



UNIVERZITET U BEOGRADU
Ekonomski fakultet

Naziv izveštaja:

Analiza ekonomskih efekata sektora muzičke industrije na ekonomiju Srbije

Naručilac:

Nacionalna platforma
Srbija stvara / Serbia Creates

Poštovane kolege,

Koristimo priliku da Vam se zahvalimo na poverenju i istrajnosti u procesu realizacije Projekta i kreiranja predmetne Analize, a koja se tiče analize ekonomskih efekata muzičke industrije u Republici Srbiji, za period 2018 – 2023. godine.

Verujemo da smo proizveli jedan ozbiljan dokument, koji će koristiti platformi Srbija Stvara, kao merodavan i metodološki jasno postavljan dokument, u daljim aktivnostima promocije važnosti i rezultata koji sektor muzičke industrije ostvaruje ostvaruje. Neophodno je napomenuti da je predmetna Analiza jedna od prvih ovog tipa u svetu, i kao takva predstavlja sjajnu osnovu u domenu mapiranja muzičke industrije kao važnog ekonomskog činioca nacionalnih ekonomija, kao i razumevanja lanca vrednosti u predmetnoj industriji.

Nacionalna platforma Srbija stvara je krovno, među resorno telo zaduženo za međunarodnu promociju Srbije kroz izvozni potencijal iz oblasti kreativnih industrija, turizma i ekonomije zasnovane na znanju. Platforma je deo šire inicijative predsednice Vlade Republike Srbije Ane Brnabić, i deluje kao nacionalni brend koji afirmiše vrednosti savremene države – kreativnost, inovativnost, znanje i talent. Srbija stvara je brend kojim se Srbija prikazuje kao autentična i kulturno raznolika zemlja, kreativnih i inovativnih ljudi.

Naučno-istraživački centar Ekonomskog fakulteta (NICEF) osnovan je 1974. godine. Do sada je preko NICEF-a realizovano preko 1.000 projekata. Sa bogatim iskustvom u obavljanju fundamentalnih i primenjenih istraživanja, NICEF je potpuno ospozobljen za kvalitetnu i, po osnovnim elementima (kvalitet, rokovi i cena), konkurentnu izradu konsultantskih projekata iz svih segmenata ekonomske nauke i biznisa, inovacionih kurseva, kompanijskih kurseva, konsultantskih usluga, savetovanja i sl.

Imajući u vidu prethodno navedeno, koristimo priliku da Vam predstavimo Finalni izveštaj..

Bilo je zadovoljstvo saradivati sa Vama i radujemo se novim saradnjama.

S poštovanjem,



Kovačević, dr Igor

Rukovodilac projekta

Vanredni profesor, Katedra za poslovnu ekonomiju i menadžment

igor.kovacevic@ekof.bg.ac.rs

Branislava Hristov Stančić

Član tima

Docent, Katedra za ekonomsku politiku i razvoj

© AUTORSKA PRAVA

Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu, 2024.

Sva prava su zadržana. Izveštaj sme da se koristi samo u potpunom izdanju, u formi u kojoj je predat. Ukoliko se delovi izveštaja koriste za potrebe prezentacija ili drugih oblika izveštavanja, neophodno je da bude naveden naziv ovog dokumenta kao izvor. Ovaj izveštaj se ne može preprodati, iznajmiti ili na drugi način sa njim raspolagati u smislu trgovine, u bilo kom digitalnom formatu ili štampanom uvezu ili sa bilo kojom naslovnom stranom koji ne odgovaraju originalnoj, bez prethodne saglasnosti Ekonomskog fakulteta.

Sadržaj

1. Metodologija istraživanja u procesu mapiranja i merenja uticaja na ekonomiju Srbije	4
1.1. Muzička industrija kao deo kreativnih industrija.....	4
1.2. Identifikacija delatnosti i lanca vrednosti muzičke industrije.....	7
1.3. Metodologija obračuna ključnih ekonomskih indikatora.....	9
2. Uticaj muzičke industrije na ekonomiju Srbije kroz analizu sekundarnih podataka	13
2.1. Metodološke napomene.....	13
2.2. Analiza zaposlenosti muzičke industrije	14
2.3. Analiza zarada u muzičkoj industriji	20
2.4. Broj i struktura privrednih subjekata u sektoru muzičke industrije	21
2.5. Doprinos delatnosti Udruženja u sektoru muzičke industrije	26
2.6. Doprinos delatnosti privatnog sektora muzičke industrije i učešće u BDP	31
3. Analiza uticaja muzičke industrije na ekonomiju Srbije kroz analizu primarnih podataka.....	35
3.1. Analiza zaposlenosti sektora kroz parametar FTE	35
3.2. Direktni fiskalni efekti na ekonomiju.....	37
3.3. Ukupno ostvareni promet (vrednost) muzičke industrije Srbije	38
3.4. Razumevanje ostalih aspekata tržišta muzičke industrije	38
Indirektni uticaj na ostale delatnosti (van muzičke industrije)	38
Predstavljanje muzičke industrije u Srbiji.....	39
Nivo obrazovanja i potreba za edukacijom	39
Prosečan profil „Izdavača“ u muzičkoj industriji	39
Prosečan profil „Festivala“ u muzičkoj industriji	40
Prosečan profil „Organizacija“ muzičke industrije	41
Pravna i regulativa tretiranja muzičke industrije.....	41
4. Preporuke daljeg razvoja muzičke industrije u Srbiji	42
Trenutna situacija	42
Preporuke daljeg razvoja	42
5. Reference	47

1. Metodolgija istraživanja u procesu mapiranja i merenja uticaja na ekonomiju Srbije

1.1. Muzička industrija kao deo kreativnih industrija

Muzička industrija, kao deo kreativnih industrija, kontinuirano balansira između kreativnosti i umetnosti sa jedne strane, i biznisa, sa druge strane. Iako se o muzičkoj industriji jako dugo diskutuje, i u akademskoj i u profesionalnoj javnosti, na globalnom nivou, kao ni u vodećim zemljama Evrope, poput Velike Britanije, ne postoji unificirana definicija i pristup razumevanja okvira (poslovnog i pravnog) koji omogućavaju mapiranje muzičke industrije, odnosno identifikaciju stejkholdera u odnosu na primarne i podržavajuće delatnosti muzičke industrije u okviru lanca vrednosti.

Ekonomisti, kreatori poslovnih politika i poslovnog okruženja klasifikuju industrije pomoću *Nomenklature statističkih aktivnosti ekonomске zajednice Evropske unije*, skraćeno NACE klasifikacija. NACE je akronim koji se koristi za označavanje različitih statističkih klasifikacija ekonomskih aktivnosti koje su razvijene od 1970. godine od strane Evropske unije i namenjen je kategorizaciji podataka koji se odnose na "statističke jedinice". Takođe, NACE klasifikacija je usklađena na nivou zemalja članica Ujedinjenih nacija, te se stoga može koristiti za upoređivanje gotovo svih ekonomija u svetu. Muzičku industriju nije jednostavno identifikovati u okviru NACE klasifikacije, jer većina šifara delatnosti koje se mogu dovesti u vezu sa muzikom uključuje i neke druge delatnosti, koje mogu a ne moraju biti vezane za muzičku industriju. Postojanje novih delatnosti baziranih na novim pristupima kreiranja i distribucije muzičkog sadržaja, čini da su delatnosti muzičke industrije često „skrivene“ iza već postojećih šifara, usled rigidnosti same NACE nomenklature. Izostanak „čistih“ grupa aktivnosti koje se odnose na muzičku industriju je jedan od razloga zašto postoje izvesna ograničenja u procesu merenje uticaja muzičke industrije na ekonomije zemalja (NACE Rev. 1, 1999).

U okviru NACE klasifikacije moguće je izdvojiti četiri segmenta muzičke industrije: izvođenje muzike (grupa 90), komponovanje muzike (grupa 90), snimanje zvuka (grupa 58) i muzičko obrazovanje (grupa 85). Muzička industrija, međutim, sa praktičnog aspekta obuhvata i prodaju i kupovinu snimaka, kao i pakete prava po osnovu kojih se stiču prihodi, kao i izvore prihoda samih kreatora muzike i muzičara, kao i po osnovu različitih drugih aktivnosti koje oni obavljaju, te i aktivnosti računovodstva, aktivnosti osoba/preduzetnika koji se brinu o umetnicima i repertoaru, promotivne timove, inženjere, producente, izdavačke kuće, najam opreme i slično (Sterne, 2014). U ovoj koncepciji, muzička industrija je šire definisana, i kao takva se pretežno odnosi na ostvarivanje ekonomskih efekata kroz monetizaciju muzičkih snimaka i ostvarivanje prava od istih.

Muzička industrija predstavlja skup različitih industrija i stoga bi ih tako trebalo i interpretirati (Nordgård, 2018). Definisanje muzičkih industrija podrazumeva identifikaciju i opisivanje

različitih sektora ili grana delatnosti koje čine širi entitet poznat kao muzička industrija. Postoje četiri jasno definisane industrije unutar muzičke industrije, a to su: industrija muzičkog izdavaštva, industrija snimanja, promotivna industrija i industrija koncertnih nastupa (Vikstrom 2009, 49–60). Nordgård (2018) smatra da muzičke industrije obuhvataju tri osnovne grane: snimanje muzike, licenciranje/izdavaštvo muzike i koncertne nastupe. Svaka od ovih industrija ili sektora se dalje može dodatno razložiti na podkategorije koje ističu različite delove lanaca vrednosti sa partnerima i funkcijama kanala. Međutim, ova grublja definicija precizira najvažnije aktivnosti koje direktno proizilaze iz stvaranja i izvođenja muzike. Svaka od ovih grana ima svoje specifičnosti, igra ključnu ulogu u celokupnom ekosistemu muzičke industrije i doprinosi formirajući i širenju muzičke kulture. Definisanje muzičkih industrija, takođe, uključuje identifikaciju veza između ovih segmenata, kao i njihovu interakciju unutar šireg konteksta savremenog muzičkog poslovanja.

U daljem tekstu autori predmetnog Istraživanja će koristiti termin muzička industrija, a pod tim terminom se podrazumeva veći broj industrija koje će biti identifikovane kao njen sastavni deo.

Muzička industrija je najvećim delom zasnovana na kreativnim poslovima, te je kao takva deo kreativnih industrija (World Bank, 2017). Interesovanje za kreativne industrije javlja se početkom '90-ih godina 20. veka kada je Australija navela termin „kreativne industrije“ u svom izveštaju pod nazivom „Kreativne nacije: Zajednička kulturna politika“ (eng. *Creative Nation: Commonwealth cultural policy*) (Moore, 2014). U naučnoj literaturi može se pronaći veći broj definicija kreativnih industrija. Caves (2000) ističe da kreativne industrije pružaju dobra i usluge koje imaju kulturnu, umetničku ili zabavnu vrednost. UNESCO se prilikom definisanja kreativnih industrija fokusira na njihov kulturni aspekt, ističući aktivnosti proizvodnje i distribucije nematerijalnog kulturnog sadržaja. Svetska organizacija za intelektualnu svojinu (eng. *World Intellectual Property Organization - WIPO*) ukazuje da kreativni sektor obuhvata industrije koje se zasnivaju na autorskim pravima, a koje imaju snažne komercijalne perspektive, dok UNCTAD plasira trgovinu u prvi plan i imenuje je osnovnim pokretačem kreativne ekonomije, ukazujući na potencijal rasta kreativnih sektora u zemljama u razvoju (Throsby, 2008a). Kao i u slučaju muzičke industrije i u slučaju kreativnih industrija postoje značajne teškoće prilikom njihovog preciznog definisanja. Odsustvo univerzalno prihvaćenog stava o tome koje industrije čine ovaj sektor, dovelo je do nastanka različitih pristupa, koji na različit način klasifikuju industrije koje njemu pripadaju. Odabir određenog pristupa utiče ne samo na identifikaciju delatnosti kreativnih industrija, već i određuju njihove uloge, što dalje utiče i na veličinu sektora kreativnih industrija. Modeli koji su se razvili na osnovu prethodno navedenih definicija kreativnih industrija, koriste se kako bi se kvantifikovala veličina i značaja ovog sektora (Throsby, 2008b). Kao što je ranije objašnjeno u izveštajima o kreativnim industrijama (2019, 2021), u naučnoj literaturi se ističu četiri osnovna modela (UNCTAD, 2004, 2008, 2010, Cruz and Teixeira, 2015): UK DCMS model, WIPO model autorskog prava (eng. *WIPO copyright model*), model simboličkih tekstova (eng. *Symbolic texts model*) i model koncentričnih krugova (eng. *Concentric circles model*). Prema svakom od ovih modela muzika predstavlja sastavni deo. Ne postoji jednoznačan zaključak o tome koji od razmatranih modela je superiorniji u odnosu na ostale, te izbor modela zavisi od potreba analize koja se sprovodi. Izbor modela tj. klasifikacija koja će se koristiti u istraživanju o kreativnim industrijama, predstavlja polazni korak u ovim istraživanjima. Sledeći metodologiju za

ekonomska ocenjivanja kreativnih industrija koju je izdalo britansko Ministarstvo za kulturu, medije i sport 2016. godine (DCMS, 2016), postoji 9 grupa kreativnih industrija, čiji se doprinos ispituje, a koje su, zajedno sa opisom delatnosti koje ih čine i odgovarajućim šiframa, prikazane u narednoj tabeli. Iz priložene tabele može se videti da je muzika jedna od ovih grupa.¹

Tabela 1. Kreativne industrije u skladu sa užom definicijom

Grupa kreativnih industrija	Delatnost	Šifra delatnosti
Oglašavanje i marketing	Delatnost komunikacija i odnosa s javnošću	70.21
	Delatnost reklamnih agencija	73.11
	Medijsko predstavljanje	73.12
Arhitektura	Arhitektonska delatnost	71.11
Zanatstvo	Proizvodnja nakita i srodnih predmeta	32.12
Dizajn	Specijalizovane dizajnerske delatnosti	74.10
Film, televizija, video, radio i fotografija	Proizvodnja kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa	59.11
	Delatnosti koje slede nakon faze snimanja u proizvodnji kinematografskih dela i televizijskog programa	59.12
	Distribucija kinematografskih dela, audio-vizuelnih dela i televizijskog programa	59.13
	Delatnost prikazivanja kinematografskih dela	59.14
	Emitovanje radio-programa	60.10
	Proizvodnja i emitovanje televizijskog programa	60.20
	Fotografske usluge	74.20
IT, softver i računarske usluge	Izdavanje računarskih igara	58.21
	Izdavanje ostalih softvera	58.29
	Računarsko programiranje	62.01
	Konsultantske delatnosti u oblasti informacione tehnologije	62.02
Izдаваštvo	Izdavanje knjiga	58.11
	Izdavanje imenika i adresara	58.12
	Izdavanje novina	58.13
	Izdavanje časopisa i periodičnih izdanja	58.14
	Ostala izdavačka delatnost	58.19
	Prevođenje i usluge tumača	74.30
Muzeji, galerije i biblioteke	Delatnosti biblioteka i arhiva	91.01
	Delatnost muzeja galerija i zbirk	91.02
Muzika i izvođačke i likovne umetnosti	Snimanje i izdavanje zvučnih zapisa i muzike	59.20
	Izvođačka umetnost	90.01
	Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	90.02
	Umetničko stvaralaštvo	90.03
	Rad umetničkih ustanova	90.04

Izvor: Analiza ekonomskih efekata sektora kreativnih industrija na ekonomiju Srbije (2019; 2021); DCMS (2016), Table 3, pp. 11; World Bank (2017);

¹ Više o kreativnim industrijama može se pročitati u okviru izveštaja Analiza ekonomskih efekata sektora kreativnih industrija na ekonomiju Srbije (2019; 2021).

1.2. Identifikacija delatnosti i lanca vrednosti muzičke industrije

Pristup muzičkoj industriji, kao sastavnom delu kreativne industrije, je polazna osnova za analizu i kvantifikovanje muzičke industrije u predmetnom Istraživanju. Ranija istraživanja (shodno Tabeli 1) su kao „primarne“ delatnosti muzičke industrije identifikovali grupu „Muzika i izvođačke i likovne umetnosti“, imajući u vidu da je ključni aspekt upravo bila kreativa i inovativnost ljudi u generisanju sadržaja konkretne grupe.

Ipak, pristup kroz samo pomenutu kategoriju bi ograničio predmetno istraživanje jer bi obuhvatio samo deo aktivnosti muzičke industrije u lancu vrednosti. Kako bi se prikazala kompleksnost muzičke industrije i uzele u obzir relevantne situacije na tržištu ponude i tražnje, te predstavio čitav lanac vrednosti, koncept se dalje produbljuje korišćenjem principa Porterovog lanca vrednosti (Porter, 2001). Na taj način kreiraju se metodološki uslovi da se maksimalno identifikuju i mapiraju delatnosti i stejkholderi, u okviru primarnih i podržavajući aktivnosti. Dalje, imajući u vidu istraživanje koje su sprovele ključne međunarodno priznate asocijacije iz oblasti muzike (European Music Exporters Exchange; European Commission's Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture; IFPI; i dr.), kao i na bazi sprovedenih intervjua sa stejkholerima muzičke industrije Srbije u procesu pripreme Istraživanja, uočeno je postojanje čitavog seta „novih“ delatnosti muzičke industrije koje nisu obuhvaćene standardnim klasifikacijama delatnosti. Polazeći od metodologije koji je gore navedena, izvršena je identifikacija i kategorizacija delatnosti lanca vrednosti muzičke industrije.

Tabela 2. Identifikacija i kategorizacija delatnosti muzičke industrije kroz lanac vrednosti

Primarne delatnosti u okviru muzičke industrije	Delatnosti podrške u okviru muzičke industrije
Aktivnosti agencija za organizaciju događaja (event agencije) i aktivnosti promotera	Aktivnosti distribucije muzičkog sadržaja na različitim medijima (internet, televizija, radio)
Aktivnosti organizacije festivala i koncerata i sličnih formi nastupa uživo	Proizvodnja, distribucija i emitovanje televizijskog, serijskog i filmskog programa, kao i reklama
Aktivnosti najma prostora za organizaciju događaja muzičke industrije	Pravni poslovi
Aktivnosti izdavaštva u muzičkoj industriji	Finansijsko-računovodstveni i revizorski poslovi
Aktivnosti najma opreme za organizaciju događaja u muzičkoj industriji	Ostale stručne, naučne i tehničke delatnosti
Aktivnosti prodaje karata za događaje muzičke industrije	Delatnost agencija za zapošljavanje
Aktivnosti prodaje muzičke opreme	Delatnosti sportskih objekata i usluge održavanja objekata
Aktivnosti stručnih udruženja i organizacija u muzičkoj industriji	Ostale zabavne i rekreativne delatnosti
Aktivnosti edukacije u muzici	Delatnost ostalih organizacija na bazi učlanjenja

Izvor: Autori istraživanja

Tabela 2 pokazuje jasno i apsolutno činjenično stanje aktivnosti u okviru muzičke industrije. Ipak, neophodno je u razmatranje dalje uzeti „ograničenje“ koje uvodi klasifikacija delatnosti prema važećoj KD 2010 klasifikaciji (sa šifrarnikom delatnosti), koja se primenjuje u Srbiji.

