



UNIVERZITET U BEOGRADU
Ekonomski fakultet



FilminSerbia
Srpska filmska asocijacija

NAZIV PROJEKTA:
**ANALIZA EKONOMSKIH
EFEKATA SEKTORA
AUDIOVIZUELNE PRODUKCIJE
I
EFIKASNOSTI PODSTICAJA ZA
PROIZVODNJU AUDIOVIZUELNIH
SADRŽAJA U REPUBLICI SRBIJI
ZA 2020. I 2021. GODINU**

NARUČILAC

Srpska filmska asocijacija (SFA)



UNIVERZITET U BEOGRADU
Ekonomski fakultet

Naziv projekta: **Analiza ekonomskih efekata sektora audiovizuelne produkcije i efikasnosti podsticaja za proizvodnju audiovizuelnih sadržaja u Republici Srbiji za 2020. i 2021. godinu**

Naručilac: Srpska filmska asocijacija (SFA)
Kralja Miljana 4, 11000 Beograd, Srbija

**30. jun 2022. godine
Beograd, Srbija**

Poštovane kolege,

Koristimo priliku da vam se zahvalimo na poverenju i istrajnosti u procesu realizacije Projekta i kreiranja predmetne Analize, a koja se tiče ekonomskih efekata sektora audiovizuelne produkcije i efikasnosti podsticaja Ministarstva privrede i Ministarstva kulture i informisanja za proizvodnju audiovizuelnih sadržaja u Republici Srbiji, i to za period 2020 – 2021. godine.

Imajući u vidu dinamiku sektora, ali i uticaj COVID-19 krize koja je dotakla sve sektora ekonomije, verujemo da smo proizveli jedan ozbiljan dokument, koji će koristiti Srpskoj filmskoj asocijaciji, svim vašim članicama kao i indirektnim korisnicima i stejkholderima.

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 osposobljen 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,



Kovacević, dr Igor

Rukovodilac projekta
Docent, Katedra za poslovnu ekonomiju i menadžment
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet
Igor.kovacevic@ekof.bg.ac.rs

Članovi tima:

Aleksandra Anić, docent, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet
Maja Ribić, asistent, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet

© AUTORSKA PRAVA

Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu, 2022.

Sva prava su zadržana. Izveštaj sme da se koristi samo u potpunom izdanju, u formi u kojoj je predat Srpskoj filmskoj asocijaciji. Ukoliko se delovi izveštaja koriste za potrebe prezentacija ili drugih oblika izveštavanja od strane Srpske filmske asocijacije, 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.

© FOTOGRAFIJE

Korice: Tuna Fish Studio, Red Production
Unutrašnje strane: ©Electric Entertainment, Arrowstorm, fotograf: Aleksandar Letić

Sadržaj

Izvršni rezime	5
Globalni okvir tržišta i funkcionisanje podsticaja	6
Tržišni i pravni okvir funkcionisanja podsticaja u Srbiji	8
Analiza efekata podsticaja namenjenih sektoru audiovizuelne produkcije u Srbiji u periodu 2020–2021. godine	11
Metodološke napomene	11
Učešće vrsta projekata u raspodeli podsticaja	11
Struktura projekata prema ukupnom budžetu za snimanje	12
Indikator performansi – budžetska intenzivnost aktivnosti po danu snimanja	14
Uticaj subvencija na ukupan prihod ekonomije Srbije	15
Struktura budžeta po formatima produkcije i efekti prelivanja na druge privredne grane	17
Analiza vremena isplate podsticaja	18
Presek stanja audiovizuelnog sektora u Republici Srbiji	18
Trend privredne i poslovne aktivnosti prema administrativnim podacima	18
Trend pokazatelja tržišta rada prema administrativnim podacima	20
Karakteristike zaposlenih lica	21
Analiza dodatnih pokazatelja predmetnog sektora	22
Pokazatelj FTE / za dodatno angažovane članove ekipe	22
Uticaj na turizam posmatran kroz broj ostvarenih noćenja	23

1 Izvršni rezime

Međunarodni referentni okvir

- Globalni konkurenti koji koriste princip „rebates“, odnosno povraćaja, se drže okvira od 20% do 30% iznosa povraćaja
- COVID-19 kriza je na globalnom nivou smanjila obim produkcija za 75% i generisala gubitke od 144 milijardi dolara
- Ipak, čitava industrija je pokazala fleksibilnost, te su stope rasta u 2021. godini značajne, a dolazi i do promene u strukturi kanala komunikacije proizvoda ka finalnim korisnicima, te samim tim i povećanja fokusa na striming platforme i kreiranje posebnih sadržaja za njih

Trenutno stanje u Srbiji

- Nivo povraćaja (podsticaja) se određuje na bazi strukture troškova produkcija, i to kao procenat u odnosu na kvalifikovane troškove, a isplate rade prema Pravilniku koji se unapređuje na početku svake godine
- Uticaj COVID-19 i ekonomska kriza su opravdano usporili budžetsku intezivnost u predmetnom sektoru, ali se određeni nivo podrške i aktivnosti zadržao na zadovoljavajućem nivou te su na uloženi 1 evro u podsticaje od strane države, predmetni projekti realizovali 4,6 evra ukupnog budžeta u Srbiji
- Rast produkcije je mnogo brži nego rast infrastrukture i ljudskih resursa, zbog čega podsticaje ne treba bazirati samo na ekonomskom automatizmu pojedinačnih projekata, već je neophodno uključiti i razvojnu komponentu čitave industrije, kao na primer: poseban fokus za projekte koji obučavaju nove ljude, promovišu destinaciju tako što je radnja smeštena u gradu, ili praktikuju zelene politike

Efekti podsticaja na ekonomiju Srbije i dalji razvoj sektora

- Ukupan broj dana snimanja je 589, dok **prosečan budžet po danu snimanja iznosi 54.607 evra, prosečni izdaci za radnu snagu po danu snimanja iznose 14.304 evra, dok prosečni izdaci za produkciju po danu snimanja iznos 23.023 evra**^{*1}
- Ukupni povraćaj na investiciju koji država ostvaruje po osnovu davanja subvencija je 4,57 evra, odnosno može se konstatovati u proseku da na 1 evro podsticaja se u ekonomiju Srbije slije u proseku 4,57 evra prihoda kroz budžete produkcija*
- Direktni fiskalni prihod je 43% po osnovu davanja subvencija, odnosno na svaki 1 evro isplaćenih podsticaja, u proseku, 0.43 evra se direktno vrati u budžet po osnovu plaćanja PDV, poreza i doprinosa*
- Analiza je pokazala da je prosečan broj dana koji je prošao od datuma apliciranja do datuma isplate subvencije je 295 dana*
- U analiziranom periodu broj zaposlenih koji su ekvivalent zaposlenima sa punim radnim vremenom (FTE) iznosi 7.634, odnosno 2.626 za 2020. godinu, i 5.008 za 2021. godinu.*
- Strane produkcije su u analiziranom periodu ostvarile 14.878 noćenja i generisale ukupan doprinos turizmu od 1.257.676 evra samo u pokrivanju troškova smeštaja i pratećih boravišnih taksi*
- U analiziranom periodu ukupno uplaćeni porezi po osnovu poreza na PDV, poreza na doprinose i godišnjeg poreza na dobit, kompanija koje su bile u uzorku, iznosi 1.470 milijardi dinara, odnosno 12.5 miliona evra*
- Ukupan promet u delatnosti kinematografska i televizijska produkcija, snimanje zvučnih zapisa i izdavanje muzičkih zapisa u 2020. godini iznosi 22 milijarde dinara (188 miliona evra), i ostvaren je rast u odnosu na 2019. od 1.53% uprkos COVID-19 uslovima
- Broj direktno zaposlenih u filmskoj industriji (5911, 5912) se povećao, i u 2021. godini je iznosio 2.894, što je za 37% više u odnosu na 2019. godinu, a ovaj rast je ostvaren i tokom 2020. godine uprkos COVID-19 krizi

¹ *Zaključci na bazi istraživanja sprovedenom na uzorku koji čini 56% ukupnog broja projekata koji su koristili podsticaje (pogledati tačku 4.1)

2 Globalni okvir tržišta i funkcionisanje podsticaja

Na nivou međunarodne prakse moguće je uočiti tri forme podsticaja koje države nude, a to su „tax shelters“, „rebates“ i „tax credit“. U poslednjih nekoliko godina veliki broj destinacija prelazi na sistem povraćaja („rebates“), jer je neophodna administracija značajno manja i jednostavnija, a imamo i mnogo manji broj učesnika, pri čemu je transparentnost zagarantovana.

