

POSLOVNI PLAN 2022 – 2024.

Centar za kulturne djelatnosti

Pripremio: Krešimir Čižmek

U Zagrebu, 10. svibnja 2021. godine

0. Uvod

Trogodišnji poslovni plan Centra za kulturne djelatnosti za razdoblje od 2022. do 2024. je specifičan jer je nositelj gospodarske djelatnosti udruga koja je društveni poduzetnik te ima dodatne specifične kriterije koje zadovoljava. Strategijom razvoja društvenog poduzetništva RH za razdoblje 2015. do 2020. društveno poduzetništvo se definira kao „Poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod koje se stvorena dobit/višak prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice.“ Da bi poduzetnik bio proglašen društvenim poduzetnikom mora ispuniti sljedeće kriterije:

1. Društveni poduzetnik ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja.
2. Društveni poduzetnik obavlja djelatnost proizvodnje i prometa roba, pružanja usluga ili obavlja umjetničku djelatnost kojom se ostvaruje prihod na tržištu, te koja ima povoljan utjecaj na okoliš, doprinosi unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini.
3. Društveni poduzetnik stvara novu vrijednost i osigurava financijsku održivost na način da u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje 25% godišnjeg prihoda planira ostvariti ili ostvaruje obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti.
4. Društveni poduzetnik najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja.
5. Društvenog poduzetnika odlikuje dobrovoljno i otvoreno članstvo te autonomija poslovanja, odnosno djelovanja.
6. Republika Hrvatska, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave ili tijelo javne vlasti ne može biti isključivi osnivač društvenog poduzetnika.
7. Društvenog poduzetnika odlikuju demokratski način odlučivanja (uključenost dionika u transparentno i odgovorno upravljanje), odnosno odlučivanje nije isključivo vezano uz vlasničke udjele ili članske uloge već obuhvaća ključne dionike: radnike, članove, korisnike ili potrošače te suradničke organizacije.
8. Društveni poduzetnik prati i vrednuje svoje društvene, ekonomske i okolišne učinke i utjecaj te rezultate vrednovanja koristi u planiranju svog daljnjeg poslovanja i vodi računa o njihovu poboljšanju.
9. Društveni poduzetnik u slučaju kada prestaje obavljati djelatnost, svojim općim aktima ima definiranu obvezu svoju preostalu imovinu, nakon pokrića obveza prema vjerovnicima i pokrića gubitka iz prethodnog razdoblja, prenijeti u vlasništvo drugog društvenog poduzetnika s istim ili sličnim ciljevima poslovanja, ili u vlasništvo jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave koja će je upotrijebiti za razvoj društvenog poduzetništva.

Ovaj poslovni plan je pripremljen u skladu s gornjom definicijom društvenog poslovanja te kriterijima. Stoga je važno imati na umu da se kompletna dobit ostvarena poslovanjem društvenog poduzetnika vraća u organizaciju civilnog društva.

S obzirom na specifičnu poziciju neprofitnih organizacija i udruga, u poslovni plan NISU uključeni prihodi udruge koji se odnose na provođenje neprofitnih projekata i programa važnih za lokalne zajednice koji sadrže uobičajene aktivnosti koje udruga provodi nakon prikupljanja sredstava iz javnih lokalnih, regionalnih, nacionalnih ili EU sredstava te od gospodarskih subjekata jer to nisu aktivnosti koje generiraju dobi. Slijedom stvari, nisu uključeni niti rashodi koje udruga podmiruje za provođenje svojih aktivnosti čiji su troškovi pokriveni iz bespovratnih sredstava.

Poslovni plan se odnosi samo na društveno-poduzetničke aktivnosti koje će udruga provoditi tijekom razdoblja 2022. – 2024. te za koje već ima dobivenu bespovratnu potporu za razdoblje od listopada 2020. do rujna 2023. u okviru javnog poziva Europskog socijalnog fonda UP.04.2.1.10

1. Podaci o poduzetniku

1.1. Opći podaci

Centar za kulturne djelatnosti iz Zagreba, Savska cesta 3 je udruga registrirana u Registru udruga pod registarskim brojem 21005864 te u Registar neprofitnih organizacija pod brojem 0056456. Prvotno je registrirana u Uredu za opću upravu, Grada Zagreba u skladu sa Zakonom o udrugama.