Imajući prethodno navedeno u vidu, Tabela 3 sadrži spisak svih delatnosti muzičke industrije, na bazi KD 2010 klasifikacije, ali i dalje razrađenu korišeњem pristupa lanca vrednosti. Na bazi

istraživanja literature i intervjuja, u fazi razrade metodologije, definisan je procenat učešća muzičke industrije u primarnim i podržavajućim aktivnostima. Procenat učešća muzičke industrije u primarnim i podržavajućim aktivnostima je bazirana na relevantnim koracima metodologije, ali moguće je da praksa pokaže određena odstupanja, što je ujedno i ograničenje ovog istraživanja.

Tabela 3. Delatnosti muzičke industrije u odnosu na KD 2010 klasifikaciju i lanac vrednosti

Delatnost	Šifra delatnosti	Kategorija prema Porterovom lancu vrednosti	Procena učešća muzičke industrije u strukturi aktivnosti**
Uumnožavanje snimljenih zapisa	18.20	Primarna delatnost	100%
Proizvodnja štampanih elektronskih ploča	26.12	Primarna delatnost	100%
Proizvodnja muzičkih instrumenata	32.20	Primarna delatnost	100%
Trgovina na malo audio i video opremom u specijalizovanim prodavnicama	47.43	Primarna delatnost	100%
Trgovina na malo muzičkim i video zapisima u specijalizovanim prodavnicama	47.63	Primarna delatnost	100%
Proizvodnja kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa	59.11	Primarna delatnost *	20%
Delatnosti koje slede nakon faze snimanja u proizvodnji kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa	59.12	Primarna delatnost *	20%
Distribucija kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa	59.13	Primarna delatnost *	5%
Snimanje i izdavanje zvučnih zapisa i muzike	59.20	Primarna delatnost	100%
Emitovanje radio programa	60.10	Delatnost podrške*	50%
Proizvodnja i emitovanje tv programa	60.20	Delatnost podrške*	5%
Pravni poslovi	69.10	Delatnost podrške*	2%
Računovodstveni, knjigovodstveni i revizorski poslovi; poresko savetovanje	69.20	Delatnost podrške*	2%
Ostale stručne, naučne i tehničke delatnosti	74.90	Delatnost podrške*	5%
Iznajmljivanje video-kaseta i kompakt-diskova	77.22	Primarna delatnost *	50%
Iznajmljivanje i lizing kancelarijskih mašina i kancelarijske opreme (uključujući računare)	77.33	Primarna delatnost *	50%
Lizing intelektualne svojine i sličnih proizvoda, autorskih dela i predmeta srodnih prava	77.40	Primarna delatnost *	25%
Delatnost agencija za zapošljavanje	78.10	Delatnost podrške*	5%
Ostale usluge rezervacije i delatnosti povezane s njima	79.90	Primarna aktivnosti*	50%
Usluge održavanja objekta	81.10	Delatnost podrške*	25%
Umetničko obrazovanje	85.52	Primarna aktivnosti*	35%
Izvođačka umetnost	90.01	Primarna delatnost	100%
Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	90.02	Primarna delatnost	100%
Umetničko stvaralaštvo	90.03	Primarna delatnost *	25%
Rad umetničkih ustanova	90.04	Primarna delatnost *	35%
Delatnost sportskih objekata	93.11	Primarna delatnost *	25%
Ostale zabavne i rekreativne delatnosti	93.29	Delatnost podrške*	25%
Delatnost strukovnih udruženja	94.12	Primarna delatnost *	5%

Delatnost ostalih organizacija na bazi učlanjenja	94.99	Primarna delatnost *	5%
---	-------	----------------------	----

Izvor: Autori istraživanja

Napomena: Delatnosti, kako primarne tako i podržavajuće, koja su označene sa zvezdicom (*) obuhvataju širi spektar aktivnosti od muzičke industrije, odnosno aktivnosti muzičke industrije su samo jedna od industrija koje obavljaju slične/povezane aktivnosti, ali nisu direktno povezane sa delatnotnošću. Procena učešća muzičke industrije u strukturi aktivnosti je data na ekspertskom nivou, nakon konsultacija i vođenih intervjua sa predstvincima muzičke industrije;

1.3. Metodologija obračuna ključnih ekonomskih indikatora

Vrednovanje industrije može se vršiti na osnovu različitih ekonomskih parametra, a jedan od najčešće korišćenih pokazatelja je bruto dodata vrednost, te će se jedan deo ovog istraživanja zasnivati na analizi ovog pokazatelja. Bruto dodata vrednost (BDV) je makroekonomski agregat koji predstavlja razliku između ukupne vrednosti proizvodnje i troškova međufazne potrošnje. Međufazna potrošnja obuhvata troškove materijala, proizvodnih i neproizvodnih usluga, ali bez troškova zarada zaposlenih radnika i bez amortizacije. Kada se na BDV dodaju porezi na proizvode i oduzmu subvencije na proizvode dobija se bruto domaći proizvod (BDP) prema proizvodnom metodu. Učešće BDV-a muzičke industrije u BDP-u i ukupnoj BDV ukazuju na relativan značaj ove industrije, tj. pokazuje koliki je njen doprinos ukupnoj ekonomiji Srbije. Poređenjem ovih učešća sa učešćima drugih delatnosti dobijamo informaciju koliki je relativni značaj muzičke industrije u odnosu na značaj tih drugih delatnosti. Osnovni izvor podataka su podaci iz bilansa stanja, bilansa uspeha, izveštaja o tokovima gotovine, izveštaja o promenama na kapitalu i statističkog izveštaja. Statistički izveštaj je najvažniji izvor podataka. U narednim tabelama su date AOP kategorije koje se koriste za izračunavanje proizvodnje i međufazne potrošnje do 2021. i od 2021. godine, kako je u 2021. godini došlo do izmene u bilansnim šemama i pratećim AOP kategorijama te i formulama za izračunavanje BDV.²

Tabela 4. AOP kategorije koje su potrebne za izračunavanje bruto dodate vrednosti na nivou preduzeća do 2021. godine

Šifra AOP	Naziv	Znak
1002	Prihodi od prodaje robe	+
1009	Prihodi od prodaje proizvoda i usluga	+
1020	Prihodi od aktiviranja učinaka i robe	+
1021	Povećanje vrednosti zaliha nedovršenih i gotovih proizvoda i nedovršenih usluga	+
1022	Smanjenje vrednosti zaliha nedovršenih i gotovih proizvoda i nedovršenih usluga	-
1017	Drugi poslovni prihodi	+
1019	Nabavna vrednost prodane robe	-
9078	Prihodi od zakupnina za zemljište	-
	Vrednost proizvodnje = 1002+1009+1020+1021-1022+1017-1019-9078	
1023	Troškovi materijala	+
1024	Troškovi goriva i energije	+
1026	Troškovi proizvodnih usluga	+
1029	Nematerijalni troškovi	+
9056	Troškove naknade fizičkim licima (bruto) po osnovu ugovora	+
9057	Troškovi naknade fizičkim licima (bruto) po osnovu ugovora	+
9065	Troškovi poreza	-

² Ovakva metodologija obračuna korišćena je i u prethodnim istraživanjima što se može videte u ranije pomenutim izveštajima o kreativnim industrijama iz 2019. i 2021. godine.

9066	Troškovi doprinosa	-
9060	Troškovi zakupnina zemljišta	-
	Međufazna potrošnja =1023+1024+1026+1029+9056+9057-9065-9066-9060	

Tabela 5. AOP kategorije koje su potrebne za izračunavanje bruto dodate vrednosti na nivou preduzeća od 2021. godine

Šifra AOP	Naziv	Znak
1002	Prihodi od prodaje robe	+
1005	Prihodi od prodaje proizvoda i usluga	+
1011	Ostali poslovni prihodi	+
1014	Nabavna vrednost prodane robe	-
9109	Prihodi od zakupnina zemljišta	-
1008	Prihodi od aktiviranja učinaka i robe	+
1009	Povećanje vrednosti zaliha nedovršenih i gotovih proizvoda	+
1010	Smanjenje vrednosti zaliha nedovršenih i gotovih proizvoda	-
9106	Prihodi od premija, subvencija, dotacija, regresa, kompenzacije i povraćaja poreskih dažbina	-
9107	Prihodi po osnovu uslovljenih donacija	-
	Vrednost proizvodnje = 1002+1005+1011-1014-9109+1008+1009-1010-9106-9107	
1015	Troškovi materijala, goriva i energije	+
1022	Troškovi proizvodnih usluga	+
1024	Nematerijalni troškovi	+
9090	Troškovi zakupnina zemljišta	-
9095	Troškove poreza i naknada	-
9096	Troškovi doprinosa	-
9082	Troškovi naknada fizičkim licima (bruto) po osnovu ugovora	+
9084	Troškovi naknada direktoru, odnosno članovima upravljanja i nadzora	+
9085	Troškovi angažovanja zaposlenih preko agencija i zadruga	+
	Međufazna potrošnja =1015+1022+1024-9090-9095-9096+9082+9084+9085	

Metodološko objašnjenje za obračun BDV-a se nalazi u publikaciji RZS-a „Metodologija obračuna bruto domaćeg proizvoda, izvori i metodi“ (2018). Međutim, u ovoj publikaciji su navedene samo osnovne kategorije koje ulaze u obračun, te su istraživači u nekoliko prethodnih istraživanja obavili konsultacije sa RZS-om dobijena kako bi dobili preciznija objašnjenja koje AOP kategorije su neophodne za obračun BDV-a. Gore navedeni obračun važi za nefinansijska inkorporisana preduzeća tj. za privredna društva. Za preduzeća u državnom sektoru nije moguće izračunati BDV na nivou preduzeća, niti zbirno za državna preduzeća na nivou delatnosti, već je jedino moguće obračunati BDV za ceo institucionalni sektor države. Stav autora predmetnog Istraživanja je da bi svako odstupanje od zvanične metodologije RZS-a, koja je usklađena sa ESA 2010 (metodologijom EU), dalo iskrivljenu sliku.

Prilikom izračunavanja makroekonomskih agregata za preduzetnike i samozaposlena lica, istraživači i statističari imaju brojne probleme koji onemogućavaju da se precizno izračunaju osnovni agregati. Razlozi su visoka frekvencija gašenja i osnivanja preduzetničkih radnji, nestabilnost u pogledu osnovne delatnosti i zapošljavanja, kao i visok nivo sive ekonomije. Takođe, preduzetnike i samozaposlena lica karakteriše niska stopa odgovara u anketama. Kvalitet podataka o preduzetnicima i samozaposlenim licima je veoma nizak. Takođe, dodatan problem

predstavlja i činjenica da lična imovina preduzetnika i poslovna imovina preduzetnika nisu razdvojene. Pored svih navedenih problema, verovatno je najveće ograničenje nepostojanje obaveza vođenja dvojnog knjigovodstva i detaljnih finansijskih izveštaja. RZS kombinacijom različitih metoda i uz pomoć brojnih usklađivanja procenjuje BDV za preduzetnike. Obračun ovih vrednosti, međutim, je dostupan samo na dvocifrenom nivou delatnosti.³

Na osnovu konsultacija sa RZS-om, jednini način izračunavanja BDV za preduzetnike na četvorocifrenom nivou delatnosti, koji je u ovom slučaju neophodan, je primenom sledeće aproksimacije koja je objašnjena u nastavku:

- BDV za preduzetnike na dvocifrenom i jednocifrenom nivou delatnosti ćemo podeliti sa zbirom broja preduzetnika i broja zaposlenih lica kod preduzetnika u navedenoj delatnosti. Tako smo dobili BDV po zaposlenom licu u svakoj delatnosti za preduzetnike na dvocifrenom i jednocifrenom nivou. Kada taj odnos pomnožimo sa zbirom broja preduzetnika i broja zaposlenih kod preduzetnika u svakoj delatnosti na četvorocifrenom nivou, dobićemo vrednost BDV-a za preduzetnike na četvorocifrenom nivou delatnosti. Iako je ova aproksimacija prilično uopštena, ovo je jedini metod koji je moguće primeniti na osnovu dostupnih podataka.

Kako muzička industrija pored privrednih društava i preduzetnika, obuhvata udruženja i ustanove kulture, bitno je oceniti i njihov doprinos ekonomiji Srbije. U razgovoru sa predstavnikom Agencije za privredne registre (APR), dobijena je informacije da pored registra privrednih društava, postoje registri udruženja, kao i registri ustanova kulture.⁴ Registar ustanova kulture otpočeo je sa radom tokom 2022. godine, tako da analiza ovih podataka nije od značaja za predmetno istraživanje. Registar udruženja obuhvata veći broj udruženja koja obavljaju različite delatnosti, a na osnovu šifara delatnosti koje su identifikovane kao deo muzičke industrije (tabela3), određena su udruženja muzičke industrije. Kako ova udruženja nemaju iste bilansne šeme kao privredna društva, obavljena je konsultacija sa RZS-om i dobijeno je pojašnjenje koje AOP kategorije ulaze u obračun BDV-a. Kao i u slučaju privrednih društava, i u slučaju udruženja, od 2021. godine došlo je promene u bilansnim šemama, pa kao i u prethodnom slučaju, postoje dve formule za obračun BDV-a, koje su date u tabelama 6 i 7.⁵

Tabela 6. AOP kategorije koje su potrebne za izračunavanje bruto dodate vrednosti na nivou udruženja do 2021. godine

Šifra AOP	Naziv	Znak
1002	Prihodi od prodaje robe, proizvoda i usluga	+
1006	Prihodi od nefinansijske imovine	+
1008	Nabavna vrednost prodate robe	-
9035	Prihodi od zakupnina za zemljište	-
1009	Prihodi od aktiviranja robe, proizvoda i usluga	+
1010	Povećanje vrednosti zaliha nedovršenih i gotovih proizvoda i nedovršenih usluga	+
1011	Smanjenje vrednosti zaliha nedovršenih i gotovih proizvoda i nedovršenih usluga	-

³ Videti RZS, (2018), „Metodologija obračuna bruto domaćeg proizvoda, izvori i metodi“ za metodologiju. Videti izveštaje o preduzetnicima u periodu od 2018-2022- primer „Preduzetnici u Republici Srbiji 2018“, radni dokument, za podatke za BDV i broj zaposlenih za preduzetnike.

⁴ Autori su zahvalni APR-u na stručnoj pomoći.

⁵ Autori su zahvalni RZS-u na stručnoj pomoći.

	Vrednost proizvodnje = $1002+1006-1008-9035+1009+1010-1011$	
1012	Troškovi materijala i energije	+
1014	Troškovi proizvodnih usluga	+
1018	Nematerijalni troškovi	+
9017	Troškovi zakupnina zemljišta	-
9022	Troškovi poreza	-
9023	Troškovi doprinosa	-
9014	Troškovi naknada fizičkim licima (bruto) po osnovu ugovora	+
	Međufazna potrošnja = $1012+1014+1018-9017-9022-9023+9014$	

Tabela 7. AOP kategorije koje su potrebne za izračunavanje bruto dodate vrednosti na nivou udruženja od 2021. godine

Šifra AOP	Naziv	Znak
1002	Prihodi od prodaje robe	+
1006	Prihodi od nefinansijske imovine	+
1011	Nabavna vrednost prodate robe	-
9086	Prihodi od zakupnina za zemljište	-
1009	Prihodi od aktiviranja robe, proizvoda i usluga	+
1007	Povećanje vrednosti zaliha učinaka	+
1008	Smanjenje vrednosti zaliha učinaka	-
	Vrednost proizvodnje = $1002+1006-1011-9086+1009+1007-1008$	
1012	Troškovi materijala i energije	+
1014	Troškovi proizvodnih usluga	+
1018	Nematerijalni troškovi	+
9060	Troškovi zakupnina zemljišta	-
9061	Troškovi istraživanja i razvoja	-
9065	Troškovi poreza i naknada	-
9066	Troškovi doprinosa	-
9052	Troškove naknada fizičkim licima (bruto) po osnovu ugovora	+
9054	Troškovi naknada direktoru, odnosno članovima upravljanja i nadzora	+
9055	Troškovi angažovanja zaposlenih preko agencija i zadruga	+
	Međufazna potrošnja = $1012+1014+1018-9060-9061-9065-9066+9052+9054+9055$	

2. Uticaj muzičke industrije na ekonomiju Srbije kroz analizu sekundarnih podataka

2.1. Metodološke napomene

Analiza zaposlenosti u muzičkoj industriji vršiće se na četvorocifrenom nivou delatnosti prema karakteristikama lica kao što su starost, pol i obrazovni nivo. Radi pravilnog tumačenja i interpretiranja podataka o zaposlenosti, pre rezultata analize navećemo bitne metodološke napomene. Za analizu zaposlenosti u muzičkoj industriji potrebni su podaci o broju zaposlenih lica na četvorocifrenom nivou delatnosti. Da bi se stekao detaljniji uvid u karakteristike zaposlenih lica, neophodni su podaci o broju zaposlenih prema polu, starosti i obrazovnom nivou takođe na četvorocifrenom nivou delatnosti. Istraživanje o registrovanoj zaposlenosti je zasnovano na kombinovanju podataka Centralnog registra obaveznog socijalnog osiguranja (CROSO) i Statističkog poslovnog registra. Pod pojmom zaposleni podrazumevaju se lica koja imaju formalno pravni ugovor o zaposlenju, odnosno zasnovani radni odnos sa poslodavcem na određeno ili neodređeno vreme i lica koja rade van radnog odnosa, na osnovu ugovora o delu ili na osnovu ugovora o obavljanju privremenih i povremenih poslova, lica koja obavljuju samostalne delatnosti ili su osnivači privrednih društava ili preduzetničkih radnji, kao i lica koja obavljuju poljoprivredne delatnosti, a nalaze se na evidenciji CROSO. Iako registrovana zaposlenost obuhvata i registrovane individualne poljoprivrednike, njihov broj nećemo uključivati u ukupnu zaposlenost prilikom poređenja broja zaposlenih muzičke industrije i ukupne zaposlenosti. Podaci su prikazani prema pretežnoj delatnosti poslovnog subjekta, a ne prema delatnosti poslovnih jedinica, što je prema metodologiji istraživanja o registrovanoj zaposlenosti, tako da podaci nisu uporedivi sa zvaničnim statističkim podacima koji se objavljuju u okviru pomenutog istraživanja. Nije moguće obezbediti podatke prema delatnosti lokalnih jedinica koji podrazumevaju ukrštanje delatnosti i ličnih karakteristika zaposlenih, jer se delatnosti lokalne jedinice dobijaju na osnovu istraživanja o lokalnim jedinicama, odnosno broj zaposlenih iz CROSO se distribuira prema tzv. čistoj delatnosti na osnovu struktura koje su formirane prema podacima iz pomenutog istraživanja. Godišnji prosek broja zaposlenih predstavlja prosek stanja svih 12 meseci. Kao posledica zaokruživanja i izračunavanja prosečnog broja zaposlenih korišćenjem aritmetičke sredine mogu se javiti neznatna neslaganja u sumarima na različitim nivoima agregiranja. Istraživanje o zaradama, zasnovano je na podacima iz obrasca Poreske prijave za porez po odbitku (obrazac PPP-PD). U istraživanju o zaradama (u skladu sa Zakonom o radu i Zakonom o porezu na dohodak građana) pod zaradom se podrazumevaju sve isplate zaposlenima na koje se plaćaju pripadajući porezi i doprinosi.