Predmet Analize su pre svega povraćaji („rebates“), jer je to sistem koji je već duži niz godina implementiran u Srbiji, ali je isto tako dominantan za veći broj zemalja. Visina podsticaja koje zemlje daju se razlikuju od zemlje do zemlje. Nivo povraćaja se određuje na bazi strukture troškova produkcija, i to kao procenat u odnosu na kvalifikovane troškove. Najveći broj zemalja praktikuje stope povraćaja u iznosu 20-40% troškova, zemlje u okruženju i direktni konkurenti Srbije

Tabela 1: Pregled iznosa stope povraćaja za zemlje u okruženju i direktne konkurente Srbije

Država	Procenat podsticaja
Češka	20%
Severna Makedonija	20%
Slovenija	20%
Bugarska	25%
Hrvatska	25%
Crna Gora	25%
Rumunija	30%
Mađarska	30%
Grčka	40%
Austrija	20-30%

Izvor: Olsberg•SPI's Global Incentives Index, May 2022; preuzeto sa linka <https://www.o-spi.com/news/may-2022-update-of-spi-global-incentives-index-ys6h2> na dan 10.06.2022.

Prema sprovedenim istraživanjima rezultati povraćaja su značajni za ekonomije koje ih sprovode, pa tako u Velikoj Britaniji filmska industrija generiše prihod za ekonomiju od 8.3 funte na svaku 1 funtu stimulansa kroz podsticaje,² čime se potvrđuje činjenica da na nivo multiplikacije investiranih povraćaja utiče i nivo razvijenosti zemlje u predmetnoj industriji. Nezavisno od veličine produkcije (nezavisno o formatu) procedure su uvek iste i jednostavne, i garantuju najbolje merenje rezultata za državu koja je davalac podsticaja, dok stranim produkcijama omogućavaju da posluju sa manjim rizikom i opterećenjem, te u ovom odnosu država ima priliku da se dalje pozicionira na globalnom tržištu.

Sistem povraćaja je gotovo samofinansirajući jer je vremenski period povraćaja uslovljen dužinom obrade administrativnih procedura, zbog čega se isplate vrše nekoliko meseci pošto je produkcija završena i nakon što se predaju odgovarajući revizorski izveštaji o pravdanju troškova. Samim tim produkcije su već platile poreze kao deo operativnih aktivnosti snimanja, pri čemu se često kvalifikovani troškovi prihvataju i samo ako je plaćen porez na njih. Ovo dalje jasno indukuje da iznos sredstava koji država daje ne mora da bude direktno akumuliran na početku budžetske godine, jer se isplate de-facto vrše iz sredstava koje su produkcije same uplatile.

Ipak da bi se efekat podsticaja kroz povraćaj pratio na adekvatan način, neophodno je razmotriti i ukupan nivo i strukturu potrošnje produkcija tokom godina, jer logika nalaže da se uvođenjem pomenutih oblika

² BFI, Screen Business, December 2021, How screen sector tax reliefs power economic growth across the UK 2017–2019; preuzeto sa linka <https://www.bfi.org.uk/industry-data-insights/reports/uk-screen-sector-economy> na dan 10.06.2022.

podsticaja povećava i broj produkcija koje se u destinaciji dešavaju. Takođe, neophodno je posmatrati produkcije svih veličina, jer se pojedine destinacije (kada se uzmu u obzir resursi, lokacije, dostupnost i slično) mogu specijalizovati samo za određenu vrstu produkcija kako bi maksimizirali upotrebu resursa. Ovo ne umanjuje značaj podsticaja, već upravo suprotno, omogućava njihovu specijalizaciju.

Sjajni rezultati i doprinosi sektora audiovizuelne produkcije u periodu do 2020. godine su imali dobar osnov za dalje unapređivanje, ali su uslovi COVID-19 pandemije značajno usporili tržište. Procena je da je na svetskom nivou ugašeno 10 miliona radnih pozicija i da je ekonomski gubitak na nivou od preko 140 milijardi dolara, dok istraživanja pokazuju i sledeće aspekte:³

- Obim produkcije je opao za prosečno 75%, odnosno 75% manje projekata je realizovano
- Smanjen nivo direktnih efekata na ekonomiju za 61 milijardu dolara, odnosno sa uključivanjem svih multiplikativnih efekata, procenjeni gubitak je 144 milijarde dolara
- Broj direktno zaposlenih u delatnostima audio-video produkcije se smanjio za 3,1 milion, odnosno ukupan broj izgubljenih radnih mesta, kada se dodaju i indirektni uticaji, je 10 miliona

Efekti pandemije se mogu pratiti i kroz promenu u drugim aspektima ovog sektora. Pre svega, delimičnim zatvaranjem tržišta bioskopa, a potom i uvođenjem posebnih regulacija njihovog rada, distributeri i produkcije se okreću novim modelima distribucije, pre svega ka platformama za on-line emitovanje (streaming), što kreira jedan potpuno novi segment i konkurentsku trku u domenu kućne zabave i pretplatnika (subscribers). Na ovaj način tražnja postavlja potrebu za novim, originalnim sadržajima koje kreiraju upravo same striming platforme, i to pre svega u formatu serija mnogo više nego filmskom, a promena u potrebama tražnje, odnosno gledalaca, se za sada procenjuje kao stalna. Takođe, dolazi do ubrzanog razvoja i primene rešenja virtuelne tehnologije. Zbog toga dolaze do pojačanog razvoja novih studija, ali i zajedničkih aktivnosti na polju novih tehnologija, akvizicija sadržaja od manjih kompanija i slično.

Zaključak: Podsticaje je neophodno posmatrati kao vid investicije u razvoj predmetnog sektora, koji dalje uslovljavaju značajnu potrošnju u zemlji čime se kreiraju multiplikativni efekti u dužem vremenskom periodu. Iznos i način raspodele podsticaja, odnosno „povraćaja“ kao posebne forme, treba usaglašavati u skladu sa resursnom strukturom i kapacitetima destinacije. Promene u pravilima dodeljivanja, koje se dešavaju u kratkom roku i bez prethodnog istraživanja i konsultovanja sektora, utiču negativno na imidž zemlje, a produkcijama onemogućavaju dugoročno planiranje, što sve ukupno utiče na gubitak konkurentске prednosti destinacije. Kriza uzrokovana COVID-19 je pokazala da je i predmetna industrija teško pogođena, ali da i te kako može u kratkom roku da odgovori u uslovima oporavka, te da doprinosi razvoju ekonomije. Uslovi rada tokom krize su učinili da dolazi do promene u strukturi kanala komunikacije audio vizuelnog sadržaja ka krajnim korisnicima, što je na tržištu kreiralo prostor za nove proizvode i usluge, kao i korišćenje nove tehnike i tehnologije, gde opet kreativnost kompanija ima ključnu ulogu u postavljanju i takmičenju na globalom tržištu.

³ Olsberg•SPI's Global Screen Production – The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19, June 2025

3 Tržišni i pravni okvir funkcionisanja podsticaja u Srbiji

Program povraćaja na investicije reguliše Uredba o podsticanju investitora da u Srbiji proizvodi audiovizuelno delo usvojena na sednici 19. avgusta 2015. godine, a koja je na snagu stupila objavljivanjem javnog poziva za dodelu podsticajnih sredstava 16. aprila 2016. godine. Ažuriranjem, Uredba danas propisuje podsticaj u vidu direktnog povraćaja sredstava u vezi sa izradom audiovizuelnog dela koji su nastali i isplaćeni pravnim ili fizičkim licima na teritoriji Republike Srbije.

Uredbom iz 2021. godine definisano je da se podsticajna sredstva dodeljuju kao bespovratna, putem povraćaja dela kvalifikovanih troškova ostvarenih u Republici Srbiji. Podsticajna sredstva dodeljuju se u iznosu od 25% kvalifikovanih troškova, osim u slučaju kada je u pitanju audiovizuelno delo za čiju su proizvodnju u budžetu produkcije namenjena sredstva za realizaciju projekata u Republici Srbiji u iznosu većem od 5.000.000 evra podsticajna sredstva dodeljuju se u iznosu od 30% kvalifikovanih troškova, pri čemu je neophodan osnov za isplatu izveštaj nezavisnog ovlašćenog revizora o troškovima proizvodnje audiovizuelnog dela u Republici Srbiji.