Ciljevi osnivanja udruge sukladno Statutu su u skladu s načelima promicanja umjetnosti općenito; promicanja i unaprjeđivanja demokratizacije i jačanja kapaciteta civilnoga društva; poticanja razvoja alternativne, nezavisne i neinstitucionalne kulture; razvijanja novih modela kulturnih djelovanja van okvira postojećih institucija i poboljšanje statusa kulture u društvu općenito; osvještavanja djece i mladih i promicanja vrijednosti društva jednakih prilika za sve građane i građanke, a naročito promicanja ravnopravnosti spolova, afirmacije prava i integracije u društvo osoba s invaliditetom te borbe protiv svih oblika nasilja, a naročito rodno uvjetovanog nasilja i svih oblika socijalne isključenosti, diskriminacije i stereotipa; zaštite ljudskih prava, naročito marginaliziranih osoba, promicanje prava na dostojanstven život starijih osoba, promicanje aktivnosti za uključenje starijih osoba u kulturni i društveni život zajednice, organizacija aktivnosti za senzibilizaciju društva za razvoj zdravih životnih stilova starijih osoba, spajanjem modernih tehnologija i umjetnosti, poglavito filmske umjetnosti; aktivno uključivanje mladih u kulturne i civilne inicijative; osvještavanja djece i mladih i promicanja kvalitetnog života kroz afirmaciju kulture mladih i kvalitetnog provođenja slobodnog vremena, zalaganja za ekologiju i održivi razvoj te borbu protiv svih oblika ovisnosti; razvoj i promocija nezavisnih medija i edukacija o medijima i nezavisnoj kulturnoj sceni; promocija izvedbenih i audiovizualnih djelatnosti te medijske kulture; obrazovanje, zapošljavanje i samozapošljavanje mladih i marginaliziranih/ranjivih skupina te poticanje poduzetništva; podupiranje kinematografije te kulturnog i kreativnog sektora s ciljem njihovog doprinosa održivom rastu i zapošljavanju; socijalne inkluzije svih marginalnih/ranjivih skupina; rad s djecom i mladima s raznim poteškoćama i poremećajima u ponašanju; edukacije i zapošljavanje mladih, osobito mladih iz marginaliziranih skupina i mladih bez odgovarajuće roditeljske skrbi; promicanje vrijednosti i jednakosti nacionalnih manjina; provođenje programa o borbi protiv svih vrsta nasilja; razvoja socijalnog poduzetništva; poticanja na razvoj i jačanje lokalne i regionalne zajednice; zaštite okoliša i održivog razvoja; promicanja cjeloživotnog obrazovanja; promicanja audiovizualne djelatnosti organizacija civilnog društva; poticanja i razvoja volontiranja u društvu; razvoj i promocija kulturnog turizma; poticanje međusektorske suradnje u društvu; poticanje razumijevanja i usvajanje etičkih i moralnih vrijednosti; zaštite i promicanja EU vrijednosti; proširivanja znanja građana o Europskoj uniji.

Svrha, područje djelovanja i djelatnost(i) organizacije su: promicanje demokratizacije i jačanje kapaciteta civilnoga društva poticanjem razvoja alternativnih, nezavisnih i neinstitucionalnih oblika kulturnog djelovanja uz razvijanje novih modela kulturnih djelovanja van okvira a radi zaštite prava i socijalne inkluzije svih marginalnih/ranjivih skupina, a područja djelovanja su: demokratska politička kultura; zaštita ljudskih prava; rad s mladima i za mlade; zaštita mladih od svih oblika nasilja; obrazovanje, znanost i istraživanje; održivi razvoj; socijalna djelatnost; međunarodna suradnja; zaštita okoliša i prirode.

Kako bi ostvarila svoju svrhu udruga se može baviti sljedećim djelatnostima: izrada i realizacija različitih projekata u sferi civilnoga društva sukladno s ciljevima Udruge; organiziranje i provedba edukacija, treninga, radionica i predavanja o jačanju kapaciteta civilnoga društva; organizacija okruglih stolova, seminara, događanja, tribina, predavanja i projekcija za djecu i mlade radi promicanja ciljeva Udruge; organizacija kulturnih i

