radu će se obraditi program „Kreativna Europa“.

„Prema europskim istraživanjima, kultura igra važnu ulogu u ekonomiji Europske unije gdje kulturne i kreativne industrije sudjeluju s ukupno 4,5 % europskog BDP-a i čine 3,8 % zaposlenih na europskoj razini (više od 8,5 milijuna radnih mjesta). Istraživanja su također pokazala da je u razdoblju od 2000. do 2007. godine zaposlenost u kulturnom i kreativnom sektoru rasla u prosjeku 3,5 % godišnje. Kreativna Europa stoga odgovara na ove trendove strateškim pristupom i planom ulaganja s očekivanim najvećim učinkom.“ (Ministarstvo kulture i medija, 2012: n.p.)

Kreativna Europa je sedmogodišnji (2014.-2020) program Europske Unije osmišljen za podupiranje europske kinematografije te kulturnog i kreativnog sektora s ciljem njihovog doprinosa održivom rastu i zapošljavanju. Njemu prethode programi Kultura, MEDIA i MEDIA Mundus. Ti su se sektori suočavali sa istim izazovima te su imali isti cilj. Europska Komisija je prepoznala drugačiju strukturu ovih sektora te je predložen jedan program, ali sa odvojenim programskim aktivnostima. Predloženi proračun za to razdoblje iznosio je 1,8 milijardi eura što je ujedno predstavljalo najveću svjetsku potporu za kulturne i kreativne industrije, dok je za novi Program za razdoblje od 2021.-2027. predviđeno 2,4 milijarde eura. (Ministarstvo kulture i medija, 2012: n.p.)

Novi program Kreativna Europa (2021.-2027.) za opće ciljeve ima:

1. „zaštita, razvoj i promicanje europske kulturne i jezične raznolikosti te baštine;
2. povećanje konkurentnosti i gospodarskog potencijala kulturnih i kreativnih sektora, osobito audiovizualnog sektora.“ (Uredba (EU) 2021/818, Članak 3.)

Specifični ciljevi su:

1. „jačanje umjetničke i kulturne suradnje na europskoj razini kako bi se pružila potpora stvaranju europskih djela i ojačali gospodarska, socijalna i vanjska dimenzija europskih kulturnih i kreativnih sektora te inovacije i mobilnost unutar njih;
2. promicanje konkurentnosti, prilagodljivosti, suradnje, inovacija i održivosti, među ostalim putem mobilnosti, u europskom audiovizualnom sektoru;
3. promicanje suradnje u području politika i inovativnih djelovanja kojima se pruža potpora svim potprogramima u okviru Programa i promicanje raznolikog, neovisnog i pluralističkog medijskog okružja i medijske pismenosti, čime se potiču sloboda umjetničkog izražavanja, međukulturni dijalog i socijalna uključenost.“ (Uredba (EU) 2021/818, Članak 3.)

Potprogrami koje Program obuhvaća su:

1. „potprogram Kultura, koji obuhvaća kulturne i kreativne sektore, osim audiovizualnog sektora;
2. potprogram MEDIA, koji obuhvaća audiovizualni sektor;
3. Međusektorski potprogram, koji obuhvaća djelovanja u svim kulturnim i kreativnim sektorima.“ (Uredba (EU) 2021/818, Članak 3.)

Trenutni otvoreni natječaji za program Kreativna Europa (2021.-2027.) su:

1. „Potpora za Europske mreže 2021 - cilj potpore jest povećati sposobnost europskih kulturnih i kreativnih sektora za suočavanje sa zajedničkim izazovima i njegovanje talenata, inovacije, napretka i stvaranja radnih mjesta.“ (Pro Konzalting d.o.o., 2021: n.p.)
2. „Potpora za Europske projekte suradnje 2021- cilj je osigurati bolji pristup europskoj kulturi i umjetničkim djelima i promovirati inovacije i kreativnost.“ (Pro Konzalting d.o.o., 2021: n.p.)
3. „Potpora za Novinarsko partnerstvo 2021 – cilj je pomoći širem europskom sektoru informativnih medija da postane održiviji i izdržljiviji doprinoseći pouzdanom izvještavanju o tekućim događajima, informiranoj i inkluzivnoj demokratskoj raspravi, razvoju vještina, zapošljavanju profesionalaca i novinara te slobodnom, raznolikom i pluralističkom medijskom okruženju.“ (Pro Konzalting d.o.o., 2021: n.p.)
4. „Potpora za Kreativni inovativni laboratorij 2021 - podržat će se Kreativni inovativni laboratorij s početkom provedbe u 2022. godini. Potpora za Kreativni inovativni laboratorij provodi se u okviru Međusektorskog potprograma programa Kreativne Europe koji obuhvaća djelovanja u svim kulturnim i kreativnim sektorima uključujući i audiovizualni.“ (Pro Konzalting d.o.o., 2021: n.p.)
5. „Potpora za Cirkulaciju europskih književnih dijela - cilj je podržati projekte koji se bave prevođenjem, objavljivanjem, distribucijom i promocijom knjiženih djela.“ (Pro Konzalting d.o.o., 2021: n.p.)
6. „Potpora za Europske platforme za promociju umjetnika u nastajanju 2021 - cilj povećati vidljivost i cirkulaciju europskih radova/djela i umjetnika u nastajanju u Europi i šire. Također, u cilju je i povećanje pristupa i sudjelovanja umjetnika na kulturnim

događanjima i aktivnostima, te uključivanja i razvoja publike.“ (Pro Konzalting d.o.o., 2021: n.p.)

Može se primijetiti kako Europska Unija vidi audiovizualni sektor kao glavni sektor gospodarskog razvoja i konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija. Ali kao i instrument promicanja i širenja europskih vrijednosti, poticanja sloboda umjetničkih izražavanja, mobilnosti unutar KKI i socijalne uključenosti. Toj tvrdnji u prilog ide podatak namijenjenih sredstava iz Programa za audiovizualni sektor, što čini ukupno 54% proračuna iz potprograma MEDIA koji je isključivo namijenjen za taj sektor. Ostalim sektorima KKI dodijeljeno je svega 33% proračunskih sredstava potprogramom Kultura i Međusektorskim potprogramom (9%) koji obuhvaća sve sektore KKI kao i audiovizualni. (Uredba (EU) 2021/818, Članak 8.)

Potprogramom Kultura želi se potaknuti razvoj publike, mobilnost dionika KKI, jačanje kapaciteta lokalnih i mikroorganizacija KKI u svrhu djelovanja na međunarodnoj razini, rast i razvoj KKI kroz obrazovanje u kulturi, uvođenje inovacija, otvaranje novih radnih mjesta i poticanje talenata. (Bestvina Bukvić, et al., 2018: n.p.) S obzirom na ciljeve Programa, prioriteti potprograma Kultura su sljedeći:

1. „jačanje transnacionalne suradnje i prekogranične dimenzije stvaranja, optjecaja i vidljivosti europskih djela te mobilnosti subjekata u kulturnim i kreativnim sektorima;
2. povećanje pristupa kulturi i sudjelovanja u njoj te povećanje angažmana publike i unapređenje razvoja publike diljem Europe;
3. promicanje društvene otpornosti te jačanje socijalne uključenosti i međukulturnog dijaloga putem kulture i kulturne baštine;
4. poboljšanje kapaciteta europskih kulturnih i kreativnih sektora, uključujući kapacitet pojedinaca koji djeluju u tim sektorima, radi poticanja talenata, uvođenja inovacija, napredovanja, otvaranja radnih mjesta i ostvarivanja rasta;
5. jačanje europskog identiteta i vrijednosti putem kulturne osviještenosti, umjetničkog obrazovanja te kreativnosti u obrazovanju koja se temelji na kulturi;
6. promicanje izgradnje kapaciteta unutar europskih kulturnih i kreativnih sektora, uključujući lokalne organizacije i mikroorganizacije, kako bi mogle djelovati na međunarodnoj razini;
7. doprinos globalnoj strategiji Unije za međunarodne odnose putem kulture.“ (Uredba (EU) 2021/818, Članak 5.)

Potprogramom MEDIA želi se potaknuti suradnja članica Europske unije kroz stvaranje djela unutar audiovizualnog sektora u svrhu poticanja talenata, inovacija, razvoja publike, mobilnosti i vidljivosti europskih djela na međunarodnoj razini. S Obzirom na ciljeve Programa, prioriteti potprograma MEDIA su sljedeći:

1. „poticanje talenata, kompetencija i vještina te prekogranične suradnje, mobilnosti i inovacija u stvaranju i produkciji europskih audiovizualnih djela, čime se potiče suradnja među državama članicama s različitim audiovizualnim kapacitetima;
2. poboljšanje optjecaja, promidžbe te internetske i kinodistribucije europskih audiovizualnih djela unutar Unije i na međunarodnoj razini u novom digitalnom okružju, među ostalim s pomoću inovativnih poslovnih modela;
3. promicanje europskih audiovizualnih djela, uključujući djela povezana s baštinom, i podupiranje angažmana i razvoja publike svih dobnih skupina, posebno mlade publike, diljem Europe i šire.“ (Uredba (EU) 2021/818, Članak 6.)

Međusektorskim potprogramom želi se potaknuti i ojačati suradnja članica Europske Unije u svrhu razvoja KKI temeljem razmjene iskustava i praksi različitih kultura kroz zajedničke projekte te poticanje promidžbe i digitalizacije sadržaja KKI. S obzirom na ciljeve Programa, prioriteti Međusektorskog potprograma su sljedeći:

1. „pružanje potpore međusektorskoj transnacionalnoj suradnji u području politika, među ostalim suradnji u pogledu promicanja uloge koju kultura ima u socijalnom uključivanju i suradnji u pogledu umjetničke slobode, promicanje vidljivosti Programa i pružanje potpore prenosivosti rezultata Programa;
2. poticanje inovativnih pristupa stvaranju, distribuciji i promidžbi sadržaja te pristupanju sadržaju u kulturnim i kreativnim sektorima i drugim sektorima, među ostalim uzimanjem u obzir digitalizaciju, obuhvaćajući i tržišnu i netržišnu dimenziju;
3. promicanje međusektorskih aktivnosti usmjerenih na strukturne i tehnološke promjene s kojima se suočavaju mediji, uključujući poticanje slobodnog, raznolikog i pluralističkog medijskog okružja, kvalitetnog novinarstva i medijske pismenosti, među ostalim u digitalnom okružju;
4. pružanje potpore uspostavi deskova Programa u zemljama sudionicama i aktivnostima deskova Programa te poticanje prekogranične suradnje i razmjene najboljih praksi u kulturnim i kreativnim sektorima.“ (Uredba (EU) 2021/818, Članak 7.)

3.5. Crowdfunding

„Grupno financiranje (eng. crowdfunding) je proces u kojem se od javnosti traži financijska podrška za pokretanje kreativnog projekta ili poduzeća. Proces se odvija putem interneta, a cilj je uključiti veći broj ljudi različitim motivacijskim faktorima, koji malim uplatama kumulativno dovode do značajnog iznosa dovoljnog za realizaciju čak i velikih projekata. Smatramo ga alternativnim oblikom financiranja jer ne dolazi iz tradicionalnog financijskog sustava. Proces je i transparentan jer u realnom vremenu za svaki projekt možemo vidjeti koliko je novca za njega prikupljeno i koliko je ljudi sudjelovalo. Vremenski je ograničen jer se novac ne prikuplja beskonačno dugo već u točno zadanom vremenskom roku, obično 30 do 60 dana.“ (Hafner, 2017: 7)

Europska komisija (2021b: n.p.) navodi kako crowdfunding najčešće koriste start-up tvrtke ili rastuća poduzeća u potrazi za alternativnim financiranjem. Također navode kako su platforme namijenjene poduzetnicima, poslovnim ljudima i tvrtkama, posebno malim i srednjim poduzećima.

Prema Hafneru (2017: 7) crowdfunding utječe na promjenu financijske industrije na nekoliko načina. Omogućuje provjeru ideje prije plasiranja proizvoda na tržište te omogućuje pristup novcu bez potencijalnih rizika kao što je to u tradicionalnom financiranju (za kredit banka traži hipoteku). Rizik je podijeljen između pokretača i donatora, pokretač neće pokrenuti posao ukoliko ne prikupi dovoljno sredstava dok donator uplaćuje onaj iznos koji mu je prihvatljiv u slučaju gubitka. Kako bi kampanja bila uspješna potrebno je provesti dobru marketing strategiju kojom se, osim prikupljanja financijskih sredstava istovremeno odvija i reklama poslovnog pothvata.

Prema Europskoj komisiji (2021b: n.p.) crowdfunding kampanje provode se preko platformi koje djeluju kao web stranice koje omogućuju komunikaciju između prikupljača sredstava i pojedinačnih uplatitelja. Platforme obično naplaćuju naknadu u svrhu osiguravanja sigurnosti i jednostavnog funkcioniranja usluge, visina ovisi od platforme do platforme, ako je kampanja prikupljanja bila uspješna. Mnoge od platformi funkcioniraju modelom „sve ili ništa“ što znači ako projekt uspije prikupiti novac, novac ide prikupljaču, a ako ne, novac se vraća svim pojedinačnim uplatiteljima. U Tablici 4. prikazane su popularne crowdfunding platforme.

Tablica 4. Prikaz sa nekim od popularnijih crowdfunding platformi

Platforma	Model	Zemlja	Web stranica	Napomena
Indiegogo	Nagradni	SAD	www.indiegogo.com	
Generosity	Donacije	SAD	www.generosity.com	
Kickstarter	Nagradni	SAD	www.kickstarter.com	
GoFundMe	Donacije	SAD	www.gofundme.com	
RocketHub	Nagradni	Velika britanija	www.rockethub.com	
Seedrs	Udjeli	Velika britanija	www.seedrs.com	
PledgeMusic	Nagradni	Velika britanija	www.pledgemusic.com	
Patreon	Donacije	SAD	www.patreon.com	
Startnext	Nagradni	Njemačka	www.startnext.de	
Ulule	Nagradni	Francuska	www.ulule.com	
Goteo	Nagradni	Španjolska	en.goteo.org	
Croenergy	Donacije	Hrvatska	www.croenergy.eu	
Čini pravu stvar	Donacije	Hrvatska	www.cinipravustvar.hr	
Croinvest	Nagradni	Hrvatska	www.croinvest.eu	
TravelStarter	Nagradni	Slovenija	www.travelstarter.com	

Izvor: preuzeto u cijelosti (Hafner, 2017: 11)

Iz Tablice 4. može se vidjeti kako najveći broj popularnih crowdfunding platformi potječe iz SAD-a te da je najzastupljeniji nagradni model. Nagradni model je platforme učinio popularnima jer zauzvrat nude proizvod ili uslugu kao nagradu za financiranje, dok donacijski model (koji je najčešće namijenjen za humanitarne svrhe) to ne nudi. Model udjela namijenjen je isključivo za privatni sektor i svojim uplatiteljima zauzvrat daje udjel u tvrtki koju financiraju. (Hafner, 2017: 10)

Od navedenih platformi za potrebe ovog rada izdvojiti će se Kickstarter⁵ i Indiegogo⁶ sa prikazom uspješno financiranih projekata u 2017. godini iz kulturne i kreativne industrije na njihovim stranicama. U Tablici 5. prikazuje se ukupnost financiranih projekata po kategorijama na Kickstarter-u.

⁵ „Kickstarter je crowdfunding platforma, lansirana 28. travnja 2009. godine. Prema njihovim podacima, od tog trenutka do sad – 13 milijuna ljudi je podržalo projekt, \$3.1 bilijun dolara je doniran i uspješno je financirano 125.177 projekata. Sjedište platforme se nalazi u New Yorku te zapošljava 130 ljudi.“ (Plantak, 2017: 24)

⁶ „Indiegogo je crowdfunding platforma, osnovana 2008. godine. Sjedište joj se nalazi u San Franciscu. Indiegogo je specijaliziran za financiranje ideja, humanitarnih akcija i poslovnih pothvata. Sustav platforme naplaćuje 5% naknadu i tako se financira, a plaćanje djeluje putem PayPal -a.“ (Plantak, 2017: 25)

Tablica 5. Statistika uspješno financiranih projekata po kategorijama

Kategorija	Uspješno financirani projekti	Manje od \$1000 prikupljeno	Prikupljeno \$1000 do \$9999	Prikupljeno \$10 000 do \$19 999	Prikupljeno \$20 000 do \$99 999	Prikupljeno \$100 000 do \$999 999	Prikupljen \$1 000 000
Glazba	25.543	2.533	18.240	3.338	1.364	66	2
Film i video	22.959	2.628	13.040	3.609	3.333	343	6
Izdavaštvo	11.230	1.666	7.040	1.471	981	72	0
Računalne igre	10.752	842	4.269	1.965	2.729	868	79
Umjetnost	10.513	2.432	6.533	940	559	44	5
Dizajn	9.051	589	3.107	1.585	2.743	977	50
Kazalište	6.259	884	4.551	531	275	18	0
Tehnologija	5.724	346	1.582	795	1.815	1.106	80
Hrana	5.694	605	2.389	1.345	1.284	64	7
Stripovi	5.068	654	3.145	637	556	75	1
Moda	4.821	541	2.181	909	1.018	168	4
Fotografija	3.106	593	1.743	438	314	18	0
Ples	2.224	209	1.740	208	66	1	0
Zanati	1.875	643	984	147	95	6	0
Novinarstvo	958	180	521	123	127	7	0
Ukupno	125.777	15.345	71.065	18.041	17.259	3.833	234

Izvor: preuzeto u cijelosti (Plantak, 2017: 25, prilagođeno prema Kickstarter 2017)

Iz Tablice 5. se vidi kako su uspješno financirani projekti većinskim udjelom oni iz sektora kulturnih i kreativnih industrija. Najuspješnije financirane kategorije su glazba, film i video, izdavaštvo i računalne igre što potvrđuje Hafnerovu tvrdnju (2017: 10) kako je nagradni model popularizirao današnji crowdfunding dajući zauzvrat proizvod ili uslugu.

Tablica 6. prikazuje konkretne projekte iz sektora kulturnih i kreativnih industrija financiranih na Indiegogo platformi i njihova pojedinačna financiranja.

Tablica 6. Projekti u kategoriji kulturnih i kreativnih industrija s najvećim iznosima financiranja na platformi Indiegogo

	Naziv	Pod-kategorija	Iznos
1	Con Man	Web serija i TV serija	\$3.156.178
2	Lazer Team	Film	\$2.480.334
3	Code 8	Film	\$1.720.151
4	Geek Wave	Music	\$1.665.264
5	Tabletop Season 3	Podcast, blog & vlog	\$1.414.159
6	Range 15 Movie	Film	\$1.140.300
7	VGHS Season 3	Film	\$898.144
8	Project for Awesome 2016	Film	\$872.277
9	Skullgirls	Film	\$828.768
10	Luna	Umjetnost	\$759.274

Izvor: preuzeto u cijelosti (Plantak, 2017: 25, prilagođeno prema Indiegogo 2017b)

U Tablici 6. vidi se kako je najveći broj projekata financiran u potkategoriji filma, a projekt sa najvećim prikupljenim iznosom web i TV serija Con Man sa 3.156.178 američkih dolara.