Tabela 2: Iznosi dodeljenih sredstava podsticaja i broj projekata u odnosu na kategorije u periodu 2016-2021

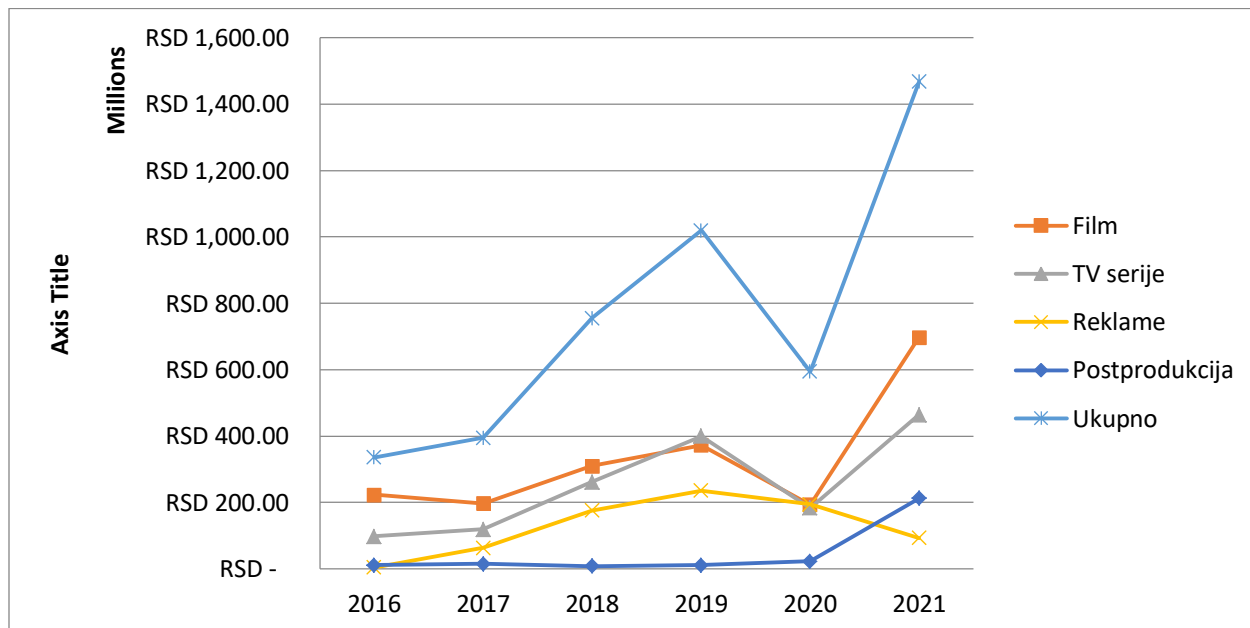
Ukupan broj dodeljenih projekata po kategorijama (u RSD)							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ukupno (u RSD)
Reklama	1	17	42	49	40	18	767.445.865
Film	4	4	12	6	4	7	1.993.572.229
Serija	2	5	10	8	6	9	1.527.464.523
Postprodukcija	2	2	1	2	4	2	279.688.769
Ukupan broj projekata	9	28	65	65	54	36	257

Ukupan iznos dodeljenih sredstava po kategorijama (u RSD)							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ukupno
Reklama	4.644.790	63.128.366	175.930.182	236.158.100	194.540.882	93.043.543	767.445.863
Film	223.137.054	196.877.610	310.160.116	372.256.486	193.181.552	697.959.410	1.993.572.229
Serija	97.684.906	119.575.860	261.631.935	400.047.042	183.957.215	464.567.563	1.527.464.523
Postprodukcija	10.876.553	15.221.331	8.050.240	10.703.970	22.346.849	212.489.823	279.688.766
Ukupno (u RSD)	336.343.304	394.803.167	755.772.473	1.019.165.600	594.026.499	1.468.060.341	4.568.171.387

Izvor: Ministarstvo privrede; Filmski centar Srbije;

Uticao COVID-19 i ekonomska kriza su opravdano usporili budžetsku intezivnost u predmetnom sektoru, ali industrija je opstala, što i svedoče podaci o nivou isplaćenih podsticaja, koji iako u kriznim periodima su na višem nivou nego u inicijalnim godinama odobravanja podsticaja. Ovo svedoči o nastojanju države i institucija da održe ustanovljene mehanizme i podrže dalji razvoj predmetnog sektora. Takođe, neophodno je jasno uočiti da se iznos opredeljenog budžeta za podršku, u periodu nakon COVID-19 krize, jasno može okarakterisati kao „razvojni“ imajući u vidu da je nivo budžeta iznad svih do sada usvojenih i realizovanih u prethodnom periodu. Jako je važno da se ovaj trend nastavi, jer se razvoj industrije može ostvariti samo u dužem vremenskom periodu.

Grafikon 1: Iznos isplaćenih sredstava prema vrsti produkcije



Grafikon 1 ilustruje rast sredstava koja su isplaćivana projekima, kao i jasan pad u 2020. u kojoj su 3 dominantne vrste projekata povukle približno isti nivo sredstava. Očigledan rast postignut u 2021. godini je obeležio najveći izdvojen budžet i trend rasta u svim kategorijama projekata, osim reklamnih projekata koji su imali pad u odnosu i na pandemijsku godinu.

Tabela 3: Racio ulaganja kroz podsticaje i visine realizovanog budžeta u Srbiji*

	Ukupno isplaćeno podsticaja (u milionima EUR)	Ukupan broj projekata koji su dobili podsticaje	Ukupna vrednost projekata realizovana u Srbiji (u milionima evra)
2016	2,85	9	11,2
2017	3,34	28	13,2
2018	6,40	65	25,6
2019	4,6	39	18,7
2020	2,5	27	11,7*
2021	3,9	23	17,7*

Napomena: kao srednji kurs uzet je 1 eur = 118 rsd; *prema podacima direktno prikupljenim za potrebe istraživanja 2016-2019, i predmetnog istraživanja 2020-2021.

Iako je ograničenje to što se podaci odnose samo na projekte koji su dali saglasnost za analizu, iz tabele se jasno može zaključiti da odnos podsticaja i investicija u 2016. godini iznosi 1:6 (na uloženi 1 evro podsticaja, privreda Republike Srbije u 2016. godini prihodovala je više od 6 evra kroz realizaciju budžeta u Srbiji), dok je taj odnos u 2017. godini povećan na 1:9, u 2018. godini je 1:7, i u 2019. godini taj odnos je zadržan na nivou od 1:7. U 2020. godini, prema dostupnim podacima, na uloženi 1 evro u podsticaje od strane države, predmetni projekti u realizovali 4,7 evra ukupne investicije kroz budžet u Srbiji, **dok u 2021. godini ovaj odnos iznosi 1: 4,53**. Snižavanja racia možemo da objasnimo kroz efekat

COVID-19, niže ukupne budžete, ali i u nedostatku potpune informacije sa tržišta, usled metodoloških ograničenja veličine uzorka (tačka 4.1).

Analizirani podaci pokazuju da se, uprkos krizi, održao nivo aktivnosti i iznos sredstava koji su namenjeni podsticajima produkciji audiovizuelnog sadržaja, što je doprinelo opstanku sektora, kao i činjenici da se ukupan broj podržanih projekata povećava, a čemu doprinosi i konstantno unapređenje prvog okvira davanja istih.



The Outpost set u PFI studiju ©Electric Entertainment, Arrowstorm, fotograf: Aleksandar Letic

4 Analiza efekata podsticaja namenjenih sektoru audiovizuelne produkcije u Srbiji u periodu 2020–2021. godine

4.1 Metodološke napomene

Kako bi se analizirali efekti podsticaja za proizvodnju audiovizuelnih dela u Srbiji izvršeno je prikupljanje podataka direktno od produkcijskih kuća (korisnika podsticaja), i to putem upitnika koji je sadržao pitanja o samoj kompaniji i projektima koji su realizovani tokom definisanog perioda. Takođe, za iste projekte, nakon dobijanja saglasnosti, prikupljeni su revizorski izveštaji koji se prilažu pri podnošenju zahteva za dobijanje podsticaja, kako bi se dobile informacije o troškovima projekata. Nakon procesa prikupljanja podataka formiran je uzorak koji se sastoji od 50 projekata za koje su dobijene neophodne informacije, što predstavlja 56% ukupnog broja projekata (prema podacima 90 projekata je dobilo podsticaje u posmatranom periodu). Opis uzorka na bazi koga je izvršena analiza prema vrsti produkcije predstavljen je u Tabeli 4.