društvenih aktivnosti za osobe starije životne dobi, aktivno uključanje starijih osoba u društveni život te promocija zdravih životnih stilova i mogućnosti za aktivno starenje; poticanja, koordiniranje i organiziranje kulturnih, umjetničkih, priredbi i sličnih manifestacija; javno zagovaranje potreba u civilnom društvu putem medija, izdavačke djelatnosti, video-aktivizmom i dr.; izrada filmova i organizacija, realizacija i izrada medijskih kampanja; organizacija edukacija, radionica i događanja o medijskoj pismenosti, nezavisnim medijima i nezavisnoj kulturnoj sceni; organiziranje i provedba edukacija u području filmske pismenosti; produkcija i post-produkcija svih medijskih vrsta (video, radio, tisak, Internet); poticanje i promicanje istraživačkog novinarstva u svrhu razvoja demokratskog društva; pokretanje elektroničkih digitalnih i tiskanih medija; organizacija različitih kulturnih događaja kao i izrada i realizacija različitih projekata u sferi filma, novih medija, izvedbene i audiovizualne umjetnosti i djelatnosti radi promicanja povijesno-kulturne baštine, nacionalnog identiteta, zaštite ljudskih prava, važnosti zaštite okoliša, energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije; organizacija edukacija i radionica radi poticanja kreativnosti, tolerancije i kulture dijaloga kod djece i mladih; izdavanje publikacija (brošura, letaka, plakata, knjiga i ostalo) i multimedijalnih sadržaja iz područja djelatnosti Udruge, sukladno posebnim propisima; promicanje nenasilnog rješavanja sukoba među djecom i mladima te razvijanje sposobnosti nenasilnog rješavanja problema sudjelovanjem u raznim kulturno-društvenim aktivnostima i projektima; organizacija događanja i promocija kulturnog turizma; pokretanje i organiziranje humanitarnih akcija; organiziranje kreativnih radionica za ovisnike i oboljele od post-traumatskih sindroma; osiguranje pružanja psihosocijalne podrške rehabilitiranim ovisnicima i njihovim obiteljima; razvijanje programa međunarodne suradnje te umrežavanje i uključivanje u rad srodnih lokalnih, regionalnih i međunarodnih organizacija i udruga; suradnja sa drugim udrugama, nadležnim državnim tijelima, te drugim pravnim i fizičkim osobama u zemlji i inozemstvu; pripremanje i usluživanje toplih i hladnih napitaka, bezalkoholnih pića i jednostavnih jela svojim članovima u prostorijama Udruge sukladno Zakonu.

Udruga ima 18 članova/ica, a zastupa je Predsjednik Upravnog odbora Matko Štambuk.

1.2. Podaci o radu udruge i njezinu kredibilitetu te provedenim projektima koji dokazuju sposobnost za društveno poduzetništvo

Tijekom svog postojanja Centar za kulturne djelatnosti (CKD) se specijalizirao u radu na dva područja: AV mediji i rad na očuvanju ljudskih prava s marginaliziranim skupinama, uključujući djecu, mlade i starije.

Izbor iz projekata koje CKD provodi i koje je provodio u 2019. i 2020. godini vezanih uz buduće društveno poduzetništvo:

- POP-UP poduzetnik (2020.–2023., ESF / Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, 1.098.786,78 HRK). Projekt je sufinanciran sredstvima Europske unije iz Europskog socijalnog fonda te Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, a traje 30 mjeseci. Projekt POP-UP poduzetnik je planiran oko jednog općeg cilja: dokazati da je društveno poduzetništvo u Hrvatskoj moguće, ekonomski isplativo i istovremeno društveno korisno. Stoga je CKD za svoje poduzetničke aktivnosti izabrao područje u kojem pokazuje značajne rezultate – audiovizualna (AV) produkcija i planiranje i provođenje društveno korisnih kampanja – kako bi osigurao da ekonomski efekti budu prihvatljivi. S druge strane, one društveno korisne, CKD u javno područje uvodi audiovizualnu produkciju i javne kampanje koje se upiru na značajne društvene vrijednosti (sprečavanje diskriminacije, briga za okoliš, poticanje društvene solidarnosti). Tijekom 2020. godine u tijeku su bile pripreme aktivnosti projekta, izrada vizualnog identiteta te predložka web-stranice, a tijekom 2021. godine planiraju se

sudjelovanja na radionicama društvenog poduzetništva, produkcije i provedbe javnih kampanji. Od 2022. počinje gospodarska aktivnost.