Kroz istraživanje literature o financiranju projekata iz crowdfunding kampanja može se vidjeti porast trenda njihovog korištenja (Bestvina Bukvic, Buljubasic, 2017: 355), ali i primijetiti kako je u cjelokupnom financiranju kulturnih i kreativnih industrija taj udio još uvijek mali. Povećanju postotka korištenja istih, pogotovo u kulturnim i kreativnim industrijama, trebalo bi pristupiti kroz veći broj edukacija poslovnih subjekata o načinu na koji takve kampanje funkcioniraju i koja je njihova dobit, ali također i kroz promjene i olakotnije zakonske regulative. (Đurđenić, 2017: 281-282)

3.6. Sponzorstva

„Sponzor je osoba (pravna ili fizička) koja daje novčana ili druga sredstva (dobra, usluge) za održavanje određenih javnih priredbi (umjetničkih, kulturnih, zabavnih, športskih) ili potporu nekim institucijama, udrugama, društvima (kazališta, športski klubovi) ili potporu određenim akcijama i projektima (festivali, turniri, knjige) ili potporu poznatim osobama (športašima, pjevačima). Za uzvrat sponzor ima pravo na promidžbu (reklamu) vlastite tvrtke ili proizvoda, kao primjerice: navođenje imena sponzora u oglasima, na reklamnim panoima na priredbama, na športskim dresovima, u pisanim materijalima, u knjigama i zbornicima radova i sl.“

(Milinović, 2006: 45) Milinović (2006: 45) navodi kako je sponzorstvo dodjeljivanje novca, stvari ili usluga pravnim ili fizičkim osobama za protuuslugu promidžbe. Troškovi sponzorstva se evidentiraju kao trošak promidžbe kod sponzorstva te su porezno priznati. Također navodi kako se kod takvih oblika financiranja obavezno sklapa ugovor o sponzorstvu radi definiranja prava i obveza uključenih strana.

Svi veći poslovni subjekti u Hrvatskoj u sklopu svoga poslovanja također imaju i društveno odgovorno poslovanje kojim sponzoriraju projekte i aktivnosti određenog područja koje se uklapa u njihovo poslovanje pa tako i između ostalog i kulturu. Na svojim stranicama transparentno imaju prikazane natječaje ili javne pozive sa uvjetima i područjima za koja su namijenjena sponzorstva, kao i rezultate istih. Za potrebe ovog rada prikazati će se nekoliko primjera sponzoriranih projekata putem natječaja drugih poslovnih subjekata u 2020. godini.

Treba napomenuti kako su sve informacije preuzete su mrežnih stranica poslovnih subjekata koji su sponzorirali pojedine programe. Biti će navedeni nazivi poslovnih subjekata, nazivi projekata i primatelja sponzorstva te iznosi ukoliko je navedena ta informacija. Ne navode se svi odobreni projekti nego samo oni odabrani od strane autora nasumičnim odabirom.

Tablica 7. Popis sponzoriranih projekata

SPONZOR	PRIMATELJ IZNOSA	NAZIV PROJEKTA	IZNOS
Croatia Airlines	Udruga Factum	Zagreb Dox	1.600,00
Croatia Airlines	Dubrovačke ljetne igre	Dubrovačke ljetne igre	30.000,00
Zagrebački Holding	Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija.	Ilica – Q`ART	19.968,58
Zagrebački Holding	CROATIA FILM d.o.o. za promet, proizvodnju i prikazivanje filmova	„Dnevnik velikog Perice“	119.944,00
Zagrebački Holding	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	„35. Salon mladih“	3.678,00
Hrvatska poštanska banka	Zajednica kulturno-umjetničkih djelatnosti	Manifestacija 55. Vinkovačkih jeseni	187.500,00
Hrvatska poštanska banka	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	35. Salon mladih „Millenial“	30.000,00
Privredna banka Zagreb	Moderna galerija Zagreb	Postav vrhunskih djela hrvatskih umjetnika 19., 20. i 21. stoljeća	Nije naveden iznos

Privredna banka Zagreb	Arheološki muzej u Zagrebu i Talijanski institut za kulturu	Magister Giotto- Kapela Scrovegni	Nije naveden iznos
-----------------------------------	---	--------------------------------------	-----------------------

Izvor: izrada autora

Iz analize podataka poslovnih subjekata (sponzora) koji su sponzorirali projekte u kulturnim i kreativnim industrijama može se primijetiti kako su ta sredstva najvećim udjelom usmjerena neprofitnim organizacijama za financiranje programa u kulturi. Obuhvaćena su područja Grada Zagreba, Dubrovačko-neretvanske županije i Vukovarsko-srijemske županije.

3.7. Natječaj Ministarstva kulture i medija

Kako se navodi u Strateškom planu Ministarstva kulture (Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, 2019: 10), 2008. godine u suradnji sa Ministarstvom gospodarstva, rada i poduzetništva pokrenut je poseban program nepovratne državne potpore male vrijednosti pod nazivom „Poduzetništvo u kulturi“. Zajedničko provođenje i razvijanje projekta trajalo je 5 godina te od 2013. godine Ministarstvo kulture nastavlja samostalno provođenje programa sa ukupnim godišnjim proračunom od 2 milijuna kuna. S ciljem jačanja malog i srednjeg poduzetništva u kulturi, 2018. godine Ministarstvo kulture u suradnji sa Ministarstvom gospodarstva, poduzetništva i obrta je objavilo „Javni poziv za poticanje poduzetništva u kulturnim i kreativnim industrijama u 2018. godini“.

„Cilj Programa Poduzetništvo u kulturnim i kreativnim industrijama za 2018. godinu je potaknuti aktivnosti usmjerene na razvijanje novih poslovnih modela temeljenih na prepoznavanju kreativnih kompetencija kao strateških vrijednosti društva te potaknuti zapošljavanje unutar navedenih područja. Programom se podržavaju aktivnosti koje doprinose razvoju i jačanju kapaciteta i konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija, povećavaju njihovu vidljivost i potiču daljnje umrežavanje. Poziv je otvoren za gospodarske subjekte koji djeluju u područjima izvedbenih i vizualnih umjetnosti, književno-nakladničke i knjižarske te audiovizualne djelatnosti (koja obuhvaća i djelatnost razvoja i proizvodnje videoigara umjetničkog i kulturnog značaja).“ (Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, 2019: 10)

Javni poziv za poticanje poduzetništva u kulturnim i kreativnim industrijama provodi se kontinuirano od 2018. godine uz male promjene u iznosu alociranih sredstava, prihvatljivih aktivnosti i troškova te popisa gospodarskih subjekata koji imaju pravo prijave. Veliki utjecaj na tu promjenu imala je kriza uslijed pandemije uzrokovane virusom COVID-19.

Za potrebe ovog rada uzet će se usporedba Javnog poziva iz 2019. i 2020. godine.

Kako se može vidjeti na mrežnim stranicama Ministarstva kulture i medija (2019, 2020c: n.p.) oba Javna poziva obuhvaćaju sljedeća područja kulturnih i kreativnih industrija: izvedbene umjetnosti, književno-nakladničku i knjižarsku djelatnost, vizualne umjetnosti i audiovizualne umjetnosti.

Tablica 8. Usporedba Javnih poziva za poticanje poduzetništva u KKI 2019. i 2020. godine

	Javni poziv za poticanje poduzetništva u KKI 2019. godine	Javni poziv za poticanje poduzetništva u KKI 2020. godine
Pravo prijave	trgovačko društvo i zadruga; obrt; ustanova; umjetnička organizacija; djelatnosti slobodnih zanimanja (uključujući umjetnike koji obavljaju samostalnu djelatnost); novonastali pravni ili fizički subjekti – j.d.o.o., d.o.o., obrt, umjetničke organizacije, ustanove, djelatnosti slobodnih zanimanja, zadruge (osim u području književno-nakladničke djelatnosti)	trgovačko društvo i zadruga; obrt; ustanova; umjetnička organizacija; djelatnosti slobodnih zanimanja (uključujući umjetnike koji obavljaju samostalnu djelatnost)
Prihvatljive aktivnosti i troškovi	aktivnosti koje doprinose razvoju i jačanju kapaciteta i konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija, povećavaju njihovu vidljivost i potiču daljnje umrežavanje; aktivnosti koje naglašavaju potencijal kulturnih i kreativnih industrija za razvoj, unaprjeđenje i povećanje konkurentnosti te obogaćivanje hrvatske turističke ponude	prilagodba pristupa kulturno umjetničkim sadržajima u fizičkom i online okruženju (troškovi tehničke produkcije, uvođenje ili prilagodba digitalnih uređaja, ugradnja zaštitne opreme, provođenje preporuka sprječavanja infekcije i sl.); troškovi neophodnog osoblja, proizašli iz potrebe prilagodbe novonastalim okolnostima (sufinanciranje dijela plaće, honorarni suradnici); promidžba; prilagodba prostora (uključujući trošak najma prostora do 30 % odobrenih sredstava) i proizvodnih procesa, nabava opreme

Cilj	potaknuti aktivnosti usmjerene na razvijanje novih poslovnih modela temeljenih na prepoznavanju kreativnih kompetencija kao strateških vrijednosti društva te potaknuti zapošljavanje unutar navedenih područja	potaknuti aktivnosti usmjerene na prilagodbu poslovnih modela proizvodnje i distribucije kulturno umjetničkih sadržaja kako bi se u novonastalim okolnostima COVID-19 olakšala dostupnost i omogućio pristup širem krugu korisnika i publike
Broj odabranih projekata	127	139
Iznos dodijeljenih sredstava	8.000.000	8.497.150

Izvor: izrada autora prema Ministarstvo kulture i medija (2019, 2019a, 2020c, 2020d: n.p.)

Iz Tablice 8. može se vidjeti kako su u 2020. godini iz prava prijave gospodarskih subjekata izostavljeni novonastali pravni ili fizički subjekti. Također, prihvatljive aktivnosti i troškovi, s programa razvoja i jačanja kapaciteta i konkurentnosti, usmjeravaju se na prilagodbu pristupa umjetničkim sadržajima, troškove neophodnog osoblja, promidžbu i prilagodbu prostora.

No unatoč novonastaloj situaciji uzrokovanoj pandemijom, 2020. godine odabran je veći broj projekata i dodijeljeno pola milijuna kuna više financijskih sredstava. Spomenuto ukazuje na ažurnost potpore sektoru kulturnih i kreativnih industrija na koju je u značajnoj mjeri utjecala situacija nastala širenjem pandemije uzrokovane virusom COVID-19.

4. Poslovanje kulturnih i kreativnih industrija za vrijeme pandemije uzrokovane virusom COVID-19

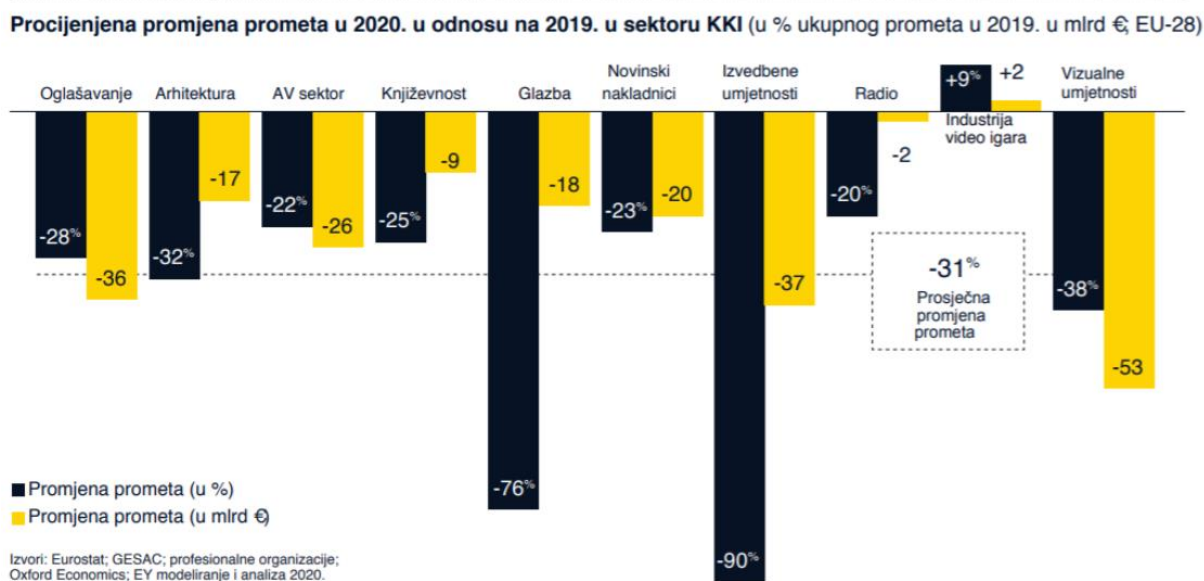
Prema studiji EY-a (EY Hrvatska, 2021: n.p.) koju je proveo za Europsku udruhu društava autora i skladatelja (GESAC), kulturne i kreativne industrije su u ukupnom prometu Europske Unije 2019. godine predstavljale 4,4 % BDP-a s prometom od 643 milijarde eura. Važnost i rast kulturnih industrija u Europskoj uniji prikazuje podatak da su od 2013. godine ukupni prihodi porasli za 93 milijarde eura (17 %), otvoreno je otprilike 700 000 novih radnih mjesta što na kraju 2019. godine dovodi do 7,6 milijuna zaposlenih ljudi u ovom sektoru. Prema broju zaposlenih te godine kulturne i kreativne industrije konkurirale su sektoru prijevoza i logistike (10,3 milijuna), turizma (10,7 milijuna) i građevinarstva (12,1 milijuna). (EY Hrvatska, 2021: n.p.)

Rast i razvoj ovog sektora prekida se novonastalom situacijom širenja pandemije uzrokovane virusom COVID-19 u 2020. godini. „Prema studiji EY-a koja je obuhvatila 10 temeljnih kulturnih i kreativnih sektora, u 2020. godini, promet kulturne i kreativne industrije u EU je smanjen na 444 milijarde eura, što je neto pad od 199 milijardi eura ili 31 % u odnosu na 2019. godinu. Shodno tome, kulturno i kreativno gospodarstvo je jedno od najsnažnije pogođenih u Europi. Tek je nešto bolje prošlo od avio-prijevoza, ali je zato značajnije pogođeno od turizma, koji je imao gubitke od 27 % te automobilske industrije s gubitkom od 25 %.“ (EY Hrvatska, 2021: n.p.)

Menadžerica EY Hrvatska, Iva Pandur, navodi: „Kulturna industrija je u očima investitora nažalost često tretirana kao non-essential, a velikim dijelom se oslanja i na fizičku prisutnost pa je samim time za vrijeme COVID-19 krize teško pogođena.“ (EY Hrvatska, 2021: n.p.)

Slikom 5. prikazuje se procijenjeni pad prometa kulturnih i kreativnih industrija prema sektorima u 2020. godini napravljen kroz studiju EY-a.

Slika 5. Procijenjena promjena prometa u sektoru KKI



Izvor: preuzeto u cijelosti (EY Hrvatska, 2021: n.p.)

Prema Slici 5. možemo vidjeti kako su pogođeni svi sektori kulturnih i kreativnih industrija, od čega su najveće gubitke pretrpjele izvedbene umjetnosti, glazba i vizualne umjetnosti. Jedini podsektor koji se održava i čak bilježi porast (9 %) jeste industrija video igara.

„Kao rezultat detaljnog istraživanja i intervjua koje je proveo EY, a na temelju mišljenja stručnjaka i organizacija koje predstavljaju kulturnu i kreativnu industriju, utvrđena su tri izazova kao prioriteta za oporavak i rast kreativne ekonomije:

- 1. Financije**-podrazumijeva osiguravanje snažne javne financijske potpore i promicanje privatnih ulaganja u kulturna i kreativna poduzeća, organizacije, poduzetnike i kreativce.
- 2. Osnaženje**-odnosi se na promoviranje raznolike kulturne ponude EU kroz osiguravanje čvrstog pravnog okvira, koji omogućuje razvoj privatnih ulaganja u proizvodnju i distribuciju. Ovaj okvir pri tome pruža poslovnim subjektima potrebne uvjete za adekvatan povrat ulaganja investicija i jamči odgovarajući prihod za autore i kreativce.
- 3. Utjecaj**-predstavlja upotrebu kulturne i kreativne industrije te umnožene snage milijuna njihovih individualnih i kolektivnih talenata, kao glavnog pokretača socijalne i društvene tranzicije u Europi. “ (EY Hrvatska, 2021: n.p.)

4.2. Kulturne i kreativne industrije u Hrvatskoj za vrijeme pandemije COVID-19

Prema Ministarstvu kulture i medija (2020a: n.p.) za vrijeme pandemije odgovor za pomoć KKI došao je za početak u obliku mjera kao potpora umjetnicima, drugi korak su bili ad-hoc natječaji i osiguravanje povoljnijih kredita poduzetnicima u području kulturnih i kreativnih industrija. U trećoj fazi su objavljena dva javna poziva u svrhu potpore KKI:

- „Javni poziv za potporu dijelu troška izvedbe u području kazališne, plesne i glazbene (klasična i jazz glazba) djelatnosti.“
- „Javni poziv za programe digitalne prilagodbe i kreiranje novih kulturnih i edukativnih sadržaja u svim kulturnim djelatnostima (audiovizualnim, izvedbenim, književnim i prevoditeljskim te vizualnim).“

Navedeni drugi Javni poziv za cilj je imao „potaknuti nastavak aktivnosti i djelovanja u svim kulturnim djelatnostima (audiovizualnim, izvedbenim, književnim i prevoditeljskim te vizualnim) u okolnostima smanjenih mogućnosti umjetničkog djelovanja uslijed epidemije koronavirusa.“ (Ministarstvo kulture i medija, 2020b: n.p.) Pravo na podnošenje prijave imale su umjetničke organizacije, strukovne udruge na području kulture, samostalni umjetnici i nezavisni profesionalci u području kulture i umjetnosti. (Ministarstvo kulture i medija, 2020b: n.p.) Potpore su bile usmjerene na: financiranje digitalne produkcije postojećih umjetničkih formi upotrebom novih tehnologija koje pružaju mogućnosti dodatnog sadržaja kulturnih programa (interakcija, edukacija i sl.); te kreiranje novih sadržaja kulturnog i edukativnog karaktera šire dostupnosti u skladu s novonastalim epidemiološkim okolnostima. (Ministarstvo kulture i medija, 2020b: n.p.)

Kroz pregled mjera Ministarstva kulture i medija (2021: n.p.) vidljiv je porast predviđenih mjera za potporu kulturnog sektora. U paketu prvih mjera kroz četiri mjere nastojalo se očuvati radna mjesta. Drugi paket mjera služio je kao poticaj Ministarstva za ponovno pokretanje ovoga sektora, poticanje ponovne proizvodnje filmova, pokretanje i održavanje online kulturnih sadržaja te adaptaciju programa i sadržaja unutar sektora. Treći, aktualni paket mjera, najadekvatniji je pristup pomoći ovome sektoru, njime se nastoje očuvati radna mjesta te poticati rast, razvoj i distribuciju sadržaja kulturnih i kreativnih industrija.

Kao prikaz brze reakcije na novonastalu situaciju krize u KKI uzrokovanu pandemijom može se uzeti Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021.- 2026. Vlade Republike Hrvatske. Jedna od reformi predviđena Nacionalnim planom jeste C1.1.1. R6 Razvoj otpornog i kreativnog sektora.

Procijenjeni trošak reforme je 300.000.000 kn za razdoblje 2021.-2026. usmjeren na mikro, mala i srednja poduzeća, ostale pravne i fizičke osobe koje djeluju u području kulture, umjetnosti i medija. Kao nositelj provedbe je navedeno Ministarstvo kulture i medija.

Navedena reforma ima za cilj uspostavljanje pravnog okvira unutar kojeg je omogućeno poslovanje na digitalnom tržištu te zaštita imovine i sadržaja kulturnih i kreativnih industrija. Nadalje, predviđena je brža prilagodba u novim okolnostima poslovanja za poduzetnike i daljnje razvijanje kulturnih i kreativnih proizvoda i usluga na digitalnom tržištu. Ishod predviđen završetkom reforme je „kulturna, jezična i medijska raznolikost“ (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 99-100).