Važno je napomenuti da registrovana zaposlenost obuhvata sva lica koja su osigurana u CROSO po osnovu obavljanja samostalnih delatnosti, a da pri tom nisu registrovana u APR-u kao privredna društva ili preduzetnici. Ukoliko su registrovani u Udruženju i prijavljeni u CROSO po osnovu obavljanja samostalnih delatnosti tj. uplaćuju sami sebi dorinose po tom osnovu, oni su obuhvaćeni CROSO evidencijom. Međutim, ova lica nisu obuhvaćena statistikom zarada, jer oni ne podnose PPP-PD obrazac, već se uglavnom paušalno oporezuju.

2.2. Analiza zaposlenosti muzičke industrije

Broj zaposlenih lica u muzičkoj industriji u 2018. godini iznosio je 11.257 dok je 2022. godine broj zaposlenih porastao na 14.951. Na osnovu tabele 8, može se videti da je dominantno učešće zaposlenih u primarnim delatnostima u strukturi zaposlenih u muzičkoj industriji Srbije tokom čitavog perioda posmatranja. Tokom ovih pet godina ta struktura se dodatno menja u korist zaposlenih u primarnim delatnostima, pa je njihovo učešće u ukupnoj zaposlenosti u muzičkoj industriji poraslo sa 74% u 2018. godini na 79% u 2022. godini. Međutim, učešće zaposlenosti kako u primarnim, tako i u delatnostima podrške, pa samim tim i učešće čitave muzičke industrije u ukupnoj zaposlenosti je u posmatranom periodu manje od 1%, što ukazuje na činjenicu da je veoma mali broj ljudi registrovan kao zaposlen u ovoj industriji.

Tabela 8. Zaposlenost u muzičkoj industriji, broj i učešće, 2018-2012.

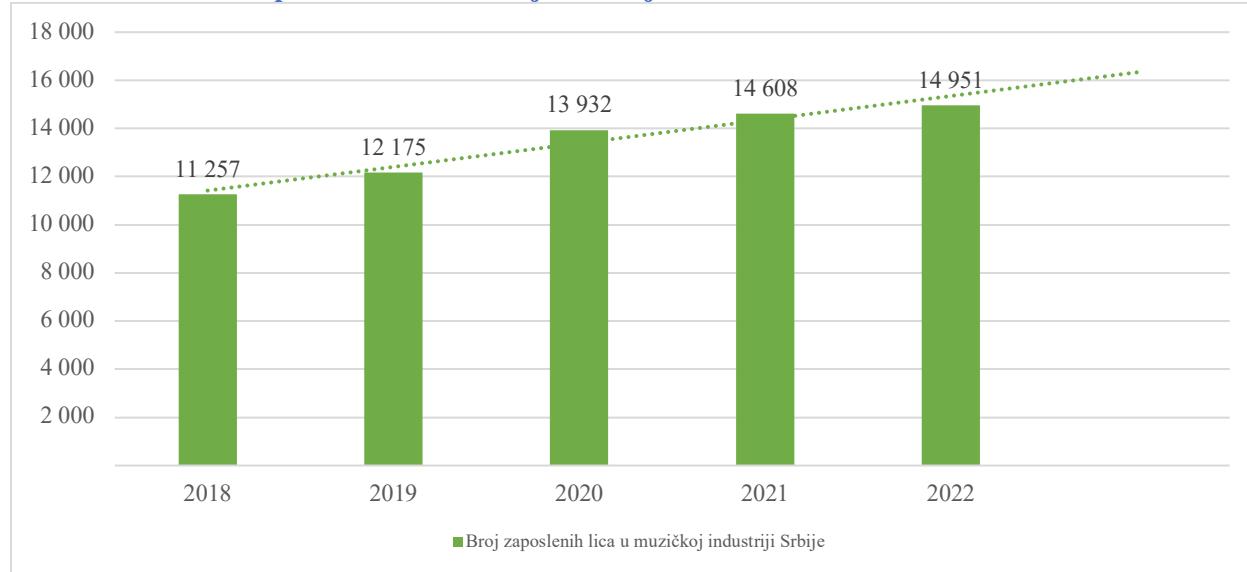
	2018	2019	2020	2021	2022
Broj zaposlenih lica u muzičkoj industriji	11.257	12.175	13.932	14.608	14.951
Broj zaposlenih u primarnim delatnostima	8.328	9.038	10.865	11.570	11.843
Broj zaposlenih u delatnostima podrške	2.929	3.137	3.067	3.038	3.108
<i>Ukupan broj zaposlenih u Srbiji</i>	<i>2.052.546</i>	<i>2.101.267</i>	<i>2.149.099</i>	<i>2.212.631</i>	<i>2.253.473</i>
Učešće u ukupnoj zaposlenosti	0,55%	0,58%	0,65%	0,68%	0,66%
Učešće zaposlenih u primarnim delatnostima u ukupnoj zaposlenosti	0,41%	0,43%	0,51%	0,55%	0,53%
Učešće zaposlenih u delatnostima podrške u ukupnoj zaposlenosti	0,14%	0,15%	0,14%	0,13%	0,13%

Izvor: Proračun autora na podacima RZS

Napomena: Ukupan broj zaposlenih je prema podacima CROSO bez registrovanih individualnih poljoprivrednika.

Analiza trenda zaposlenih u muzičkoj industriji, kao što je predstavljeno na Grafikonu 1, jasno indikuje da je došlo do porasta broja zaposlenih u muzičkoj industriji Srbije. Ovaj rast je bio stabilan tokom posmatranog petogodišnjeg perioda. Zanimljivo je da čak ni u periodu krize od 2019-2021. godine izazvane pandemijom *Covid-19* virusa nije došlo do pada broja zaposlenih lica. Relativan rast ukupne zaposlenosti u muzičkoj industriji Srbije 2022. godini u odnosu na 2018. godinu iznosio je 33%, što potvrđuje i rast učešća u ukupnoj zaposlenosti sa 0,55% na 0,66%.

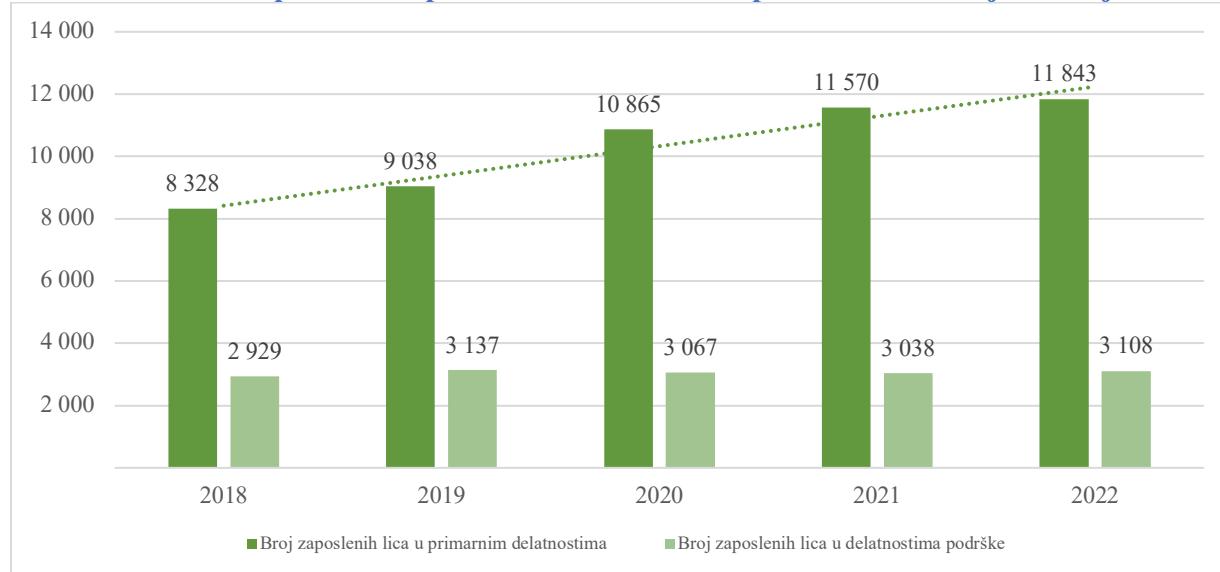
Grafikon 1. Trend zaposlenosti u muzičkoj industriji



Izvor: Proračun autora na podacima RZS.

Posmatrajući trend kretanja zaposlenih u primarnim delatnostima, vidimo da je on bio pozitivan, tj. da je zaposlenost kontinuirano rasla kao što je to slučaj i sa ukupnim brojem zaposlenih (grafikon 2). Međutim, broj zaposlenih u delatnostima podrške je u 2020. i 2021. godini opao, da bi u 2022. godine došlo do rasta, ali nedovoljno da se dostigne broj zaposlenih iz 2019. godine.

Grafikon 2. Trend zaposlenosti u primarnim i delatnostima podrške u muzičkoj industriji



Izvor: Proračun autora na podacima RZS.

Tabela 9. Zaposlenost po delatnostima muzičke industrije Srbije, broj i učešće, 2018-2012.

Naziv delatnosti	Apsolutan broj zaposlenih					% učešće u broju zaposlenih				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Primarne delatnosti										
Izvođačka umetnost	4.264	4.453	4.647	4.696	4.785	38%	37%	33%	32%	32%
Trgovina na malo audio i video opremom u specijalizovanim prodavnicama	178	494	2.047	2.555	2.345	2%	4%	15%	17%	16%
Rad umetničkih ustanova	1.021	1.037	1.037	1.043	1.056	9%	9%	7%	7%	7%
Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	446	551	589	614	791	4%	5%	4%	4%	5%
Delatnost sportskih objekata	732	676	618	611	634	7%	6%	4%	4%	4%
Proizvodnja kinematografskih dela, auditivnih proizvoda i televizijskog programa	356	388	448	532	590	3%	3%	3%	4%	4%
Delatnost ostalih organizacija na bazi učlanjenja	394	403	403	402	413	4%	3%	3%	3%	3%
Umetničko stvaralaštvo	403	395	379	386	403	4%	3%	3%	3%	3%
Snimanje i izdavanje zvučnih zapisa i muzike	246	231	237	259	280	2%	2%	2%	2%	2%
Proizvodnja štampanih elektronskih ploča	4	82	96	106	163	0%	1%	1%	1%	1%
Ostale usluge rezervacije i delatnosti povezane s njima	88	106	106	98	111	1%	1%	1%	1%	1%
Umetničko obrazovanje	26	24	46	53	57	0%	0%	0%	0%	0%
Delatnosti koje slede nakon faze snimanja u proizvodnji kinematografskih dela, auditivnih proizvoda i televizijskog programa	29	33	37	47	56	0%	0%	0%	0%	0%
Delatnost strukovnih udruženja	42	42	41	40	42	0%	0%	0%	0%	0%
Umnожavanje snimljenih zapisa	53	56	54	49	34	0%	0%	0%	0%	0%
Proizvodnja muzičkih instrumenata	19	22	22	23	29	0%	0%	0%	0%	0%
Trgovina na malo muzičkim i video zapisima u specijalizovanim prodavnicama	3	17	23	21	21	0%	0%	0%	0%	0%
Iznajmljivanje i lizing kancelarijskih mašina i kancelarijske opreme (uključujući računare)	17	21	23	21	18	0%	0%	0%	0%	0%
Distribucija kinematografskih dela, auditivnih proizvoda i televizijskog programa	6	6	7	7	9	0%	0%	0%	0%	0%
Lizing intelektualne svojine i sličnih proizvoda, autorskih dela i predmeta srodnih prava	1	1	5	6	8	0%	0%	0%	0%	0%

Iznajmljivanje video-kaseta i kompakt-diskova	1	2	1	1	1	0%	0%	0%	0%	0%
Ukupno primarne delatnosti	8.327	9.038	10.865	11.570	11.843	74%	74%	78%	79%	79%
Podržavajuće delatnosti										
Usluge održavanja objekta	727	890	1 124	1 165	1 199	6%	7%	8%	8%	8%
Proizvodanja i emitovanje tv programa	375	376	388	400	411	3%	3%	3%	3%	3%
Računovodstveni, knjigovodstveni i revizorski poslovi; poresko savetovanje	331	334	350	355	356	3%	3%	3%	2%	2%
Ostale zabavne i rekreativne delatnosti	384	415	397	335	354	3%	3%	3%	2%	2%
Pravni poslovi	243	242	269	295	309	2%	2%	2%	2%	2%
Emitovanje radio programa	353	318	323	295	280	3%	3%	2%	2%	2%
Ostale stručne, naučne i tehničke delatnosti	88	91	128	145	150	1%	1%	1%	1%	1%
Delatnost agencija za zapošljavanje	427	472	90	49	50	4%	4%	1%	0%	0%
Ukupno podržavajuće delatnosti	2.929	3.137	3.067	3.038	3.108	26%	26%	22%	21%	21%
Ukupna zaposlenost u svim industrijama muzičke delatnosti	11.257	12.175	13.932	14.608	14.951	100%	100%	100%	100%	100%

Izvor: Proračun autora na podacima RZS

U tabeli 9 prikazana je struktura zaposlenosti u primarnim i podržavajućim aktivnostima. Posmatrano prema delatnostima (kada se kao filter postavi učešće u broju zaposlenih u muzičkoj industriji od preko 5%), najveći broj zaposlenih u primarnim delatnostima je u izvođačkoj umetnosti, trgovini na malo audio i video opremom u specijalizovanim prodavnicama, umetničkim ustanovama i drugim umetničkim delatnostima u okviru izvođačke umetnosti. Iako je u proizvodnji štampanih elektronskih ploča zaposleno tek nešto više od 1% ukupno zaposlenih u muzičkoj 2022. godini u ovoj delatnosti je zabeležen ubedljivo najveći rast broja zaposlenih od 98% u 2022. godini u odnosu na 2018. godinu. Visok rast broja zaposlenih u istom posmatranom periodu zabeležen je i u delatnosti trgovine na malo audio i video opremom u specijalizovanim prodavnicama od 92%. Sve ostale delatnosti imale su dosta umerenije promene u broju zaposlenih tokom ovog petogodišnjeg perioda.

Ukoliko posmatramo zaposlenost u podržavajućim delatnostima, najveće učešće u ukupnoj zaposlenosti u muzičkoj industriji ima delatnost održavanja objekata (8%), dok je u svim ostalim podržavajućim delatnostima procenat zaposlenosti ispod 5%.

Kao što je već istaknuto, struktura zaposlenih u primarnim i podržavajućim aktivnostima se menja u periodu od 2018-2022. godine u korist zaposlenih u primarnim delatnostima, kako je ona porasla sa 74% u 2018. na 79% u 2022. godini.

Tabela 10: Zaposlenost prema starosnim intervalima u muzičkoj industriji Srbije (učešće u %)

Starosni intervali (od – do godina)	2018	2019	2020	2021	2022
15-19	0,36 %	0,41 %	0,48 %	0,49 %	0,45 %
20-24	3,39 %	3,93 %	4,39 %	4,50 %	4,36 %
25-29	9,28 %	9,12 %	10,01 %	10,36 %	10,27 %
30-34	13,74 %	13,12 %	13,54 %	12,96 %	12,63 %
35-39	14,91 %	14,72 %	15,01 %	14,78 %	14,18 %
40-44	15,42 %	15,00 %	14,59 %	14,10 %	13,95 %
45-49	12,98 %	13,44 %	13,25 %	13,55 %	13,68 %
50-54	11,20 %	11,13 %	10,24 %	10,34 %	10,98 %
55-59	10,39 %	10,51 %	9,85 %	9,90 %	9,75 %
60-64	6,09 %	6,28 %	6,26 %	6,75 %	7,14 %
65+	2,20 %	2,31 %	2,35 %	2,22 %	2,57 %
Nepoznato	0,03 %	0,03 %	0,04 %	0,04 %	0,04 %
Ukupno %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Izvor: Proračun autora na podacima RZS

Posmatrano prema starosnim intervalima, vidimo da su lica srednjih godina (35-39 i 40-44 godina) najviše zastupljena u ukupnoj zaposlenosti muzičke industrije. U 2018. i 2019. godini najveće učešće imaju lica starosti 40-44 godine, 15,42% i 15%, dok u naredne tri godine najveće učešće imaju lica starosti 35-39 godina, 15,01%, 14,78% i 14,18%. Najmanje učešće imaju mladi starosti 15-24, kao i lica 65+. Odnosno, lica 30-49 godina čine oko 55% svih zaposlenih u sektoru muzičke industrije, a u 2022. godini taj procenat je 54,44%.

Tabela 11. Zaposlenost prema polu u muzičkoj industriji Srbije (broj i učešće)

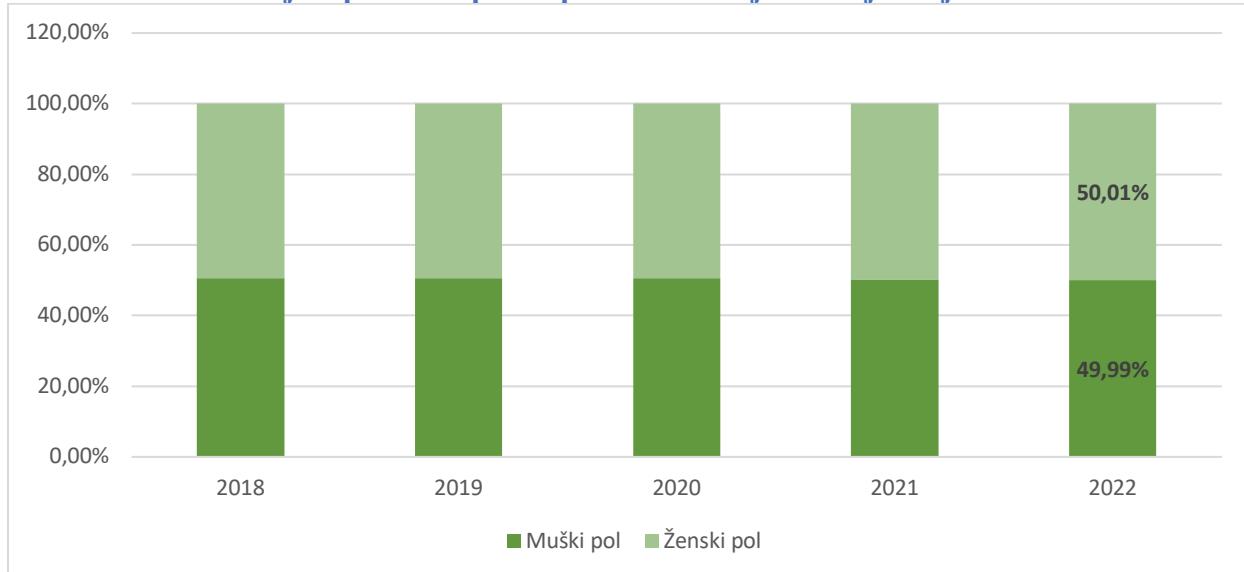
	Pol	Broj	Učešće
2018	Muški pol	5.704	50,66%
	Ženski pol	5.555	49,34%
	Ukupno	11.259	100%
2019	Muški pol	6.159	50,58%
	Ženski pol	6.017	49,42%
	Ukupno	12.175	100%
2020	Muški pol	7.059	50,67%
	Ženski pol	6.873	49,33%
	Ukupno	13.932	100%
2021	Muški pol	7.329	50,16%
	Ženski pol	7.282	49,84%
	Ukupno	14.610	100%

2022	Muški pol	7.474	49,99%
	Ženski pol	7.478	50,01%
	Ukupno	14.952	100%

Izvor: Proračun autora na podacima RZS

Posmatrano prema polu, postoji vrlo ujednačena struktura učešća muškaraca i žena u ukupnoj zaposlenosti u muzičkoj industriji. U periodu od 2018-2021. godine ova struktura je u korist muškaraca, kako je njihovo učešće nešto više od 50%, dok u 2022. godini učešće muškaraca pada tik ispod 50%, što se može videti iz tebele 11 i grafikona 3.