- Tate u akciji (2021./2022., Središnji državni ured za demografiju i mlade, 50.000,00 HRK); produkcija i distribucija tri animirana edukativna sadržaja za očeve i skrbnike o njihovim pravima i mogućnostima korištenja roditeljskog dopusta, o novelama koje donosi Direktiva (EU) 2019/1158, i jačanja roditeljskih kompetencija očeva.
- Podcast programi CKD-a (2021./2022., Agencija za elektroničke medije, 32.579,80 HRK); AV sadržaj iz područja filmske umjetnosti, odnosno televizije i medijske industrije s ciljem razvoja i poticanja medijske pismenosti i poticanja kvalitetnih programa za djecu i mlade.
- Iza kulisa (2021., Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske / Hrvatska udruga za odnose s javnošću, 30.000,00 HRK), produkcija kratkog making of i behind the scenes filma o snimanju dugometražnog dokumentarnog filma Sjećanja za život.
- Kulturna re-generacija (2021., ESF/Ministarstvo kulture i medija, 462.672,00 HRK); online edukativni ciklusi za starije od 54 godine (književni klub, radionice kreativnog pisanja, plesa, slikanja)
- RE-GENERACIJA (Revitalizacija kvalitete života starijih osoba) (2020. – 2022., Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, 150.000,00 HRK); uključuje i izradu videospotova starijih osoba kroz koje će ispričati svoje životne priče, te radionica fotografiranja i izložba portreta starijih osoba i mladih volontera.
- Pametno ne nasilju (2020./2021., Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, 85.000,00 HRK), produkcija besplatnih, digitalni AV sadržaja za djecu i mlade o načinima reakcije na nasilje kojem su izloženi te korištenju mehanizama zaštite. U sklopu projekta izrađeno je 10 jednodominutnih video animacija koje su prikazane u više od 60 osnovnih škola u Republici Hrvatskoj. Te su video animacije osnovnoškolcima dale savjete kako reagirati na različite vrste nasilja, kako se obraniti i prevenirati međuvršnjačko nasilje.
- Pravilo zlatnog sata (2020., Hrvatski audiovizualni centar, 80.000,00 HRK), razvoj i produkcija dugometražnog dokumentarnog filma Pravilo zlatnog sata o vojnom medicinskom sanitetu koji je zbrinjavao ranjenike tijekom Domovinskog rata.
- Sami u kući: Obilježavanje Međunarodnog dana borbe protiv nasilja nad starijim osobama (2020., Grad Zagreb, 15.000,00 HRK); digitalna kampanja provedena na društvenim mrežama Centra za kulturne djelatnosti; 6 infografika s ciljem poticanja građana Grada Zagreba da na kreativne načine uključe svoje bližnje i starije u proslavu božićnih blagdana poštujući pritom sve epidemiološke mjere, tijekom blagdana 2020. godine kampanju je pregledalo preko 30 000 građana.
- Tata od formata (2019., Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, 65.000,00 HRK); produkcija dokumentarnog filma
- Video-info kutak za tražitelje azila (2018./2019., Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, 149.000,00 HRK); šest edukativno-savjetodavnih deset do petnaestominutnih videa koji su snimljeni s engleskim titlovima i arapskom sinkronizacijom ili izvornim arapskim govornicima za tražitelje azila u Hrvatskoj, titlaju se na paštu i dari jezik
- Znamo i možemo (2016., Grad Zagreb, 10.000,00 HRK) dvije edukativne radionice na teme: samozapošljavanje mladih i razvoj i upotreba digitalnih tehnologija u online poslovanju

2. Polazište

2.1. Nastanak poduzetničke ideje

CKD je udruga s jasno definiranom vizijom: C.K.D. je aktivni akter u društvu u kojem su vrednote tolerancije, borbe protiv društvene isključenosti, diskriminacije i svih vrsta stereotipa vodilja u stvaranju uključivog solidarnog društva emancipiranih jednakopravnih žena i muškaraca. I misijom: C.K.D. je neprofitna, nestranačka, sekularna organizacija usmjerena na stvaranje uključivog solidarnog društva jednakih prilika za sve građane, u kojem senzibilizirani građani donose informirane odluke i svjesni su svoje odgovornosti za društvo u cjelini te rade na razvoju sudioničke demokracije i civilnog društva, osnažujući marginalizirane i ranjive skupine u borbi protiv svih oblika nasilja, diskriminacije i socijalne isključenosti uz senzibiliziranje javnosti.

Kako bi ostvario svoju viziju i misiju CKD nužno treba stabilan i dugoročan izvor financiranja dijela svojih djelatnosti. Uobičajeni izvori sredstava – lokalni, nacionalni i EU javni izvori su nesigurni i definitivno nisu kontinuirani te ne osiguravaju stalne aktivnosti koje udruga želi provoditi. Korporativna sredstva su sve manja i do njih se sve teže dolazi uz vrlo loš cost-benefit.

Stoga se CKD odlučio baviti društvenim poduzetništvom u okviru svog organizacijskog ustroja kako bi osigurao barem dio sredstava za svoje djelovanje te učvrstio svoj kontinuitet i utjecaj na društvo.

S obzirom na raspon aktivnosti kojima se bavio u posljednje vrijeme, a većina je vezana uz AV produkciju, logično je bilo odabrati to područje s obzirom na poznavanje tržišta nabave, ali i tržišta prodaje usluga.