Tabela 4: Opis uzorka istraživanja / Broj projekata po vrsti produkcije

	Reklama	Film	Serija	Postprodukcija	Ukupno
2020	21	1	2	3	27
2021	15	3	4	1	23
Ukupno	36	4	6	4	50

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

Za potrebe analize od produkcijskih kompanija prikupljene su saglasnosti za korišćenje podataka, a Ekonomski fakultet se obavezuje na zaštitu privatnosti istih, zbog čega su podaci u analizi predstavljeni kao sumarni.

4.2 Učešće vrsta projekata u raspodeli podsticaja

Ukupno dodeljeni podsticaji u posmatranom periodu za 90 projekata iznose 17,5 miliona evra od čega je 50 projekata koji su ušli u analizu dobilo sredstva u iznosu od 6,5 miliona evra. Raspodela dodeljenih sredstava prema vrsti produkcije u uzorku data je u Tabeli 5.

Tabela 5: Učešće vrsta projekata u raspodeli podsticaja za period 2020-2021.

	Iznos podsticaja	Broj projekata	% učešće u broju projekata	% učešće u isplaćenim sredstvima
Reklama	1.695.137 €	36	72%	26,2%
Film	1.338.218 €	4	8%	20,7%
Serija	3.229.487 €	6	12%	50,0%
Postprodukcija	199.074 €	4	8%	3,1%
Ukupno	6.461.916 €	50	100%	100%

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

Analizirani podaci ukazuju da je najveći broj projekata koji su koristili sredstva iz formata reklama, odnosno 72% ukupnog broja podržanih projekata, dok serije predstavljaju drugu značajnu kategoriju sa učešćem od 12% u broju podržanih projekata. Filmski i postprodukcioni formati čine po 8% ukupnog broja projekata. Takođe, neophodno je da se u analizu uključi i obim produkcije posmatran kroz iznos isplaćenih sredstava podsticaja. U analiziranom uzorku, projekti serija su imali najveće učešće u isplaćenim sredstvima u periodu 2020-2021. od približno 50%, dok je najmanje učešće u iznosu dodeljenih sredstava imao format postprodukcije.

4.3 Struktura projekata prema ukupnom budžetu za snimanje

Kako bi se sagledala struktura projekata prema ukupno utrošenom budžetu za snimanje izvršena je analiza broja projekata i vrednosti projekata u odgovarajućim opsezima ukupnog budžeta.

Tabela 6: Struktura projekata reklama prema ukupnom budžetu za snimanje za period 2020-2021.

Veličina budžeta po projektu	Broj projekata	% učešće u broju projekata	Ukupan iznos budžeta	% učešće u ukupnim budžetima
100.000 – 150.000 €	7	19,4%	902.988 €	10,4%
150.000 – 200.000 €	10	27,8%	1.690.555 €	19,4%
200.000 – 250.000 €	6	16,7%	1.324.908 €	15,2%
250.000 – 300.000 €	2	5,6%	552.660 €	6,4%
300.000 – 350.000 €	6	16,7%	1.957.105 €	22,5%
350.000 – 400.000 €	1	2,8%	368.449 €	4,2%
400.000 – 450.000 €	2	5,6%	849.327 €	9,8%
450.000 – 500.000 €	1	2,8%	464.283 €	5,3%
Preko 500.000 €	1	2,8%	589.520 €	6,8%
Ukupno	36	100%	8,699,795 €	100%

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

U Tabeli 6. dat je pregled strukture reklama prema ukupnom budžetu. S obzirom na manji iznos ukupnog budžeta ovog formata produkcije u odnosu na druge kategorije segmentiranja je izvršeno u užim intervalima od po 50.000 evra. **Analiza je pokazala da u formatu reklama najveći broj projekata (85% od ukupnog broja projekata reklama) ima budžete koji su manji od 350.000 evra i oni predstavljaju 74% ukupnog budžeta reklama. Ovaj podatak ukazuje i na jasnu vezu između destinacijske ponude i kapaciteta kompanija u Srbiji sa jedne strane, i forme projekata ka kojima možemo uspešno da konkurišemo, sa druge strane. Takođe, ukoliko bi analizirali nivo promena u odnosu na prethodnu Analizu predmetnog sektora za period 2016-2019. može se jasno uočiti da je sa promenom uslova dobijanja podsticaja, država uticala na dalju pozitivnu diversifikaciju sektora, te da su preporuke koje su date u formi fokusiranja na proizvodnju reklama, dovele do dobrih rezultata.**

Tabela 7: Struktura projekata filmova prema ukupnom budžetu za snimanje za period 2020-2021.

Veličina budžeta po projektu	Broj projekata	% učešće u broju projekata	Ukupan iznos budžeta	% učešće u ukupnim budžetima
500.000 – 1.000.000 €	1	25%	883.869 €	13,3%
1.000.000 – 1.500.000 €	2	50%	2.492.254 €	37,4%
Preko 1.500.000 €	1	25%	3.293.224 €	49,4%
Ukupno	4	100%	6.669.347 €	100%

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

Tabela 7. daje pregled strukture filmova prema ukupnom budžetu. Kako ovaj tip produkcije ima značajne budžete segmentiranje je izvršeno u širim intervalima od po 500.000 evra. Ovde je neophodno da naglasimo da se istraživanju odazvao mali broj filmskih produkcijskih kuća. Na bazi podataka kojima se raspolagalo u procesu analize, a imajući u vidu mali broj filmskih projekata u uzorku, ne mogu se izvući jasni zaključci o zastupljenosti projekata u predstavljenim segmentima budžeta, ali se može konstatovati da u najvećem delu ukupnog budžeta, skoro 50%, doprinosi samo jedan projekat. **Ovo ukazuje da bi privlačenje i malog broja vrednih projekata mogao značajno da doprinese iznosu potrošnje u zemlji. Takođe, moramo da imamo u vidu i kapacitete same destinacije da rukovodi produkcijom budžetski intezivnih filmskih projekata.** Sa jedne strane ekonomski doprinosi ovakvih projekata su višestruki, što i Anliza dalje pokazuje, ali isto tako ovakvi projekti po jednom projektu angažuju mnogo veće kapacitete, te usled ograničenosti, može doći do negativnih uticaja kroz monopolizaciju programa. Time se potencijalno urušava i tržišna konkurentnost, što je protivno principima jednake mogućnosti ostvarivanja državne pomoći kroz podsticaje. U tom smislu, **neophodno je dalje raditi na diferifikaciji portfolija destinacije, unapređivati sisteme podsticaja, tako da se podjednaka šansa i ravnomerni podsticaji daju svim formama produkcije, ali i investirati u podizanje kapaciteta destinacije.**

Tabela 8: Struktura projekata serija prema ukupnom budžetu za snimanje za period 2020-2021.

Veličina budžeta po projektu	Broj projekata	% učešće u broju projekata	Ukupan iznos budžeta	% učešće u ukupnim budžetima
500.000 – 2.000.000 €	4	66,7%	4.921.087 €	36,9%
2.000.000 – 5.000.000 €	1	16,7%	2.286.083 €	17,2%
Preko 5.000.000	1	16,7%	6.122.623 €	45,9%
Ukupno	6	100%	13.329.793 €	100%

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

U Tabeli 8. prikazana je struktura serija prema ukupnom budžetu, i može se zaključiti da je **najveći broj produkcija koje su koristile podsticaje bile u kategoriji do dva miliona evra budžeta**, pri čemu ako uključimo i dodatnu jednu produkciju sa budžetom od 2,2 miliona, možemo konstatovati da je to 84% projekata. Sa druge strane, samo 1 projekat snimanja serije sa budžetom od preko 6 miliona evra je generisao gotovo istu potrošnju kao i svi prethodni. Ovde možemo zaključiti, pogotovo u odnosu na period pre COVID-19, da produkcija serija postaje interesantan segment, imajući u vidu da usled okretanja finalnih korisnika sadržaja ka internet striming platformama i težnjom za novim i jedinstvenim sadržajem, **serije kao format postaju sve više zastupljene. Sa aspekta kapaciteta destinacije i kompanija koje pružaju uslugu u Srbiji, prostora za poboljšanje ime, te je daljim uredbama neophodno nastaviti stimulisanje snimanja serija. Ovde je jako bitno da napomenemo da „vlasnici“ serijala imaju tendenciju vraćanja u destinacije radi snimanje novih sezona i epizoda, te dobri rezultati u ovoj kategoriji imaju dugoročne efekte na destinaciju.**

Tabela 9: Struktura projekata postprodukcije prema ukupnom budžetu za snimanje za period 2020-2021.