Način provedbe održati će se kroz dodjelu bespovratnih potpora „pravnim i fizičkim osobama u području kulturnog i kreativnog sektora.“ (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 101). Sve to, u cilju jačanja kapaciteta poslovanja prema novom regulatornom i zakonodavnom okviru digitalnog tržišta kao novog, jedinstvenog poslovnog medija.

Predviđene su dvije investicije kroz koje će se u tom periodu provoditi reforma:

- „C1.1.1. R6-I1 Transformacija i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija.
- C1.1.1. R6-I2 Uspostava provjere medijskih činjenica i sustava javne objave podataka“ (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 142;144)

Uzimajući u obzir da su kreativne i kulturne industrije uglavnom temeljene na „tradicionalnim oblicima i načinima prezentacije, distribucije i komercijalizacije“, javila se potreba njezine modernizacije i razvijanja inovativnijih „poslovnih modela i industrijskih standarda“ kako bi se zadovoljili zahtjevi digitalnog tržišta. C1.1.1. R6-I1 investicija ima za cilj upravo „jačanje kapaciteta kulturnih i kreativnih industrija za poslovanje na jedinstvenom digitalnom tržištu“ (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 142).

U svrhu provedbe investicije predviđeni je trošak od 250.000.000 kn čiji je nositelj Ministarstvo kulture i medija te su ciljane skupina „mikro, mala i srednja poduzeća“ te poduzetnici unutar

kreativnih i kulturnih industrija. Tu ubrajamo nakladništvo, primijenjene, izvedbene i vizualne umjetnosti te audiovizualne djelatnosti, odnosno pravne i fizičke osobe istih. (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 143-144)

Investicija C1.1.1. R6-I2 ima za svrhu „izgradnju i uspostavu sustava provjere činjenica i sustava javne objave podataka“ (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 144) čime bi se omogućila uspostava standardizacije i normiranje uvjeta u kojem djeluju mediji te omogućila svim pravnim i fizičkim osobama jednake uvjete oglašavanja. Potreba za spomenutom investicijom je nastala zbog „nepostojanja kvalitetnih digitalnih sustava“ koji bi se koristili u svrhu provjere informacija i sadržaja plasiranih od strane medija te nemogućnost uvida u strukture medija, a zatim i izvore financiranja istih. Navedeno je, uz jačanje kredibiliteta medija, predviđalo i brži oporavak i rast industrije medija. (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 144).

Nositelji provedbe su Ministarstvo kulture i medija i Agencija za elektroničke medije sa procijenjenim troškom od 50.000.000 kn za razdoblje od 2021.-2026. godine. Ciljana skupina ove investicije su „pružatelji medijskih usluga, pružatelji elektroničkih publikacija, mikro, mala i srednja poduzeća, ustanove“. (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 146)

Kako je već spomenuto u radu, prema studiji EY-a (EY Hrvatska, 2021: n.p.), kulturne i kreativne industrije su bile jedna od najsnažnijih industrija u Europskoj Uniji prije početka pandemije, ali i jedna od najjače pogođenih industrija u Europi nakon početka pandemije. Pretrpjele su nešto manje gubitaka nego avio prijevoz, ali više od turizma i automobilske industrije. Unatoč brznoj reakciji Nacionalnim planom i prepoznavanju potreba kulturnih i kreativnih industrija te poticanju digitalizacije istih, može se reći kako je procijenjeni iznos, od 300.000.000 kuna za predviđeno vremensko razdoblje, minoran. U istom vremenskom periodu, Nacionalnim planom predviđena je reforma (C1.6. Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma) za razvoj turizma čiji je planirani iznos ulaganja 2.200.000.000 kuna. (Vlada Republike Hrvatske, 2021: 1257) Iz čega se može primijetiti kako kulturne i kreativne industrije nisu prioritetno područje u gospodarstvu Republike Hrvatske.

5. Istraživanje

Empirijski dio rada temelji se na financijskoj analizi poslovnih subjekata kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj. U nastavku teksta definirati će se cilj istraživanja, istraživačka pitanja, korištene metode, predmeti istraživanja te provesti analiza.

5.1. Istraživačka pitanja i cilj istraživanja

Cilj istraživanja je prikazati uspješnost poslovanja odabranih poslovnih subjekata privatnog sektora unutar kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj kroz njihovu financijsku analizu. Metode koje se koriste u istraživačkom dijelu su: deskriptivna metoda, metoda komparacije, induktivna metoda, metoda analize i sinteze.

Na temelju pet odabranih poslovnih subjekata i njihovoj financijskoj analizi želi se odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja:

IP1: Kako je pandemija uzrokovana virusom COVID-19 utjecala na poslovanje poslovnih subjekata kulturnih i kreativnih industrija?

IP2: Koliki je udio samofinanciranja u poslovanju poslovnih subjekata kulturnih i kreativnih industrija od 2016. do 2020. godine?

5.2. Predmeti istraživanja i pojmovno određenje

Za potrebe istraživačkog dijela ovog rada korišteni su temeljni financijski izvještaji bilanca i račun dobiti i gubitka. Za analizu financijskih izvještaja korištena je horizontalna analiza bilance, horizontalna analiza računa dobiti i gubitka, te financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja.

Prema Bolfek, Stanić i Knežević (2012: 158) horizontalna analiza je analiza kojom se uspoređuju brojčani pokazatelji iz financijskih izvještaja poslovnih godina tijekom nekog razdoblja. Financijski izvještaji koji se koriste u ovoj analizi su bilanca i račun dobiti i gubitka. Analiza prikazuje promjene pojedinih stavki na temelju kojih se uočavaju određene tendencije promjena u poslovanju koje služe za donošenje odluka budućih razdoblja i kvalitetnijih poslovnih planova. Za izračun promjena moguće je koristiti financijska izvješća više godina uzimajući jednu godinu kao baznu a ostale se uspoređuju s njom. Još jedan od načina jeste usporedba svake godine sa prethodnom. Najbolji pokazatelj promjena u pozicijama jeste

višegodišnja usporedba brojčanih podataka. Pokazatelji financijske analize, koji će se koristiti u ovom istraživačkom dijelu rada, objašnjeni su i prikazani u Tablici 9.

Tablica 9. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja (tumač)

	Napomena	Formula
LIKVIDNOST		
Koeficijent tekuće likvidnosti	mjeri sposobnost društva da podmiri kratkoročne obveze	$(\text{Kratkotrajna imovina})/(\text{Kratkoročne obveze})$
Koeficijent ubrzane likvidnosti	pokazuje ima li društvo dovoljno sredstava da podmiri svoje kratkoročne obveze bez prodaje zaliha	$(\text{Kratkotrajna imovina})/(\text{Kratkoročne obveze Zalihe})$
ZADUŽENOST		
Stupanj samofinanciranja	pokazuje koliko (%) je imovine financirano iz vlastitih sredstava društva	$(\text{Kapital i rezerve})/(\text{Ukupna aktiva}) * 100$
Pokriće troška kamata	pokazuje koliko puta bi društvo moglo isplatiti kamate iz tekuće dobiti	$((\text{dobit prije oporezivanja} + \text{kamate})/\text{kamate})$
Faktor zaduženosti	pokazuje koliko bi godina društvu trebalo da plati sve trenutne obaveze ako bi zadržalo trenutni novčani tijek iz rezultata	$(\text{ukupne obveze})/(\text{neto dobit} + \text{amortizacija})$
AKTIVNOST		
Prosječni dani plaćanja dobavljačima	pokazuje koliko je prosječno dana potrebno društvu da plati svoje obveze prema dobavljačima	$(\text{Obveze prema dobavljačima})/(\text{Poslovni rashod}) * 360$
Prosječni dani naplate potraživanja	pokazuje koliko je prosječno dana potrebno društvu da naplati svoja potraživanja	$(\text{Potraživanja od kupaca})/(\text{Poslovni prihod}) * 360$
Obrtaj zaliha u danima	pokazuje koliki je broj dana potreban društvu da proda svoje zalihe, manji broj pokazuje brži obrtaj zaliha	$(\text{Zalihe})/(\text{Poslovni prihod}) * 360$
PRODUKTIVNOST		
Poslovni prihod po zaposlenom	pokazuje koliki prihod društvo ostvaruje po zaposlenom	$(\text{Poslovni prihod})/(\text{Broj zaposlenih})$
EBITDA po zaposlenom	pokazuje koliki EBITDA (dobit prije kamata, poreza i amortizacije) društvo ostvaruje po zaposlenom	$(\text{EBITDA})/(\text{Broj zaposlenih})$
Neto dobit po zaposlenom	pokazuje koliku neto dobit društvo ostvaruje po zaposlenom	$(\text{Neto dobit})/(\text{Broj zaposlenih})$
Poslovni rashod po zaposlenom	pokazuje koliko troškova otpada na jednog zaposlenog	$(\text{Operativni trošak})/(\text{Broj zaposlenih})$
Prosječna neto plaća po zaposlenom	pokazuje prosječnu neto plaću u društvu	$(\text{Neto plaće i nadnice})/(\text{Broj zaposlenih})$
PROFITABILNOST		

EBITDA	prikazuje ostvarenu dobit prije kamata, poreza i amortizacije	(Poslovni prihodi)-(Poslovni rashodi)+ (Amortizacija)
Neto marža	pokazuje u % neto dobit koju društvo ostvaruje u odnosu na ukupni prihod	(Dobit nakon oporezivanja)/(Poslovni prihod)
Povrat na uloženi kapital (ROE)	pokazuje u % neto dobit koju društvo ostvaruje u odnosu na vlastiti uloženi kapital društva	(Dobit nakon oporezivanja)/(Kapital i rezerve)
Povrat na ukupnu imovinu (ROA)	pokazuje u % neto dobit koju društvo ostvaruje u odnosu na ukupnu imovinu društva	(Dobit nakon oporezivanja)/(Ukupna aktiva)
Novčani tijek iz rezultata	prikazuje ostvareni Cash flow iz rezultata	(neto dobit + amortizacija)

Izvor: izrada autora (prema Prima Bon & Prima Solvent, 2021: n.p.)

Odabrano je pet poslovnih subjekata unutar kulturnih i kreativnih industrija sa financijskim izvješćima za razdoblje od 2016.-2020. (prikazano u Tablici 10.). Odabrane su različite NKD djelatnosti kako bi se obuhvatilo više podsektora kulturnih i kreativnih industrija. Svi navedeni i korišteni podaci su prema izvješćima Prima Bon & Prima Solvent.

Tablica 10. Popis odabranih poslovnih subjekata

Naziv poslovnog subjekta	Godina osnivanja	Mjesto registracije	Pravni oblik	NKD djelatnost	Broj zaposlenih
KONCERT d.o.o.	2009.	Osijek	Društvo s ograničenom odgovornošću	7311 Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu)	0
KINEMATOGRAFI OSIJEK d.d.	1995.	Osijek	Dioničko društvo	5914 Djelatnost prikazivanja filmova	7
HAVELKADESIGN d.o.o.	2012.	Osijek	Društvo s ograničenom odgovornošću	7410 Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	1
FRAKTURA d.o.o.	2002.	Zaprešić	Društvo s ograničenom odgovornošću	5811 Izdavanje knjiga	19
FILMERIJA d.o.o.	2015.	Rijeka	Društvo s ograničenom odgovornošću	5911 Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa	1

Izvor: izrada autora (prema Prima Bon & Prima Solvent, 2021: n.p.)

Koncert d.o.o. tvrtka je sa 0 zaposlenih i sjedištem u Osijeku. Prema svojoj djelatnosti (7311) pripada podsektoru KKI *Oglašavanje i tržišno komuniciranje*. Kinematografi Osijek d.o.o. prema svojoj djelatnosti (5914) pripada podsektoru KKI *Film*. Tvrtka ima 7 zaposlenih i sjedište

je u Osijeku. Havlekadesing d.o.o. ima jednog zaposlenog i prema svojoj djelatnosti (7410) pripada podsektoru KKI *Dizajn*. Sjedište je u Osijeku. Fraktura d.o.o. tvrtka je sa sjedištem u Zaprešiću, ima 19 zaposlenih i prema svojoj djelatnosti (5811) pripada podsektoru KKI *Izdavaštvo*. Filmerija d.o.o. svojom djelatnošću (5911) pripada podsektoru KKI *Film*. Tvrtka ima jednog zaposlenog i sjedište joj je u Rijeci.

Poslovni subjekti odabrani su nasumično, cilj je bio obuhvatiti različite djelatnosti i podsektore KKI. S obzirom kako su za vrijeme pandemije uzrokovanom širenjem virusa COVID-19 bile obustavljene ili ograničene aktivnosti koje uključuju socijalizaciju, fizički kontakt sa publikom, okupljanja većeg broja ljudi i migracije, djelatnosti su odabrane na temelju aktivnosti koje su bile ograničene ili obustavljene kako bi se prikazao utjecaj na poslovanja.

5.3. Financijska analiza analiziranih tvrtki

U ovom poglavlju biti će obuhvaćeno pet pod poglavlja. Svako pod poglavlje obuhvaća financijsku analizu jednog poslovnog subjekta u kojem će se provesti horizontalna analiza bilance, računa dobiti i gubitka i financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja. Korišteni financijski izvještaji su bilanca i račun dobiti i gubitka te su za svaki poslovni subjekt prikazani u prilogima ovog rada.

5.3.1. Koncert d.o.o.

Poslovni subjekt 1: KONCERT d.o.o, osnovan 2009. godine sa sjedištem na adresi Cara Hadrijana 13, Osijek. NKD djelatnost poslovnog subjekta je: 7311, Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu). Trenutni broj zaposlenih je 0 i ne koristi COVID potpore.

Otežana okolnost za ovu djelatnost tijekom 2020. godine za vrijeme pandemija bila je obustava organizacije događanja.

U nastavku teksta kroz tablice će se prikazati rezultati horizontalne analize bilance (Tablica 11.), računa dobiti i gubitka te financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke Koncert d.o.o.

Tablica 11. Horizontalna analiza bilance Koncert d.o.o.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Dugotrajna imovina	214.000	180.000	42.000	51.000	5.000	34.000	+19%	138.000	+329%	-9000	-18%	46.000	+920%
Kratkotrajna imovina	103.000	466.000	173.000	158.000	130.000	-363.000	-78%	293.000	+169%	15.000	+9,5%	28.000	+21,5%
Ukupni kapital	- 372.000	- 236.000	- 593.000	- 625.000	- 642.000	-136.000	-57,6%	357.000	+60,2%	32.000	+5,1%	17.000	+2,6%
Dugoročne obveze	4.000	5.000	4.000	1.000	4.000	-1.000	-20%	1.000	+20%	3.000	+300%	-3.000	-300%
Kratkoročne obveze	685.000	815.000	804.000	833.000	773.000	-130.000	-16%	11.000	+1,4%	-29.000	-3,5%	60.000	+7,8%
Ukupno aktiva/pasiva	317.000	646.000	215.000	209.000	135.000	-329.000	-50,9%	431.000	+200,5%	6.000	+2,9%	74.000	+54,8%

Izvor: izrada autora

Prilog 1. prikazuje bilancu poslovnog subjekta Koncert d.o.o iz koje se vidi kako 2020. godine dugotrajnu imovinu spomenute tvrtke obuhvaća isključivo materijalna imovina, 67,50 % od ukupne imovine. Kroz prikaz kratkotrajne imovine (32,50 % od ukupne imovine) može se vidjeti da tvrtka nema zalihe. U najvećoj mjeri su zastupljena potraživanja (27,76 %), a nepovoljnu stavku za poslovanje predstavlja novac u banci i blagajni (1,26 %). Promatrajući pasivu, može se primijetiti kako dolazi do nesrazmjera između kapitala i obaveza, obaveze su kroz godine veće od kapitala tvrtke te se kapital posljedično smanjuje što može ukazivati na negativan trend poslovanja. U 2020. godini ukupni kapital iznosi -54 % od ukupne pasive.

Iz horizontalne analize bilance može se vidjeti kako dugotrajna imovina kontinuirano raste. U razdoblju od 2016. do 2020. godine, porasla je za 209.000,00 kuna. Najveća stopa rasta bilježi se u 2017. godini, 92 % više u odnosu na prethodnu godinu. Iznos kratkotrajne imovine se povećava unutar promatranog razdoblja do 2019. godine, kada se uočava pad u 2020. godini za 78 % u odnosu na godinu prije. Takva nepovoljna pojava se može objasniti smanjenjem udjela novca u banci i blagajni što je prikazano u Prilogu 1. S druge strane, dugoročne obveze ostaju gotovo nepromijenjene, dok kratkoročne obveze jednako kao kratkotrajna imovina kontinuirano rastu ali su veće od kratkotrajne imovine znači kako je

likvidnost tvrtke nestabilna i kontinuirano negativna. Ukupni kapital kontinuirano raste u razdoblju od 2016. do 2019. godine. U 2019. godini je zabilježen najveći rast u iznosu od 60, 2 % , nakon čega se u 2020. godini vidi pad od 57,6 %.

U nastavku je prikazana horizontalna analiza računa dobiti i gubitka (Tablica 12.).

Tablica 12. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Koncert d.o.o.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Ukupni prihodi	242.000	2.890.000	1.212.000	1.214.000	759.000	- 2.648.000 0	- 91,6 %	1.678.000 0	+138,4 %	-2.000	-0,2%	455.000	+59,9 %
Ukupni rashodi	379.000	2.517.000	1.180.000	1.198.000	916.000	- 2.138.000 0	-85%	1.337.000 0	+113,3 %	- 18.000	-1,5%	282.000	+30,8 %
Dobit/gubitak prije poreza	-136.000	373.000	32.000	17.000	-157.000	-509.000	- 136,5 %	341.000	+1.065, 6%	15.000	+88,2 %	174.000	+111 %
Dobit/gubitak tekuće godine	-136.000	358.000	32.000	17.000	-157.000	-494.000	- 138%	326.000	+1.018, 8%	15.000	+88,2 %	174.000	+111 %

Izvor: izrada autora

Iz Priloga 2. računa dobiti i gubitka, može se vidjeti kako ukupni prihodi kontinuirano rastu do 2020. godine te da ih sačinjavaju poslovni prihodi odnosno prihodi od prodaje. U 2019. i 2020. godini poslovni prihodi obuhvaćaju 100 % ukupnih prihoda. Izuzetak je 2017. godina kada postoji priljev financijskih prihoda (1,89 % ukupnih prihoda). Ukupni rashodi se sastoje od poslovnih rashoda i od 2016. do 2019. godine sadrže i podstavku financijskih rashoda. U 2019. godini poslovnih rashodi čine 99,84 % ukupnih rashoda dok su financijski rashodi samo 0,16 %. Dok se u 2020. godini ukupni rashodi sastoje 100 % od poslovnih rashoda.

Iz horizontalne analize računa dobiti i gubitka može se vidjeti kako je u 2016. godini tvrtka poslovala sa gubitkom od 157.000 kuna što je rezultat većih ukupnih rashoda od ukupnih prihoda. Već 2017. godine bilježi dobit od 17.000 kuna. Rast dobiti se nastavlja u 2018., ali najveći rast poduzeće bilježi u 2019. godini za 1.018,8 % u odnosu na prethodnu, te je 2019. godina jedina u kojoj je plaćen porez na dobit od 15.000 kuna. U 2020. godini bilježi se pad dobiti od 138 % u odnosu na 2019. godinu i tvrtka posluje sa gubitkom od 136.000 kuna. Što se može protumačiti kao posljedica obustave organizacije događanja zbog pandemije uzrokovane širenjem virusa COVID-19.

Nadalje, u Tablici 13. prikazani su financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke.