CKD ima dokazanu sposobnost provođenja društveno odgovornih kampanja (prilog: popis linkova na kampanje).

2.2. Vizija i zadaća poduzetničkog pothvata

Vizija poduzetničkog pothvata je djelomično osigurati samoodrživost CKD-a te provođenjem gospodarske djelatnosti pridonijeti poštivanju osnovnih društvenih vrijednosti tolerancije, solidarnosti i poštivanja ljudskih prava i jednakosti svih stanovnica i stanovnika Hrvatske. Svjesni smo da takva vizija nije uobičajena za gospodarske pothvate, ali za društveno poduzetništvo jest.

Poduzetnička djelatnost CKD-a će se odvijati u okviru nekoliko strateških pravaca koji obuhvaćaju različite grupe usluga koje CKD može pružati:

- Pred-produkcija, produkcija i post-produkcija različitih video materijala za potrebe OCD-a te ostalih naručitelja (gospodarski subjekti, javne i privatne institucije, tijela svih razina vlasti)
- Pred-produkcija, produkcija i post-produkcija različitih audio materijala
- Koprodukcija s različitim producentima kućama pri proizvodnji dokumentarnih i igranih filmova
- Savjetovanje, organizacija i provođenje različitih kampanja (važno ograničenje – kampanje ne smiju povređivati osnovne vrijednosti CKD-a) i javnih događanja

S obzirom da se radi o pružanju kompleksnih usluga za mnoge različite usluge i za različite grupe klijenata, plan je razvijati poduzetnički pothvat u nekoliko faza:

1) faza etabliranja i pružanja usluge AV pred-produkcije, produkcije i post-produkcije među organizacijama civilnog društva (prva polovina 2022)

2) faza etabliranja i pružanja usluge AV pred-produkcije, produkcije i post-produkcije za ostale potencijalne klijente (druga polovina 2022.)

3) faza etabliranja i pružanja usluga savjetovanja, organizacije i provođenja kampanja za organizacije civilnog društva (prva polovina 2023.)

4) faza etabliranja i pružanja usluga savjetovanja, organizacije i provođenja kampanja za ostale potencijalne klijente (druga polovina 2023)

5) uspostavljanje koprodukcija s filmskim producenčkim kućama (prva polovina 2022)

Period uhodavanja i etabliranja CKD-a kao nositelja poduzetničkog pothvata koji pruža različite usluge za različite klijente će trajati ukupno 24 mjeseca.

Etabliranje CKD za sve usluge i različite klijente će se sastojati od intenzivne e-mail kampanje usmjerene na potencijalne klijente, koja će biti praćena intenzivnom aktivnošću na društvenim mrežama te na unaprijedenoj web stranici. Etabliranje CKD-a za klijente iz segmenta civilnog društva će biti praćeno i brojnim osobnim kontaktima s različitim organizacijama s obzirom da CKD ima veliku suradničku mrežu te mrežu kontakata koji se mogu rabiti u prodajne svrhe.

Cilj poduzetničkog pothvata je osigurati minimalno 25% prihoda iz poduzetničkog pothvata za CKD: Ostvarenje tog cilja se očekuje na kraju 2024. godine.

3. Predmet poslovanja

3.1. Opis postojećeg poslovanja

S obzirom da CKD završava svoju administrativnu transformaciju u društvenog poduzetnika te da je tijekom 2020. izdao samo jedan račun za pružanje usluge dijela produkcije pri snimanju dokumentarnog filma, postojeće poslovanje ne postoji.

Međutim, valja naglasiti da udruga ima opsežno i relevantno iskustvo u pred-produkciji, produkciji i post-produkciji različitih AV sadržaja za vlastite potrebe. Detaljan opis stečenih iskustava u posljednje dvije godine u odjeljku 1.2.

3.2. Opis poslovanja i djelatnosti u projektu - postojeći program

Do sada je CKD producirao AV sadržaje za svoje potrebe rabeći sljedeći produkcijski proces:

- Definiranje teme, glavnih poruka i eventualno slogana
- Određivanje tipa AV sadržaja (animirani spot, video spot, kratka forma dokumentarnog filma)
- Pisanje scenarija
- Određivanje lokacija
- Priprema knjige snimanja
- Pronalaženje i ugovaranje vanjskih suradnika/ca prema potrebama tipa AV sadržaja
- Produkcija (snimanje/animacija)
- Post-produkcija (zvuk, slika, grading, coloring, titlovi, teletopi)
- Distribucija

Tijekom poduzetničkog pothvata procesi u pružanju usluga će ostati isti. Bit će nadopunjeni akvizicijom klijenata prije početka produkcije, pregovorima oko cijene i ugovaranjem. Distribucija će biti prepuštena klijentu, a ako je u nadležnosti CKD-a dodatno će se zaračunavati ovisno o dogovorenim uslugama.