Veličina budžeta po projektu	Broj projekata	% učešće u broju projekata	Ukupan iznos budžeta	% učešće u ukupnim budžetima
150.000 – 200.000 €	2	50%	350.279 €	43%
200.000 – 250.000 €	2	50%	457.384 €	57%
Ukupno	4	100%	807.663 €	100%

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

Struktura budžeta projekata postprodukcije prikazana je prikazan u Tabeli 7. Što se ovog formata tiče svi analizirani projekti se nalaze **u opsegu vrednosti do 250.000 evra**. Aktivnosti postprodukcije, pogotovo u periodu nakon COVID-19, kada nove tehnologije, pre svega u domenu virtualne i proširene realnosti i animacije, **pronalaze svoje nove primene u oblasti filma, serija i reklama, postaju svi više diversifikovane, i često dolazi do kombinovanja sa drugim granama kreativnih industrija poput video igara i slično**. U daljem periodu neophodno je raditi na bližem profilisanju ovih usluga, kao i novim zajedničkim aktivnostima kompanija iz kreativnog sektora, kako bi se broj podsticaja korisnika u kategoriji postprodukcija povećao.

4.4 Indikator performansi – budžetska intenzivnost aktivnosti po danu snimanja

Imajući u vidu da različiti tipovi produkcija imaju svoje specifičnosti, oni nisu međusobno lako uporedivi. Osnovna razlika je, pre svega, u dužini trajanja projekata iskazanog u danima snimanja. Zato se kao indikator performansi, koji omogućava bolju uporedivost različitih formi produkcije, koristi budžetska intenzivnost aktivnosti po danu snimanja, u odnosu na definisana tri parametra (ukupan budžet, izdaci za radnu snagu, izdaci za produkciju), koja je prikazana u Tabeli 10.

Tabela 10: Budžetska intenzivnost aktivnosti po danu snimanja za period 2020-2021.

	Broj dana snimanja	Budžet po danu snimanja	Izdaci za radnu snagu po danu snimanja	Izdaci za produkciju po danu snimanja
Reklama	112	77.677 €	18.202 €	36.103 €
Film	145	45.995 €	11.638 €	18.425 €
Serija	332	40.150 €	13.074 €	14.543 €
	Ukupan broj dana snimanja	Prosečan budžet po danu snimanja	Prosečni izdaci za radnu snagu po danu snimanja	Prosečni izdaci za produkciju po danu snimanja
	589	54.607 €	14.304 €	23.023 €

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

U posmatranom periodu, ukupan broj dana snimanja predstavlja 80,6% ukupnog broja kalendarskih dana. Naravno, sezona snimanja i produkcija se dominantno vezuje za tradicionalne mesece poput proleća i leta, i to važi za sve forme produkcije. Ono što je interesantno da se posmatra jeste upravo budžetska intezivnost koja se ostvaruje po danu snimanja. I ukoliko posmatrane formate stavimo u odnos, u Tabeli 8 jasno možemo da vidimo da reklame ostvaruju natprosečne performanse u odnosu na ostale formate. Ovo, slično kao i u prethodnim zaključcima, je rezultat reursne osnove destinacije i kapaciteta. Isto tako, ovi podaci potvrđuju budžetsku intenzivnost formata reklama koja je uočena u predmetnoj Analizi za period 2016-2019. godine. Iako filmovi, kao takvi, imaju veće ukupne budžete, budžetska intezivnost po danu snimanja reklama je veća, ali po pojedinačnom projektu broj snimajućih dana je manji u odnosu na film i seriju. Ovaj tip produkcije značajno prednjači i u izdacima za radnu snagu i produkciju po danu snimanja, pri čemu su izdaci za produkciju gotovo dvostruko veći od filma kao sledeće kategorije.

Ukoliko podatke konkretnog analiziranog perioda 2020-2021. uporedimo sa prethodnim izveštajnim periodom (2016-2019), može se zaključiti da je **prosečan budžet po danu snimanja porastao za 32%**. **Najveći rast bužeta po danu snimanja utvrđen je u kategoriji TV serija (257%)**. Sa jedne strane, ovo je sigurno posledica činjenica da je uveden tzv. „minimalni budžet“ od 100.000 evra po epizodi serije, što implicira i rast budžeta. Takođe, neophodno je da konstatujemo da podsticaji kroz povraćaje ne daju više istu prednost Srbiji na globalnom tržištu, jer je u međuvremenu došlo do rasta cena usluga, **te se cena više ne sme i ne može smatrati prednošću u odnosu na ostale globalne destinacije**.

4.5 Uticaj subvencija na ukupan prihod ekonomije Srbije

Iako podsticaji predstavljaju deo sredstva koja država vraća produkcijama kroz formu subvencija, ovaj iznos treba okarakterisati kao investiciju. Ovakav vid subvencionisanja sektora dovodi do privlačenja produkcije audiovizuelnog sadržaja u našoj zemlji čime se povećava potrošnja u zemlji i stvaraju pozitivni efekti na ekonomiju Srbije. Ovaj efekat prikazan je u Tabeli 11. gde su predstavljeni iznosi koliko svaki jedan evro ulaganja kroz podsticaje u neku od forma produkcije, generiše dodatnu potrošnju u ekonomiji Srbije kroz realizovane produkcione budžete (odnosno kao svojevrsni pokazatelj povrata na investiciju - ROI / Return on Investment). U navedenoj analizi se isplaćeni podsticaji posmatraju kao investicija, a vrednost budžeta produkcija koje su privučene putem podsticaja predstavljaju povrat za ekonomiju u celini.

Tabela 11: Uticaj subvencija na ukupan prihod ekonomije Srbije u periodu 2020-2021.

	Reklama	Film	Serija	Post produkcija
Iznos isplaćenih podsticaja	1.695.137 €	1.338.218 €	3.229.487 €	199.074 €
Ukupan budžet potrošen u Srbiji	8.699.795 €	6.669.347 €	13.329.793 €	807.663 €
Iznos budžeta privučenih produkcija na svaki 1 € ulaganja kroz podsticaje	5,13 €	4,98 €	4,13 €	4,06 €
Prosečan iznos budžeta privučenih produkcija na svaki 1 € ulaganja kroz podsticaje	4,57 €			

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

Analiziranjem odnosa isplaćenih podsticaja sa efektima na ekonomiju Srbije za period 2020-2021, može se konstatovati u proseku da na 1 evro podsticaja se u ekonomiju Srbije slije u proseku 4,57 evra prihoda. U odnosu na prethodnu Analizu za period 2016-2019, kada se na 1 evro podsticaja u ekonomiju Srbije slije u proseku 5,37 evra dodatnih prihoda, sad je došlo do smanjenja za u proseku 0.80 evra. Sa jedne strane, razlog je u tome što ispitivani uzorak nije obuhvatio određene projekte pogotovo iz kategorije filma (pogledati metodološke napomene), kao i pretpostavka da su ukupni budžeti produkcija sniženi usled ekonomske krize. Najmanji iznos opadanja je u sektoru reklama (-0,17 evra), a najveći u domenu filma (-0,72 evra), u odnosu na period 2016-2019.

Analiza jasno pokazuje da svaki evro uložen kroz podsticaje generiše značajne budžete produkcija koji se potroše u zemlji. U proseku posmatrano, najveći efekat se ostvaruje u produkciji reklama, gde 1 evro generiše 5,13 evra budžeta produkcije, sledi snimanje filmova i serija i na kraju postprodukcija sa 4,06 evra generisanih budžeta na 1 evro uložen u podsticaje.

Osim uticaja na celokupnu ekonomiju Srbije u analizi su izdvojeni i direktni fiskalni efekti, odnosno deo sredstava koji se direktno vraća u budžet Republike Srbije.

Tabela 12: Uticaj subvencionisanih projekata na direktne fiskalne efekte u periodu 2020-2021.