Tablica 13. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Koncert d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016	Poželjna vrijednost	Prosje k za grupu 7311
LIKVIDNOST							
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,15	0,57	0,22	0,19	0,17	>1,5	1,56
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,15	0,57	0,22	0,19	0,17	>1	1,44
ZADUŽENOST							
Stupanj samofinanciranja	-117,27 %	-36,49 %	-276,05 %	-299,70 %	-476,78 %	>50 %	-0,74 %
Pokriće troška kamata	1,00	1,01	1,06	1,12	0,98	više je bolje	1,09
Faktor zaduženosti	-14,45	2,13	17,04	42,15	-5,61	<3,5	2,05
AKTIVNOST							
Prosječni dani plaćanja dobavljačima	31,15	11,38	10,94	13,71	33,04	manje je bolje	82,19
Prosječni dani naplate potraživanja	104,99	15,44	7,36	5,79	17,00	manje je bolje	70,65
Obrtaj zaliha u danima	0	0	0	0	0	manje je bolje	14,55
PRODUKTIVNOST							
Poslovni prihod po zaposlenom	0	0	0	0	0	više je bolje	191.906,69
EBITDA po zaposlenom	0	0	0	0	0	više je bolje	15.488,20
Neto dobit po zaposlenom	0	0	0	0	0	više je bolje	3.400,27
Poslovni rashod po zaposlenom	0	0	0	0	0	manje je bolje	190.294,11
Prosječna neto plaća po zaposlenom	0	0	0	0	0	više je bolje	1.635,05
PROFITABILNOST							
EBITDA	-48.000	403.000	51.000	9.000	-135.000	više je bolje	75.805,12
Neto marža	-56,37 %	12,38 %	2,64 %	1,41 %	-20,70 %	više je bolje	-7,27 %
Povrat na uloženi kapital (ROE)	-36,66 %	151,81 %	5,39 %	2,69 %	-24,48 %	više je bolje	29,34 %

Povrat na ukupnu imovinu (ROA)	-43,00 %	55,39 %	14,87 %	8,05 %	-116,70 %	više je bolje	-4,14 %
Novčani tijek iz rezultata	-47.713	384.262	47.403	19.786	-138.451	više je bolje	60.703,94

Izvor: izrada autora (prema Prima Bon & Prima Solvent, 2021: n.p.)

Koeficijentom tekuće likvidnosti mjeri se sposobnost tvrtke da podmiri kratkoročne obveze iz kratkotrajne imovine te je poželjna vrijednost veća od 1,5. Dok se koeficijentom ubrzane likvidnosti pokazuje ima li tvrtka dovoljno sredstava da podmiri svoje kratkoročne obveze bez prodaje zaliha i poželjna vrijednost je veća od 1. Oba koeficijenta likvidnosti bilježe rast od 2016. godine do 2019. godine, te je 2019. on najveći u iznosu od 0,57, ali također još uvijek ispod poželjne vrijednosti. U 2020. godini koeficijent pada i iznosi 0,15. Uz svega se zaključuje kako tvrtka ima nepovoljnu likvidnost, odnosno njezine kratkoročne obveze su veće od kratkotrajne imovine.

Iz pokazatelja zaduženosti vidi se kako stupanj samofinanciranja varira kroz godine ali je u ovom slučaju nepovoljan, odnosno manji od poželjne vrijednosti koja treba biti veća od 50%. Što ukazuje kako se tvrtka ne financira iz vlastitog kapitala nego iz obveza. Faktorom zaduženosti pokazuje se koliko bi godina tvrtki trebalo da plati sve trenutne obveze ako bi zadržala trenutni novčani tijek iz rezultata i poželjna vrijednost je manja od 3,5 godine. Faktor zaduženosti kroz promatrane godine varira i u 2020. godini iznosi -14,45 što ukazuje na smanjenje zaduženosti i povećanje udjela vlastitog financiranja.

Iz pokazatelja aktivnosti može se vidjeti kako Koncert d.o.o. nema problema s plaćanjem dobavljačima. U 2016. i 2020. vidi se veći broj dana potrebnih za plaćanje obveza, prosječno 30 dana dok su ostale godine prosječno 10 dana. Što ukazuje na otežano poslovanje 2020. i 2016. godine.

Prosječni dani naplate potraživanja pokazuju koliko je prosječno dana potrebno tvrtki da naplati svoja potraživanja gdje je najpovoljnija situacija što manje dana. Iz tablice se može vidjeti kako od 2016. do 2019. godine tvrtka nema problema sa naplatom potraživanja, dok je 2020. godine prosjek 104 dana za naplatu što ukazuje na otežanu situaciju naplate potraživanja.

Obrtaj zaliha u danima iznosi 0 kroz godine iz čega se može vidjeti kako tvrtka nema zalihe.

Produktivnost tvrtke kroz promatrane godine iznosi 0 iz čega se može zaključiti kako tvrtka nema zaposlenih.

Za pokazatelje profitabilnosti bitno je da budu što veći. Iz promatrane tablice vidi se kako neto marža tvrtke varira kroz godine, 2019. godine je ostvarila 0,12 lipa dobiti na 1 kn ukupnih

prihoda što je ujedno i najveći koeficijent. Već sljedeće godine ostvaruje 0,56 lipa gubitka na 1 kn ukupnih prihoda. Promatrajući koeficijent povrata na ukupnu imovinu (ROA) može se zaključiti kako je tvrtka 2019. godine ostvarila 0,55 lipa dobiti na 1 kn imovine, što je najveća ostvarena dobit kroz promatrane godine. Tvrtka 2020. godine ostvaruje gubitak od 0,43 lipa na 1 kn imovine. Iz koeficijenta povrata na uloženi kapital (ROE) može se vidjeti kako je tvrtka 2019. godine ostvarila 1,5 kuna dobiti na 1 kn kapitala, a u 2020. godini taj iznos pada i tvrtka je ostvarila 0,36 lipa gubitka na 1 kn kapitala.

Iz financijskih pokazatelja zaduženosti poslovanja može se zaključiti kako je tvrtka Koncert d.o.o. najbolje poslovala u 2019. godini i ostvarila veliki pad i gubitke u 2020. godini.

Iz analize bilance, računa dobiti i gubitka te financijskih pokazatelja uspješnosti poslovanja može se vidjeti kako je tvrtka u 2019. godini imala porast prihoda i dobiti i te stabilniju likvidnost, dok u 2020. godini prihodi padaju za 91,6 %, bilježi se gubitak od 138 % u odnosu na 2019. godinu te se smanjuje likvidnost koja je nepovoljna za poslovanje.

5.3.2. Kinematografi d.d.

Poslovni subjekt 2: KINEMATOGRAFI OSIJEK d.d., osnovan 1995.godine sa sjedištem na adresi Šetalište Kardinala Franje Šepera 8, Osijek. NKD djelatnost poslovnog subjekta je: 5914, Djelatnost prikazivanja filmova. Trenutni broj zaposlenih je 7 i korištene su COVID potpore za zaposlenike 18 mjeseci (do svibnja 2021.).

Otežana okolnost u 2020. godini za ovaj poslovni subjekt i njegovu djelatnost bilo je ukidanje održavanja predstava i zatvaranje kinodvorana zbog pandemije uzrokovane širenjem virusa COVID-19.

U nastavku teksta kroz tablice će se prikazati rezultati horizontalne analize bilance (Tablica 14), računa dobiti i gubitka te financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke Kinematografi d.d.

Tablica 14. Horizontalna analiza bilance Kinematografi d.d.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Dugotrajna imovina	4.173.000	4.261.000	4.358.000	4.504.000	4.544.000	-88.000	-2,1%	-97.000	-	-	-	-40.000	-0,9%
Kratkotrajna imovina	1.392.000	1.017.000	1.100.000	1.067.000	1.129.000	385.000	+36,9%	-83.000	-	33.000	+3,1%	-62.000	-5,5%
Ukupni kapital	3.432.000	3.494.000	3.483.000	3.567.000	3.550.000	-62.000	-1,8%	11.000	+0,3%	-84.000	-	17.000	+0,5%
Dugoročne obveze	1.361.000	1.361.000	1.403.000	1.403.000	1.206.000	0	0%	-42.000	-3%	0	0%	197.000	+16,3%
Kratkoročne obveze	190.000	479.000	470.000	441.000	711.000	-289.000	-60,3%	9.000	+1,9%	29.000	+6,6%	-270.000	-38%
Ukupno aktiva/pasiva	5.565.000	5.333.000	5.457.000	5.571.000	5.673.000	232.000	+4,4%	-124.000	-	-114.000	-2%	-102.000	-1,8%

Izvor: izrada autora

Iz prikaza bilance (Prilog 3.) može se vidjeti kako dugotrajnu imovinu čini materijalna i nematerijalna imovina. U 2020. godini nematerijalna imovina čini 0,16 % ukupne imovine, a materijalna imovina 74,82 %. Nematerijalna imovina je ista kroz godine što ukazuje kako su to nekakva prava ili licence koje tvrtka ima. Kratkotrajnu imovinu (25,01 % od ukupne imovine) u najvećem postotku čini novac u banci i blagajni (14,70 %), potraživanja (10,24 %,) dok su zalihe 0,07 % i kroz promatrane godine vidi se kako su najmanje. Iz pasive se može vidjeti kako se tvrtka financira i podmiruje gubitke iz temeljnog kapitala koji iznosi 3.801.000 kuna. Ukupni kapital u 2020. godini činio je 61,67 % od ukupne pasive.

Iz horizontalne analize bilance može se vidjeti kontinuirani trend pada iznosa dugotrajne imovine od 2016. do 2020. godine dok kratkotrajna imovina varira kroz godine i u 2020. godini bilježi porast od 36,9 % u odnosu na 2019. godinu.

U 2017. godini ukupni kapital bilježi 0,5 % rasta u odnosu na 2016. godinu, u 2018. godini vidi se pad od 2,4 % u odnosu na 2017. godinu, 2019. godine bilježi se rast od 0,3 % dok se u 2020. godini vidi pad od 1,8 % u odnosu na 2019. godinu.

Kratkoročne obveze od 2016. godine bilježe trend pada i u 2019. godini smanjene su za 232.000 kuna u odnosu na 2016. godinu. U 2020. godini smanjuju se za 60,3 % u odnosu na 2019. godinu, što je najveće smanjenje kroz promatrane godine. Iz tablice 14. se može vidjeti kako su kratkoročne obveze manje od kratkotrajne imovine što znači kako je likvidnost tvrtke stabilna.

Tablica 15. u nastavku prikazuje horizontalnu analizu računa dobiti i gubitka.

Tablica 15. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Kinematografi d.d.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Ukupni prihodi	1.461.000	1.870.000	1.351.000	1.576.000	1.418.000	- 409.000	- 21,9 %	519.000	+38,4 %	-225.000	- 14,3 %	158.000	+11,1 %
Ukupni rashodi	1.523.000	1.859.000	1.436.000	1.559.000	1.405.000	- 336.000	- 18,1 %	423.000	+29,5 %	- 123.000	- -7,9%	154.000	+11%
Dobit/gubitak prije poreza	- 62.000	11.000	-84.000	17.000	13.000	-73.000	- 663,6 %	95.000	+113 %	- 101.000	- 594,1 %	4.000	+30,8 %
Dobit/gubitak tekuće godine	-62.000	11.000	-84.000	17.000	13.000	-73.000	- 663,6 %	95.000	+113 %	- 101.000	- 594,1 %	4.000	+30,8 %

Izvor: izrada autora

Iz Priloga 4. računa dobiti i gubitka može se vidjeti kako ukupni prihodi sadrže poslovne prihode, sa izuzetkom 2016. i 2018. godine kada sadržavaju i podstavku financijskih prihoda. U 2019. i 2020. godini poslovni prihodi čine 100 % ukupnih prihoda. Ukupni rashodi se sastoje od poslovnih i financijskih rashoda, za 2019. godinu financijski rashodi su 0,27 % a poslovni rashodi 99,73 % od ukupnih rashoda. U 2020. godini ukupne rashode čine financijski rashodi od 8,14 % i poslovni rashodi od 91,92 %.

Iz horizontalne analize računa dobiti i gubitka vidi se kako je 2016. godine tvrtka poslovala sa dobiti od 13.000 kuna, u 2017. godini bilježi rast dobiti od 30,8 % u odnosu na prethodnu te 2018. godine ostvaruje gubitak od 594,1 % u odnosu na 2017. godinu. U 2019. godini ostvaruje dobit od 131 % veću u odnosu na 2018. godinu te 2020. godine opet bilježi gubitak od 663,6 % u odnosu na 2019. godinu.

Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke Kinematografi d.d. prikazuju se u nastavku u Tablici 16.

Tablica 16. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Kinematografi d.d.

	2020	2019	2018	2017	2016	Poželjna vrijednost	Prosjek za grupu 5914
LIKVIDNOST							
Koeficijent tekuće likvidnosti	7,32	2,12	2,34	2,42	1,59	>1,5	1,23
Koeficijent ubrzane likvidnosti	7,30	2,11	2,33	2,42	1,59	>1	1,22
ZADUŽENOST							
Stupanj samofinanciranja	61,66 %	65,51 %	63,82 %	64,03 %	62,58 %	>50 %	-8,59 %
Pokriće troška kamata	0,12	1,17	0,60	2,24	3,75	više je bolje	1,14
Faktor zaduženosti	44,97	17,19	26,84	11,32	12,45	<3,5	-4,13
AKTIVNOST							
Prosječni dani plaćanja dobavljačima	36,23	83,95	110,49	91,84	103,79	manje je bolje	145,31
Prosječni dani naplate potraživanja	128,48	106,63	147,18	132,86	263,38	manje je bolje	64,62
Obrtaj zaliha u danima	0,88	1,01	0,76	0,67	1,17	manje je bolje	6,40
PRODUKTIVNOST							
Poslovni prihod po zaposlenom	209.000	312.000	225.000	263.000	164.000	više je bolje	245.018,82
EBITDA po zaposlenom	22.600	18.700	18.100	30.700	-81.500	više je bolje	7.402,25
Neto dobit po zaposlenom	-8.900	1.800	-14.100	2.800	2.700	više je bolje	-2.126,49
Poslovni rashod po zaposlenom	199.900	309.000	232.800	256.300	273.200	manje je bolje	301.241,09
Prosječna neto plaća po zaposlenom	4.600	4.400	4.100	4.000	4.100	više je bolje	2.838,42
PROFITABILNOST							
EBITDA	158.000	112.000	108.000	184.000	-407.000	više je bolje	108.069,80
Neto marža	-4,25 %	0,58 %	-6,24 %	1,07 %	1,65 %	više je bolje	-27,49 %
Povrat na uloženi kapital (ROE)	-1,81 %	0,31 %	-2,42 %	0,47 %	0,38 %	više je bolje	9,18 %
Povrat na ukupnu imovinu (ROA)	-1,12 %	0,20 %	-1,55 %	0,30 %	0,24	više je bolje	-5,33 %
Novčani tijek iz rezultata	34.481	107.039	69.767	162.899	153.955	više je bolje	-18.273,19

Izvor: izrada autora (prema Prima Bon & Prima Solvent, 2021: n. p.)

Koeficijentom tekuće likvidnosti mjeri se sposobnost tvrtke da podmiri kratkoročne obveze iz kratkotrajne imovine te je poželjna vrijednost veća od 1,5. Dok se koeficijentom ubrzane likvidnosti pokazuje ima li tvrtka dovoljno sredstava da podmiri svoje kratkoročne obveze bez prodaje zaliha i poželjna vrijednost je veća od 1. Oba koeficijenta likvidnosti bilježe rast od 2016. do 2020. godine i iznad su poželjne vrijednosti. U 2020. godini su najveći koeficijenti,

7,32 za tekuću likvidnost i 7,30 za ubrzanu likvidnost. Iz čega se može zaključiti kako je te godine ostvarena najveća likvidnost, odnosno tvrtka ima dovoljno sredstava da podmiri svoje kratkoročne obveze.

Iz pokazatelja zaduženosti vidi se kako stupanj samofinanciranja varira kroz godine i iznosi od 61-65 % što je veće od poželjne vrijednosti od 50 % i ukazuje kako se tvrtka svoje poslovanje uglavnom financira iz vlastitih sredstava. Faktorom zaduženosti pokazuje se koliko bi godina tvrtki trebalo da plati sve trenutne obveze ako bi zadržala trenutni novčani tijek iz rezultata i poželjna vrijednost je manja od 3,5 godine. Faktor zaduženosti kroz promatrane godine varira, ali je veći od poželjne vrijednosti što znači kako je tvrtka prezadužena. U 2020. godini taj faktor je najveći i iznosi 44,97 što ukazuje na povećanje zaduženosti i smanjenje udjela vlastitog financiranja.

Iz pokazatelja aktivnosti može se vidjeti kako Kinematografi d.d. imaju poteškoća sa plaćanjem dobavljačima. U 2016. i 2018. godini vidi se kako je broj dana potrebnih za plaćanje obveza, veći od 100 dana, 2017. godine prosječan broj dana je 91, a u 2019. godini je 83 dana. U 2020. godini imaju najmanji prosječan broj dana podmirenja obveza, koji iznosi 36 dana.

Prosječni dani naplate potraživanja pokazuju koliko je prosječno dana potrebno tvrtki da naplati svoja potraživanja gdje je najpovoljnija situacija što manje dana. Iz tablice se može vidjeti kako u 2016. tvrtka ima najvećih problema sa naplatom potraživanja, prosječno 263 dana. Od 2017. do 2020. taj broj se smanjuje i varira te 2020. godine prosječni broj dana naplate potraživanja je 128 dana.

Iz tablice se također može vidjeti kako tvrtka nema problema sa prodajom zaliha, obrtaj zaliha u danima iznosi prosječno 1 dan ili manje, što je u skladu s poslovnom djelatnosti koju obavlja.

Iz tablice 16. može se vidjeti kako Kinematografi d.d. u godinama 2016., 2017. i 2019. imaju veću neto dobit po zaposlenom od prosjeka grupe djelatnosti kojoj pripadaju. U 2018. i 2020. godini neto dobit po zaposlenom manja je od prosječne vrijednosti grupe djelatnosti. Prosječna neto plaća po zaposlenom kroz promatrane godine je veća od prosječne plaće grupe djelatnosti.

Za pokazatelje profitabilnosti bitno je da budu što veći. Iz promatrane tablice vidi se kako neto marža tvrtke varira kroz godine, 2018. godine je ostvarila 0,06 lipa gubitka na 1 kn ukupnih prihoda što je ujedno i najmanji koeficijent. U 2019. godini dobit se povećava, ostvareno je 0,005 lipa dobiti na 1 kn ukupnih prihoda. U 2020 ostvaren je gubitak 0,04 lipa na 1 kn prihoda. Promatrajući koeficijent povrata na ukupnu imovinu (ROA) može se vidjet kako je tvrtka 2019.

ostvarila 0,002 lipa dobiti na 1 kn imovine, a 2020. godine ostvaruje gubit od 0,01 lipa na 1 kn ukupne imovine. Iz koeficijenta povrata na uloženi kapital (ROE) može se vidjeti kako je tvrtka 2019. godine ostvarila 0,003 lipa dobiti na 1 kn kapitala, a u 2020. godini taj iznos pada i tvrtka je ostvarila 0,01 lipa gubitka na 1 kn kapitala.

Iz financijskih pokazatelja uspješnosti poslovanja može se zaključiti kako je tvrtka Kinematografi d.d. otežano poslovala u 2016. godini, rast se događa kroz godine od 2017. do 2019. te 2020. godine uočava se ponovni pad i otežano poslovanje.

Iz prethodnih analiza može se vidjeti kako je tvrtka Kinematografi d.d. imala rast prihoda u 2019. godini od 38,4 %, dok u 2020. godini oni padaju za 21,9 %. U 2019. godini ostvarena je dobit od 11.000 kn dok je u 2020. godini ostvaren gubitak od 62.000 kuna (663,6 % smanjenja). Razlog tomu može se pronaći u obustavi aktivnosti vezanih za ovu djelatnost, zbog pandemije uzrokovane širenjem virusa COVID-19, kao što su zatvaranje kinodvorana i zabrane provođenja predstava.