Bazična oprema potrebna za pružanje usluge postoji u CKD-u (profesionalna kamera, laptopi s pratećim softverom). Ukoliko je produkcija zahtjevnija, dodatna oprema se iznajmljuje (osvjetljenje, dodatna oprema za snimanje zvuka).

3.3 Imovina i učinkovitost poslovanja

S obzirom da poduzetnički pothvat CKD-a tek započinje, ne postoji relevantan račun dobiti i gubitka niti bilanca jer do sada u CKD-u nije bilo poduzetničkih aktivnosti. Godišnje izvještavanje neprofitnih udruga se razlikuje od izvještavanja profitnih entiteta.

Bez obzira na razlike u izvještavanju slijede podaci iz računa dobiti i gubitka i bilance.

BIL-NPF	AOP	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca
IMOVINA (AOP 002+074)	001	442.968	582.070
OBVEZE I VLASTITI IZVORI (AOP 146+195)	145	442.968	582.070
PR-RAS-NPF	AOP	Ostvareno u istom razdoblju prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju
PRIHODI (AOP 002+005+008+011+024+040+049)	001	343.150	366.554
UKUPNI RASHODI (AOP 054-146 ili 054+147)	148	252.236	505.459
Višak prihoda raspoloživ u sljedećem razdoblju (AOP 149+151-150-152-153)	154	292.118	153.213
Manjak prihoda za pokriće u sljedećem razdoblju (AOP 150+152-149-151+153)	155	0	0
G-PR-IZ-NPF	AOP	Ostvareno u prethodnoj poslovnoj godini	Ostvareno u tekućoj poslovnoj godini
PRIMICI UKUPNO (AOP 001 do 004 + 011 do 014)	015	0	0
IZDACI UKUPNO (AOP 016 + 019 do 027)	028	0	0
VIŠAK/MANJAK PRIMITAKA TEKUĆE POSLOVNE GODINE (AOP 015-028)	029	0	0

3.4. Položaj na tržištu nabave

S obzirom da se u društvenom poduzetničkom pothvatu radi o pružanju usluga, najvažnije područje na tržištu nabave su ljudski resursi.

Da bi se AV usluge mogle pružati potrebno je osigurati:

- opremu
- vanjske stručnjake.

Tržište nabave za opremu je u RH dobro razvijeno i raznoliko. Uključuje preko 60 malih tvrtki koje iznajmljuju video opremu, opremu za osvjetljenje, zvučnu opremu te potrebnu opremu za post-produkciju. Također ima i srednjih do velikih tvrtki (uključujući i Jadran film) koji također iznajmljuju potrebnu opremu. Za troškove koji se tiču opreme je važno izračunati najmanji broj potrebnih dana za iznajmljivanje te pregovarati dobivanje adekvatnih rabata.

CKD ima široku mrežu vanjskih suradnika potrebnih za pružanje AV usluga te koprodukcija. Mreža uključuje redateljice, scenaristice, animatore, spikere, osvjetlivače, tonce, snimatelje, fotografe, montažere, vozače, scenografe, kostimografe, šminkerice itd. Prema dosadašnjem iskustvu, svi vanjski suradnici se ugovaraju na umjetničke ugovore o djelu, prema standardnim profesionalnim cijenama. CKD ima dostupnu potrebnu opremu i software za post-produkciju.

Pružanje usluga savjetovanja, organizacije i provođenja kampanja je mnogo jednostavnije i ne zahtijeva toliko angažmana vanjskih suradnika kao prethodno navedene usluge jer CKD ima potrebno osoblje za pružanje tih usluga.

3.5. Položaj na tržištu prodaje

Tržište prodaje obuhvaća prema NKD 2007. J59 Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa, djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja glazbenih zapisa te M73 Promidžba (reklama i propaganda) i istraživanje tržišta.

Tržište na koje CKD ulazi kao novi entitet je vrlo raznoliko i visoko segmentirano. Međutim različite gospodarske tvrtke ulaze u različite segmente tržišta kako ih tjera ekonomska nužda i njihove sposobnosti.