	Reklama	Film	Serija
Iznos isplaćenih podsticaja	1.695.137 €	1.338.218 €	3.229.487 €
Direktni javni prihod	684.727 €	639.014 €	997.545 €
Direktni prihod budžeta Srbije na 1 EUR podsticaja	40%	58%	31%

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

Imajući u vidu da se subvencije isplaćuju iz državnog budžeta, u ovom koraku posmatramo iznos koji se zahvaljujući isplaćenim podsticajima direktno vraća u budžet kao javni prihod, a koji su produkcije audiovizuelnih sadržaja koristile podsticaje uplatile po osnovu poreza po fakturama dobavljača i poreza i doprinosa po osnovu zarada. Mereno kroz uplaćen PDV po osnovu faktura i plaćene poreze i doprinose na zarade, produkcija filmova generiše značajno više direktnog efekta kroz javni prihod i to na nivou od 58%, slede reklame sa 40% i na kraju serije sa 30%.

Zaključak: Povrat na investiciju (engl. Return on Investment – ROI) koji država direktno ostvaruje po osnovu davanja subvencija je u proseku 43%, odnosno na svaki 1 evro isplaćenih podsticaja za produkciju reklama, filmova i serija, u proseku, nešto manje od polovine se odmah direktno vrati kroz plaćanje poreza od strane produkcije, odnosno do 43% se direktno vrati u budžet po osnovu plaćanja PDV, poreza i doprinosa. Naravno, ovde se radi o trenutnim direktnim efektima, na koje kada se dodaju elementi indirektnih i indukovanih efekata, realno je očekivati da ROI sigurno prevazilazi nekoliko puta uložena sredstva.

Prema podacima dobijenim od anketiranih produkcijskih kuća, zaključuje se da je u budžet Srbije po osnovu PDV-a uplaćeno oko 300 miliona dinara u 2020. i 2021. godini. Na ime poreza i doprinosa za zaposlene je uplaćeno oko 300 miliona u 2020. i 400 miliona u 2021. Porez na dobit je iznosio 93 miliona u 2021, dok je prethodne godine bio dva i po puta manji. Prihod po osnovu aktivnosti je iznosio 5,5 mlrd. i 6,6 mlrd. u 2020. i 2021, respektivno.

Tabela 13: Struktura direktnih fiskalnih efekata u 2020. i 2021. godini – u milionima RSD

Godina	2020	2021
PDV	294	313
Porez i doprinosi za zaposlene	331	400
Porez na dobit	39	93
Ukupno uplaćen porez po osnovu prethodnih stavki	664	806

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća.

4.6 Struktura budžeta po formatima produkcije i efekti preliivanja na druge privredne grane

Tabela 14: Struktura budžeta po formatima produkcije u periodu 2020-2021.

Vrsta troška	Reklama	Film	Seriya	Post produkcija
Angažovanje radne snage	27%	28,6%	37%	69,7%
Produkcija	53%	45,3%	41%	21,8%
Ugostiteljske usluge i transport (turizam)	4%	9,6%	8%	0,04%
Lokacije	10%	8,6%	7%	0,7%
Administrativni troškovi	6%	7,9%	7%	7,76%
Ukupno	100%	100%	100%	100%

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća

Tabela 14. ukazuje da u strukturi budžeta u svim formatima dominiraju troškovi angažovanja radne snage i same produkcije, kao najznačajniji troškovi pri kreiranju audiovizuelnog sadržaja. U produkciji reklama i filma najveći deo budžeta (oko 50%) odlazi na troškove same produkcije, dok značajan deo troškova (oko 30%) odlazi na angažovanje radne snage. Kod produkcije serija obe kategorije troškova imaju učešće oko 40%, dok je za postprodukciju karakteristično značajno učešće angažovanja radne snage u ukupnim troškovima (blizu 70%). Što se troškova ugostiteljskih usluga tiče produkcije filma i serija imaju veće učešće ovih troškova u odnosu na ostale kategorije što je povezano sa većim brojem snimajućih dana kod ova dva vida produkcije. Za lokacije najveći procenat izdvajanja ima produkcija reklama, dok značajno niže učešće u odnosu na ostale kategorije ima postprodukcija, zbog specifičnosti samog formata. Kod administrativnih troškova svi vidovi produkcija imaju slično učešće troškova u strukturi što ukazuje na to da je od 6-8% neki neophodan i razuman nivo troškova u ovom segmentu.

4.7 Analiza vremena isplate podsticaja

Procedura isplate podsticajnih sredstava se pokreće sa dostavljanjem Izveštaja nezavisnog ovlašćenog revizora o troškovima proizvodnje audiovizuelnog dela u Republici Srbiji i podnošenjem Zahteva za isplatu podsticajnih sredstva. Nakon podnošenja Zahteva za isplatu podsticajnih sredstva Komisija za dodelu podsticaja vrši ocenu zahteva i predlaže Ministarstvu zaključenje ugovora o dodeli sredstava podsticaja. Nakon toga Ministarstvo uplaćuje produkcijskim kućama odobreni iznos podsticajnih sredstava ako su ispunjene sve obaveze predviđene Uredbom i Ugovorom.

Iako u svojoj suštini, podsticaji kroz „povraćaje“ podrazumevaju da su produkcione kuće isplatile sve troškove proizvodnje audiovizuelnog sadržaja, te da se radi „povrat“ potrošenih sredstava, Analiza je u obzir uzela: vreme koje prođe od inicijalnog apliciranja produkcijske kuće za korišćenje sredstava, do datuma isplate sredstava od strane nadležne institucije.

Analiza je pokazala da je u proseku, za analizirane projekte, prosečan broj dana koji je prošao od datuma apliciranja do datuma isplate je 295 dana. Iako produkcijske kuće moraju da obezbede neophodna novčana sredstva u toku realizacije projekta, a da subvenciju u formi povraćaja dobijaju u proseku nakon skoro godinu dana, neophodno je unaprediti sistem isplate, odnosno pre toga sistem kontrole i monitoringa izveštaja koji se podnose.

Pri analizi podsticaja, fokus, pri klasifikovanju projekata, bio je prema datumu isplate podsticaja, međutim imajući u vidu prethodno navedeni vremenski period u isplati podsticaja ovakvo vođenje projekata ne bi dalo pravu sliku o broju realizovanih projekata u posmatranom periodu.

5 Presek stanja audiovizuelnog sektora u Republici Srbiji

5.1 Trend privredne i poslovne aktivnosti prema administrativnim podacima

Izveštaj prikazuje karakteristike audiovizuelnog sektora kroz nekoliko makroekonomskih pokazatelja, kao što je bruto dodata vrednost (BDV), ostvareni promet, broj i veličina preduzeća, uticaj na turizam kroz broj noćenja, kao i fiskalne efekte kroz plaćene poreze. S obzirom na to da podaci dezagregirani na četvorocifrenom nivou delatnosti nisu dostupni, analiza je obuhvatila podatke na dvocifrenom nivou delatnosti, odnosno: za delatnost 59 kinematografska i televizijska produkcija, snimanje zvučnih zapisa i izdavanje muzičkih zapisa i delatnost 90 stvaralačke, umetničke i zabavne delatnosti. Podaci strukturne poslovne statistike su dostupni samo za delatnost 59.

Tabela 15. prikazuje realne stope rasta BDV-a u poslednjih 5 godina. Vidimo da je delatnost kinematografska i televizijska produkcija, snimanje zvučnih zapisa i izdavanje muzičkih zapisa ostvarilo kumulativni realni rast od čak 50% u 2020. u odnosu na 2015. godinu. S druge strane, stvaralačka, umetnička i zabavna delatnost je ostvarila značajan pad u 2020. u odnosu na 2019. godinu. To je jedna od delatnosti koja je bila posebno ugrožena pandemijom. Kumulativna stopa rasta u 2019. u odnosu na 2016. godinu je iznosila 9,6%, dok je kumulativna stopa rasta u 2020. godini u odnosu na 2015. bila negativna - 30,3%.

Tabela 15: Bruto dodata vrednost, realne stope rasta (prethodna godina = 100), %

Delatnosti	2016	2017	2018	2019	2020	2020/2015
59 Kinematografska i televizijska produkcija, snimanje zvučnih zapisa i izdavanje muzičkih zapisa	25,3	10,7	-4,8	8,2	5,2	50,3
90 Stvaralačke, umetničke i zabavne delatnosti	0,4	5,6	-0,2	3,6	-36,4	-30,3

Napomena: podaci za 2019. su revidirani, a za 2020. su prethodni podaci.