5.3.3. Havelkadesing d.o.o.

Poslovni subjekt 3: HAVELKADESING d.o.o, osnovan 2012. godine sa sjedištem na adresi Ilirska 25, Osijek. NKD djelatnost poslovnog subjekta je: 7410, Specijalizirane dizajnerske djelatnosti. Trenutni broj zaposlenih je 1 i korištene su COVID potpore 6 mjeseci (do prosinca 2020.).

U 2020. godini za vrijeme pandemije uzrokovane širenjem virusa COVID-19 za ovu djelatnost jedinu otežanu okolnost moglo je predstavljati ograničenje kretanja.

U nastavku teksta kroz tablice će se prikazati rezultati horizontalne analize bilance (Tablica 17.), računa dobiti i gubitka te financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke Havelkadesing d.o.o.

Tablica 17. Horizontalna analiza bilance Havelkadesing d.o.o.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Dugotrajna imovina	0	0	23.000	16.000	4.000	0	0%	-23.000	-100%	7.000	+43,8%	12.000	+300%
Kratkotrajna imovina	583.000	1.077.000	779.000	679.000	63.000	-494.000	-45,9%	298.000	+38,3%	100.000	+14,7%	616.000	+977,8%
Ukupni kapital	561.000	400.000	717.000	538.000	35.000	161.000	+40,3%	-317.000	-44,2%	179.000	+33,3%	503.000	+1.437,1 %
Dugoročne obveze	0	0	0	0	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Kratkoročne obveze	22.000	677.000	85.000	158.000	32.000	-655.000	-96,8%	592.000	+696,5%	-73.000	-46,2%	126.000	+393,8%
Ukupno aktiva/pasiva	583.000	1.077.000	801.000	696.000	67.000	-494.000	-45,9%	276.000	+34,5%	105.000	+15,1%	629.000	+938,8%

Izvor: izrada autora

Iz bilance (Prilog 5.) se može vidjeti kako tvrtka samo od 2016. do 2018. godine posjeduje dugotrajnu materijalnu imovinu. U 2019. godini ukupnu imovinu u 100 % iznosu čini kratkotrajna imovina, od čega su zalihe 28,97 %, potraživanja 0,28 % i novac u banci i blagajni 70,75 %. U 2020. godini ukupna imovina se također sastoji samo od kratkotrajne imovine, ali se može primijetiti kako nema zaliha nego se sastoji samo od potraživanja (2,40 %) i novca u banci i blagajni (97,60 %). Količina novca u banci i blagajni je povoljna stavka za poslovanje. Promatrajući pasivu može se primijetiti kako ne postoje dugoročne obveze iz čega se zaključuje kako tvrtka nema dugoročne kredite ili zajmove. Od ukupne pasive, ukupni kapital čini 96,22 %.

Iz horizontalne analize bilance vidi se kako dugotrajna imovina u 2017. godini bilježi rast od 300 % u odnosu na 2016. godinu, 2018. godine bilježi rast od 43,8 % u odnosu na prethodnu te 2019. i 2020. godine nema dugotrajne imovine. Kratkotrajna imovina ima trend rasta od 2016. do 2019. godine, te se u 2019. godini bilježi rast od 38,3 % u odnosu na prethodnu godinu. U 2020. godini vidi se pad kratkotrajne imovine od 45,8 % u odnosu na 2019. godinu.

Ukupni kapital u 2017. godini raste za 1437,1 % u odnosu na 2016. godinu, trend rasta nastavlja se i u 2018. godini kada je 33,3 % u odnosu na 2017. godinu. U 2019. godini kapital se smanjuje za 44,2 % u odnosu na 2018. godinu te 2020. godine povećava za 40,3 % u odnosu na prethodnu godinu.

Kratkoročne obveze najveće su u 2019. godini, primijeti se porast od 696,5 % u odnosu na 2018. godinu. U 2020. godini smanjuje se iznos kratkoročnih obveza za 96,8 % u odnosu na 2019. godinu.

U nastavku se prikazuje horizontalna analiza računa dobiti i gubitka tvrtke (Tablica 18.)

Tablica 18. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Havelkadesing d.o.o.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Ukupni prihodi	817.000	2.317.000	1.199.000	2.394.000	210.000	-1.500.000	-64,7%	1.118.000	+93,2%	-1.195.000	-49,9%	2.184.000	+1.040%
Ukupni rashodi	640.000	1.885.000	993.000	1.822.000	204.000	-1.245.000	-66%	892.000	+89,8%	-829.000	-45,5%	1.618.000	+793,1%
Dobit/gubitak prije poreza	177.000	432.000	206.000	572.000	6.000	-255.000	-59%	226.000	+109,7%	-366.000	-64%	566.000	+9.433,3 %
Dobit/gubitak tekuće godine	160.000	380.000	179.000	503.000	4.000	-220.000	-57,9%	201.000	+112,3%	-324.000	-64,4%	499.000	+12.475 %

Izvor: izrada autora

Iz Priloga 6. računa dobiti i gubitka može se vidjeti kako se u promatranim godinama ukupni prihodi sastoje od 100 % poslovnih prihoda. Osim u 2018. godini kada se ukupni prihod sastoji od 99,83 % poslovnih prihoda i 0,17 % financijskih prihoda. Ukupni rashodi sastoje se u 2019. godini od 99,94 % poslovnih rashoda i 0,06 % financijskih rashoda, dok se u 2020. godini ukupni rashodi sastoje 100 % od poslovnih rashoda. U svim promatranim godinama vidi se kako tvrtka ostvaruje dobit i plaća porez.

Iz horizontalne analize računa dobiti i gubitka vidi se kako su u promatranim godinama ukupni prihodi veći od ukupnih rashoda te tvrtka ostvaruje dobit svake godine. U 2017. godini ostvarila je porast dobiti od 499.000 kuna, odnosno 12.475 % u odnosu na 2016. godinu. U 2018. godini dobit se smanjuje za 64,4 % u odnosu na 2017. godinu, dok se u 2019. godini bilježi 112,3 % rasta dobiti u odnosu na 2018. godinu. U 2020. godini opet se vidi pad dobiti za 57,9 % u odnosu na 2019. godinu.

Nadalje, u Tablici 19. prikazuju se financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke.

Tablica 19. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Havelkadesing d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016	Poželjna vrijednost	Prosjek za grupu 7410
LIKVIDNOST							
Koeficijent tekuće likvidnosti	26,52	1,59	9,20	4,31	1,97	>1,5	1,82
Koeficijent ubrzane likvidnosti	26,52	1,13	9,04	3,72	1,97	>1	1,51
ZADUŽENOST							
Stupanj samofinanciranja	96,23 %	37,17 %	89,43 %	77,34 %	52,51 %	>50 %	-3,32 %
Pokriće troška kamata	1,00	1,00	1,01	1,00	1,00	više je bolje	1,06
Faktor zaduženosti	0,14	1,68	0,42	0,30	3,08	<3,5	2,50
AKTIVNOST							
Prosječni dani plaćanja dobavljačima	1,51	0,12	2,59	11,97	5,78	manje je bolje	71,24
Prosječni dani naplate potraživanja	0,00	0,00	64,27	2,70	59,55	manje je bolje	66,63
Obrtaj zaliha u danima	0,00	48,44	4,09	13,97	0,00	manje je bolje	20,70
PRODUKTIVNOST							
Poslovni prihod po zaposlenom	817.000	2.317.000	599.000	1.197.000	209.000	više je bolje	133.037,01
EBITDA po zaposlenom	177.200	455.800	114.700	297.900	11.500	više je bolje	9.509,37
Neto dobit po zaposlenom	160.300	380.300	89.300	251.400	4.400	više je bolje	1.603,82
Poslovni rashod po zaposlenom	639.900	1.884.300	495.900	910.600	203.900	manje je bolje	125.974,12
Prosječna neto plaća po zaposlenom	5.100	8.300	4.600	3.200	4.500	više je bolje	1.584,77
PROFITABILNOST							
EBITDA	177.000	456.000	229.000	596.000	11.000	više je bolje	45.632,04
Neto marža	19,62 %	16,41 %	14,91 %	21,00 %	2,12 %	više je bolje	-7,33 %
Povrat na uloženi kapital (ROE)	28,59 %	95,00 %	24,92 %	93,44 %	12,57 %	više je bolje	25,30 %
Povrat na ukupnu imovinu (ROA)	27,52 %	35,31 %	22,29 %	72,27 %	6,60 %	više je bolje	-9,56 %
Novčani tijek iz rezultata	160.298	402.929	202.431	526.097	10.368	više je bolje	40.261,15

Izvor: izrada autora (prema Prima Bon & Prima Solvent, 2021: n.p.)

Koeficijentom tekuće likvidnosti mjeri se sposobnost tvrtke da podmiri kratkoročne obveze iz kratkotrajne imovine te je poželjna vrijednost veća od 1,5. Dok se koeficijentom ubrzane likvidnosti pokazuje ima li tvrtka dovoljno sredstava da podmiri svoje kratkoročne obveze bez prodaje zaliha i poželjna vrijednost je veća od 1. Iz tablice 19. može se vidjeti kako oba koeficijenta rastu od 2016. do 2018. godine, kada koeficijent tekuće likvidnosti iznosi 9,20 a koeficijent ubrzane likvidnosti 9,04. U 2019. godini događa se pad koeficijenata, ali ostaje unutar poželjne vrijednosti, koeficijent tekuće likvidnosti iznosi 1,59 a koeficijent tekuće likvidnosti 1,13, iz čega se može zaključiti kako su povećane kratkoročne obveze i smanjena

sredstva. U 2020. godini dolazi do porasta oba koeficijenta te iznose 26,52 što upućuje na smanjenje kratkoročnih obveza i povećanje sredstava tvrtke.

Iz pokazatelja zaduženosti vidi se kako stupanj samofinanciranja varira kroz godine, ali ostaje unutar poželjne vrijednosti, više od 50 %, osim u 2019. godini kada se bilježi najniži stupanj financiranja, 37,17 %. Ali godinu kasnije u 2020. zabilježen je najveći stupanj samofinanciranja u iznosu od 96,23 %, iz čega se može zaključiti kako se tvrtka financira iz vlastitih sredstava. Faktorom zaduženosti pokazuje se koliko bi godina tvrtki trebalo da plati sve trenutne obveze ako bi zadržala trenutni novčani tijek iz rezultata i poželjna vrijednost je manja od 3,5 godine. Faktor zaduženosti kroz promatrane godine varira, ali je unutar poželjne vrijednosti te 2020. godine je najpovoljniji, 0,14 godina, što pokazuje kako je novčani tijek tvrtke povoljan za poslovanje.

Iz pokazatelja aktivnosti može se vidjeti kako tvrtka nema problema s plaćanjem dobavljačima. Najveći prosječni broj dana za plaćanje obveza bio je 2017. godine i iznosi 11 dana, dok je u 2019. godini zabilježen najmanji broj dana 0,12.

Prosječni dani naplate potraživanja pokazuju koliko je prosječno dana potrebno tvrtki da naplati svoja potraživanja gdje je najpovoljnija situacija što manje dana. Iz tablice se može vidjeti kako 2020., 2019. i 2017. godine tvrtka nema problema sa naplatom potraživanja, dok se 2018. i 2016. godine primjećuje veći broj dana naplate potraživanja koji je za 2018 godinu iznosio 64 dana a za 2016. godinu 59. Obrtaj zaliha u danima za 2016. i 2020. godinu iznosi 0 iz čega se može vidjeti kako tvrtka tih godina nema zalihe.

Iz tablice 19. može se vidjeti kako Havelkadesing d.o.o. u promatranim godinama ima veću neto dobit po zaposlenom od prosjeka grupe djelatnosti kojoj pripada. Prosječna neto plaća po zaposlenom kroz promatrane godine je veća od prosječne plaće grupe djelatnosti.

Za pokazatelje profitabilnosti bitno je da budu što veći. Iz promatrane tablice vidi se kako neto marža tvrtke varira kroz godine, 2019. godine je ostvarila 0,16 lipa dobiti na 1 kn ukupnih prihoda, za 2020. godinu bilježi se rast te je ostvarila 0,19 lipa dobiti na 1 kn ukupnih prihoda. Promatrajući koeficijent povrata na ukupnu imovinu (ROA) može se vidjeti kako je tvrtka 2019. godine ostvarila 0,35 lipa dobiti na 1 kn imovine, te se 2020. godine smanjuje dobit i iznosi 0,27 lipa na 1 kn imovine. Iz koeficijenta povrata na uloženi kapital (ROE) može se vidjeti kako je tvrtka 2019. godine ostvarila 0,95 lipa dobiti na 1 kn kapitala, a u 2020. godini taj iznos pada i tvrtka je ostvarila 0,28 lipa dobiti na 1 kn kapitala.

Iz financijskih pokazatelja zaduženosti poslovanja može se zaključiti kako tvrtka Havelkadesing d.o.o. ima stabilno poslovanje i ne bilježi gubitak.

Iz prethodnih analiza može se vidjeti kako je tvrtka Havlekadesing d.o.o. u 2020. godini zabilježila pad prihoda od 64,7 % u odnosu na 2019. godinu, ali ne bilježi gubitak godine nego 57,9 % manje dobiti u odnosu na 2019. godinu. Iz financijskih pokazatelja uspješnosti može se vidjeti kao je koeficijent tekuće likvidnosti čak narastao sa 1,59 na 26,52 iz čega se može zaključiti kako se likvidnost poboljšala. Unatoč pandemiji uzrokovanoj širenjem virusa COVID-19 poslovanje nije pretrpjelo velike gubitke, što može biti rezultat toga što je ova djelatnost potencijalno bila ugrožena ograničenjem kretanja ljudi zbog predviđenih mjera. Obzirom na ograničenje kretanja, ljudi su provodili više vremena u svojim domovima, te unatoč smanjenoj potražnji dizajnerske djelatnosti, može se vidjeti kako je ovaj podsektor KKI i u toj situaciji ipak imao potencijalne klijente.

5.3.4. Fraktura d.o.o.

Poslovni subjekt 4: FRAKTURA d.o.o, osnovan 2002. godine sa sjedištem na adresi Bregovita 7, Zaprešić. NKD djelatnost poslovnog subjekta je: 5811, Izdavanje knjiga. Trenutni broj zaposlenih je 19 i korištene su COVID potpore 3 mjeseca (do svibnja 2020.).

Ograničenje koje je ova djelatnost imala za vrijeme pandemije jeste zatvaranje svih poslovnih prostora osim onih sa prehrambenim proizvodima.

U nastavku teksta kroz tablice će se prikazati rezultati horizontalne analize bilance (Tablica 20.), računa dobiti i gubitka te financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke Fraktura d.o.o.

Tablica 20. Horizontalna analiza bilance Fraktura d.o.o.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Dugotrajna imovina	2.622.000	2.503.000	2.588.000	2.816.000	2.920.000	119.000	+4,8 %	- 85.000	- 3,3 %	- 228.000	- 8,1%	- 104.000	- 3,6%
Kratkotrajna imovina	10.384.000	8.316.000	8.703.000	7.419.000	7.356.000	2.068.000	+24,9%	- 387.000	- 4,4 %	1.284.000	+17,3%	63.000	+0,9 %
Ukupni kapital	4.698.000	4.290.000	3.937.000	3.402.000	3.083.000	408.000	+9,5 %	353.000	+9%	535.000	+15,7%	319.000	+10,3%
Dugoročne obveze	2.183.000	2.029.000	2.351.000	2.846.000	2.630.000	154.000	+7,6 %	- 322.000	- 13,7 %	- 495.000	- 17,4 %	216.000	+8,2 %
Kratkoročne obveze	2.584.000	1.948.000	2.153.000	2.015.000	2.905.000	636.000	+32,6%	- 205.000	- 9,5 %	138.000	+6,8 %	- 890.000	- 30,6 %
Ukupno aktiva/pasiva	13.007.000	10.820.000	11.293.000	10.235.000	10.276.000	2.187.000	+20,2%	- 473.000	- 4,2 %	1.058.000	+10,3%	- 41.000	- 0,4%

Izvor: izrada autora

Iz bilance (Prilog 7.) se može vidjeti kako se u 2020. godini dugotrajna imovina tvrtke (20,16 % ukupne imovine) sastoji od materijalne (16,36 %), nematerijalne (3,57 %) i dugotrajne financijske imovine (0,22 %). Kratkotrajna imovina (79,83 % ukupne imovine) obuhvaća u najvećem udjelu zalihe (44,85 %), potraživanja (25,18 %) i novac u banci i blagajni (9,81 %). Iz pasive se može primijetiti kako je temeljni kapital 900.000 kuna te kako postoje dugoročne obveze (16,78 % ukupnih obveza) iz čega se može zaključiti kako tvrtka ima kredit. Ukupni kapital sadrži 36,12 % udjela u ukupnoj pasivi.

Iz horizontalne analize bilance može se vidjeti kako dugotrajna imovina u 2017. godini pada za 3,6 % u odnosu na 2016. godinu, trend pada se nastavlja sve do 2020. godine kada se povećava za 4,8 % u odnosu na 2019. godinu. Kratkotrajna imovina od 2016. do 2020. godine raste uz

izuzetak 2019. godine kada je pad od 4,4 % u odnosu na 2018. godinu. Najveći iznos i porast kratkotrajne imovine se vidi u 2020. godini raste za 24,9 % u odnosu na 2019. godinu. Ukupni kapital ima kontinuirani trend rasta, u 2019. godini raste za 9 % u odnosu na 2018. godinu te u 2020. godini za 9,5 % u odnosu na 2019. godinu. Dugoročne obveze se kroz promatrane godine smanjuju sa izuzetkom 2017. godine kada rastu za 8,2 % u odnosu na 2016. godinu i u 2020. godini rastu za 7,6 % u odnosu na 2019. godinu. Kratkoročne obveze najveće su u 2016. godini nakon čega se smanjuju kroz godine i u 2020. godini se opet vidi rast od 32,6 % u odnosu na 2019. godinu.

U Tablici 21. slijedi prikaz horizontalne analize računa dobiti i gubitka tvrtke.

Tablica 21. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Fraktura d.o.o.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Ukupni prihodi	8.328.000	9.708.000	8.269.000	6.932.000	6.956.000	- 1.380.000	- 14,2 %	1.439.000 0	+17,4 %	1.337.000 0	+19,3 %	-24.000	-0,3%
Ukupni rashodi	7.853.000	9.267.000	7.605.000	6.499.000	6.815.000	- 1.414.000	- 15,3 %	1.662.000 0	+21,9 %	1.106.000 0	+17 %	- 316.000	-4,6%
Dobit/gubitak prije poreza	475.000	441.000	665.000	433.000	140.000	34.000	7,7%	- 224.000	- 33,7 %	232.000	+53,6 %	293.000 0	+209,3%
Dobit/gubitak tekuće godine	411.000	353.000	536.000	349.000	105.000	58.000	+16,4 %	- 183.000	- 34,1 %	187.000	+53,6 %	244.000 0	+232,4%

Izvor: izrada autora

Iz računa dobiti i gubitka (Prilog 8.) vidi se kako se u 2019. godini ukupni prihodi sastoje od poslovnih (99,92 %) i financijskih (0,08 %) prihoda, a ukupni rashodi od poslovnih (98,83 %) i financijskih (1,17 %) rashoda. Od ukupnih prihoda u 2020. godini poslovni prihodi imali su 99,96% udjela, a financijski prihodi 0,04 % udjela, dok su u ukupnim rashodima poslovni rashodi imali 99,09 % udjela, a financijski rashodi 0,91 % udjela. Također se vidi kako tvrtka kroz godine ostvaruje dobit i plaća porez.