Grafikon 3: Distribucija zaposlenosti prema polu u muzičkoj industriji Srbije



Izvor: Proračun autora na podacima RZS.

Zaposlenost prema obrazovnom nivou ne može biti precizno analizirana, kako je ova analiza nepotpuna, jer za veliki broj zaposlenih nemamo informaciju o nivou obrazovanja. U 2018. godini, učešće broja zaposlenih bez informacija o obrazovnom nivou je čak 20,55% (Tabela 12). Dobar znak je što ovaj procenat tokom posmatranog petogodišnjeg perioda opada i u 2022. godini je iznosio 15,35%. Struktura zaposlenosti prema obrazovnom nivou se poboljšala u posmatranom periodu, pa je u 2018. godini učešće visoko obrazovanih (nivo 6–8) na 27,23%%, dok je u 2022. godini iznosilo 29,79%. Vidimo da se učešće nisko obrazovanih (bez škole, nivo 1 i 2) u posmatranom periodu smanjilo, pa je sa 8,93% koliko je iznosilo u 2018. godini palo na 7,27%.

Tabela 12. Zaposlenost prema obrazovnom nivou u muzičkoj industriji Srbije (učešće u %)

	Nivo 1 i bez obrazovanja	Nivo 2	Nivo 3	Nivo 4	Nivo 5	Nivo 6	Nivo 7	Nivo 8	Nepoznato
2018	7,15	1,78	7,21	35,55	0,59	4,37	22,35	0,51	20,55
2019	6,09	1,41	7,56	33,57	0,55	4,36	21,17	0,48	24,81
2020	6,54	1,31	12,70	35,26	0,57	5,59	20,65	0,41	16,96
2021	5,96	1,41	11,23	36,95	0,60	8,14	20,57	0,43	14,72
2022	5,90	1,37	9,74	37,27	0,58	8,36	20,99	0,44	15,35

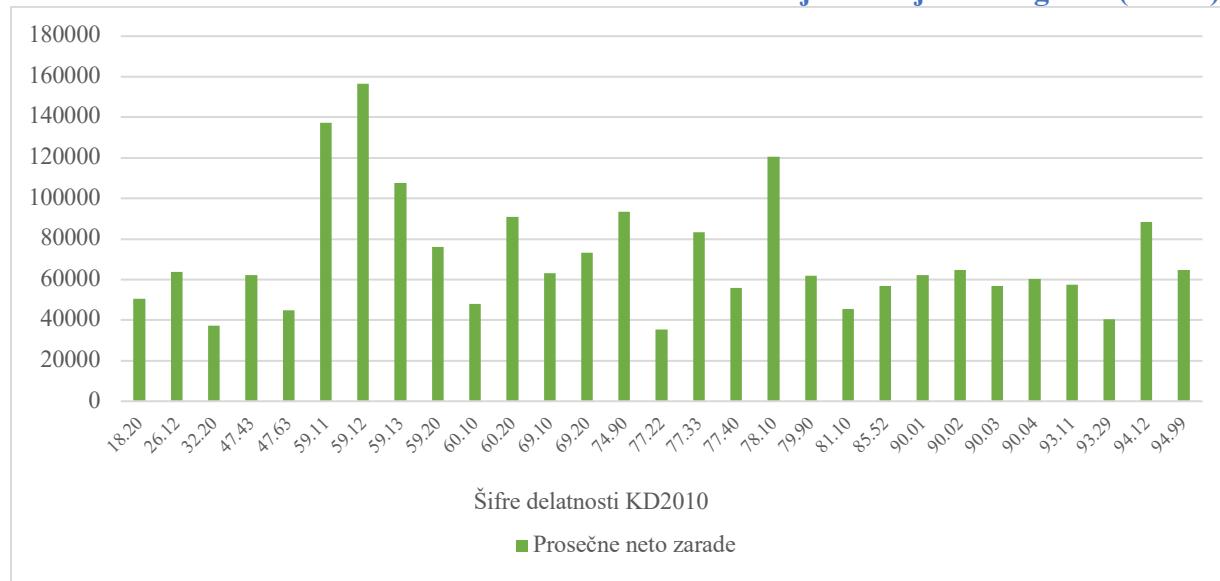
Izvor: Proračun autora na podacima RZS.

Napomena: Lica bez stečenog osnovnog obrazovanja i nivo 1 (osnovno obrazovanje); Nivo 2 – stručno ospozobljavanje ili neformalno obrazovanje; Nivo 3 – srednje stručno obrazovanje od 3 godine ili neformalno obrazovanje; Nivo 4 – srednje obrazovanje od 4 godine - stručno, umetničko, gimnazijsko; Nivo 5 – majstorsko ili specijalističko posle srednjeg obrazovanja, 3+2 ili 4+1 godina; Nivo 6 – podnivo 6.1 (OAS ili OSS, 180 ESPB) + podnivo 6.2 (OAS ili SSS, 240 ESPB); Nivoi 7 i 8 obuhvataju: nivo 7, podnivo 7.1 (IAS,maks. 360 ESPB; MAS, 300 ESPB; MSS, +120 ESPB) + podnivo 7.2 (SAS, + 60 ESPB) + nivo 8 (DrS + 180 ESPB); OAS–Osnovne akademske studije; SAS–Specijalističke akademske studije; IAS–Integrисane akademske studije; OSS–Osnovne strukovne studije; MAS–Master akademske studije; MSS–Master strukovne studije.

2.3. Analiza zarada u muzičkoj industriji

Kako su na četvorocifrenom nivou delatnosti u muzičkoj industriji obuhvaćene različite delatnosti, visina zarada poprilično oscilira.

Grafikon 4. Prosečne neto zarade na nivou delatnosti u muzičkoj industriji u 2022. godini (u RSD)



Izvor: Proračun autora na podacima RZS.

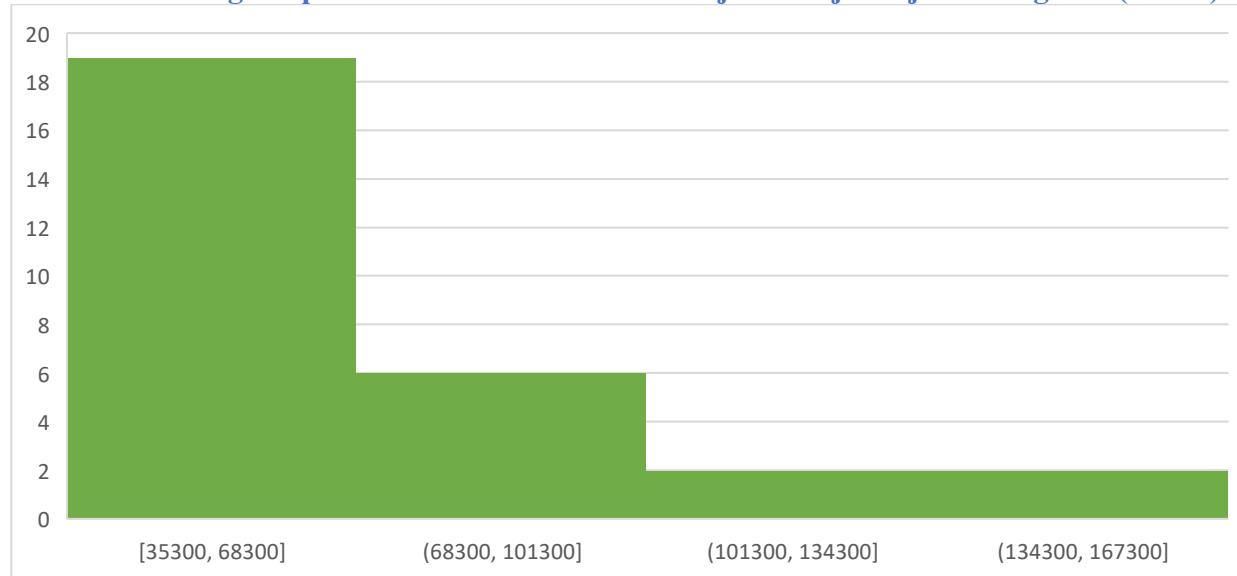
Prosečna neto zarada u muzičkoj je iznosila 42.166, 47.086, 51.427, 52.171 i 64.965 RSD u periodu od 2018-2022. godine, respektivno.⁶ Posmatrano prema delatnostima, najmanje prosečne neto zarade u 2022. godini su zabeležene u delatnosti iznajmljivanja video-kaseta i kompakt diskova od 35.300, dok su zarade u delatnostima koje slede nakon faze snimanja u proizvodnji kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa iznosile čak 156.624.

Posmatrano u odnosu na ukupnu prosečnu zaradu u 2022. godini, koja je iznosila 74.933 RSD, delatnosti iznajmljivanja video-kaseta i kompakt diskova su bile na 47% republičkog proseka, dok su zaposleni u **delatnostima koje slede nakon faze snimanja u proizvodnji kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa imali 2,1 puta veću prosečnu zaradu.** U svim delatnostima muzičke industrije primetan je kumulativan rast neto zarada u 2022. u odnosu na 2018. godinu. Najveći kumulativni rast ostvaren je u delatnosti koje slede nakon faze snimanja u proizvodnji kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa i taj rast je iznosio 268%, dok je najmanji kumulativni rast ostvaren u delatnosti iznajmljivanja i lizinga kancelarijskih mašina i kancelarijske opreme (uključujući

⁶ Prosečna vrednost je dobijena kao ponderisana suma prosečnih zarada, pri čemu su ponderi učešće zaposlenosti u delatnosti na četvorocifrenom nivou u ukupnoj zaposlenosti muzičke industrije.

računare) od svega 17%. Od ukupno 29 delatnosti koje obuhvata muzička industrija u 2022. godini u samo u devet delatnosti je ostvarena neto zarada viša u odnosu na republički prosek.

Grafikon 5. Histogram prosečnih neto zarada u muzičkoj industriji Srbije u 2022. godini (u RSD)



Izvor: Proračun autora na podacima RZS.

2.4. Broj i struktura privrednih subjekata u sektoru muzičke industrije

Veličina sektora muzičke industrije može se prikazati kroz broj registrovanih privrednih subjekata koji se bave delatnostima koje ovom sektoru pripadaju, a koje su navedene u tabeli 3.

Ukupan broj privrednih subjekata u primarnim delatnostima muzičke industrije u 2022. godini iznosi 4.750, dok je taj broj u podržavajućim delatnostima daleko manji i iznosi 1.089. Ukupan broj privrednih subjekata u muzičkoj industriji u 2022. godini stoga je iznosio 5.838. U strukturi privrednih subjekata bilo je ukupno 936 privrednih društava (što je 16,04% od ukupnog broja privrednih subjekata muzičke industrije), 4.898 preduzetnika (što je 83,90 % od ukupnog broja privrednih subjekata muzičke industrije) i svega 4 državna preduzeća (što je 0,06% od ukupnog broja privrednih subjekata muzičke industrije).

Kako bi se bolje razumela dinamika razvoja sektora muzičke industrije u posmatranom periodu (2018-2022.), u narednoj tabeli biće prikazan broj registrovanih privrednih subjekata po navedenim grupama (privredna društva, preduzetnici i državna preduzeća).

Tabela 13. Broj registrovanih privrednih subjekata muzičke industrije Srbije

	Privredna društva	Preduzetnici	Državna preduzeća	Ukupno
2018	983	3.005	9	3.997
2019	886	3.496	4	4.386
2020	877	3.720	3	4.600
2021	890	4.077	4	4.971

2022	936	4.898	4	5.838
-------------	-----	-------	---	--------------

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Ukoliko posmatramo strukturu sektora muzičke industrije u 2022. godini može se primetiti da većinu privrednih subjekata čine preduzetnici. Od ukupnog broja privrednih subjekata 84% čine preduzetnici, privredna društva 16%, dok je učešće državnih preduzeća marginalno. Posmatrajući kumulativne promene u strukturi privrednih subjekata tokom posmatranih pet godina, vidimo da je postojao kontinuiran rast broja preduzetnika što je dovelo do njihovog kumulativnog rasta od 63%. Najveći skok u broju registrovanih preduzetnika bio je 2022. u odnosu na 2021. godinu, kako je od referentne 2021. godine, došlo je do metodoloških promena.⁷ Taj skok iznosio je 20,14%. U slučaju državnih preduzeća zabeležen je kumulativni pad od 56%, dok je u slučaju privrednih društava kumulativni pad bio 4,8%.

Broj privrednih subjekata u sektoru muzičke industrije beleži tendenciju rasta što se može videte iz tabele 13. Prosečna godišnja stopa rasta privrednih subjekata u posmatranom periodu iznosila je 9,93%. Ovaj prirast najvećim delom duguje se pozitivnoj prosečnoj stopi rasta preduzetnika, koja je u istom posmatranom periodu iznosila 12,99%, dok je u slučaju privrednih društava zabeležena negativna prosečna stopa rasta od 1,22%, a u slučaju državnih preduzeća ta stopa je bila čak -18,35%. Ovakvi rezultati potkrepljuju činjenicu da tokom čitavog posmatranog perioda dominantno mesto u strukturi privredni subjekata u muzičkoj industriji imaju preduzetnici.

Kako bismo bolje razumeli pokazane promene u broju i strukturi privrednih subjekata, prikazana je struktura novoosnovanih i ugašenih privrednih subjekata muzičke industrije u periodu od 2018-2022. godine (tabela 14). Rast broja preduzetnika u posmatranom periodu duguje se rastu broja novoosnovanih preduzetnika. Rast je zabeležen u svim godinama osim u 2020. Sa druge strane, ostvaren je kontinuiran rast broja brisanih preduzetnika. Međutim, broj preduzetnika koji su brisani iz registra je tokom čitavog perioda dosta manji u odnosu na novoosnovane preduzetnike, a u 2022. godini taj broj je skoro 4 puta manji.

Tabela 14: Struktura novoosnovanih i ugašenih privrednih subjekata muzičke industrije Srbije

		2018	2019	2020	2021	2022
Privredna društva	Broj novoosnovanih preduzeća	62	66	53	62	93
	Broj ugasenih preduzeća	27	159	54	40	54
Preduzetnici	Broj novoosnovanih preduzetnika	517	677	413	601	1047
	Broj brisanih preduzetnika	193	211	213	252	273
Državna preduzeća	Broj novoosnovanih preduzeća	1	0	0	0	0
	Broj ugasenih preduzeća	1	3	1	1	1

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Ukoliko posmatramo privredna društva vidimo da je 2019. i 2020. godine broj novoosnovanih preduzeća manji u odnosu na broj obrisanih preduzeća, dok je u svim ostalim posmatranim

⁷ Metodološke promene desile su se u godišnjem strukturnom istraživanju o poslovnim subjektima i odnose se na proširenje obuhvata izveštajnih jedinica, kojim se osim preduzeća i dela drugih pravnih lica, uključuje i deo preduzetnika koji podnose godišnji finansijski izveštaj.

godinama situacija obrnuta. U 2019. godini je čak broj obrisanih u odnosu na novoosnovana preduzeća bio skoro 2,5 puta veći. Ovakva situacija doprinela je negativnom trendu rasta privrednih društava tokom posmatranog perioda. Što se tiče državnih preduzeća, tokom svih pet godina broj ugašenih preduzeća je bio veći od broja novoosnovanih preduzeća. Ukoliko posmatramo samo broj novoosnovanih preduzeća, zanimljivo je primetiti da od 2019. godine nije osnovano nijedno državno preduzeće u sektoru muzičke industrije.

Takođe, analiza pokazuje da broj novoosnovanih preduzetnika raste dosta brže od broja novoosnovanih preduzeća. Prosečna stopa rasta novoosnovanih privrednih društava u posmatranom periodu bila je 10,46%, dok je prosečna stopa rasta novoosnovanih preduzetnika bila 19,27%.

Ukoliko bismo posmatrali broj novoosnovanih privrednih subjekata tokom petogodišnjeg perioda, najveći broj novoosnovanih subjekata u primarnim delatnostima zabeležen je u proizvodnji kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa (59.11), delatnosti snimanja i izdavanja zvučnih zapisa i muzike (59.20), izvođačkoj umetnosti (90.01) i drugim umetničkim delatnostima u okviru izvođačke umetnosti (90.02), dok su u delatnostima podrške to bile usluge održavanja objekta (81.10) i ostale zabavne i rekreativne delatnosti (93.29).

Tabela 15. Delatnosti sa najvećim brojem novoosnovanih privrednih društava u Srbiji u 2022. godini

Delatnost	Šifra delatnosti	Kategorija prema Porterovom lancu vrednosti	Broj novoosnovanih privrednih društava
Poroizvodnja kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa	59.11	Primarna delatnost *	14
Snimanja i izdavanja zvučnih zapisa i muzike	59.20	Primarna delatnost	16
Usluge održavanja objekta	81.10	Delatnost podrške	6
Izvođačka umetnost	90.01	Primarna delatnost	17
Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	90.02	Primarna delatnost	8
Ostale zabavne i rekreativne delatnosti	93.29	Delatnost podrške	6

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Napomena: Delatnosti, kako primarne tako i podržavajuće, koja su označene sa zvezdicom (*) obuhvataju širi spektar aktivnosti od muzičke industrije, odnosno aktivnosti muzičke industrije su samo jedna od industrija koje obavljaju slične/povezane aktivnosti, ali nisu direktno povezane sa delatnotnošću. Procena učešća muzičke industrije u strukturi aktivnosti je data na ekspertskom nivou, nakon konsultacija i vođenih intervjua sa predstvincima muzičke industrije;

Tabela 16. Delatnosti sa najvećim brojem novoosnovanih preduzetnika u Srbiji u 2022. godini

Delatnost	Šifra delatnosti	Kategorija prema Porterovom lancu vrednosti	Broj novoosnovanih preduzetnika
Poroizvodnja kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i televizijskog programa	59.11	Primarna delatnost *	110
Snimanja i izdavanja zvučnih zapisa i muzike	59.20	Primarna delatnost	50

Usluge održavanja objekta	81.10	Delatnost podrške	59
Izvođačka umetnost	90.01	Primarna delatnost	1.287
Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	90.02	Primarna delatnost	332
Ostale zabavne i rekreativne delatnosti	93.29	Delatnost podrške	76

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Napomena: Delatnosti, kako primarne tako i podržavajuće, koja su označene sa zvezdicom (*) obuhvataju širi spektar aktivnosti od muzičke industrije, odnosno aktivnosti muzičke industrije su samo jedna od industrija koje obavljaju slične/povezane aktivnosti, ali nisu direktno povezane sa delatnotnošću. Procena učešća muzičke industrije u strukturi aktivnosti je data na ekspertskom nivou, nakon konsultacija i vođenih intervjua sa predstvincima muzičke industrije;

Analiza privrednih subjekata urađena je prema veličini. Rezultati pokazuju da dominantno mesto u muzičkoj industriji imaju mikro preduzeća. Njihovo učešće u 2022. godini iznosi 92,76%. Po zastupljenosti sledeća su mala preduzeća čije učešće iznosi 6,58%, zatim slede srednja preduzeća sa učešćem od 0,41%, dok je učešće velikih preduzeća gotovo marginalno i iznosilo je 0,26%. Slična struktura je prisutna tokom čitavog perioda posmatranja.