Izvor: RZS

U tabeli 16. prikazani su indikatori (pokazatelji) poslovanja preduzeća prema klasama zaposlenih lica za delatnost 59. Može se zaključiti da je najveći broj preduzeća u kategoriji mikro preduzeća, odnosno ima manje od 10 zaposlenih lica. Takođe, dve trećine prometa se realizuje u mikro preduzećima, odnosno 15 od 22 mlrd. RSD u 2022, dok se petina prometa ostvari u malim preduzećima, a sedmina prometa se ostvari u srednjim preduzećima.

Tabela 16: Broj preduzeća i promet po klasama zaposlenih u delatnosti kinematografska i televizijska produkcija, snimanje zvučnih zapisa i izdavanje muzičkih zapisa, 2018–2020.

		Ukupno (u milijardama dinara)	Mikro (0–9 zaposlenih)	Mala (10–49 zaposlenih)	Srednja (50–249 zaposlenih)	Velika (250 i više zaposlenih)
Broj preduzeća	2018	577	553	22	2	0
	2019	594	571	21	2	0
	2020	622	588	31	3	0
Promet mil. RSD	2018	16.538	12.309	2.343	1.886	0
	2019	21.744	14.878	2.727	4.139	0
	2020	22.077	14.762	4.288	3.026	0

Napomena: Promet – obuhvata sve fakturisane vrednosti tokom referentnog perioda koje odgovaraju vrednosti proizvoda i usluga prodatih na tržištu trećim licima. U obračun prometa uključuju se svi fakturisani porezi (osim PDV-a i sličnih odbitnih poreza), kao i troškovi koji se prenose na kupca (transport, pakovanje i sl.). Isključuju se popusti pri prodaji, sniženja cena, vrednost vraćene robe, kao i subvencije dobijene od države, finansijski, vanredni i ostali prihodi.

Izvor: RZS

Tabela 17: Broj preduzeća i promet po klasama poslovnog prihoda u delatnosti kinematografska i televizijska produkcija, snimanje zvučnih zapisa i izdavanje muzičkih zapisa, 2018–2020.

		Ukupno	Mikro 0 do manje od 100 mil. RSD	Mala 100 do manje od 500 mil. RSD	Srednja 500 do manje od 1.000 mil. RSD	Velika 1.000 mil. RSD i preko
Broj preduzeća	2018	577	534	39	3	1
	2019	594	539	48	5	2
	2020	622	570	44	6	2
Promet mil. RSD	2018	16.538	5.216	8.028	2.267	1.027
	2019	21.744	5.574	8.963	3.068	4.139
	2020	22.077	5.702	7.883	4.032	4.459

Napomene: Promet – obuhvata sve fakturisane vrednosti tokom referentnog perioda koje odgovaraju vrednosti proizvoda i usluga prodatih na tržištu trećim licima. U obračun prometa uključuju se svi fakturisani porezi (osim

PDV-a i sličnih odbitnih poreza), kao i troškovi koji se prenose na kupca (transport, pakovanje i sl.). Isključuju se popusti pri prodaji, sniženja cena, vrednost vraćene robe, kao i subvencije dobijene od države, finansijski, vanredni i ostali prihodi.

Prihodi – prihodi od prodaje, prihodi od podizvođačkih radova, donacije

Izvor: RZS

Tabela 17. pokazuje pokazatelje poslovanja preduzeća prema veličini poslovnog prihoda za delatnost 59. U prethodnoj tabeli smo pokazatelje poslovanja posmatrali prema broju zaposlenih, a sada se fokusiramo na poslovne prihode. Promet se odnosi na prihode od prodaje, i oni čine najveći deo poslovnih prihoda. **Vidimo da skoro sva preduzeća su u kategoriji mikro preduzeća prema veličini poslovnog prihoda, odnosno poslovni prihod im je manji od 100 miliona dinara godišnje.** Manje od 50 preduzeća se nalazi u kategoriji malih preduzeća čiji je poslovni prihod od 100 do 500 miliona godišnje. Nekolicina preduzeća je u kategoriji srednjih i velikih preduzeća, odnosno poslovni prihod im je veći od 500 miliona RSD. U 2020. godini, promet u ovoj delatnosti je iznosio oko 22 mlrd, pri čemu mala preduzeća prema veličini poslovnog prihoda su realizovale promet od skoro 8 mlrd, odnosno 36% ukupnog prometa, a mikro preduzeća sa prometom oko 6 mlrd. imaju četvrtinu ukupnog prometa. Nekolicina srednjih i velikih preduzeća prema veličini poslovnog prihoda zauzimaju skoro 40% ukupnog prometa.

5.2 Trend pokazatelja tržišta rada prema administrativnim podacima

Analizirani su podaci o broju zaposlenih i zaradama zaposlenih lica u delatnostima koje su korisnici podsticaja. Primarni korisnici podsticaja su kinematografska, televizijska i muzička produkcija i post-produkcija (šifre delatnosti 5911 i 5912), dok su sekundarni korisnici izvođači, kao i ostala podrška izvođačima (šifre delatnosti 9001 i 9002). Koristićemo podatke koje smo za potrebe istraživanja dobili od strane RZS-a.⁴ Posmatraćemo kretanje zarada i zaposlenih u periodu 2019–2021. godine, kako bismo mogli da uporedimo sa periodom pre pandemije (2019).

Analiza pokazuje da se broj zaposlenih u sve četiri delatnosti značajno povećao u periodu 2019–2021. godine. Broj zaposlenih u 2021. godini je najveći u delatnosti izvođačke umetnosti, oko 4 hiljade i 700. **U delatnosti proizvodnja kinematografskih dela i TV programa broj zaposlenih je oko 2 hiljade i 700 u 2021. godini.** U 2021. u odnosu na 2019. godinu zaposlenost u delatnostima nakon snimanja kinematografskih dela i TV programa se povećao za 42,7%, a u delatnosti proizvodnje kinematografskih dela i TV programa za 37,1%. U umetničkim delatnostima rast zaposlenosti je bio dosta manji, 5,5% u izvođačkoj umetnosti i 11,4% u drugim umetničkim delatnostima u okviru izvođačke umetnosti. Ako posmatramo ove 4 delatnosti zajedno, vidimo da je rast iznosio **15,4%**.

Tabela 18: Broj zaposlenih u delatnostima koje su korisnici podsticaja, 2019–2021.

	2019	2020	2021	2021/ 2019, %
5911 Proizvodnja kinematografskih dela i TV programa	1.940	2.240	2.660	37,1

⁴ Podaci o zaposlenosti su dobijeni kombinovanjem podataka Centralnog registra obaveznog socijalnog osiguranja (CROSO) i Statističkog poslovnog registra (SPR), dok je izvor za zarade Istraživanje o zaradama na osnovu podatka Poreske prijave za porez po odbitku (PPP-PD). RZS objavljuje podatke o zaposlenosti i zaradama na dvocifrenom nivou delatnosti, a za potrebe istraživanja su potrebni podaci na četvorocifrenom nivou delatnosti.

5912 Delatnosti nakon snimanja kinematografskih dela i TV programa	164	186	234	42,7
9001 Izvođačka umetnost	4.453	4.647	4.696	5,5
9002 Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	551	589	614	11,4
Ukupno (5911, 5912, 9001, 9002)	7.108	7.662	8.204	15,4

Izvor: RZS

Takođe, u 2019. i 2020. godini je bila veća razlika u prosečnim zaradama u delatnosti proizvodnje u odnosu na delatnosti nakon snimanja kinematografskih dela i TV programa, dok je u 2021. godini iznosila oko 9 hiljada dinara. U sve četiri delatnosti zarade su ostvarile značajan rast i nominalno i realno u 2021. u odnosu na godinu pre pandemije, 2019. **Zarade su realno porasle za skoro četvrtinu u proizvodnji kinematografskih dela i TV programa, dok u delatnostima nakon snimanja je rast bio preko 50%.** Izvođačka umetnost je ostvarila realni rast od 9%.

Možemo da primetimo da su zarade u kinematografiji i TV programu iznad prosečne zarade u Srbiji, dok je obrnuto za umetničke delatnosti. U 2021. godini, u proizvodnji kinematografskih dela i TV programa zarade su čak 80% veće u odnosu na prosečnu zaradu.