Iz horizontalne analize računa dobiti i gubitka vidi se kako tvrtka kroz promatrane godine ostvaruje dobit, ukupni prihodi veći su od ukupnih rashoda. U 2017. godini vidi se rast dobiti od 232, % posto u odnosu na 2016. godinu, 2018. godine rast nastavlja i dobit će veća za 53,6 % u odnosu na 2017. godinu. Dobit se smanjuje samo u 2019. godini za 34,1 % u odnosu na 2018. godinu te 2020. godine opet raste za 16,4 % u odnosu na 2019. godinu.

Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke Fraktura d.o.o. prikazati će se u Tablici 22.

Tablica 22. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Fraktura d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016	Poželjna vrijednost	Prosjek za grupu 5811
LIKVIDNOST							
Koeficijent tekuće likvidnosti	4,02	4,27	4,04	3,68	2,53	>1,5	2,21
Koeficijent ubrzane likvidnosti	1,76	1,76	1,60	1,36	1,10	>1	1,46
ZADUŽENOST							
Stupanj samofinanciranja	36,12 %	39,65 %	34,86 %	33,23 %	30,00 %	>50 %	18,00 %
Pokriće troška kamata	1,15	1,25	1,22	1,22	2,19	više je bolje	1,12
Faktor zaduženosti	6,75	5,56	5,10	6,94	13,47	<3,5	5,39
AKTIVNOST							
Prosječni dani plaćanja dobavljačima	64,89	41,96	60,51	85,45	95,80	manje je bolje	89,45
Prosječni dani naplate potraživanja	50,78	38,04	50,07	54,87	79,36	manje je bolje	100,65
Obrtaj zaliha u danima	252,27	187,73	229,81	242,67	216,32	manje je bolje	104,81
PRODUKTIVNOST							
Poslovni prihod po zaposlenom	438.000	511.000	516.000	495.000	533.000	više je bolje	167.693,57
EBITDA po zaposlenom	44.100	47.600	71.000	64.400	45.500	više je bolje	11.367,76
Neto dobit po zaposlenom	21.600	18.600	33.500	24.900	8.100	više je bolje	2.354,49
Poslovni rashod po zaposlenom	409.600	482.000	466.200	455.800	511.400	manje je bolje	164.368,31
Prosječna neto plaća po zaposlenom	4.900	5.200	5.000	5.400	5.300	više je bolje	1.729,00
PROFITABILNOST							
EBITDA	839.000	905.000	1.136.000	902.000	519.000	više je bolje	76.254,67
Neto marža	4,94 %	3,63 %	6,49 %	5,04 %	1,52 %	više je bolje	-9,03 %
Povrat na uloženi kapital (ROE)	8,75 %	8,22 %	13,60 %	10,26 %	3,41 %	više je bolje	17,24 %
Povrat na ukupnu imovinu (ROA)	3,16 %	3,26 %	4,74 %	3,41 %	1,02 %	više je bolje	-3,39 %
Novčani tijek iz rezultata	706.327	714.878	882.866	700.511	410.988	više je bolje	54.787,26

Izvor: izrada autora (prema Prima Bon & Prima Solvent, 2021: n.p.)

Koeficijentom tekuće likvidnosti mjeri se sposobnost tvrtke da podmiri kratkoročne obveze iz kratkotrajne imovine te je poželjna vrijednost veća od 1,5. Dok se koeficijentom ubrzane likvidnosti pokazuje ima li tvrtka dovoljno sredstava da podmiri svoje kratkoročne obveze bez prodaje zaliha i poželjna vrijednost je veća od 1. Iz tablice 22. može se vidjeti kako oba

koeficijenta rastu od 2019. godine kada koeficijent tekuće likvidnosti iznosi 4,27 a koeficijent ubrzane likvidnosti 1,76. U 2020. godini koeficijent tekuće likvidnosti se smanjuje i iznosi 4,02 dok koeficijent ubrzane likvidnosti ostaje isti kao u 2019. godini i iznosi 1,76. Promatrajući oba koeficijenta i veliku razliku između njih može se zaključiti kako tvrtka ima velike zalihe i stabilnu likvidnost.

Iz pokazatelja zaduženosti vidi se kako stupanj samofinanciranja varira kroz godine i manji je od poželjne vrijednosti, ali veći od prosjeka grupe djelatnosti. Najveći postotak samofinanciranja vidi se u 2019. godini kada iznosi 39,65 %. Iz postotaka samofinanciranja kroz promatrane godine, može se zaključiti kako se tvrtka većim dijelom financira iz obveza. Faktorom zaduženosti pokazuje se koliko bi godina tvrtki trebalo da plati sve trenutne obveze ako bi zadržala trenutni novčani tijek iz rezultata i poželjna vrijednost je manja od 3,5 godine. Faktor zaduženosti kroz promatrane godine varira i veći je od poželjne vrijednosti što pokazuje kako je novčani tijek tvrtke nepovoljan za poslovanje.

Iz pokazatelja aktivnosti može se vidjeti kako je tvrtki potreban veći broj dana za plaćanja dobavljačima i naplatu potraživanja. Najmanji broj dana se vidi u 2019. godini kada je prosječni broj dana za plaćanja dobavljačima 41 dan, a za naplatu potraživanja 38 dana.

Obrtaj zaliha u danima za promatrane godine iznosi prosječno 200 dana iz čega se može zaključiti kako tvrtka otežano prodaje svoje zalihe.

Iz tablice 22. može se vidjeti kako Fraktura d.o.o. u promatranim godinama ima veću neto dobit po zaposlenom i veću neto plaću po zaposlenom od prosjeka grupe djelatnosti kojoj pripada.

Za pokazatelje profitabilnosti bitno je da budu što veći. Iz promatrane tablice vidi se kako neto marža tvrtke varira kroz godine, 2019. godine je ostvarila 0,03 lipe dobiti na 1 kn ukupnih prihoda, za 2020. godinu bilježi se rast te je ostvarila 0,04 lipe dobiti na 1 kn ukupnih prihoda. Promatrajući koeficijent povrata na ukupnu imovinu (ROA) može se vidjeti kako je tvrtka 2019. i 2020. godine ostvarila 0,03 lipe dobiti na 1 kn imovine. Iz koeficijenta povrata na uloženi kapital (ROE) može se vidjeti kako je tvrtka 2019. i 2020. godine ostvarila 0,08 lipa dobiti na 1 kn kapitala.

Iz financijskih pokazatelja zaduženosti poslovanja može se zaključiti kako tvrtka Fraktura d.o.o. ima stabilno poslovanje i ne bilježi gubitak.

Iz provedenih analiza može se vidjeti kako tvrtka u 2020. godini bilježi smanjenje prihoda od 14,2 % u odnosu na 2019. godinu kada su porasli prihodi za 17,4 % u odnosu na 2018. godinu.

Dok se u 2019. godini vidi pad dobiti od 34.1 %, ali u 2020. godini raste dobit za 16,4 % u odnosu na 2019. godinu. Koeficijent tekuće likvidnosti je sa 4,27 u 2019. godini pao na 4,02 u 2020. godini, ali je likvidnost tvrtke ostala stabilna. Djelatnost tvrtke je također jedna od rijetkih djelatnosti na koje nisu utjecale donesene mjere za suzbijanje širenja pandemije, može se reći kako je i pogodovalo poslovanju. Unatoč zatvaranju poslovnih prostora, ova tvrtka zbog svoje djelatnosti ima mogućnost digitalizacije svojih proizvoda ili internetske trgovine.

5.3.5. Filmerija d.o.o.

Poslovni subjekt 5: FILMERIJA d.o.o, osnovan 2015. godine sa sjedištem na adresi Šetalište 13. Divizije 61, Rijeka. NKD djelatnost poslovnog subjekta je: 5911, Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa. Trenutni broj zaposlenih je 1 i nisu korištene su COVID potpore.

Ograničenja koja je ova djelatnost mogla imati 2020. godine za vrijeme pandemije uzrokovane širenjem virusa COVID-19 su obustava snimanja filmova, ograničeno kretanje i putovanja.

U nastavku teksta kroz tablice će se prikazati rezultati horizontalne analize bilance (Tablica 23.), računa dobiti i gubitka te financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja tvrtke Filmerija d.o.o.

Tablica 23. Horizontalna analiza bilance Filmerija d.o.o.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Dugotrajna imovina	49.000	48.000	14.000	10.000	10.000	1.000	+2,1 %	34.000	+242,9%	4.000	+40%	0	0%
Kratkotrajna imovina	84.000	83.000	527.000	39.000	29.000	1.000	1,2%	- 444.000	- 84,3%	488.000	+1.251,3%	10.000	+34,5 %
Ukupni kapital	106.000	84.000	159.000	56.000	36.000	22.000	+26,2 %	-75.000	- 47,2%	103.000	+183,9 %	20.000	+55,6 %
Dugoročne obveze	13.000	32.000	0	0	0	- 19.000	- 59,4 %	32.000	100%	0	0%	0	0%
Kratkoročne obveze	17.000	17.000	23.000	8.000	2.000	0	0%	-6.000	- 26,1%	15.000	+187,5 %	6.000	+3000 %
Ukupno aktiva/pasiva	136.000	132.000	543.000	76.000	38.000	4.000	+12,5 %	- 411.000	- 75,7%	467.000	+614,5 %	38.000	+100 %

Izvor: izrada autora

Iz aktive (Prilog 9.) se može vidjeti kako se u 2020. godini kratkotrajna imovina (61,76 % od ukupne imovine) tvrtke sastoji od potraživanja (7,35 %), novca u banci i blagajni (42,65 %), kratkotrajne financijske imovine (12,5 %). Dugotrajna imovina čini 36,03 % udjela od ukupne imovine i obuhvaća materijalnu (13,97 %), nematerijalnu (16,91 %) i dugotrajnu financijsku (5,88 %) imovinu.

Iz pasive se može vidjeti kako temeljni kapital tvrtke iznosi 20.000 kuna te da se dugoročne obveze pojavljuju tek 2019. godine. Ukupni kapital čini 77,94 % udjela u ukupnoj pasivi.

Iz tablice 23. može se vidjeti kako dugotrajna imovina raste kroz promatrane godine. U 2018. godini rast je od 40 % u odnosu na 2017. godinu, u 2019. godini se bilježi veći porast od 242,9 % u odnosu na 2018. godinu te se i u 2020. godini vidi manji rast u odnosu na 2019. godinu, od 2,1 %. Kratkotrajna imovina varira kroz promatrane godine, najveća je 2018. godine kada se vidi porast od 1.251,3 % u odnosu na 2017. godinu. U 2019. godini je pad kratkotrajne imovine za 84,3 % u odnosu na 2018. godinu te se vidi ponovni rast u 2020. godini za 1,2 % u odnosu na 2019. godinu.

Ukupni kapital je najveći u 2018. godini kada iznosi 159.000 kuna te je porastao za 183,9 % u odnosu na 2017. godinu. U 2019. godini se smanjuje za 47,2 % u odnosu na 2018. godinu te u 2020. godini ponovno raste za 26,2 % u odnosu na 2019. godinu.

Tvrtka nema dugoročnih obveza do 2019. godine kada one iznose 32.000 kuna. Te se vidi njihovo smanjenje u 2020. godini za 59,4 %. Kratkoročne obveze najveće su u 2018. godini sa povećanjem od 187,5 % u odnosu na 2017. godinu, ali se smanjuju u 2019. godini za 26,1 % i ostaju iste u 2020. godini.

U Tablici 24. prikazati će se horizontalna analiza računa dobiti i gubitka tvrtke.

Tablica 24. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Filmerija d.o.o.

Elementi	2020	2019	2018	2017	2016	Promjena 2020/2019		Promjena 2019/2018		Promjena 2018/2017		Promjena 2017/2016	
						Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%	Iznos	%
Ukupni prihodi	372.000	648.000	782.000	264.000	213.000	- 276.000	- 42,6%	- 134.000	- 17,1 %	518.000	+196,2 %	51.000	+23,9 %
Ukupni rashodi	273.000	641.000	664.000	241.000	197.000	- 368.000	- 57,4%	-23.000	- 3,5%	423.000	+175,5 %	44.000	+22,3 %
Dobit/gubitak prije poreza	98.000	7.000	118.000	23.000	16.000	91.000	+1.300 %	- 111.000	- 94,1 %	95.000	+413 %	7.000	+43,8 %
Dobit/gubitak tekuće godine	86.000	5.000	103.000	20.000	12.000	81.000	+1.620 %	-98.000	- 95,1 %	83.000	+415 %	8.000	66,7 %

Izvor: izrada autora

Iz računa dobiti i gubitka tvrtke (Prilog 10.) vidi se kako 2019. godine ukupni prihodi sadrže poslovne (99,85 %) i financijske prihode (0,15 %), a ukupni rashodi 99,84 % poslovnih i 0,16 % financijskih rashoda. U 2020. godini ukupni prihodi imaju 99,73 % udjela poslovnih prihoda i 0,27

financijskih prihoda, dok ukupni rashodi imaju 99,63 % udjela poslovnih rashoda i 0,73 financijskih rashoda. Tvrtka kroz promatrane godine ostvaruje dobit i plaća porez.

Iz horizontalne analize računa dobiti i gubitka vidi se kako tvrtka kroz promatrane godine ostvaruje dobit, najveća dobit je ostvarena u 2018. godini i iznosi 103.000 kuna što je porast od 41,5 % u odnosu na 2017. godinu. U 2019. godini dobit se smanjuje za 95,1 % u odnosu na 2018. godinu te u 2020. godini raste ponovno za 1.620 % u odnosu na 2019. godinu.

Tablica 25. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Filmerija d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016	Poželjna vrijednost	Prosjek za grupu 5911
LIKVIDNOST							
Koeficijent tekuće likvidnosti	4,96	4,96	22,55	4,58	14,10	>1,5	1,97
Koeficijent ubrzane likvidnosti	4,96	3,94	22,55	2,78	14,10	>1	1,83
ZADUŽENOST							
Stupanj samofinanciranja	78,04 %	63,54 %	29,28 %	73,15 %	94,68 %	>50 %	2,30 %
Pokriće troška kamata	1,02	1,12	1,00	1,00	1,00	više je bolje	1,07
Faktor zaduženosti	0,31	3,34	0,21	0,38	0,14	<3,5	-2,28
AKTIVNOST							
Prosječni dani plaćanja dobavljačima	12,31	0,82	5,31	11,19	1,32	manje je bolje	90,67
Prosječni dani naplate potraživanja	0,73	14,77	20,76	4,84	1,96	manje je bolje	81,55
Obrtaj zaliha u danima	0,00	9,45	0,00	20,75	0,00	manje je bolje	10,08
PRODUKTIVNOST							
Poslovni prihod po zaposlenom	371.000	0	0	0	0	više je bolje	158.573,70
EBITDA po zaposlenom	109.500	0	0	0	0	više je bolje	15.946,30
Neto dobit po zaposlenom	86.000	0	0	0	0	više je bolje	2.762,16
Poslovni rashod po zaposlenom	271.900	0	0	0	0	manje je bolje	156.605,82
Prosječna neto plaća po zaposlenom	600	0	0	0	0	više je bolje	1.536,49
PROFITABILNOST							
EBITDA	109.000	17.000	124.000	26.000	19.000	više je bolje	99.981,15
Neto marža	23,19 %	0,80 %	13,23 %	7,42 %	5,77 %	više je bolje	-9,07 %
Povrat na uloženi kapital (ROE)	81,14 %	6,18 %	64,96 %	35,19 %	34,10 %	više je bolje	29,35 %
Povrat na ukupnu imovinu (ROA)	63,32 %	3,93 %	19,02 %	25,74 %	32,29 %	više je bolje	-2,77 %
Novčani tijek iz rezultata	96.399	14.431	109.658	22.338	14.859	više je bolje	90.732,09

Izvor: izrada autora (prema Prima Bon & Prima Solvent, 2021: n.p.)

Koeficijentom tekuće likvidnosti mjeri se sposobnost tvrtke da podmiri kratkoročne obveze iz kratkotrajne imovine te je poželjna vrijednost veća od 1,5. Dok se koeficijentom ubrzane likvidnosti pokazuje ima li tvrtka dovoljno sredstava da podmiri svoje kratkoročne obveze bez prodaje zaliha i poželjna vrijednost je veća od 1. Iz tablice 25. može se vidjeti kako tvrtka ima stabilnu likvidnost te da je u 2018. godini bila najveća, oba koeficijenta su te godine 22.55.

Iz pokazatelja zaduženosti vidi se kako stupanj samofinanciranja varira kroz godine, ali ostaje unutar poželjne vrijednosti, više od 50 %, osim u 2018. godini kada se bilježi najniži stupanj

samofinanciranja, 29,28 %. Faktorom zaduženosti pokazuje se koliko bi godina tvrtki trebalo da plati sve trenutne obveze ako bi zadržala trenutni novčani tijek iz rezultata i poželjna vrijednost je manja od 3,5 godine. Faktor zaduženosti kroz promatrane godine varira, ali je unutar poželjne vrijednosti. Najveće povećanje se vidi u 2019. godini i iznosi 3,34 što može rezultirati povećanjem dugoročnih obveza, odnosno kreditnim zaduženjem. U 2020. godini faktor zaduženosti se smanjuje i iznosi 0,31.

Iz pokazatelja aktivnosti može se vidjeti kako tvrtka nema problema s plaćanjem dobavljačima. Najveći prosječni broj dana za plaćanje obveza je 2020. godine i iznosi 12 dana, dok je u 2019. godini zabilježen najmanji broj dana 0,82.

Prosječni dani naplate potraživanja pokazuju koliko je prosječno dana potrebno tvrtki da naplati svoja potraživanja gdje je najpovoljnija situacija što manje dana. Iz tablice se može vidjeti kako tvrtka nema problema sa naplatom potraživanja, te da 2016. i 2020. godine ima najmanji broj prosječnih dana naplate potraživanja.

Obrtaj zaliha u danima za 2016., 2018. i 2020. godinu iznosi 0 iz čega se može vidjeti kako tvrtka tih godina nema zalihe. Iz tablice 25. može se vidjeti kako tvrtka do 2019. godine nema zaposlenih. U 2019. godini neto dobit po zaposlenom je veća od prosjeka grupe djelatnosti, ali je prosječna neto plaća po zaposlenom manja.

Za pokazatelje profitabilnosti bitno je da budu što veći. Iz promatrane tablice vidi se kako neto marža tvrtke varira kroz godine, 2019. godine je ostvarila 0,008 lipa dobiti na 1 kn ukupnih prihoda, za 2020. godinu bilježi se rast te je ostvarila 0,23 lipa dobiti na 1 kn ukupnih prihoda što je najveća dobit u promatranim godinama. Promatrajući koeficijent povrata na ukupnu imovinu (ROA) može se vidjeti kako je tvrtka 2019. godine ostvarila 0,03 lipa dobiti na 1 kn imovine, te se 2020. godine povećava dobit i iznosi 0,63 lipa na 1 kn imovine. Iz koeficijenta povrata na uloženi kapital (ROE) može se vidjeti kako je tvrtka 2019. godine ostvarila 0,06 lipa dobiti na 1 kn kapitala, a u 2020. godini taj iznos raste i tvrtka je ostvarila 0,81 lipa dobiti na 1 kn kapitala.

Iz financijskih pokazatelja zaduženosti poslovanja može se zaključiti kako tvrtka Filmerija d.o.o. ima stabilno poslovanje i ne bilježi gubitak. Kroz provedene analize može se primijetiti kako je tvrtka ostvarila veliku dobit u 2020. godini unatoč donesenim mjerama za suzbijanje širenja pandemije. Rezultat toga može biti što su racionalizirali poslovanje smanjujući troškove u većoj mjeri no što je dolazilo do smanjenja prihoda što se može vidjeti u bilanci i računu dobiti i gubitka.