Geografska distribucija privrednih subjekata po regionima prikazana je u Tabeli 17. Rezultati ukazuju da je najveći broj privrednih društava, preduzetnika kao i državnih preduzeća registrovan u Beogradskom regionu.

Tabela 17. Geografska distribucija privrednih subjekata u sektoru muzičke industrije

Privredni subjekti	2018	2019	2020	2021	2022
Beogradski region					
Privredna društva	646	587	586	589	625
Preduzetnici	1.553	1.844	1.964	2.167	2.603
Državna preduzeća	4	1	2	3	3
Vojvodina					
Privredna društva	157	140	141	146	152
Preduzetnici	581	659	718	781	956
Državna preduzeća	3	1	1	1	1
Šumadija i Zapadna Srbija					
Privredna društva	91	83	80	83	87
Preduzetnici	531	615	643	712	861
Državna preduzeća	1	1	0	0	0
Južna i Istočna Srbija					
Privredna društva	83	71	65	68	68
Preduzetnici	325	361	379	401	463
Državna preduzeća	1	1	0	0	0

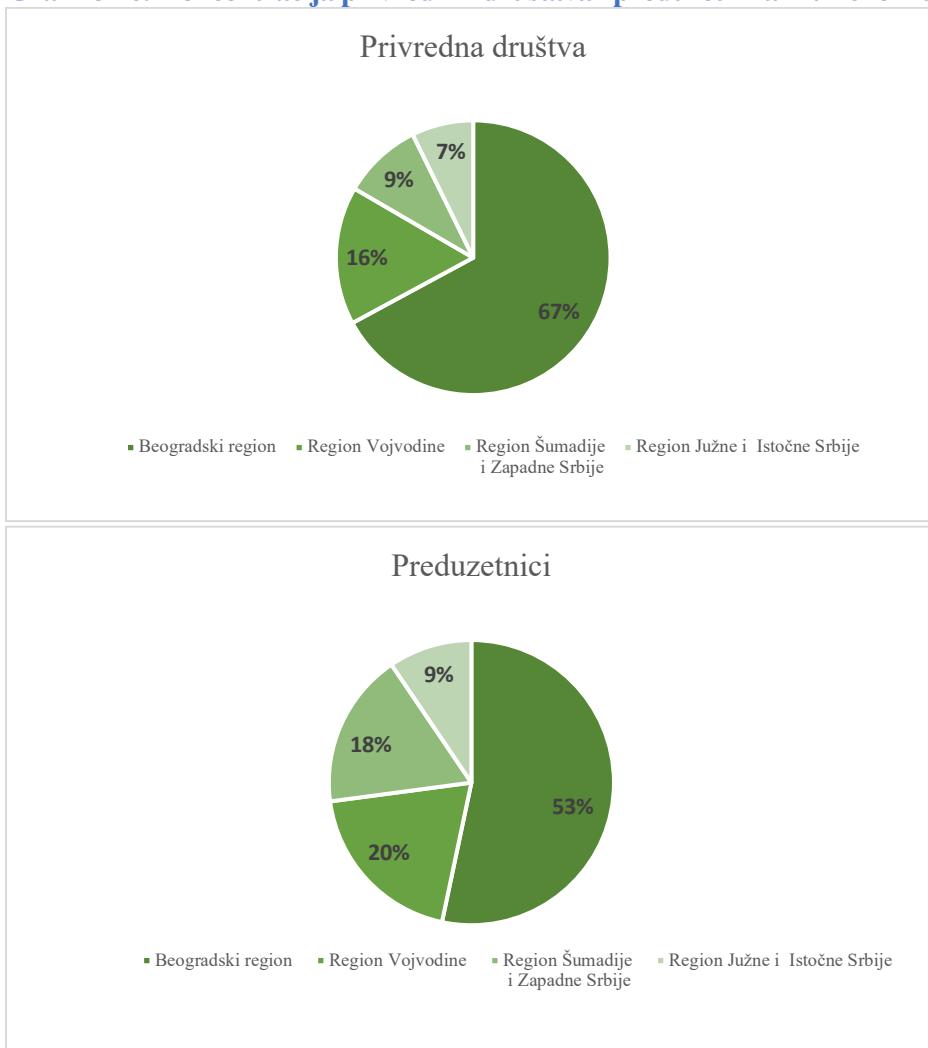
Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Analiza pokazuje da je u posmatranom periodu došlo do smanjenja broja registrovanih privrednih društava u svim regionima, dok je broj preduzetnika u svim regionima porastao. Ukupan broj privrednih društava je smanjen u 2022. u odnosu na 2018. godinu za 4,8%. Pad privrednih društava zabeležen je u svim regionima u 2019. i 2020. godini, što je verovatno posledica krize izazvane pandemijom *Covid-19* virusa. U 2021. godini dolazi do rasta privrednih društava u svim regionima i taj rast je nastavljen i u 2022. godini. Najveći kumulativni pad privrednih društava je zabeležen u regionu Južne i Istočne Srbije i taj pad je iznosio 18,07%. Najmanji kumulativni pad je zabeležen u Vojvodini od 3,18%, a zatim u Beogradskom regionu od 3,25% i Šumadiji i Zapadnoj Srbiji od 4,39%.

Što se tiče preduzetnika, tokom posmatranog petogodišnjeg perioda postojao je kontinuirani rast preduzetnika u svim regionima. Kumulativni rast preduzetnika u 2022. u odnosu na 2018. godinu u svim regionima iznosio je 62,9%. Najveći rast preduzetnika od 67,6% zabeležen je u Beogradskom regionu, zatim u regionu Vojvodine od 64,5%, regionu Šumadije i Zapadne Srbije od 62,1% i regionu Južne i Istočne Srbije od 42,5%. U svim regionima najveći rast broja preduzetnika je zabeležen u 2022. u odnosu na 2021. godinu, kako je od 2021. godine promenjen metodološki okvir čime je proširen obuhvata izveštajnih jedinica, jer je na snagu stupila obaveza predavanja godišnjih finansijskih izveštaja za određen deo preduzetnika. Najveći apsolutni skok u broju preduzetnika u 2022. u odnosu na prethodnu godinu zabeležen je u Beogradskom regionu i on je iznosio 436 tj. 20,1%, ali ako posmatramo relativne pokazatelje onda je najveći skok zabeležen u Vojvodini i on je iznosio 22,4% tj. 149 u apsolutnom iznosu. Najmanji apsolutni i relativni rast je zabeležen u regionu Južne i Istočne Srbije od 62, tj. 15,5%.

Radi boljeg razumevanja značaja koji regioni imaju u strukturi raspodele privrednih subjekata, na grafikonu 6 je prikazana strukturalna raspodela privrednih društava i preduzetnika po regionima Srbije u 2022. godini. U strukturi privrednih društava u 2022. godini najveće učešće ima Beogradski region sa 67%, zatim region Vojvodine sa 16%, region Šumadije i zapadne Srbije 9% i region Južne i Istočne Srbije 7%. Što se tiče strukture preduzetnika, značaj regiona ostaje nepromenjen, pa je tako najveće učešće preduzetnika zabeleženo u Beogradskom regionu od 53%, zatim regionu Vojvodine od 20%, regionu Šumadije i Zapadne Srbije 18% i regionu Južne i Istočne Srbije 9%.

Grafikon 6. Koncentracija privrednih društava i preduzetnika muzičke industrije u 2022. godini



Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

2.5. Doprinos delatnosti Udruženja u sektoru muzičke industrije

Kako muzička industrija Srbije pored pomenutih privrednih subjekata u smislu privrednih društava, preduzetnika i državnih preduzeća obuhvata i udruženja i ustanove kulture. Registar ustanova kulture otpočeo je sa radom 18. oktobra 2022. godine i zaključno sa 31.12.2022. godine registrovano je 10 ustanova. Kako bi period posmatranja bio samo nepuna tri meseca, ovi podaci neće biti deo predmetnog Istraživanja.

Radi boljeg razumevanja analize udruženja u daljem tekstu date su metodološke napomene. Udruženje je dobrovoljna i nevladina nedobitna organizacija zasnovana na slobodi udruživanja više fizičkih ili pravnih lica, osnovana radi ostvarivanja i unapređenja određenog zajedničkog ili opštег cilja i interesa, koji nisu zabranjeni Ustavom ili zakonom. Udruženje se osniva i organizuje slobodno i samostalno je u ostvarivanju svojih ciljeva. Upis udruženja/saveza udruženja sa sedištem na teritoriji Republike Srbije u Registar je doborovoljan. Udruženje/savez udruženja stiče

status pravnog lica danom upisa u Registar. Kad udruženje stekne status pravnog lica, odnosno po dobijanju rešenja o upisu u Registar može da podnese prijavu upisa privredne delatnosti koju neposredno obavlja, ukoliko je ta privredna delatnost predviđena statutom udruženja. Zakonom o udruženjima je propisano da se Registru privrednih subjekata prijavljuje privredna delatnost (samo jedna i to ona pretežna), koja se registruje upisom šifre delatnosti i opisom delatnosti na način propisan Zakonom o klasifikaciji delatnosti. Kako je Zakonom takođe propisano da se u Registar udruženja upisuju i druge delatnosti i aktivnosti koje udruženje neposredno obavlja, a u skladu sa članom 6. Zakona o klasifikaciji delatnosti to će se u Registar udruženja, a na osnovu prijave za upis ove delatnosti registrovati kao 94.12 tj. delatnosti strukovnih udruženja i 94.99 tj. delatnost ostalih organizacija na bazi učlanjenja (<https://www.apr.gov.rs/registri/udruzenja/uputstva/osnivanje.2218.html>).

Prema gore navedenim napomenama u predmetnom Istraživanju dalja analiza udruženja podrazumevaće analizu prema dve kategorije: prema delatnosti udruženja i prema privrednoj delatnosti. Udruženja muzičke industrije su analizirana prema istim šiframa delatnosti koje su važile za privredne subjekte muzičke industrije (tabela 3).

U 2022. godini ukupan broj udruženja muzičke industrije prema delatnosti udruženja iznosio je 1.806, dok je 691 udruženje registrovalo šifru delatnosti koja je klasifikovana u muzičkoj industriji (tabela 3). Od svih 691 Udruženja, samo 44 udruženja su registrovana u delatnostima podrške, dok ostala udruženja pripadaju primarnim delatnostima muzičke industrije.

Tabela 18. Broj registrovanih udruženja muzičke industrije prema delatnosti udruženja i prema privrednoj delatnosti

	Uduženja prema delatnosti udruženja	Udruženja prema privrednoj delatnosti
2018	1.594	585
2019	1.657	572
2020	1.712	651
2021	1.769	663
2022	1.806	691

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Iz tabele 18 vidimo da postoji kontinuiran broj Udruženja prema delatnosti udruženja i kumulativni rast u 2022. u odnosu na 2018. godinu iznosio je 13,3%. U slučaju uduženja prema privrednoj delatnosti, samo je u 2019. godini došlo do pada, ali je već naredne godine došlo do porasta ovog broja i taj rast je nastavljen i u narednim posmatranim godinama. Ukupan kumulativni rast broja Udruženja prema privrednoj delatnosti u posmatranom periodu iznosio je 18,12%.

Dinamika promene broja udruženja tokom posmatranog perioda može se bolje razumeti ukoliko se analizira struktura novoosnovanih i ugašenih udruženja. Ukoliko posmatramo udruženja prema delatnosti udruženja broj novoosnovanih udruženja je u svakoj godini veći od broja ugašenih udruženja što opravdava kontinuirani rast udruženja prema delatnosti udruženja tokom petogodišnjeg perioda. Sa druge strane, ako posmatramo dinamiku promene broja udruženja prema privrednoj delatnosti, zanimljivo je da u 2019. godini nije osnovano ni jedno novo udruženje, a ugašeno je 13, što je dovelo da pada ukupnog broja udruženja koja su regostrovala privrednu delatnost u muzičkoj industriji. Taj pad je zaustavljen već naredne godine, kako je broj

novoosnovanih udruženja bio veći za 22 od broja ugašenih udruženja. Rast broja udruženja prema privrednoj delatnosti je nastavio da raste do kraja posmatrnog perioda, kako je u svakoj godini broj novoosnovanih premašivao broj ugašenih udruženja.

Tabela 19: Struktura novoosnovanih i ugašenih udruženja muzičke industrije u periodu

		2018	2019	2020	2021	2022
Uduženja prema delatnosti udruženja	Broj novoosnovanih udruženja	109	97	85	87	77
	Broj ugasenih udruženja	47	42	32	40	44
Udruženja prema privrednoj delatnosti	Broj novoosnovanih udruženja	41	0	32	27	34
	Broj ugašenih udruženja	9	13	10	15	15

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Ukoliko bismo posmatrali broj novoosnovanih udruženja muzičke industrije po delatnosti udruženja, u svakoj posmatranoj godini registrovano je daleko više udruženja pod šifrom delatnosti 94.99 tj. delatnost ostalih organizacija na bazi učlanjenja u odnosu na 94.12 tj. delatnosti strukovnih udruženja. Sa druge strane, najveći broj novoosnovanih udruženja prema privrednoj delatnosti registrovan je u izvođačkoj umetnosti (90.01) i drugim umetničkim delatnostima u okviru izvođačke umetnosti (90.02), osim u 2019. godini kada nije osnovano ni jedno novo udruženje muzičke industrije.

Tabela 20. Delatnosti udruženja sa najvećim brojem novoosnovanih udruženja u 2022. godini

Delatnost	Šifra delatnosti	Kategorija Porterovom vrednosti	Broj novoosnovanih udruženja
Izvođačka umetnost	90.01	Primarna delatnost	20
Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	90.02	Primarna delatnost	5

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Geografska distribucija udruženja po regionima prikazana je u Tabeli 21. Rezultati ukazuju da je najveći broj udruženja prema delatnosti udruženja registrovan u Vojvodini, dok je najveći broj udržuženja prema privrednoj delatnosti registrovan u Beogradskom regionu u 2022. godini (ista situacija važi tokom čitavog posmatranog perioda).

Tabela 21. Geografska distribucija udruženja u sektoru muzičke industrije

Udruženja	2018	2019	2020	2021	2022
Beogradski region					
Uduženja prema delatnosti udruženja	491	511	553	553	566
Udruženja prema privrednoj delatnosti	222	218	245	252	267
Vojvodina					

Uduženja prema delatnosti udruženja	541	559	574	589	598
Udruženja prema privrednoj delatnosti	201	198	229	232	242
Šumadija i Zapadna Srbija					
Uduženja prema delatnosti udruženja	289	302	314	325	331
Udruženja prema privrednoj delatnosti	88	85	94	97	98
Južna i Istočna Srbija					
Uduženja prema delatnosti udruženja	260	272	281	288	296
Udruženja prema privrednoj delatnosti	69	66	74	75	76

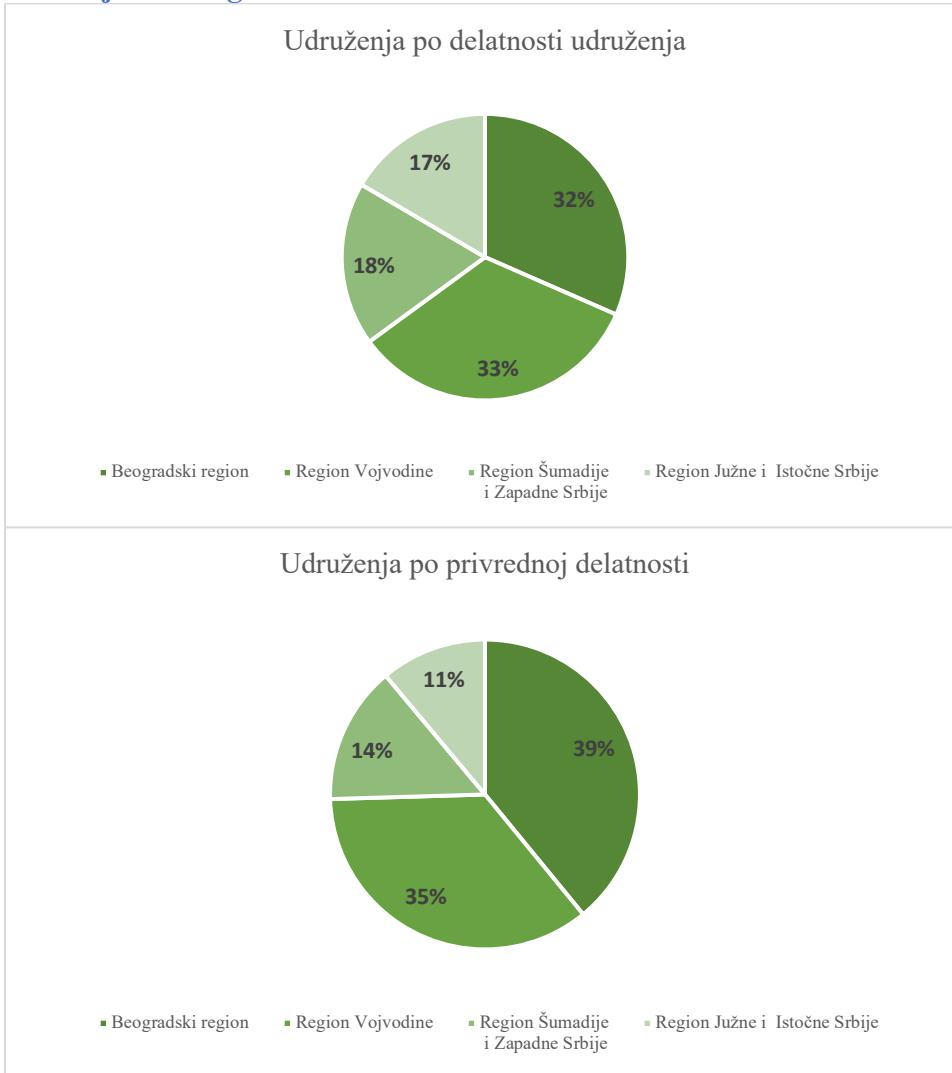
Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

Analiza pokazuje da je u posmatranom periodu došlo do rasta broja udruženja registrovanih i po delatnosti udruženja i po privrednoj delatnosti u svim regionima. Kao što je već istaknuto, kumulativni rast udruženja po delatnosti udruženja u 2022. u odnosu na 2018. godinu je iznosio 13,3%. Rast broja udruženja po delatnosti udruženja bio je kontinuiran tok svih pet godina u svim regionima Srbije. Najveći rast je zabeležen u Beogradskom regionu od 15,28%. Sledeći po stopi kumulativnog rasta je region Šumadije i Zapadne Srbije od 14,53%, a zatim slede region Južne i Istočne Srbije od 13,85% i region Vojvodine od 10,54%.

Kumulativni rast udruženja po privrednoj delatnosti u svim regionima u 2022. u odnosu na 2018. godinu iznosio je 18,2%. Analiza po regionima pokazala je da je u svim regionima u 2019. godini došlo do pada broja udruženja, dok je oporavak usledio već naredne godine. Najveća stopa kumulativnog rasta ostvarena je Vojvodini od 20,39%, zatim Beogradskom regionu od 20,27%, a nakon toga i u regionu Šumadije i Zapadne Srbije od 11,36% i regionu Južne i Istočne Srbije od 10,15%..