Tržište J59 ima sljedeće segmente:

- produkcija dugometražnih, kratkometražnih igranih filmova i serija
- produkcija televizijskih sadržaja
- produkcija AV sadržaja uživo - streaming
- produkcija visokokvalitetnih AV sadržaja kraćeg trajanja (30 sekundi do 5 minuta) većinom pokriva proizvodnju visokobudžetnih reklamnih kampanja i korporativne AV sadržaje
- produkcija srednjekvalitetnih AV sadržaja kraćeg trajanja (dio reklamnih kampanja, korporativni AV sadržaji, civilno društvo)
- produkcija niskokvalitetnih i jeftinih AV sadržaja kraćeg trajanja (male i srednje tvrtke, civilno društvo, privatna događanja).

Izvan tržišne utakmice se nalazi produkcija AV sadržaja umjetnika te amaterske snimke većinom namijenjene društvenim mrežama.

Segment je u posljednjih pet godina doživio snažnu transformaciju te pokazuje tendenciju smanjenja cijena na uštrb kvalitete te povećanje konkurencije s obzirom da su se mnoge male tvrtke koje su se bavile drugim djelatnostima pojavile na tržištu s niskim cijenama režući broj profesionalaca uključenih u produkciju i post-produkciju. Tome pridonosi razvoj tehnologije (oprema te softverski programi za post-produkciju).

Cijene na tržištu su vrlo raznolike, kao i platežna moć potencijalnih klijenata. Cijene se kreću od 5.000 kn za cjelodnevno snimanje događaja (svadbe, krstítke, promotivne kampanje malih tvrtki) i pos-tprodukciju sistemom ključ u ruke niske kvalitete do nekoliko desetaka milijuna eura za internacionalne koprodukcije dugometražnih igranih filmova.

Nažalost, segmentirani podaci o veličini tržišta i segmenata na tržištu u RH ne postoje, a i znatno su izmijenjeni (smanjeni) tijekom posljednje dvije godine korona krize.

CKD želi ući u sljedeće segmente:

- produkcija dugometražnih, kratkometražnih igranih i dokumentarnih filmova i serija
CKD je spreman ući u manjinske koprodukcijske odnose pri pred-produkciji, produkciji i post-produkciji dokumentarnih filmova. Trenutačno ima koprodukcijski ugovor s 4 filmom za produkciju i post-produkciju filma dokumentarnog filma: Biti u rodu s Johnom Malkovichem.
- produkcija visokokvalitetnih AV sadržaja kraćeg trajanja (30 sekundi do 5 minuta) većinom pokriva proizvodnju visokobudžetnih reklamnih kampanja i korporativne AV sadržaja
Tijekom 2024. CKD nakon informativne kampanje i izgrađenog imidža u niši civilnog društva planira ući i u ovaj segment.
- produkcija srednjekvalitetnih AV sadržaja kraćeg trajanja (dio reklamnih kampanja, korporativni AV sadržaji, civilno društvo)
CKD ima iskustvo proizvodnje srednjekvalitetnih igranih i animiranih AV sadržaja kraćeg trajanja (kampanje na društvenim mrežama protiv nasilja među djecom i mladima i videoinfo kutak za tražitelje azila) pa ima potrebne dokaze svojih sposobnosti. Niša u koju će CKD prvenstveno ući su organizacije civilnog društva koje imaju sredstva u okviru većinom ESI fondova za kampanje ili za aktivnosti vidljivosti i promidžbe. Također, CKD se planira javljati i na oglašene javne nabave za proizvodnju AV sadržaja u okviru ESI fondova koje objavljuju obveznici javne nabave. Neke od tih javnih nabava favoriziraju društvene poduzetnike kao prijavitelje što je značajna tržišna prednost CKD-a s obzirom na njegov status.

- produkcija niskokvalitetnih i jeftinih AV sadržaja kraćeg trajanja (male i srednje tvrtke, civilno društvo, privatna događanja).
Za potrebe organizacija civilnog društva s vrlo ograničenim sredstvima CKD će ponuditi usluge pripreme i proizvodnje kratkih animiranih video sadržaja i li tzv. whiteboard-ova. To je niskobudžetna produkcija koja je brza, ali ako je dobar scenario može biti vrlo zanimljiva i gledana. Za takvom produkcijom postoji velika potražnja.

U segmentu tržišta M73 Promidžba (reklama i propaganda) i istraživanje tržišta CKD želi ući u novu nišu na tržištu za koje ne postoji specijalizacija. To je niša javnih kampanja koje provode organizacije civilnog društva za opće dobro. CKD ima visoko specifična znanja potrebna za provedbu takvih kampanja: shvaća što je primjereno, a što nije; ima obilno i uspješno iskustvo u provedbi online kampanja te razumije teme koje OCD-i pokrivaju. Osim toga, tržišna prednost CKD-a je poznavanje OCD-a i rasprostranjena mreža koja može biti uključena u kampanje. CKD ima ekspertizu u oglašavanju na društvenim mrežama i tzv. boostanje kampanja je njegova specijalnost.