5.4. Rasprava

U teorijskom dijelu rada prikazani su izvori financiranja privatnog sektora kulturnih i kreativnih industrija sa fokusom na Republiku Hrvatsku. U empirijskom dijelu rada provedena je financijska analiza odabranih poslovnih subjekata sa ciljem prikazivanja uspješnosti poslovanja poslovnih subjekata unutar kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj.

U empirijskom dijelu rada postavljena su dva istraživačka pitanja na koja se želi odgovoriti financijskom analizom:

IP1: Kako je pandemija uzrokovana virusom COVID-19 utjecala na poslovanje poslovnih subjekata kulturnih i kreativnih industrija?

Rast i razvoj ovog sektora 2020. godine prekinula je pandemija uzrokovana virusom COVID-19, kako je već spomenuto u teorijskom dijelu rada, prema studiji EY-a (EY Hrvatska, 2021: n.p.) te godine promet industrije je doživio neto pad od 199 milijardi eura (31 %) u odnosu na 2019. godinu. Iz financijske analize u empirijskom dijelu rada, može se vidjeti kako su svih pet poslovnih subjekata imali pad ukupnih prihoda 2020. godine u odnosu na 2019. godinu. Dva od pet poslovnih subjekata 2020. godine ostvarila su gubitak poslovanja te godine, jedan poslovni subjekt ostvario je dobit poslovanja manji od dobiti u 2019. godini i dva poslovna subjekta ostvarila su dobit poslovanja veću od dobiti u 2019. godini. Djelatnosti čija se zarada temelji na socijalizaciji, društvenom životu i kontaktu sa publikom, a čija su ograničenja propisana radi sprječavanja širenja virusa COVID-19, zabilježila su značajno otežano poslovanje. Dok s druge strane djelatnosti koje se ne temelje na tome bilježile su dobit ili čak veću dobit u odnosu na 2019. godinu, kao što su dizajn i izdavanje knjiga što se može objasniti povećanim boravkom ljudi u domovima i s više slobodnog vremena.

Zbog obustave svih aktivnosti, Ministarstvo kulture i medija (2020a: n.p.) proveo je mjere u obliku potpore umjetnicima, ad-hoc natječaja, povoljnijih kredita i dva javna poziva. Od analiziranih poslovnih subjekata, dva nisu koristila potpore za zaposlenike, jedan nema zaposlenih dok drugi ima samo jednog zaposlenog. Ostala tri poslovna subjekta koristila su potpore za zaposlenike, subjekt sa sedam zaposlenih koristio je potpore 18 mjeseci, drugi subjekt sa jednim zaposlenim potpore je koristio 6 mjeseci i treći sa 19 zaposlenih potpore je koristio 3 mjeseca.

Iz financijske analize svih poslovnih subjekata može se zaključiti kako je pandemija uzrokovana virusom COVID-19 imala negativan utjecaj na poslovanja poslovnih subjekata

kulturnih i kreativnih industrija. Manji negativni utjecaj imala je za djelatnosti iz podsektora *Izdavaštvo* i *Dizajn*. Poslovni subjekti koji su prema financijskim pokazateljima uspješnosti imali stabilna poslovanja prije 2020. godine uspjeli su i te godine ostvariti dobit poslovanja. Ali, može se primijetiti kako su veće gubitke doživjeli poslovni subjekti čija poslovanja nisu niti bila stabilna u godinama prije.

IP2: Koliki je udio samofinanciranja u poslovanju poslovnih subjekata kulturnih i kreativnih industrija?

Unatoč različitim izvorima financiranja, privatnom sektoru je u cilju financirati se iz prodaje vlastitih proizvoda i usluga. Kako je prikazano u teorijskom dijelu rada u Grafičkom prikazu 1. (HUB Analize 67, 2019: 26) u Republici Hrvatskoj poslovni subjekti se financiraju najviše iz vlastitih sredstava, oko 50 %. U empirijskom dijelu rada prikazuju se financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja koji su izrađeni prema Prima Bon & Prima Solvent gdje se vidi kako je poželjna vrijednost samofinanciranja više od 50 %.

Iz financijske analize odabranih poslovnih subjekata vidi se kako tri od pet tvrtki imaju udio samofinanciranja veći od 50 %, odnosno većim se dijelom financiraju iz vlastitih sredstava. Kod dvije od pet tvrtki udio samofinanciranja je manji od 50 % i svoja poslovanja financiraju iz obveza, primarno iz kredita. Tvrtka sa djelatnošću *Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu)* i tvrtka sa djelatnošću *Izdavanje knjiga* bilježe udio samofinanciranja manji od 50 % što može biti rezultat i pokazatelj zahtjevnosti pokretanja tih poslovanja zbog visokih troškova nabave robe i opreme.

6. Zaključak

Kulturne i kreativne industrije bitan su dio gospodarstva što potvrđuje podatak istraživanja EY-a (2021: n.p.) kako je ovaj sektor 2019. godine činio 4,4 % europskog BDP-a sa više od 7,6 milijuna zaposlenih ljudi. Kroz ovaj rad prikazani su izvori financiranja tog sektora sa fokusom na poslovne subjekte unutar Republike Hrvatske. Osim što se poslovni subjekti financiraju kroz prodaju vlastitih proizvoda i usluga mogu koristiti i druge načine. Kreditiranje za svoje poslovanje mogu potražiti kod poslovnih banaka, ali i kroz Hrvatsku banku za obnovu i razvitak te Hrvatsku agenciju za malo gospodarstvo, inovacije i investicije. Drugi način su programi financiranja kulturnih i kreativnih industrija iz nacionalnih i EU sredstava, kao što je sedmogodišnji program Kreativna Europa s predviđenim proračunskim sredstvima od 2,4 milijarde eura ili natječaji Ministarstva kulture i medija i jedinica lokalne uprave i samouprave. Kako bi financirali projekte, sredstva mogu prikupljati kroz sponzorstva kao što su natječaji Privredne banke Zagreb, Hrvatske poštanske banke, Zagrebačkog Holdinga i dr..

Kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 pogodila je čitav svijet, zaustavila i usporila uobičajeni način života pa time utjecala i na djelatnosti kojima je fokus interakcija i komunikacija sa publikom, što su glavne karakteristike djelatnosti kulturnih i kreativnih industrija. U 2020. godini je, prema istraživanju EY-a (2021: n.p.), samo u EU pad prihoda ovog sektora bio 31 % u odnosu na 2019. godinu što je zahtijevalo brzu reakciju i adaptaciju poslovanja svih poslovnih subjekata kako bi održali svoje poslovanje. U okviru rada su i prikazane mjere države koje su nastojale ublažiti te gubitke te pridonijeti budućem oporavku i rastu.

Istraživanje se temeljilo na dva istraživačka pitanja. Prvim istraživačkim pitanjem željelo se odgovoriti kako je pandemija uzrokovana virusom COVID-19 utjecala na poslovanja subjekata kulturnih i kreativnih industrija. Nakon provedene financijske analize odabranih subjekata može se zaključiti kako je pandemija imala negativan utjecaj na njihova poslovanja ovisno o tome koje djelatnosti iz KKI obavljaju, ali i kako je jačina tog negativnog utjecaja na poslovanje ovisila i o tome koliko su poslovanja tvrtki bila stabilna prije pojave pandemije.

Drugim istraživačkim pitanjem željelo se odgovoriti koliki je udio samofinanciranja u poslovanju subjekata kulturnih i kreativnih industrija od 2016. do 2020. godine. Zaključak je kako je pretežno udio samofinanciranja veći od 50 % što je cilj svakog poslovnog subjekta privatnog sektora. Jedan od razloga je što poslovni subjekti KKI ne koriste kreditna sredstva jer proizvodi poslovnih banaka nisu oblikovani na način da poslovni subjekti KKI mogu udovoljiti

uvjetima koje propisuju banke. Prema tome, kako bi proširili opseg poslovanja oni uglavnom moraju posezati za alternativnim izvorima financiranja kao što su nacionalni i EU fondovi i programi, skupno financiranje (*crowdfunding*), donacije i sponzorstva.

Ograničenje istraživanja odnosi se na broj analiziranih poslovnih subjekata i djelatnosti. Istraživanje je provedeno na samo pet poslovnih subjekata. Sektor kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj sastoji se od 45 djelatnosti od koji je ovim istraživanjem obuhvaćeno samo pet. Ograničenja propisana radi sprječavanja širenja virusa COVID-19, nisu imala jednak utjecaj na sve djelatnosti.

Stoga je u budućim istraživanjima potrebno provesti analizu na većem broju poslovnih subjekata u okviru svake djelatnosti kako bi se mogli dobiti reprezentativni podaci.

7. Literatura

1. Bestvina Bukvić, I. i Buljubasić, I. (2017) Financial and marketing perspectives of a crowdfunding. U: Potocan, V., Kalinic, P. Vuletic i A. *Economic and Social Development (Book of Proceedings), 26 th International Scientific Conference on Economic and Social Development - "Building Resilient Society"*. Varaždin: Varaždin Development and Entrepreneurship Agency, Faculty of Management University of Warsaw, Poland University North, Croatia, str. 353-363.
2. Bestvina Bukvić, I, Borić Cvenić, M., Buljubašić, I. (2017) Comparative Analysis of the Impact Factors Influencing the Cinema and Theatre Attendance and Their Business Performance. *Media, culture and public relations*, 8(1), str. 56-71
3. Bestvina Bukvić, I.; Šain, M.; Haršanji, M. (2018) Project Financing of Cultural and Creative Industries in Croatia – Analysis of the Creative Europe Programme (2014–2020) Results, *XIV International Scientific Symposium: Interdisciplinary Management Research*. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek – Faculty of Economics in Osijek, Croatia, Postgraduate Studies „Management“, Hochschule Pforzheim University, Croatian Academy of Sciences and Arts; str. 763-781.
4. Bolfek, B., Stanić M., Knežević, S. (2012) *Vertikalna i horizontalna financijska analiza poslovanja tvrtke*.
5. Croatia Airlines. URL: <https://www.croatiaairlines.com/hr/O-nama/Korporativne-vrijednosti/Sponzorstva-i-donacije> (Pristup: 24.08.2021.)
6. DCMS. (1998) *Creative Industries Mapping Document*. London: Department for Culture Media and Sport. URL: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk> (Pristup: 25.08.2021.)
7. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2020) Broj i struktura poslovnih subjekata u ožujku 2020. URL: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/11-01-01_01_2020.htm (Pristup: 28.08.2021.)
8. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2021) URL: https://www.dzs.hr/App/NKD_Browser/ (Pristup: 28.08.2021.)
9. Đurđenić, K., (2017) *Crowdfunding – Croatian legal perspective and comparison to other sources of financing*. *Public Sector Economics*, 41(2), str. 259-287. doi: 10.3326/pse.41.2.5

10. Euro projekt scriptum. URL: http://euro-projekt.hr/usluge/hamag-bicro-zajmovi?krakencb_f=a60e518d-444b-4611-a20e-59560cdb270a&krakencb_visible=1&krakencb_sl=1&gclid=CjwKCAjw4KyJBhAbEiwAaAQbE7ZhWUwrtIttm186Hb7NdZXMSRsrSWkriGyVy7Smabt-zSchSQy0-hoC3IIQAvD_BwE (Pristup: 28.08.2021.)
11. European Commission. (2021) Cohesion Policy. 2021.-2027.. URL: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/2021_2027/?etrans=hr (Pristup: 11.10.2021.)
12. European Commission. (2021a) Priorities for 2021.-2027.. URL: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/how/priorities/?etrans=hr (Pristup: 11.10.2021.)
13. European Commission. (2021b) „Crowdfunding explained“. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/what-is/explained_en (Pristup: 28.08.2021.)
14. Europski strukturni i investicijski fondovi. (2021) EU Fondovi 2021.-2027.. URL: <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/eu-fondovi-2021-2027/> (Pristup: 11.10.2021.)
15. EY. (2015) Cultural times: the first global map of cultural and creative industries. URL: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf (Pristup: 28.08.2021.)
16. Europski strukturni i investicijski fondovi. (2021) Programi Unije. URL: <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/programi-unije/> (Pristup 11.10.2021.)
17. EY Hrvatska. (2021) Kreativna industrija u Europi zbog pandemije izgubila trećinu prihoda. URL: https://www.ey.com/hr_hr/news/2021-press-releases/kreativna-industrija-u-europi-zbog-pandemije-izgubila-trecinu-prihoda (Pristup: 24.08.2021.)
18. Grad Zagreb. (2021) Programi Unije 2021.-2027. URL: <https://www.zagreb.hr/programi-unije-2021-2027/171819> (Pristup 11.10.2021.)
19. Gregurek, M.; Vidaković, N. (2011) *Bankarsko poslovanje*. Zagreb: RRiF plus d.o.o.
20. Hafner, H. (2017) *Vodič za crowdfunding*. Rijeka: 500. URL: https://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/Vodic_za_Crowdfunding.pdf (Pristup: 24.08.2021.)
21. Hrvatska banka za obnovu i razvoj. URL: <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/onama/> (Pristup: 28.08.2021.)
22. Hrvatska banka za obnovu i razvoj. (2021) Donacije i sponzorstva. URL: <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/kriteriji-dodjelu-sponzorstava-manjih-donacija/> (Pristup: 28.08.2021.)

23. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije. URL: <https://hamagbicro.hr/o-nama/>
24. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije. (2020) Jamstva za kredite u području kulture i kreativnih industrija. URL: <https://hamagbicro.hr/financijski-instrumenti/kako-do-jamstva/msp/nacionalna-jamstva/jamstva-za-kredite-u-podrucju-kulture-i-kreativnih-industrija/> (Pristup: 28.08.2021.)
25. Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. URL: <https://hkkkki.eu/> (Pristup: 28.08.2021.)
26. Hrvatska poštanska banka. URL: <https://www.hpb.hr/UserDocsImages/o-nama/drustvena-odgovornost/sponzorstva-2020.pdf> (Pristup: 24.08.2021.)
27. HUB ANALIZE. (2019) *Investicije u Hrvatskoj: Trendovi, struktura, (ne)efikasnost*. Analize 67 veljača/2019. URL: <https://www.hub.hr/sites/default/files/inline-files/HUB%20ANALIZA%2067%20-%20Investicije%20u%20Hrvatskoj.pdf> (Pristup: 28.08.2021.)
28. Milinović, I. (2006) *Oporezivanje donacija i sponzorstva*. Poslovni savjetnik. URL: <https://www.poslovni-savjetnik.com/sites/default/files/PS%2020-21,%20str%2042%20do%2047%20zadnje.pdf> (Pristup: 24.08.2021.)
29. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. (2019) *Strateški plan Ministarstva kulture 2020.-2021.* URL: <https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strate%C5%A1ki%20plan%20Ministarstva%20kulture%202020.%20-2022..pdf> (Pristup: 30.09.2021.)
30. Ministarstvo kulture i medija. (2012) Europska komisija otkrila plan za novi program EU za kulturu i audiovizualnu djelatnost - Kreativna Europa!. URL: <https://min-kulture.gov.hr/arhiva-344/hrvatski/desni-izbornik/program-europske-unije-kultura-2007-2013/arhiva-3591/europska-komisija-otkrila-plan-za-novi-program-eu-za-kulturu-i-audiovizualnu-djelatnost-kreativna-europa/7153> (Pristup: 28.08.2021.)
31. Ministarstvo kulture i medija. (2019) Javni poziv za poticanje poduzetništva u kulturnim i kreativnim industrijama za 2019. godinu. URL: <https://min-kulture.gov.hr/natjecaji-16274/javni-pozivi-404/arhiva-2632/javni-pozivi-u-2019-godini/javni-poziv-za-poticanje-poduzetnistva-u-kulturnim-i-kreativnim-industrijama-za-2019-godinu-rok-8-7-2019/17165> (Pristup: 28.08.2021.)
32. Ministarstvo kulture i medija. (2019a) Objavljeni rezultati Javnog poziva za poticanje poduzetništva u kulturnim i kreativnim industrijama u 2019. godini. URL: <https://min-kulture.gov.hr/natjecaji-16274/javni-pozivi-404/arhiva-2632/javni-pozivi-u-2019-godini/javni-poziv-za-poticanje-poduzetnistva-u-kulturnim-i-kreativnim-industrijama-za-2019-godinu-rok-8-7-2019/17165>

- kulture.gov.hr/vijesti-8/objavljeni-rezultati-javnog-poziva-za-poticanje-poduzetnistva-u-kulturnim-i-kreativnim-industrijama-u-2019-godini/18670 (Pristup: 28.08.2021.)
33. Ministarstvo kulture i medija. (2020) Poduzetnicima u području kulturnih i kreativnih industrija 300 milijuna kuna kredita. URL: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/poduzetnicima-u-podrucju-kulturnih-i-kreativnih-industrija-300-milijuna-kuna-kredita/19908> (Pristup: 28.08.2021.)
34. Ministarstvo kulture i medija. (2020a) Objavljena dva javna poziva u okviru novih mjera potpore kulturnom sektoru. URL: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/nove-mjere-potpore-kulturnom-sektoru/20189?fbclid=IwAR0gly6McJo5rbt2FsVr8SXNZ6gU-t9Ui5T3zQz5jZ9Fkl4rVgemKsoH7M> (Pristup: 28.08.2021.)
35. Ministarstvo kulture i medija. (2020b) Javni poziv za programe digitalne prilagodbe i kreiranje novih kulturnih i edukativnih sadržaja. URL: <https://min-kulture.gov.hr/natjecaji-16274/javni-pozivi-404/javni-poziv-za-programe-digitalne-prilagodbe-i-kreiranje-novih-kulturnih-i-edukativnih-sadrzaja-rok-20-11-2020-do-17-00/20188> (Pristup: 28.08.2021.)
36. Ministarstvo kulture i medija. (2020c) Javni poziv za poticanje poduzetništva u kulturnim i kreativnim industrijama za 2020. godinu. URL: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/javni-poziv-za-poticanje-poduzetnistva-u-kulturnim-i-kreativnim-industrijama-za-2020-godinu/19600> (Pristup: 28.08.2021.)
37. Ministarstvo kulture i medija. (2020d) Za poduzetnike u kulturnim i kreativnim industrijama dodijeljena sredstva u iznosu od 8,5 milijuna kuna. URL: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/za-poduzetnike-u-kulturnim-i-kreativnim-industrijama-dodijeljena-sredstva-u-iznosu-od-8-5-milijuna-kuna/19924> (Pristup: 28.08.2021.)
38. Ministarstvo kulture i medija. (2021) Pregled mjera za kulturni sektor. URL: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/mjere-za-pomoc-kulturnom-i-kreativnom-sektoru-uslijed-pandemije/mjere-ministarstva-kulture-i-medija-za-pomoc-kulturnom-i-kreativnom-sektoru-uslijed-pandemije/20182> (Pristup: 15.09.2021.)
39. Perinić, L. (2010) *Kreativni gradovi-uzroci i posljedice*. Diplomski rad. Rijeka: Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci
40. Plantak, L. (2017) *Financiranje kreativnih i kulturnih industrija putem Crowdfunding kampanja*. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište J.J.Strossmayera
41. Prima Bon & Prima Solvent. (2021) Bonitetni izvještaj. Zagreb.