Kao i slučaju privrednih subjekata radi boljeg razumevanja značaja koju regioni imaju u strukturi raspodele udruženja, na grafikonu 7 je prikazana strukturalna raspodela udruženja prema delatnosti udruženja i udruženja po privrednim delatnostima po regionima Srbije u 2022. godini. Najveća koncentracija udruženja prema delatnosti udruženja je zabeležena u Vojvodini od 33%, zatim Beogradskom regionu od 32%, region Šumadije i zapadne Srbije 18% i regionu Južne i Istočne Srbije 17%. Što se tiče strukture udruženja po privrednoj delatnosti, najveća koncentracija udruženja je zabeležena u Beogradskom regionu od 39%, zatim regionu Vojvodine od 35%, region Šumadije i zapadne Srbije 14% i region Južne i Istočne Srbije 11%.

Grafikon 7. Koncentracija udruženja prema delatnosti udruženja i privrednoj delatnosti muzičke industrije u 2022. godini



Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR.

2.6. Doprinos delatnosti privatnog sektora muzičke industrije i učešće u BDP

U Tabeli 22. prikazano je kretanje bruto dodate vrednosti privatnog sektora (privredna društva bez državnih preduzeća i preduzetnika) muzičke industrije u periodu od 2018–2022. godine.

Tabela 22. BDV privatnog sektora muzičke industrije (u mil RSD)

	2018	2019	2020	2021	2022	Realna stopa rasta 2018/2019 (%)	Realna stopa rasta 2019/2020 (%)	Realna stopa rasta 2020/2021 (%)	Realna stopa rasta 2021/2022 (%)
Nominalna BDV primarnih delatnosti	2.261	3.632	3.096	4.570	7.041	57,79	-16,1	41,79	37,56
Nominalna BDV delatnosti podrške	353	556	441	549	859	54,72	-21,93	19,58	39,70
Ukupna nominalna BDV muzičke industrije	2.614	4.188	3.537	5.119	7.900	57,38	-16,87%	39,03%	37,79
Učešće BDV primarnih delatnosti u ukupnoj BDV	0,05%	0,08%	0,07%	0,09%	0,12%	/	/	/	/
Učešće BDV delatnosti podrške u ukupnoj BDV	0,008%	0,012%	0,0096	0,0088%	0,014%	/	/	/	/
Učešće BDV muzičke industrije u ukupnoj BDV	0,06%	0,09%	0,08%	0,10%	0,13%	/	/	/	/
Nominalna BDV ukupno za Srbiju	4.202.926	4.484.953	4.574.270	5.185.968	5.963.659	4,4	-0,6	7,6	2,5
Učešće BDV primarnih delatnosti u BPD	0,045%	0,067%	0,056%	0,073%	0,099%	/	/	/	/
Učešće BDV delatnosti podrške u BDP	0,007%	0,01%	0,008%	0,0087%	0,012%	/	/	/	/
Učešće BDV muzičke	0,05%	0,08%	0,06%	0,08%	0,11%	/	/	/	/

industrije u BDP									
Nominalni BDP Srbije	5.072.932	5.421.851	5.504.431	6.271.988	7.097.629	4,3	-0,9	7,7	2,5
Međugodišnji indeks potrošačkih cena	/	101,8	101,6	104,1	112,0	/	/	/	/

Napomena: Podaci za BDV i BDP za 2021. godinu su revidirani podaci, dok su za 2022. prethodni podaci. Na osnovu podataka APR-a ne možemo da izračunamo realnu BDV sektora muzičke industrije, stoga prikazujemo nominalne vrednosti, a realni rast izračunavamo kao količnik indeksa nominalnog rasta i indeksa potrošačkih cena. Izvor: Podaci za ukupnu ekonomiju i za Indeks potrošačkih cena (za izračunavanje realnih stopa) su sa sajta RZS. Podaci za muzičku industriju su na osnovu proračuna autora korišćenjem podataka RZS i APR.

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka RZS i APR.

Ukoliko posmatramo strukturu BDV muzičke industrije u periodu od 2018-2022. godine, vidimo da dominantno mesto u kreiranju BDV imaju primarne delatnosti, pa je tako i njihovo učešće u ukupnoj BDV Srbije dosta veće u poređenju sa učešćem BDV delatnosti podrške. Učešće BDV primarnih delatnosti u ukupnoj BDV beleži tendenciju rasta, sa jednokratnim prekidom trenda rasta u 2020. godini. Ovo učešće je u 2022. godini dostiglo iznos od tek 0,12% ukupne BDV. U slučaju učešća BDV delatnosti podrške u ukupnoj BDV, rast od 2018. godine prekinu je u 2020. i 2021. godini, da bi 2022. godini ostvaren rast ovog učešća i ono je tada iznosilo svega 0,014%. Ukoliko posmatramo učešće BDV muzičke industrije u ukupnom iznosu u odnosu na BDV Srbije, vidimo da ovaj trend odgovara trendu učešća primarnih delatnosti, pa je pad učešća ostvaren jedino u 2020. godini. Učešće BDV muzičke industrije u ukupnoj BDV Srbije je u 2022. godini iznosilo svega 0,13%.

Vrlo slična situacija važi i slučaju učešća BDV muzičke industrije u ukupnom BDP Srbije. Konkretno, veće učešće imaju primarne delatnosti u odnosu na delatnosti podrške, i kao u prethodnom slučaju trend rasta ovog učešća imao je jednokratan prekid u 2020. godini. Učešće BDV primarnih delatnosti u BDP u Srbije u 2022. godine dostiglo je nivo 0,099%. Ista situacija važila je i u slučaju delatnosti podrške, kako je učešće BDV ovih delatnosti muzičke industrije takođe ostvarilo jednokratni pad u 2020. godini, a u 2022. godini ono je iznosilo 0,012%. Što se tiče učešća ukupne BDV muzičke industrije u BDP Srbije, takođe postoji trend rasta sa prekidom u 2020. godini. Ovo učešće je u 2022. godini dostiglo 0,131%.

Ukoliko posmatramo realne stope rasta BDV muzičke industrije vidimo da su one dosta visoke izuzev stope rasta u 2020. u odnosu na 2019. godini kada su i u primarnim i u delatnostima podrške zabeležene negativne realne stope rasta BDV od 16,1% i 21,93%, respektivno. U istom ovom periodu i ukupne vrednosti za BDV i BDP Srbije su zabeležile negativne realne stope rasta od 0,6% i 0,9%. Ove negativne realne stope rasta posledice su krize izazvane pandemijom korona virusa. Međutim, muzička industrija već od naredne godine beleži pozitivne realne stope rasta što govori u prilog razvoja ovog sektora. U 2022. godini realne stope rasta u odnosu na prethodnu godinu za primarne i delatnosti podrške muzičke industrije iznosile su 37,56% i 39,70%, respektivno. Isto važi i ukoliko posmatramo realne stope rasta BDV muzičke industrije u ukupnom iznosu, jer je negativna stopa rasta ostvarena samo u 2020. godini u odnosu na prethodnu (-16,87%), a zatim su stope bile pozitivne i poprilično visoke. U 2022. u odnosu na prethodnu godinu ostvarena je pozitivna realna stopa rasta BDV muzičke industrije od 37,79%.

Tabela 23. BDV preduzetnika i privrednih društava muzičke industrije (u mil RSD)

	2018	2019	2020	2021	2022
BDV preduzetnika u muzičkoj industriji	2.611	4.184	3.532	5.109	7.888
Ukupa BDV preduzetnika	367.317	418.172	416.499	530.258	648.882
Učešće BDV preduzetnika muzičke industrije u ukupnoj BDV preduzetnika	0,71%	1%	0,85%	0,96%	1,22%
BDV privrednih društava u muzičkoj industriji	3,3	4,9	4,6	9,6	11
Ukupna BDV privrednih društava	3.835.609	4.066.781	4.157.771	4.655.710	5.314.777
Učešće BDV privrednih društava muzičke industrije u ukupnoj BDV privrednih društava	0.00009%	0.00012%	0.00011%	0.00021%	0.00021%

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka APR i RZS.

Na osnovu tabele 23 možemo da vidimo da u muzičkoj industriji najveći deo BDV kreiraju preduzetnici. U 2022. godini preduzetnici kreiraju čak 99,86% ukupne BDV muzičke industrije. Iz tog razloga je njihovo učešće u ukupnoj BDV preduzetnika daleko veće nego učešće BDV privrednih društava muzičke industrije u ukupnoj BDV privrednih društava. Ovo učešće je gotovo zanemarljivo i u 2022. godini je iznosilo svega 0,00021%. Pozitivno je što učešće BDV i preduzetnika i privrednih društava muzičke industrije u ukupnim BDV raste u posmatranom periodu, sa izuzetkom 2020. godine kada je zabeležen pad izazvan krizom, ali je već naredne godine došlo do ponovnog rasta, što je već napomenuto ranije.

Tabela 24: Učešće BDV u BDP-u prema svim delatnostima

	2018	2019	2020	2021	2022
A	6,3%	6%	6,3%	6,3%	6,5%
B	2%	1,9%	1,8%	2,1%	2,7%
C	14,5%	13,7%	13,3%	13%	13,5%
D	3,4%	3,2%	3,2%	2,8%	2,7%
E	1,1%	1,1%	1,1%	1,0%	1,1%
F	4,5%	5,7%	5,4%	6,0%	5,5%
G	11,5%	11,4%	11,3%	11,8%	12,0%
H	3,9%	3,7%	3,4%	3,5%	3,5%
I	1,4%	1,4%	1,1%	1,3%	1,7%
J	4,8%	4,9%	5,4%	5,1%	5,1%
K	3%	3,1%	3,3%	3,2%	3,2%
L	7,0%	6,9%	7,0%	6,8%	6,9%
M	3,9%	3,9%	3,9%	3,7%	3,7%
N	2,3%	2,2%	2,1%	2,1%	2,1%
O	3,4%	3,7%	4,0%	3,7%	3,8%

P	3,4%	3,5%	3,5%	3,4%	3,2%
Q	3,9%	4%	4,5%	4,7%	4,5%
R	1,2%	1,1%	0,9%	1,1%	1,1%
S	1,2%	1,2%	1,2%	1,1%	1,1%
T	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%
MI	0,05%	0,08%	0,06%	0,08%	0,11%

Legenda: A – poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo, B – rudarstvo, C – prerađivačka industrija, D – snabdevanje električnom energijom, gasom, parom i klimatizacijom, E – snabdevanje vodom, upravljanje otpadnim vodama, kontrolisanje procesa uklanjanja otpada i slične aktivnosti, F – građevinarstvo, G – trgovina na veliko, trgovina na malo i popravka motornih vozila i motocikala, H – saobraćaj i skladištenje, I – usluge smeštaja i ishrane, J – informisanje i komunikacije, K – finansijske delatnosti i delatnost osiguranja, L – poslovanje nekretninama, M – stručne, načne, inovacione i tehničke delatnosti, N – administrativne i pomoćne uslužne delatnosti, O – državna uprava i odbrana, obavezno socijalno osiguranje, P – obrazovanje, Q – zdravstvena i socijalna zaštita, R – umetnost, zabava i rekreacija, S – ostale uslužne delatnosti, T –delatnost domaćinstva kao poslodavca, delatnost domaćinstava koje proizvode robu i usluge za sopstvene potrebe, MI – muzička industrija.

Napomene: Podaci za 2021. su revidirani podaci, a za 2022.godinu su prethodni podaci.

Izvor. RZS i proračun autoran a bazi podataka iz RZS.

Poredeći učešće BDV muzičke industrije u ukupnom BDP Srbije u posmatranom petogodišnjem periodu, vidimo da ovaj sektor ima manje učešće u odnosu na druge sektore. Najveći doprinos BDP-u u ovom smislu imaju sektor prerađivačke industrije i sektor trgovine na veliko, trgovine na malo i popravke motornih vozila i motocikala. Iako je doprinos BDV muzičke industrije ostvarenom BDP zemlje mali u posmatranom petogodišnjem periodu, pozitivno je što postoji trenda rasta tog učešća, pa je tako sa 0,05% porastao na 0,11%. Ova činjenica opravdana je velikim rastom BDV-a muzičke industrije u posmatranom periodu i taj kumulativni rast iznosio je 202% u 2022. u odnosu na 2018. godinu.

3. Analiza uticaja muzičke industrije na ekonomiju Srbije kroz analizu primarnih podataka

Prvi deo analize baziran na dostupnim sekundarnim podacima, nivo i dubina rezultata ukazuje na opšti (makro) uticaj muzičke industrije na ekonomiju Srbije.

U drugom koraku projekta, Ekonomski fakultet, kao nosilac projekta, pristupio je primarnom skupljanju podataka na bazi kreiranog upitnika. Upitnici su imali za cilj da se za identifikovane (mapirane) delatnosti lanca vrednosti muzičke industrije, izvrši dodatna analiza kako bi se razumeli širi ekonomski efekti, vrednosti ključnih indikatora performansi po delatnostima muzičke industrije i dodatni uticaj na ekonomiju Srbije.

Upitnici su kreirani sa namerom da se distribuiraju na registrovane privredne subjekte (privredna društva, bez državnih preduzeća i preduzetnici), kojih je prema zvaničnim podacima bilo 936 u 2022. godini. Upitnici su slati direktno na mejlove identifikovanih privrednih subjekata, a prikupljanje podataka je izvršeno u periodu decembar 2023. godine – januar 2024. godine. Ukupno je poslato upitnika na mejl adrese 113 privrednih subjekata, što predstavlja 12% čitavog skupa. Ukupna stopa odgovora je 11.5%, odnosno prikupljeno je ukupno 13 validno popunjениh upitnika.

Na bazi podataka prikupljenih kroz primarni upitnik, pristupilo se detaljnoj analizi, koja uz ekspertsку analizu i zaključke autora istraživanja, je predstavljena u narednim poglavljima.⁸

3.1. Analiza zaposlenosti sektora kroz parametar FTE

Razumevajući specifičnosti sektora muzičke industrije, neophodno je istaći da se određeni broj zaposlenih u sektoru (pored osoba angažovanih na osnovu Ugovora o radu) angažuje po projektu (različite forme privremenog i povremenog angažovanja), pri čemu dužina angažovanja može da varira od dnevnih do višemesečnih angažovanja. U tom smislu, u analizu zaposlenosti muzičke industrije u Srbije uvodimo pokazatelj tzv. ekvivalent punom radnom vremenu (engl. *Full time equivalent, FTE*). Isti pokazatelj je već korišćen u Srbiji, u analizi pojedinih sektora kreativne industrije.⁹

FTE može da se izrazi kao nedeljni, mesečni ili godišnji. Prilikom izračunavanja polazi se od pretpostavke standardnog radnog vremena i standardnog broja radnih dana. Ukupan godišnji broj radnih sati za zaposleno lice koje radi puno radno vreme iznosi 2.080 sati. Taj broj sati se dobija

⁸ Ograničenja istraživanja: inicijalni uzorak ispitanika, koji predstavljaju 12% ukupnog broja privrednih subjekata, predstavlja prigodni uzorak na bazi postojećih i dostupnih baza kontakata kojima su istraživači bili dostupni; stopa odgovora od 11.5% validno popunjениh upitnika se može smatrati odgovarajućom i statistički značajnom, ali distribucija odgovora u odnosu na identifikovane primarne delatnosti muzičke industrije nije na zadovoljavajućem nivou, imajući u vidu da su prikupljeni upitnici u kategorijama izdavači, festivali, prostori za organizovanje događaja i promotori, dok ispitanici u ostalim kategorijama nisu poslali popunjene upitnike;

⁹ Analiza ekonomskih efekata sektora audiovizuelne produkcije i efikasnosti podsticaja Ministarstva privrede za proizvodnju audiovizuelnih sadržaja u Republici Srbiji za period 2016 - 2019. (2020).

kada se dnevno radno vreme (8 sati dnevno) pomnoži brojem radnih dana u nedelji (5 radnih dana) i pomnoži sa brojem radnih nedelja u godini (52 radne nedelje). FTE po godini se dobija kada se ukupan broj radnih sati svih angažovanih radnika podeli sa 2.080 sati.

Tabela 25: FTE muzičke industrije

	2018	2019	2021	2022	2023
Broj zaposlenih lica u muzičkoj industriji prema RZS podacima	11,257	12,175	13,932	14,608	14,951
Dodatno angažovanih zaposlenih kroz „privremene i povremene poslove“	26,617	26,625	26,653	26,672	26,714
Prosečna dužina angažovanja zaposlenih na „privremenim i povremenim poslovima“ u radnim danima po zaposlenom	47	47	48	52	48
Ukupan broj radnih sati svih zaposlenih na „privremenim i povremenim poslovima“ (u 000)	9,901	9,904	10,274	11,015	10,338
FTE za dodatno angažovane članove ekipe	4,760	4,762	4,940	5,296	4,970
Dodatni broj zaposlenih sa punim radnom vremenom (FTE) u odnosu na zvaničan broj zaposlenih lica	42%	39%	35%	36%	33%

Izvor: Autori istraživanja, ekspertska procena na bazi primarnih podataka. Napomena: godina 2020. nije uzeta u razmatranje imajući u vidu da efekti COVID-19 su uticali da se slika angažovanja zaposlenih kroz „privremeni i povremeni poslove“ iskrivi, zbog čega bi se ostvario negativan uticaj na ukupne podatke

Zaključak:

- Prema zvaničnim podacima raspoloživim u okviru Republičkog zavoda za statistiku, broj zaposlenih lica u muzičkoj industriji po osnovu Ugovora o radu (tzv. stalno zaposlenje) beleži konstantan porast u periodu od 2018. godine do 2022. godine, i broj zaposlenih za 2022. godinu je na nivou 14,591 zaposleno lice, što je 32% povećanje u odnosu na 2022. godinu
- Analiza podataka dobijenih na bazi primarnog istraživanja pokazuje da u posmatranom periodu, muzička industrija u proseku angažuje na godišnjem nivou preko 26,000 zaposlenih kroz „privremene i povremene poslove“. Ovaj broj je u periodu posmatranja stabilan, bez naglih.
- Analiza FTE indikatora pokazuje da ukupan broj dodatno angažovanih zaposlenih kroz „privremene i povremene poslove“ na godišnjem nivou kreira ekvivalent od u proseku 4,946 stalnih radnih mesta sa punim radnim vremenom.
- Analiza FTE indikatora pokazuje da je u 2023. godini muzička industrija, pored 14,591 zaposlenih, generisala i dodatnih 4,970 radnih pozicija sa punim ranim vremenom, odnosno generiše dodatnih 34% pozicija sa punim radnim vremenom.
- Kombinujući ¹⁰zvanične podatke i dobijenu vrednost FTE indikatora, možemo konstatovati da je broj ukupan broj zaposlenih u muzičkoj industriji u 2023. godini na nivou 19,561 zaposlenih

¹⁰ Reč je o podacima koji su dobijeni različitim istraživanja; osim forme u kojoj su prikazani, podaci su neuporedivi; data sumarna cifra dve kategorije podataka je ilustrativnog karaktera;

3.2. Direktni fiskalni efekti na ekonomiju

Analiza doprinosa privatnog sektora muzičke industrije bruto društvenom proizvodu Srbije je urađena u okviru analize sekundarnih podataka koji postoje u okviru Republičkog zavoda za statistiku i Agencije za privredne registre.