Tabela 19: Prosečne neto zarade (RSD) u delatnostima koje su korisnici podsticaja u 2019–2021. i bazni indeksi

Godina	2019	2020	2021	Indeks nominalnih zarada 2021	Indeks realnih zarada 2021 (2019=100)
5911 Proizvodnja kinematografskih dela i TV programa	91.234	94.910	118.149	129,5	122,5
5912 Delatnosti nakon snimanja kinematografskih dela i TV programa	65.498	73.283	109.145	166,6	157,6
9001 Izvođačka umetnost	49.702	54.125	57.293	115,3	109,0
9002 Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	38.645	38.316	51.861	134,2	126,9
Prosečna zarada	54.919	60.073	65.864	119,9	113,5

Izvor: RZS

5.3 Karakteristike zaposlenih lica⁵

U Tabeli 20 je prikazana struktura zaposlenih lica prema starosti i polu u audiovizuelnom sektoru. Vidimo da je najveći broj zaposlenih starosti od 30 do 44 godine.

Tabela 20: Distribucija zaposlenih prema starosti i delatnostima koje su korisnici podsticaja, %

2021											
	15–19	20–24	25–29	30–34	35–39	40–44	45–49	50–54	55–59	60–64	65+

⁵ Za većinu zaposlenih ne postoje ili nisu dostupni podaci prema obrazovnom nivou i zanimanju, pa smo prikazali podatke samo za starosti i pol. Podaci su prikazani prema pretežnoj delatnosti poslovnog subjekta, a ne prema delatnosti lokalnih 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 delatnost lokalne jedinice dobija 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.

5911	0,4	5,0	15,8	14,5	16,5	14,4	12,6	7,8	5,5	3,4	4,1
5912	0,9	8,3	16,1	19,6	20,4	15,7	7,8	7,0	2,2	1,3	0,9
9001	0,1	2,2	6,3	9,7	13,8	15,0	16,0	11,7	12,9	9,6	2,5
9002	0,7	4,4	15,1	18,1	17,6	14,6	9,5	7,1	4,4	2,6	5,9
2020											
5911	0,3	4,5	14,7	15,3	17,2	14,9	12,6	7,7	5,1	3,7	4,0
5912	1,6	3,8	14,3	21,4	20,9	20,3	8,8	4,4	1,6	1,6	1,1
9001	0,2	2,6	6,4	10,9	14,3	15,3	15,4	11,3	12,1	8,3	3,1
9002	0,2	3,6	14,1	20,9	19,6	13,7	8,9	6,9	3,8	3,1	5,3

Izvor: RZS

Osim za izvođačku umetnost gde je zaposlen podjednak broj muškaraca i žena, u ostalim delatnostima je preko 60% učešće muškaraca (Tabela 18).

Tabela 21: Broj zaposlenih prema delatnostima

Godina	2020		2021	
	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene
5911 Proizvodnja kinematografskih dela i TV programa	1.405	835	1.667	993
5912 Delatnosti nakon snimanja kinematografskih dela i TV programa	138	48	168	66
9001 Izvođačka umetnost	2.332	2.315	2.286	2.410
9002 Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti	361	228	388	226

Izvor: RZS

Kada govorimo o karakteristikama zaposlenih u odnosu na pol, delatnosti u predmetnom sektoru možemo okarakterisati kao delatnosti u kome je zaposlenost žena u okvirima oko nacionalnog proseka. U tom smislu, zastupljenost žena u ukupnoj zaposlenosti se nije značajno menjala u dominantnim sektorima 5911 Proizvodnja kinematografskih dela i TV programa i 9001 Izvođačka umetnost tokom posmatranog perioda, držeći se na nivou od 37% i 50%, respektivno. Sa druge strane, u delatnosti 5912 Delatnosti nakon snimanja kinematografskih dela i TV programa učešće zaposlenih žena je poraslo za dva procentna poena sa 26% na 28%, dok je u delatnosti 9002 Druge umetničke delatnosti u okviru izvođačke umetnosti došlo do istog pada sa 39% na 37%.

6 Analiza dodatnih pokazatelja predmetnog sektora

6.1 Pokazatelj FTE / za dodatno angažovane članove ekipe

U audiovizuelnom sektoru značajan broj zaposlenih se zapošljava odnosno angažuje po projektu, pri čemu dužina angažovanja može da varira od dnevnih do višegodišnjih angažovanja. Shodno tome smo izračunali **pokazatelj tzv. ekvivalent punom radnom vremenu** (engl. *Full time equivalent, FTE*). FTE može da se izrazi kao nedeljni, mesečni ili godišnji. Prilikom izračunavanja polazi se od pretpostavke standardnog radnog vremena i standardnog broja radnih dana. FTE po godini se dobija kada se ukupan

broj radnih sati svih angažovanih radnika podeli sa 2.080 sati (ukpnim godišnjim brojem radnih sati za zaposleno lice).

Tabela 22: Broj snimajućih dana, dodatno angažovanih članova ekipe i FTE u 2019, 2020. i 2021.

Godina	2019*	2020	2021
Broj snimajućih dana	513	216	433
Broj dodatno angažovanih članova ekipe	2.955	3.161	3.007
FTE za dodatno angažovane članove ekipe	1.110	2.626	5.008
Racio broja stalnog zaposlenih u odnosu na dodatno angažovane članove ekipe	14.3	15.27	15**

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća; uključuje i projekte koji nisu dobili podsticaje

Napomena: * podaci za 2019. godinu preuzeti iz predmetne Analize 2016-2019; **procena Autora

U posmatranom uzorku kompanija koje su poslale svoje podatke obuhvatile su i projekte za koje nisu predmet podsticaja. Najveći deo firme spada u kategoriju do 14 zaposlenih, dok svega dve spadaju u kategoriju srednjih preduzeća i broje 40-95 zaposlenih. Ukupan broj zaposlenih na neodređeno u predmetnom uzorku i u 2019. i u 2020, godini iznosi 207. Broj snimajućih dana je gotovo udvostručen 2021. godine u odnosu na 2020. godinu, kao posledica oporavka nakon COVID-19, te dolazi i do rasta FTE koeficijenta, koji je porastao za 90%. U odnosu na 2019. godinu, koeficijent je FTE je veći i u 2020. godinu, i u 2021. godini. Takođe, **možemo zaključiti da na svakog stalnog zaposlenog, u proseku produkcijska kuća angažuje još 15 privremenih članova ekipe.**

6.2 Uticaj na turizam posmatran kroz broj ostvarenih noćenja

Tabela 22: Ostvaren broj noćenja u smeštajnim jedinicama u Srbiji u periodu 2019-2021

Godina	Broj noćenja
2019	8.675
2020	5.259
2021	9.619

Izvor: Proračun autora na podacima produkcijskih kuća; uključuje i projekte koji nisu dobili podsticaje

Anketirana preduzeća su ostvarila 5.259 noćenja u 2020. i 9.619 u 2021. godini. Manji broj noćenja u 2020. godini je posledica pandemije. Imajući u vidu da je boravišna (turistička taksa) koja se plaća za svako noćenje, na nivou od 159 dinara⁶, odnosno 1,3 €, direktan prosečan doprinos sektora proizvodnje audiovizuelnih sadržaja ekonomiji zemlje, mereno direktno kroz uplate boravišnih taksi, je 19.341 €. Takođe, imajući u vidu da je porez na usluge smeštaja definisan na nivou od 10%⁷, ukupan prosečni iznos poreza po noćenju koji predstavlja direktan fiskalni efekat na ekonomiju Srbije iznosi 8 € za 2020. godinu i 8.5 evra za 2021. godinu,⁸ odnosno u posmatranom periodu po osnovu noćenja tokom produkcije audiovizuelnih sadržaja uplaćeno je poreza u iznosu od 123.835 evra. U odnosu na 2019. godinu, kada je prema raspoloživim podacima ostvareno 8.675 noćenja, jasno možemo da uočimo pad u broju noćenja tokom 2020. godine, pre svega kao opadanje broja produkcija i putovanja usled COVID-19 krize, ali i rast za 11% u 2021. godini, što ukazuje na rast sektora, pri čemu u obzir nije uzet ceo skup, a tada bi rezultati o rastu bili još impresivniji.

⁶ "Sl. list grada Beograda", br. 50/2014, 96/2014, 81/2015, 125/2016 i 118/2018.

⁷ "Sl. Glasnik RS", br. 84/04, 84/04-ispavka, 61/05 I 61/07.

⁸ Ovaj pokazatelj postoji samo za Beograd, gde su prosečne neto cene ostvarene po noćenju veće nego za celu Srbiju. Prosečna cena u 2020. godini je iznosila 80 evra, a u 2021. godini 85 evra u Beogradu, prema STR izveštajima za 2020. i 2021. godinu



UNIVERZITET U BEOGRADU
Ekonomski fakultet



FilminSerbia
Srpska filmska asocijacija