42. Primorac, J. (2012) Od nesigurnosti do nesigurnosti: rad i zaposlenost u kulturnim i kreativnim industrijama: *Institut za međunarodne odnose*, Zagreb, URL: <https://hrcak.srce.hr/89217> (Pristup: 25.08.2021.)
43. Privredna banka Zagreb. URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/o-nama/odrzivi-razvoj/donacije-i-sponzorstva.html> (Pristup: 24.08.2021.)
44. Pro Konzalting d.o.o. (2021) Objavljeno javno e-savjetovanje za mjere 6.3.1. i 6.1.1. - za male i mlade OPG-ovce. URL: <http://pro-konzalting.hr/poslovne-i-financijske-vijesti/bjelovar/otvoreno-citanjem-do-ukljucivog-drustva> (Pristup: 30.08.2021.)
45. Razlika između profitne i neprofitne organizacije (2019) URL: <https://hr.gadget-info.com/difference-between-profit> (Pristup: 28.08.2021.)
46. Rašić Bakarić I., Bačić K., Božić LJ. (2015) *Mapiranje kulturnih i kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Ekonomski institut. URL: <http://hkkki.eu/dokumenti/mapiranje.pdf> (Pristup: 25.08.2021.)
47. Švob-Đokić, Nada i Jaka Promorac i Krešimir Jurlin. (2008) *Kultura zaborava – industrijalizacija kulturnih djelatnosti*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
48. Uredba (EU) 2021/818 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. svibnja 2021. o uspostavi programa Kreativna Europa (2021.–2027.) i stavljanju izvan snage Uredbe (EU) br. 1295/2013 URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX%3A32021R0818&qid=1630265175968> (Pristup: 28.08.2021.)
49. Vlada Republike Hrvatske. (2021) Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021.-2026. URL: <https://planoporavka.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Plan%20oporavka%20i%20otpornosti%20srpanj%202021..pdf?vel=13435491> (Pristup: 30.08.2021.)
50. Zagrebački Holding. URL: <https://www.zgh.hr/aktualnosti-10/sponzorstva-i-donacije/sponzorstva-i-donacije-u-2020/10669> (Pristup: 30.08.2021.)
51. ZAMP. (2015) Kulturne i kreativne industrije pokreću svjetsko bogatstvo. URL: <https://www.zamp.hr/clanak/pregled/1329/kulturne-i-kreativne-industrije-pokrecu-svjetsko-gospodarstvo> (Pristup: 28.08.2021.)

8. Prilozi

Popis slika

Slika 1. Prihod kulturnih i kreativnih industrija po regijama u svijetu

Slika 2. Poslovni subjekti, stanje 31.ožujka 2020.

Slika 3. Struktura aktivnih pravnih subjekata prema oblicima vlasništva, ožujak 2020.

Slika 4. Uvjeti odobravanja jamstava iz Programa jamstava za kredite za poduzetnike aktivne u području KKI

Slika 5. Procijenjena promjena prometa u sektoru KKI

Popis tablica

Tablica 1. Podjela kulturnih i kreativnih industrija prema studiji KEA

Tablica 2. Podsektori kreativnih i kulturnih industrija prema NKD-u 2007 (razina razreda)

Tablica 3. Prihodi i broj zaposlenih u sektorima kulturnih i kreativnih industrija

Tablica 4. Prikaz sa nekim od popularnijih crowdfunding platformi

Tablica 5. Statistika uspješno financiranih projekata po kategorijama

Tablica 6. Projekti u kategoriji kulturnih i kreativnih industrija s najvećim iznosima financiranja na platformi Indiegogo

Tablica 7. Popis sponzoriranih projekata

Tablica 8. Usporedba Javnih poziva za poticanje poduzetništva u KKI 2019. i 2020. godine

Tablica 9. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja (tumač)

Tablica 10. Popis odabranih poslovnih subjekata

Tablica 11. Horizontalna analiza bilance Koncert d.o.o.

Tablica 12. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Koncert d.o.o.

Tablica 13. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Koncert d.o.o.

Tablica 14. Horizontalna analiza bilance Kinematografi d.d.

Tablica 15. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Kinematografi d.d.

Tablica 16. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Kinematografi d.d.

Tablica 17. Horizontalna analiza bilance Havelkadesing d.o.o.

Tablica 18. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Havelkadesing d.o.o.

Tablica 19. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Havelkadesing d.o.o.

Tablica 20. Horizontalna analiza bilance Fraktura d.o.o.

Tablica 21. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Fraktura d.o.o.

Tablica 22. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Fraktura d.o.o.

Tablica 23. Horizontalna analiza bilance Filmerija d.o.o.

Tablica 24. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Filmerija d.o.o.

Tablica 25. Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja Filmerija d.o.o.

Popis grafičkih prikaza

Grafički prikaz 1. Struktura financijskih izvora za investicije pravnih osoba 2014.-2017.

Popis priloga

Prilog 1. Bilanca Koncert d.o.o.

Prilog 2. Račun dobiti i gubitka Koncert d.o.o.

Prilog 3. Bilanca Kinematografi d.d.

Prilog 4. Račun dobiti i gubitka Kinematografi d.d.

Prilog 5. Bilanca Havelkadesing d.o.o.

Prilog 6. Račun dobiti i gubitka Havelkadesing d.o.o.

Prilog 7. Bilanca Fraktura d.o.o.

Prilog 8. Račun dobiti i gubitka Fraktura d.o.o.

Prilog 9. Bilanca Filmerija d.o.o.

Prilog 10. Račun dobiti i gubitka Filmerija d.o.o.

Prilog 1. Bilanca Koncert d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016
AKTIVA					
Dugotrajna imovina	214.000,00	180.000,00	42.000,00	51.000,00	5.000,00
Nematerijalna imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materijalna imovina	214.000,00	180.000,00	42.000,00	51.000,00	5.000,00
Dugotrajna financijska imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Potraživanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Odgođena porezna imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kratkotrajna imovina	103.000,00	466.000,00	173.000,00	158.000,00	130.000,00
Zalihe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Potraživanja	88.000,00	169.000,00	123.000,00	106.000,00	103.000,00
Kratkotrajna financijska imovina	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	15.000,00
Novac u banci i blagajni	4.000,00	286.000,00	39.000,00	41.000,00	13.000,00
Plaćeni troškovi budućeg razdoblja i obračunati prihodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UKUPNO AKTIVA	317.000,00	646.000,00	215.000,00	209.000,00	135.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVA					
Kapital i rezerve	- 372.000,00	-236.000,00	- 593.000,00	- 625.000,00	- 642.000,00
Temeljni kapital	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Kapitalne rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Revalorizacijske rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zadržana dobit ili preneseni gubitak	- 256.000,00	-613.000,00	- 645.000,00	- 662.000,00	- 505.000,00
Dobit ili gubitak poslovne godine	- 136.000,00	358.000,00	32.000,00	17.000,00	- 157.000,00
Rezerviranja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dugoročne obveze	4.000,00	5.000,00	4.000,00	1.000,00	4.000,00
Kratkoročne obveze	685.000,00	815.000,00	804.000,00	833.000,00	773.000,00
Odgođeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja	0,00	62.000,00	0,00	0,00	0,00
UKUPNO PASIVA	317.000,00	646.000,00	215.000,00	209.000,00	135.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: izrada autora

Prilog 2. Račun dobiti i gubitka Koncert d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016
Poslovni prihodi	242.000,00	2.890.000,00	1.212.000,00	1.191.000,00	759.000,00
Poslovni rashodi	379.000,00	2.513.000,00	1.177.000,00	1.185.000,00	913.000,00
Financijski prihodi	0,00	0,00	0,00	23.000,00	0,00
Izvanredni prihodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Financijski rashodi	0,00	4.000,00	3.000,00	13.000,00	3.000,00
Izvanredni rashodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukupni prihodi	242.000,00	2.890.000,00	1.212.000,00	1.214.000,00	759.000,00
Ukupni rashodi	379.000,00	2.517.000,00	1.180.000,00	1.198.000,00	916.000,00
Dobiti ili gubitak prije oporezivanja	-136.000,00	373.000,00	32.000,00	17.000,00	-157.000,00
Porez na dobit	0,00	15.000,00	0,00	0,00	0,00
Dobit ili gubitak tekuće godine	-136.000,00	358.000,00	32.000,00	17.000,00	-157.000,00

Izvor: izrada autora

Prilog 3. Bilanca Kinematografi d.d.

	2020	2019	2018	2017	2016
AKTIVA					
Dugotrajna imovina	4.173.000,00	4.261.000,00	4.358.000,00	4.504.000,00	4.544.000,00
Nematerijalna imovina	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Materijalna imovina	4.164.000,00	4.253.000,00	4.349.000,00	4.495.000,00	4.535.000,00
Dugotrajna financijska imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Potraživanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Odgođena porezna imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kratkotrajna imovina	1.392.000,00	1.017.000,00	1.100.000,00	1.067.000,00	1.129.000,00
Zalihe	4.000,00	5.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Potraživanja	570.000,00	573.000,00	589.000,00	624.000,00	658.000,00
Kratkotrajna financijska imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Novac u banci i blagajni	818.000,00	439.000,00	507.000,00	441.000,00	469.000,00
Plaćeni troškovi budućeg razdoblja i obračunati prihodi	0,00	55.000,00	0,00	0,00	0,00
UKUPNO AKTIVA	5.565.000,00	5.333.000,00	5.457.000,00	5.571.000,00	5.673.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVA					
Kapital i rezerve	3.432.000,00	3.494.000,00	3.483.000,00	3.567.000,00	3.550.000,00
Temeljni kapital	3.801.000,00	3.801.000,00	3.801.000,00	3.801.000,00	3.801.000,00
Kapitalne rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Revalorizacijske rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zadržana dobit ili preneseni gubitak	-307.000,00	-318.000,00	-233.000,00	-250.000,00	-264.000,00
Dobit ili gubitak poslovne godine	-62.000,00	11.000,00	-84.000,00	17.000,00	13.000,00
Rezerviranja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Dugoročne obveze	1.361.000,00	1.361.000,00	1.403.000,00	1.403.000,00	1.206.000,00
Kratkoročne obveze	190.000,00	479.000,00	470.000,00	441.000,00	711.000,00
Odgođeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja	583.000,00	0,00	102.000,00	161.000,00	207.000,00
UKUPNO PASIVA	5.565.000,00	5.333.000,00	5.457.000,00	5.571.000,00	5.673.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: izrada autora

Prilog 4. Račun dobiti i gubitka Kinematografi d.d.

	2020	2019	2018	2017	2016
Poslovni prihodi	1.461.000,00	1.870.000,00	1.351.000,00	1.576.000,00	818.000,00
Poslovni rashodi	1.400.000,00	1.854.000,00	1.397.000,00	1.538.000,00	1.366.000,00
Financijski prihodi	0,00	0,00	1.000,00	0,00	600.000,00
Izvanredni prihodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Financijski rashodi	124.000,00	5.000,00	39.000,00	22.000,00	39.000,00
Izvanredni rashodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukupni prihodi	1.461.000,00	1.870.000,00	1.351.000,00	1.576.000,00	1.418.000,00
Ukupni rashodi	1.523.000,00	1.859.000,00	1.436.000,00	1.559.000,00	1.405.000,00
Dobiti ili gubitak prije oporezivanja	-62.000,00	11.000,00	-84.000,00	17.000,00	13.000,00
Porez na dobit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dobit ili gubitak tekuće godine	-62.000,00	11.000,00	-84.000,00	17.000,00	13.000,00

Izvor: izrada autora

Prilog 5. Bilanca Havelkadesing d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016
AKTIVA					
Dugotrajna imovina	0,00	0,00	23.000,00	16.000,00	4.000,00
Nematerijalna imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materijalna imovina	0,00	0,00	23.000,00	16.000,00	4.000,00
Dugotrajna financijska imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Potraživanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Odgođena porezna imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kratkotrajna imovina	583.000,00	1.077.000,00	779.000,00	679.000,00	63.000,00
Zalihe	0,00	312.000,00	14.000,00	93.000,00	0,00
Potraživanja	14.000,00	3.000,00	236.000,00	47.000,00	35.000,00
Kratkotrajna financijska imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Novac u banci i blagajni	569.000,00	762.000,00	529.000,00	540.000,00	28.000,00
Plaćeni troškovi budućeg razdoblja i obračunati prihodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UKUPNO AKTIVA	583.000,00	1.077.000,00	801.000,00	696.000,00	67.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVA					
Kapital i rezerve	561.000,00	400.000,00	717.000,00	538.000,00	35.000,00
Temeljni kapital	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Kapitalne rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Revalorizacijske rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zadržana dobit ili preneseni gubitak	380.000,00	0,00	518.000,00	15.000,00	11.000,00
Dobit ili gubitak poslovne godine	160.000,00	380.000,00	179.000,00	503.000,00	4.000,00
Rezerviranja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dugoročne obveze	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kratkoročne obveze	22.000,00	677.000,00	85.000,00	158.000,00	32.000,00
Odgođeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UKUPNO PASIVA	583.000,00	1.077.000,00	801.000,00	696.000,00	67.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: izrada autora

Prilog 6. Račun dobiti i gubitka Havelkadesing d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016
Poslovni prihodi	817.000,00	2.317.000,00	1.197.000,00	2.394.000,00	209.000,00
Poslovni rashodi	640.000,00	1.884.000,00	992.000,00	1.821.000,00	204.000,00
Financijski prihodi	0,00	0,00	2.000,00	0,00	0,00
Izvanredni prihodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Financijski rashodi	0,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	0,00
Izvanredni rashodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukupni prihodi	817.000,00	2.317.000,00	1.199.000,00	2.394.000,00	210.000,00
Ukupni rashodi	640.000,00	1.885.000,00	993.000,00	1.822.000,00	204.000,00
Dobiti ili gubitak prije oporezivanja	177.000,00	432.000,00	206.000,00	572.000,00	6.000,00
Porez na dobit	17.000,00	52.000,00	28.000,00	69.000,00	1.000,00
Dobit ili gubitak tekuće godine	160.000,00	380.000,00	179.000,00	503.000,00	4.000,00

Izvor: izrada autora

Prilog 7. Bilanca Fraktura d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016
AKTIVA					
Dugotrajna imovina	2.622.000,00	2.503.000,00	2.588.000,00	2.816.000,00	2.920.000,00
Nematerijalna imovina	464.000,00	142.000,00	125.000,00	117.000,00	25.000,00
Materijalna imovina	2.130.000,00	2.296.000,00	2.463.000,00	2.699.000,00	2.895.000,00
Dugotrajna financijska imovina	28.000,00	65.000,00	0,00	0,00	0,00
Potraživanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Odgođena porezna imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kratkotrajna imovina	10.384.000,00	8.316.000,00	8.703.000,00	7.419.000,00	7.356.000,00
Zalihe	5.834.000,00	5.059.000,00	5.265.000,00	4.672.000,00	4.166.000,00
Potraživanja	3.275.000,00	2.589.000,00	2.283.000,00	2.051.000,00	2.513.000,00
Kratkotrajna financijska imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Novac u banci i blagajni	1.276.000,00	668.000,00	1.155.000,00	696.000,00	677.000,00
Plaćeni troškovi budućeg razdoblja i obračunati prihodi	0,00	2.000,00	2.000,00	0,00	0,00
UKUPNO AKTIVA	13.007.000,00	10.820.000,00	11.293.000,00	10.235.000,00	10.276.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVA					
Kapital i rezerve	4.698.000,00	4.290.000,00	3.937.000,00	3.402.000,00	3.083.000,00
Temeljni kapital	900.000,00	900.000,00	900.000,00	900.000,00	900.000,00
Kapitalne rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Revalorizacijske rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zadržana dobit ili preneseni gubitak	3.387.000,00	3.037.000,00	2.502.000,00	2.153.000,00	2.077.000,00

Dobit ili gubitak poslovne godine	411.000,00	353.000,00	536.000,00	349.000,00	105.000,00
Rezerviranja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dugoročne obveze	2.183.000,00	2.029.000,00	2.351.000,00	2.846.000,00	2.630.000,00
Kratkoročne obveze	2.584.000,00	1.948.000,00	2.153.000,00	2.015.000,00	2.905.000,00
Odgodeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja	3.542.000,00	2.553.000,00	2.851.000,00	1.972.000,00	1.658.000,00
UKUPNO PASIVA	13.007.000,00	10.820.000,00	11.293.000,00	10.235.000,00	10.276.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: izrada autora

Prilog 8. Račun dobiti i gubitka Fraktura d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016
Poslovni prihodi	8.325.000,00	9.701.000,00	8.248.000,00	6.931.000,00	6.933.000,00
Poslovni rashodi	7.782.000,00	9.159.000,00	7.460.000,00	6.381.000,00	6.648.000,00
Financijski prihodi	4.000,00	7.000,00	21.000,00	1.000,00	22.000,00
Izvanredni prihodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Financijski rashodi	72.000,00	109.000,00	145.000,00	118.000,00	167.000,00
Izvanredni rashodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukupni prihodi	8.328.000,00	9.708.000,00	8.269.000,00	6.932.000,00	6.956.000,00
Ukupni rashodi	7.853.000,00	9.267.000,00	7.605.000,00	6.499.000,00	6.815.000,00
Dobiti ili gubitak prije oporezivanja	475.000,00	441.000,00	665.000,00	433.000,00	140.000,00
Porez na dobit	64.000,00	88.000,00	129.000,00	84.000,00	35.000,00
Dobit ili gubitak tekuće godine	411.000,00	353.000,00	536.000,00	349.000,00	105.000,00

Izvor: izrada autora

Prilog 9. Bilanca Filmerija d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016
AKTIVA					
Dugotrajna imovina	49.000,00	48.000,00	14.000,00	10.000,00	10.000,00
Nematerijalna imovina	23.000,00	11.000,00	4.000,00	0,00	0,00
Materijalna imovina	19.000,00	38.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Dugotrajna financijska imovina	8.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Potraživanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Odgodena porezna imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kratkotrajna imovina	84.000,00	83.000,00	527.000,00	39.000,00	29.000,00
Zalihe	0,00	17.000,00	0,00	15.000,00	0,00
Potraživanja	10.000,00	35.000,00	45.000,00	4.000,00	1.000,00
Kratkotrajna financijska imovina	17.000,00	17.000,00	29.000,00	9.000,00	0,00
Novac u banci i blagajni	58.000,00	13.000,00	453.000,00	11.000,00	27.000,00
Plaćeni troškovi budućeg razdoblja i obračunati prihodi	3.000,00	1.000,00	2.000,00	28.000,00	0,00
UKUPNO AKTIVA	136.000,00	132.000,00	543.000,00	76.000,00	38.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVA					
Kapital i rezerve	106.000,00	84.000,00	159.000,00	56.000,00	36.000,00
Temeljni kapital	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Kapitalne rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Revalorizacijske rezerve	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zadržana dobit ili preneseni gubitak	0,00	59.000,00	36.000,00	16.000,00	4.000,00
Dobit ili gubitak poslovne godine	86.000,00	5.000,00	103.000,00	20.000,00	12.000,00
Rezerviranja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dugoročne obveze	13.000,00	32.000,00	0,00	0,00	0,00
Kratkoročne obveze	17.000,00	17.000,00	23.000,00	8.000,00	2.000,00
Odgodeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja	0,00	0,00	361.000,00	12.000,00	0,00
UKUPNO PASIVA	136.000,00	132.000,00	543.000,00	76.000,00	38.000,00
Izvanbilančni zapisi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: izrada autora

Prilog 10. Račun dobiti i gubitka Filmerija d.o.o.

	2020	2019	2018	2017	2016
Poslovni prihodi	371.000,00	647.000,00	781.000,00	264.000,00	213.000,00
Poslovni rashodi	272.000,00	640.000,00	664.000,00	241.000,00	197.000,00
Financijski prihodi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	0,00	0,00
Izvanredni prihodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Financijski rashodi	2.000,00	1.000,00	0,00	0,00	0,00
Izvanredni rashodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukupni prihodi	372.000,00	648.000,00	782.000,00	264.000,00	213.000,00
Ukupni rashodi	273.000,00	641.000,00	664.000,00	241.000,00	197.000,00
Dobiti ili gubitak prije oporezivanja	98.000,00	7.000,00	118.000,00	23.000,00	16.000,00
Porez na dobit	12.000,00	2.000,00	15.000,00	3.000,00	4.000,00
Dobit ili gubitak tekuće godine	86.000,00	5.000,00	103.000,00	20.000,00	12.000,00

Izvor: izrada autora