U ovom koraku, na bazi analize podataka dobijenih kroz primarno istraživanja, autori prokazuju doprinos privatnog sektora muzičke industrije (privredna društva bez državnih preduzeća i preduzetnika) ekonomiji Srbije na bazi direktnih fiskalnih efekata. Odnosno, analiziraju se direktni prihodi za budžet Republike Srbije ostvaren kroz različite kategorije uplaćenog poreza od strane privatnog sektora muzičke industrije.

Tabela 26: Fiskalni efekti ostvareni kroz uplate različitih kategorija poreza

	2018	2019	2021	2022	2023
Ukupno uplaćen godišnji porez po osnovu PDV-a	2,106,321 €	2,534,295 €	1,385,642 €	2,401,640 €	3,033,039 €
Ukupno uplaćen porez po osnovu poreza i doprinosa za sve kategorije zaposlenih	473,559 €	638,478 €	857,888 €	1,528,846 €	1,778,055 €
Ukupno uplaćen porez na dobit	473,559 €	638,478 €	857,888 €	1,528,846 €	1,778,055 €
UKUPNO	3,053,438 €	3,811,251 €	3,101,418 €	5,459,333 €	6,589,149 €

Izvor: Autori istraživanja, ekspertska procena na bazi primarnih podataka. Napomena: godina 2020. nije uzeta u razmatranje imajući u vidu da efekti COVID-19 su uticali da se slika angažovanja zaposlenih kroz „privremen i povremen poslove“ iskrivi, zbog čega bi se ostvario negativan uticaj na ukupne podatke

Zaključak:

- Analiza podataka dobijenih na bazi primarnog istraživanja pokazuje da u posmatranom periodu, muzička industrija povećava iznos uplaćen po različitim kategorijama poreza
- U 2023. godini iznos koji je uplaćen po osnovu poreza i doprinosa je povećan za 84% u odnosu na baznu 2018. godinu, i iznosi preko šest miliona evra
- Pad prouzrokovani COVID-19 je evidentan, ali nakon toga dolazi do faze značajnog rasta što ukazuje na povećanje dinamike sektora i aktivnosti koje se sprovode

3.3. Ukupno ostvareni promet (vrednost) muzičke industrije Srbije

Prema dostupnim podacima, globalna muzička industrija zabeležila je promet od 31 milijarde dolara (STATISTA, 2023). Na bazi analize podataka dobijenih kroz primarno istraživanja, sledi prikaz ostvarenog prometa muzičke industrije Srbije u prethodnom periodu.

Tabela 27: Ukupno ostvareni promet muzičke industrije Srbije

	2018	2019	2021	2022	2023
Ukupan ostvaren promet	89,165,930 €	101,029,115 €	€ 132,283,354	€ 147,594,691	€ 168,122,459
UKUPNO	89,165,930 €	101,029,115 €	€ 132,283,354	€ 147,594,691	€ 168,122,459

Izvor: Autori istraživanja, ekspertska procena na bazi primarnih podataka. Napomena: godina 2020. nije uzeta u razmatranje imajući u vidu da efekti COVID-19 su uticali da se slika angažovanja zaposlenih kroz „privremen i povremen poslove“ iskrivi, zbog čega bi se ostvario negativan uticaj na ukupne podatke

Zaključak:

- Analiza podataka dobijenih na bazi primarnog istraživanja pokazuje da u posmatranom periodu, promet koji ostvaruje muzička industrija se povećava
- U 2023. godini iznos prometa je za 89% u odnosu na baznu 2018. godinu, i iznosi preko 168 miliona evra
- Pad prouzrokovani COVID-19 je evidentan, ali nakon toga dolazi do faze značajnog rasta što ukazuje na povećanje dinamike sektora i aktivnosti koje se sprovode
- Ukupna vrednost muzičke industrije prevazilazi definisane vrednosti, jer na ovaj iznos je neophodno dodati i ukupnu vrednost osnovnog materijala, odnosno opreme, koju činioci muzičke industrije moraju da imaju da bi realizovali svoje aktivnosti; naredna istraživanja bi imala zadatku da utvrde i vrednost ove kategorije

3.4. Razumevanje ostalih aspekata tržišta muzičke industrije

Indirektni uticaj na ostale delatnosti (van muzičke industrije)

- U prvom delu analize, ukazano je na strukturu tržišta muzičke industrije u odnosu na primarne i delatnosti podrške. Primarno istraživanje je pokazalo da delatnosti podrške karakteriše manji broj dobavljača sa kojima poslovni entiteti sarađuju u toku godine – u proseku do 8, kao i da primarne delatnosti muzičke industrije može klasifikovati u one koji imaju srednji broj dobavljača – u proseku 15 do 45 na godišnjem nivou, i one koje karakteriše izuzetno veliki broj dobavljača – preko 70 na godišnjem nivou. Primer delatnosti organizacije festivala i koncerata i sličnih formi nastupa uživo pokazuje da broj dobavljača sa kojima se sarađuje može da bude i na nivou preko 100.
- Imajući u vidu prethodno rečeno, možemo istaći da delatnosti muzičke industrije značajno doprinose razvoju ekonomije Srbije na makro nivou, ali i na mikro nivou u okviru opština, gradova i destinacija u kojima realizuju svoje aktivnosti, jer angažuju značajan broj

indirektno povezanih delatnosti koji svojim uslugama i proizvodima doprinose muzičkog industriji, ali im to nije glavna delatnost, već samo jedan od kanala prodaje i plasiranja svojih proizvoda i usluga.

Predstavljanje muzičke industrije u Srbiji

- Analiza je pokazala da su predstavnici muzičke industrije značajno zastupljeni u medijima. Prema dobijenim podacima, procena autora istraživanja, je da na godišnjem nivou muzička industrija Srbije ostvari preko 4,500 objava u domaćim štampanim medijima, preko 350 pojavljivanja na domaćim TV i radio stanicama. Ukupan „reach“ svih društvenih medija muzičke industrije je preko 24 miliona. Takođe, značajnom je i istaći da inostrani mediji na godišnjem nivou objavljuju oko 100 artikala o muzičkoj industriji Srbije.

Nivo obrazovanja i potreba za edukacijom

- Analiza primarno dobijenih podata na bazi istraživanja je pokazala podatke koji se u velikoj meri poklapaju sa podacima dobijenim kroz analizu zvaničnih podataka, u smislu učešća zaposlenih sa različitim stepenom obrazovanja u sprovođenju aktivnosti ispitivanih organizacija.
- Analiza je pokazala da kroz posmatran period raste potreba za zaposlenim sa višom i visokom stručnom spremom
- Analiza je pokazala da postoji značajna potreba za pojedinim smerovima obrazovanja na različitim nivoima kako bi se odgovorilo za tržišne trendove i zahteve klijenata. U tom smislu, analiza ukazuje za potrebu uključivanja u nivo formalnog obrazovanja obrazovne profile ili dopunu postojećih kurikuluma sa sledećim: Organizator, koordinator, bend host, administrator u muzičkoj industriji, menadžer za skupljanje fondova (Fundraising manager), menadžer za traženje i menadžment novih artista/bendova (scouting), tonski snimatelj, pravnik u muzičkoj industriji, junior audio inženjeri, senior tehničari za svetlo i video produkciju. U pogledu istraživanja stavova u domenu pozicija poput muzičkih producenata, urednik muzičkog programa, programski direktor i slično (visoke izvršne pozicije), analiza je pokazala da industrija smatra da je neophodno organizovati zajedničke programe za fakultetima kako bi se izvršilo ažuriranje programa, nastavnih programa i kurikuluma, i time postavili novi pristupi koji više odgovaraju trenutnoj tržišnoj situaciji.

Prosečan profil „Izdavača“ u muzičkoj industriji

- Analiza primarnih podataka je pokazala da prosečan profil izdavačke kompanije u Srbije na godišnjem nivou realizuje izdavanje 6 muzičkih albuma, 10 singlova, ali i da u toku



godinu rade sa u proseku 2 do 3 umetnika koji su deo programa razvoja novih artista svoje izdavačke kuće. Takođe, prosečen profil izdavačke kuće podrazumeva da gotovo svi bendovi / umetnici sa kojima sarađuju su 98% iz Srbije, a samo mali deo do 2% čine strani bendovi i izvođači.

- Jako je interesantno da period istraživanja koji je obuhvaćen 2018-2023 pokazuje rast trenda implementacije programa razvoja novih artista (muzičkih umetnika). Reč je o složenom poslovnom i kreativnom procesu koji obuhvata aktivnosti od izgradnje imidža i brenda, do pisanja pesama, obuke glasa, treninga izvođenja i nastupa, do aktivnosti vezanih za upravljanje poslovnim aspektima, poput nastupa, gostovanja, saradnje sa sponzorima i još mnogo toga. Ovaj pristup kombinuje specifičnu kreativnost samog artiste, sa biznis aspektom koji omogućava reagovanja i kreiranje trendova na tržištu. Mnogim muzičkim stvaraocima (pevači, tekstopisci, muzičari) koji su na početku karijere i samim tim nedovoljno prepoznati i priznati od konzumenata muzičkih sadržaja, potrebna je pomoć da kreiraju i održavaju svoj brend i usavrše svoje sposobnosti kao izvođača.
- Analiza primarnih podataka takođe pokazuje da prosečan profil izdavačke kompanije u Srbiji na godišnjem nivou se obraća ukupnom tržištu slušalaca od preko 850,000 slušalaca. Naravno, ovaj iznos može biti i višestruko veći ukoliko je reč o izdavačima koji prate tržište popularne muzike, više nego tržište „niša“ muzičkih žanrova. Takođe, od ukupnog broja slušalaca kojima se obraćaju, u proseku 70-75% čini domaće tržište, a 20-25% čine slušaoci iz inostranstva.
- U strukturi ukupnih prihoda od (fonografskih prava + autorskih prava + interpretatorskih prava) prava, dominantno učešće od fonografskih prava u proseku 40-50%, sledi prihod od interpretatorskih prava u proseku 30-45%, i na kraju od interpretatorskih prava u proseku 4-15%

Prosečan profil „Festivala“ u muzičkoj industriji

- Analiza primarnih podataka je pokazala da prosečan organizator muzičkog festivala u Srbiji na godišnjem nivou realizuje 1 do 2 muzička festivala, pri čemu forma organizacije u smislu veličine, tematike, broja sponzora, dobavljača, dodatno angažovanih zaposlenih se razlikuje značajno, te se ne može adekvatno uproseći.
- Prosečan broj stalno zaposlenih je apsolutno proporcionalan veličini festivala, koju posmatrano kroz: dužina trajanja, broj izvođača, struktura izvođača, veličina destinacije gde se organizuje. Prosečan broj stalno zaposlenih ne bi dao jasnu sliku, ali jasno je da festivali sa izraženom veličinom u definisanim parametrima imaju i veći broj zaposlenih, dok ostali imaju manji, ali se oslanjaju na angažovanje privremenih zaposlenih.
- Turizam, kao značajna privredna grana, baziran je na resursnoj i iskustvenoj osnovi Srbije kao destinacije. U dosada usvojenim i primenjenim strategijama razvoja turizma i operativnim marketing planovima (na nacionalno, regionalnom i lokalnom nivou) organizovanje muzičkih festivala je predstavljeno kao značajan turistički proizvod.



- Pojedini muzički festivali su „prerasli“ destinacije u kojima se realizuju, dok drugi nastoje da krenu tim putem internacionalizacije.
- Analiza dobijenih primarnih podataka ukazuje da je učešće stranih gostiju u strukturi posetilaca festivala konstantno u porastu od 2018. godine do 2023. godine, i da je procentualno posmatrano na nivou 15-18%. Povećanjem učešća stranih posetilaca utiče na rast deviznog priliva i generisanja dodatne vrednosti za ekonomiju zemlje.
- Imajući u vidu strukturu potrošnje tipičnog posetioca festivala, period zadržavanja i da li se radi o rezidentu ili stranom gostu, analiza ukazuje da je procenjeni nivo multiplikacije prihoda koji se ostvari od posetilaca festivala na nivou:
 - 1.3 za domaće goste / za svaki 1 evro koji se potroši tokom boravka u destinaciji za vreme trajanja festivala, generiše se dodatnih 30% odnosno 0.3 evra dodatnog prihoda za destinaciju
 - 1.9 za strane goste / za svaki 1 evro koji se potroši tokom boravka u destinaciji za vreme trajanja festivala, generiše se dodatnih 90% odnosno 0.9 evra dodatnog prihoda za destinaciju.

Prosečan profil „Organizacija“ muzičke industrije

- Prosečan profil organizacija za kolektivno ostvarivanje prava autora u muzičkoj industriji, dobijen na bazi analize primernih podataka, pokazuje da organizacije u proseku imaju 45-75 članova, da prihod od prava u 90% slučajeva ostvaruju u Srbiji, a 10% iz inostranstva, te da se od tog iznosa u proseku 60% isplaćuje nosiocima prava. Ove organizacije u proseku imaju 60 stalno zaposlenih, i da jako retko angažuje zaposlene za privremen i povremene poslove.

Pravna i regulativa tretiranja muzičke industrije

- Delatnosti muzičke industrije spadaju u kategoriju kreativnih industrija. Promene koje se dešavaju, pogotovo u periodu od 2020. godine, su velike i utiču na generisanje novih proizvoda/usluga koji činiovi ponude moraju da ponude tržištu, konzumentima, kao i stranim i domaćim partnerima. Kao savremena delatnost čija ekspanzija se dešava svakodnevno, muzička industrija kao takva nije posebno prepoznata prema važećoj KD 2010 klasifikaciji koja se primenjuje u Srbiji i šifarniku delatnosti. To dovodi činioce muzičke industrije u nezahvalan položaj koji ograničava razvoj ali i razumevanje realnosti muzičke industrije u domenu doprinosa ekonomiji.
- Analiza primarnih podataka je pokazala da je zvanična poreska politika države i lokalne samouprave koja se odnosi na nivo poreza i doprinosa koji se plaća na ime angažovanja STRANIH izvođača na visoko destimulišućem nivou za nosioce ponude. Sa jedne strane dolazak stranih izvođača podiže ugled (festivala, koncerta, izdavača i Srbije kao destinacije), utiče na privlačenje većeg broja stranih posetilaca festivala, utiče na korišćenje veće količine domaćih dobavljača čime se efekti multiplikacije povećavanju. Ali sa druge

strane, nivo poreza i doprinosa koji se plaća na ime angažovanja STRANIH izvođača ekstremno povećavanja troškove, što entitete muzičke industrije dovodi u gotovo poziciju da ne mogu da odgovore na organizatorske zahteve.

4. Preporuke daljeg razvoja muzičke industrije u Srbiji

Preporuke daljeg razvoja su sublimirane u narednoj tabeli. Preporuke se baziraju na bazi zaključaka istraživanja i referentnim standardima razvoja muzičke industrije u svetu, shodno primerima iz praske i pokazateljima relevantnih institucija iz predmetne oblasti.

Trenutna situacija

Trenutna situacija	
Mapiranje činioца muzičke industrije	Ova Analiza predstavlja pionirski korak u formalnom mapiranju činioča muzičke industrije u Srbiji, i kao takva može se koristiti kao osnov daljeg, dubljeg razumevanja tržišta i njegovog etabliranja kao dela kreativnih industrija Srbije i ukupne ekonomije Srbije.
Razumevanje ekonomskih doprinosa muzičke industrije ekonomiji Srbije	Ova Analiza predstavlja pionirski korak u formalnom razumevanju doprinosa muzičke industrije ekonomiji Srbije. Neophodno je u narednom periodu nastaviti sa kontinuiranim istraživanjem i uključivanjem većem broja činioča muzičke industrije Srbije kako bi se dobila što detaljnija ekonomska slika.
Sistem podrške planiranju i implementaciji programa muzičkih festivala, kao dela muzičke industrije Srbije	Implementiran sistem podrške od strane nadležnog ministarstva za turizam, kao i jedinica lokalnih samouprava, ima za cilj podršku razvoja festivala, kako bi im se omogućio kontinuitet i planiranja, ali i promocije, i po tom osnovu privukao veći broj turista, pre svega stranih u destinaciju, i generisali značajniji ekonomski efekti

Preporuke daljeg razvoja

Preporuke daljeg razvoja - Utvrđenje muzičke industrije	
Neophodnost jačeg udruživanja svih činioča kanala vrednosti muzičke industrije i pokretanje inicijativa od strane same industrije	<p>Da bi govorili o „industriji“ svi činioči kanala vrednosti na tržištu moraju svoj entitet da prepoznaju kao „jedan sastavni deo“, te da svoje aktivnosti ne postavljaju izolovano, već kao zajednički čimilac muzičke industrije. Nije neophodno formalno pokrenuti proces udruživanja, ali je neophodno koordinirati zajedničke i uniformne ciljeve kroz set sastanaka, memoranduma i inicijativa, koji bi se predstavili nadležnim organima, institucijama i entitetima u zemlji i inostranstvu. Ovo je moguće realizovati kroz formu partnerstava i/ili memoranduma o saradnji. Ključni preduslovi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljanje jasnih principa rada i partnerstva • Postavljanje ciljeva koji su orijentisani na biznis i poslovni ciklus • Izbegavanje orijentacije ka institucijama i političkom ciklusu • Prevazilaženje pojedinačnih interesa „jakih igrača“, regionala, grupe, i fokus na zajedničke ciljeve industrije



	<ul style="list-style-type: none">• Udruživanje i osnivanje organizacija u odnosu na delatnost koja se obavlja – npr. udruženje menadžera, udruženje klubova i prostora, itd.
Kreiranje zajedničkog marketing i promotivnog materijala	<p>Da bi se govorilo o industriji, neophodno je da postoji zajednički materijal koji predstavlja sve činioce ponude, i samim tim pokazuje kapacitet destinacije u muzičkom industriji. Ovaj korak može da se pokrene nakon mapiranja stejkholdera, a ključne aktivnosti se odnose na:</p> <ul style="list-style-type: none">• Izrada zajedničkog materijala koji promoviše destinaciju, sa naglaskom na „izvozni“ potencijal Srbije u domenu muzičke industrije; podrazumeva predstavljanje kapaciteta koji svojim kvalitetom i kvantitetom mogu dovesti profesionalne klijente iz inostranstva da koriste proizvode i usluge domaće muzičke industrije, i samim tim povećati značaj deviznog priliva po ovom osnovu.• Zajednički rad stejkholdera na prikupljanju podataka i kreiranju baze ponude kojim se muzička industrija predstavlja na lokalnom, regionalnom i međunarodnom tržištu. Na ovaj način omogućava se transparentan pristup, deljenje iskustava, znanja, i podizanja ukupnih kapaciteta. Jedinom rastom ukupnih kapacitet, Srbija može biti globalno konkurentna.
Programi edukacije i uticaj na sadržaj formalnih i neformalnih kurikuluma	<p>Analiza je ukazala na značajan jaz u domenu formalne i kontinuirane edukacije u muzičkoj industriji, imajući u vidu da je reč o brzo rastućoj industriji sa velikim unapređenjima, gde tradicionalni pristup obrazovanju i edukaciji nije dovoljan. Ključne aktivnosti podrazumevaju:</p> <ul style="list-style-type: none">• Stalna edukacija uključenih stejkholdera, po raznim nivoima i programima, samostalno ili u saradnji sa domaćim i stranim edukativnim entitetima i profesionalcima• Kreiranje sistema kontinuiranog edukovanja i sertifikovanja u oblasti muzičke industrije, i komunikacija sa oko unapređenja postojećih i postavljanja novih kurikuluma obrazovnih akademskih entiteta• Obrazovanje i edukovanje kreatora muzičkog sadržaja sa aspekta koji nisu direktno vezani za njihov kreativan rad, ali se tiču održivosti i opstanka na tržištu, kao što su biznis i menadžment, razumevanja muzičkih politika, pravni sistem i regulisanja autorskih i srodnih prava, i slično•
Preporuke daljeg razvoja - Razvoj muzičke industrije	
Etabliranje domaće muzičke industrije u zemlji, regionu i na međunarodnom tržištu	Aktivnosti podrazumevaju pokretanje realnih koraka u domenu koji omoguće vidljivost muzičke industrije Srbije na svakom nivou i svim stranama od interesa. Ključne aktivnosti su: <ul style="list-style-type: none">• Organizovanje redovnih sastanaka koji su otvoreni za sve činioce industrije i javnost. Sastanci moraju imati konkretnu temu, i razgrađenu agendu pod tema o kojima se vodi kvalitetna diskusija• Implementacija sistema kontinuiranih komunikacija inicijativa i aktivnosti muzičke industrije ka eksternim stranama od interesa. Najjednostavniji kanali podrazumevaju slanje newsletter-a i korišćenje društvenih medija.• Pokretanje domaćeg sajma muzičke industrije. Koncept i sadržaj može se isplanirati po ugledu na međunarodne primere. Ovim se pokazuje kapacitet domaće industrije.
Uvođenje standarda u muzičku industriju Srbije	Standardi u industriji omogućavaju globalnu uporedivost stanja, definisanje prilika za unapređenje i realnu ocenu kapaciteta muzičke industrije Srbije. Ključne aktivnosti podrazumevaju:

	<ul style="list-style-type: none"> Analiza međunarodnih standarda u svim segmentima ponude, kako bi se razumeli globalni principi rada. Kreiranje domaćih standarda i primena. Sistem edukacija i sertifikacija je ključan u ovom koraku. Ovde je korak definisanja sistema za kontrolu i zaštitu standarda ključan, i na koji način se sprovodi. Promovisanje standarda pred klijentima i strana od interesa. Ovo je korak edukacije eksternih strana od interesa.
Programi podrške razvoju različitim sektorima muzičke industrije kroz program „razvoja talenata“	<p>Program razvoja talenata u prvim plan stavlja humani kapital, odnosno kreativnost mladih talenata u različitim kategorijama muzičke industrije. Ovaj program može imati nekoliko aspekata:</p> <ul style="list-style-type: none"> Implementacija paketa podsticaja za mlade u muzičkoj industriji, sa ciljem pružanja podrške mladim talentima tokom prvih 3 godine njihovog nastanka, sa fokusom na podršku kroz sve faze razvoja u muzičkoj industriji. Ovakav pristup bi omogućio mladim talentima da lakše započnu svoju karijeru, dobiju neophodnu podršku i resurse, te izgrade stabilnu osnovu za dugoročni uspeh. Takođe, važno je obezbediti pristup obrazovnim resursima i mentorstvu mladim talentima, kako bi im se pružila potrebna podrška u razvoju njihovih karijera. Program se može bazirati na prepoznatom sistemu podrške mladima generalno, kao što je inicijativa „Moja prva plata“, ili programi u okviru Fonda za mlade talente.
Preporuke daljeg razvoja – Izvoz muzičke industrije	
Međunarodni nastupi i predstavljanja Srbije i muzičke industrije Srbije	<p>Svaka industrija svoj maksimalni potencijal može ostvariti jedino kroz integraciju na međunarodno tržište. Imajući u vidu širinu delatnosti koje muzička industrija Srbija pokriva, neophodno je u što skorijem roku realizovati izvozne aktivnosti. Neki od ključnih koraka obuhvataju:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nastup na međunarodnim sajmovima i specijalizovanim događajima i konvencijama Kreiranje baze klijenata i definisanje načina korišćenja Akcije privlačenja klijenata, studijske ture, prezentacije destinacije Promocija u međunarodnim specijalizovanim medijima
Uključivanje u međunarodne tokove i animiranje stranih partnera, investitora i klijenata	<p>Etabliranje u međunarodnim tokovima je ključ prepoznatljivosti čitave muzičke industrije Srbije. Ključne aktivnosti su:</p> <ul style="list-style-type: none"> Aktivno učešće u relevantnim međunarodnim asocijacijama Učešće na međunarodnim kongresima, sastancima Saradnja sa etabliranim destinacijama i kreatorima mišljenja Kandidatura za međunarodne skupove muzičke industrije i promocija domaćih skupova na međunarodnom nivou Saradnja sa međunarodnim partnerima u procesu apliciranja za fondove u okviru različitih programa Evropske unije i ostalih donatora
Sistem podrške „izvozu“ muzičke industrije Srbije	<p>Ovaj sistem podrazumeva set mera, dominantno javnog sektora, koji ima za cilj podizanje „izvoznih“ kapaciteta muzičke industrije. Ključne aktivnosti odnose se na:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definisanje sistema podsticaja muzičkoj industriji. Ovaj sistem je neophodno usmeravati na „nove“ oblasti proizvodnje audio sadržaja, jer

	<p>se time podiže volumen konkurentnosti na stranom tržištu i podiže kapacitet domaćih kompanija</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neophodno je sistem podrške muzičkoj industriji planirati na duži vremenski period, jer doprinosi podizanju konkurenčne prednosti Srbije na globalnom tržištu i vidljivosti ka širem tržištu potencijalnih stranih klijenata • Neophodno je da nosioci politike podsticaja, ali i korisnici samih podsticaja, održe uspostavljenu tržišnu ravnotežu, ravnomenim fokusom na sve prisutne formate „izvoza“ muzike. • Neophodno je da se nivo podsticaja razume i kao svojevrstan akcelerator ukupnog sektora muzičke industrije, te se razumevanje efekata davanja podsticaja ne sme ograničiti samo na limitiran broj projekata koji su aplicirali. • Formiranje entiteta koji bi vršio aktivnosti „music export“ kancelarije kroz koordinaciju i saradnju sa svim domaćim činiocima ponude muzičke industrije Srbije, i saradnju sa sličnim inicijativama i organizacijama ostalih država u Evropi i svetu. • Program se može bazirati na prepoznatom sistemu podrške, kao što je sistem podsticaja u kreiranju audio-vizuelnog sadržaja u filmskoj industriji.
Preporuke daljeg razvoja – Pravna regulativa i formalna podrška razvoju muzičke industrije	
Zahtev za regulacijom	<p>Predmetna Analiza je jasno ukazala na pravno-regulativne nedostatke koji se postavljaju kao limitirajući faktor ubrzanih razvoja muzičke industrije Srbije. U tom smislu, neophodno je ispratiti neke od ključnih koraka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redovna komunikacija sa nadležnom regulatornom institucijom u javnom sektoru. • Zahtev da se učestvuje u donošenju akata iz date oblasti • Zahtev javnom sektoru da se uredi institucionalni okvir • Ispitivanje ograničenja postojećih autorskih prava i drugih prava zaštite intelektualne svojine i implementirane odgovarajućeg zakona o konkurenčiji, koji imaju za cilj dalji razvoj muzičke industrije i podršku razvoju talenata i „izvozu“ • Zahtev za uspostavljanje transparentnog sistema podrške razvoju muzičke industrije koji doprinosi direktno „izvozu“ • Zahtevi za poreskim olakšicama u radu sa klijentima iz inostranstva, odnosno obavljanju delatnosti koje stimulišu „izvoz“ • Zahtev da se kreira sistem podsticaja za ulaganje u osnovnu infra/supra strukturu muzičke industrije koje omogućuju „izvoz“ i etabriranje u očima stranim strana od interesa • Zahtev za uspostavljanje sistema koji osigurava transparentnost i pravičnu distribuciju prihoda od autorskih i srodnih prava, kako bi se stvorili podsticajni uslovi za stvaralaštvo i razvoj talenata.
Implementacija međunarodnih pravnih standarda u muzičkoj industriji	<p>U skladu sa globalnim standardima i trendovima u industriji, važno je da uskladimo naša poslovna pravila sa regulativima koje su uspostavljene na nivou Evropske unije. Da bismo ostali konkurentni i u korak sa globalnim normama, neophodno je da prilagodimo naša pravila i prakse, uzimajući u obzir regulativne smernice i trendove koji se nameću na međunarodnom tržištu.</p>
Zahtev za regulacijom medijskog sistema i zaštita domaće muzičke industrije	<p>U cilju podrške domaćem stvaralaštvu i očuvanja kulturnog identiteta, neophodno je definisati sistem medijske podrške. On može podrazumevati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uvođenje obaveznih kvota za emitovanje domaćeg muzičkog sadržaja u medijskom prostoru.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ključno je jasno definisati kriterijume koji određuju šta se smatra domaćom muzikom kako bi se osiguralo dosledno sprovođenje ovih kvota. • Pored toga, potrebno je propisati odgovarajuće kvote za procenat emitovanja domaće muzike kako na privatnim emiterima, tako i na javnom servisu. • Ovakav pristup osigurava zaštitu domaćeg stvaralaštva i promoviše bogatstvo kulturne raznolikosti u medijskom prostoru, dok istovremeno pruža platformu za razvoj i promociju novih talenata u muzičkoj industriji
Uspostavljanje sistema za donošenje odluka o vodenju ekonomске politike muzičke industrije Srbije	<p>Ključne aktivnosti podrazumevaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Postavljanje sistema za nadgledanje i prikupljanje neophodnih informacija kako bi se identifikovali najprikladniji modeli razvoja muzičke industrije Srbije • Uočavanje razlika između nacionalnih statistika i realnih tržišnih aktivnosti muzičke industrije. Analiza je pokazala da već postoji značajan problem u identifikaciji delatnosti muzičke industrije korišćenjem šafranika delatnosti, a jasno je da postoji i mesta ua unapređenja koje se tiču podrške i slično
Uspostavljanje medu resorne koordinacije i komunikacije u domenu muzičke industrije	<p>Kako je muzička industrija interdisciplinarna, što je ujedno i karakteristika gotovo svih delatnosti kreativne industrije, ključni korak se odnosi na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljanje multidisciplinarnog centra ili inter-ministarske radne grupe radi lakše koordinacije između različitih resora, kao što su kultura, trgovina, finansije, turizam, rad, tehnologija, edukacija i migracije.

5. Reference

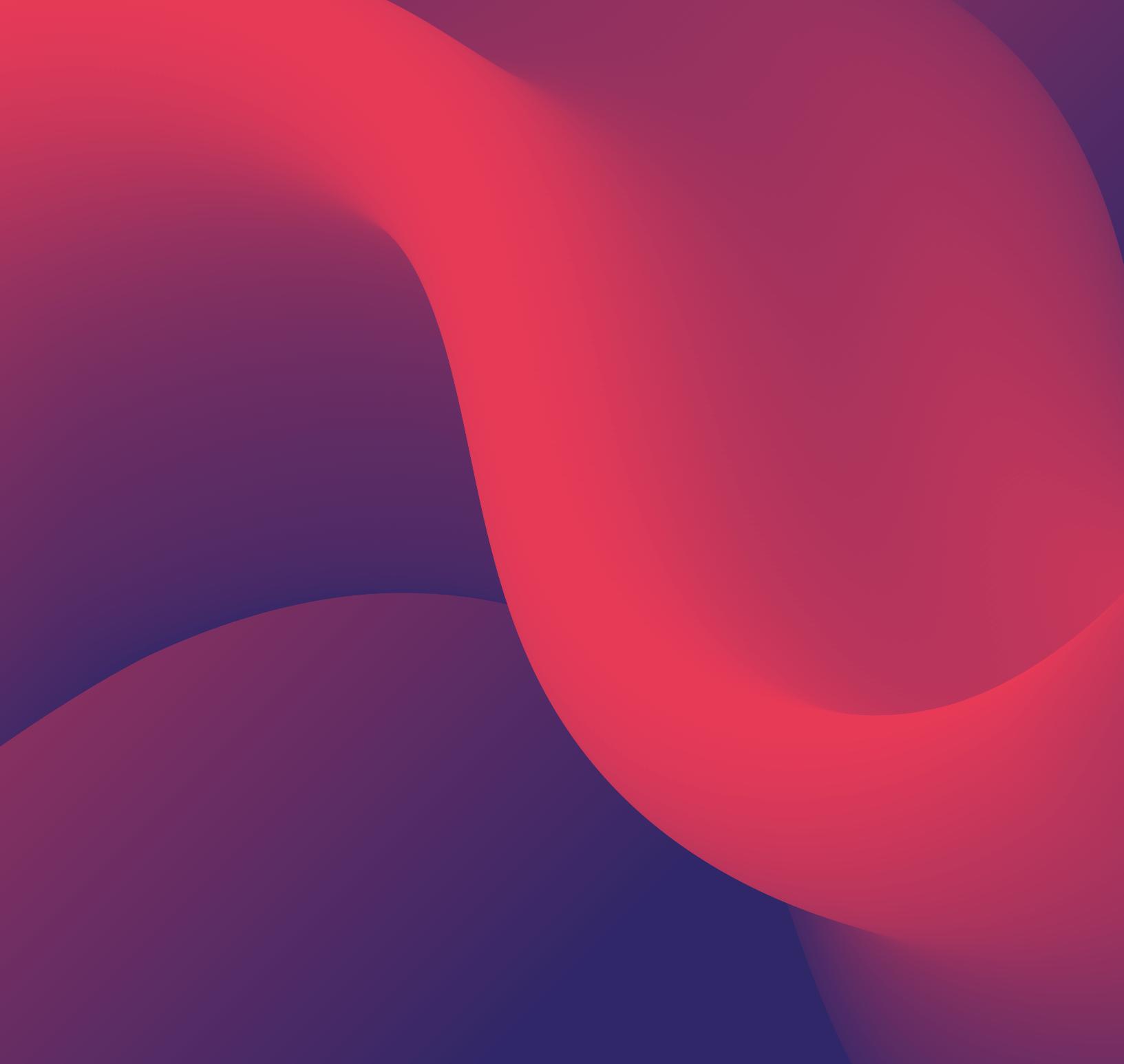
1. Analiza ekonomskih efekata sektora audiovizuelne produkcije i efikasnosti podsticaja Ministarstva privrede za proizvodnju audiovizuelnih sadržaja u Republici Srbiji za period 2016 - 2019. (2020), Naručilac Srpska filmska asocijacija (SFA), Ekonomski fakultet u Beogradu.
2. Analiza ekonomskih efekata sektora kreativnih industrija na ekonomiju Srbije (2019), Naručilac Nacionalna Platforma Srbija stvara, Ekonomski fakultet u Beogradu.
3. Analiza ekonomskih efekata sektora kreativnih industrija na ekonomiju Srbije (2021), Naručilac Nacionalna Platforma Srbija stvara, Ekonomski fakultet u Beogradu.
4. Caves, R. E. (2000). Creative industries: Contracts between art and commerce (No. 20). Harvard University Press.
5. Cruz, S. S., & Teixeira, A. A. (2015). The magnitude of creative industries in Portugal: what do the distinct industry-based approaches tell us?. *Creative Industries Journal*, 8(1), 85- 102.
6. DCMS (2016) Creative Industries Economic Estimates, DCMS, London.
7. Moore, I. (2014). Cultural and Creative Industries concept—a historical perspective. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 738-746.
8. NACE Rev. 1 (1999), Statistical classification of economic activities in the European Community, Eurostat. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/8634073/CA-80-93-436.pdf/bd973dfc-cb58-478e-ae7f-2b0b5763a491?t=1517396135000>.
9. Nordgård, D. (2018). *The music business and digital impacts: Innovations and disruptions in the music industries*. Springer.
10. Porter, M. E. (2001). The value chain and competitive advantage. *Understanding business processes*, 2, 50-66.
11. RZS , (2018). „Preduzetnici u Republici Srbiji 2018“, radni dokument.
12. RZS , (2019). „Preduzetnici u Republici Srbiji 2019“, radni dokument.
13. RZS , (2020). „Preduzetnici u Republici Srbiji 2020“, radni dokument.
14. RZS , (2021). „Preduzetnici u Republici Srbiji 2021“, radni dokument.
15. RZS , (2022). „Preduzetnici u Republici Srbiji 2022“, radni dokument.
16. RZS, (2018), „Metodologija obračuna bruto domaćeg proizvoda, izvori i metodi“.
17. Sterne, J. (2014). There is no music industry. *Media Industries Journal*, 1(1).
18. Throsby, D. (2008a). From cultural to creative industries: The specific characteristics of the creative industries. In Troisème Journées d’Economie de la Culture: Nouvelles Frontières de l’Economie de la Culture, Conference held at Musée du quai Branly.
19. Throsby, D. (2008b). Modelling the cultural industries. *International journal of cultural policy*, 14(3), 217-232.

20. UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). 2004. Creative Industries and Development (Document TD (XI)/BP/13). Geneva: United Nations. 42.
21. UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). 2008. Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy Towards Informed Policy-making. Geneva: United Nations.
22. UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). 2010. Creative Economy Report 2010: A feasible development option. Geneva: United Nations.
23. Wikström, P. (2009). The music industry: Music in the cloud. In Digital media and society series. Cambridge: Polity Press.
24. World Bank Report (2017), under the Results Based Management Reimbursable Advisory Services Agreement (P163203).

Istraživanja međunarodno priznatih asocijacija:

1. European Commission (2020), Music Moves Europe – A European Music Export Strategy, created by (le bureau export as lead partner, Music Austria, KEA European Affairs, and Factory 92).
2. European Commission (2023), Implementing steps to develop and promote European Music Export.
3. European Music exporters exchange EMME (2022), Canada music industry Market report, deliverables of the project “Implementing steps to develop and promote European Music Export” (2021–2022). The project was funded by the European Commission.
4. European Music exporters exchange EMME (2022), Mexican music industry Market report, deliverables of the project “Implementing steps to develop and promote European Music Export” (2021–2022). The project was funded by the European Commission.
5. European Music exporters exchange EMME (2022), USA music industry Market report, deliverables of the project “Implementing steps to develop and promote European Music Export” (2021–2022). The project was funded by the European Commission.
6. European Music exporters exchange EMME (2022), China music industry Market report, deliverables of the project “Implementing steps to develop and promote European Music Export” (2021–2022). The project was funded by the European Commission.
7. European Music exporters exchange EMME (2022), South-Africa music industry Market report deliverables of the project “Implementing steps to develop and promote European Music Export” (2021–2022). The project was funded by the European Commission.
8. European Music exporters exchange EMME (2023), Music Market Perspectives: India Insights from EMEE’s mission to Mumbai, e deliverables of the project “Developing European Music Export Capacity”. The project is co-funded by the European Commission.
9. Help Musicians & the Musicians’ Union (2023). Musicians’ Census Financial Insight Report.
10. IFPI (2019), Global music report, State of the industry.
11. IFPI (2021), Global music report, State of the industry.
12. IFPI (2022), Global music report, State of the industry.
13. Nashville Area Chamber of Commerce (2020), The Music Industry Report.
14. Oxford Economics (2023), THE MUSIC INDUSTRY IN HAMBURG., Germany.
15. Recorded music industry - global revenue 2022 , Statista
16. The Competition and Markets Authority (2022), Music and streaming.

17. UK Music (2022), THIS IS MUSIC, London.
18. UNESCO (2022), Revenue distribution and transformation in the music streaming value chain, France.



SERBIA 
CREATES

serbiacreatives.rs