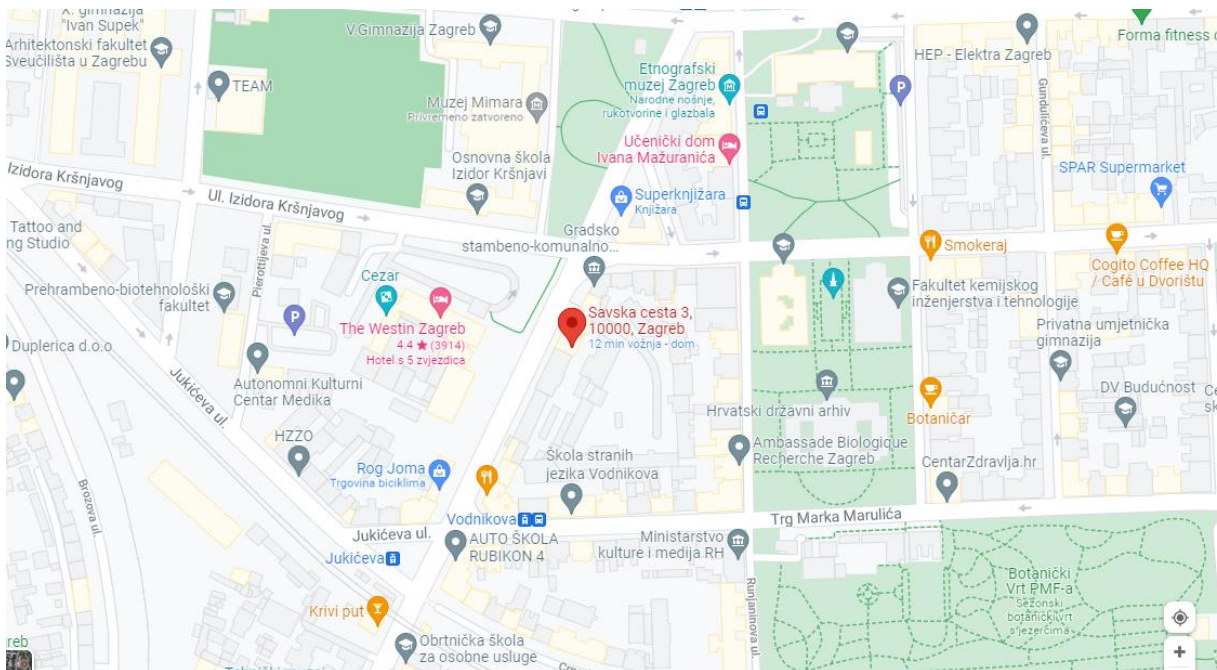
4. Lokacija

4.1. Opis postojeće lokacije i lokacije projekta

Sjedište organizacije je u Savskoj cesti 3 u samom središtu Zagreba na lokaciji lako dostupnoj svim potencijalnim klijentima zbog stajališta tramvaja u neposrednoj blizini. Lokacija sjedišta je lako dostupna pješke, na biciklu, javnim transportom. Problem za potencijalne klijente koji dolaze automobilom može biti manjak parkirnog prostora budući da organizacije ne raspolaže parkirnim mjestima.

Prostor u najmu je 89,74 m² te u njemu djeluje udruga. Prostor je iznajmljen za ured i sastoji se od tri sobe, predsoblja, kuhinje, zahoda i kupaonice i adekvatan je za rad udruge, čak i ako se obim posla poveća te bude potrebno dodatno zapošljavanje. S obzirom na raspored korištenja prostorija, u prostoru se može odvojiti zasebna soba za potrebe post-produkcije AV sadržaja i filmova.

Postojeća lokacija će se koristiti i kao lokacija projekta te s obzirom da je prostor u potpunosti adekvatan za pružanje planiranih usluga nisu potrebne dodatne investicije u prostor.



Vrlo je važno da je lokacija poduzetničkog pothvata opremljena vrlo dobrim internetskim signalom jer to omogućava online rad s potencijalnim klijentima iz cijele Hrvatske.

4.2. Opis zaštite i utjecaja okoline

Poduzetnička aktivnost nema nikakvog utjecaja na okoliš, odnosno utjecaj je neutralan.

5. Tehnološko-tehnički elementi pothvata

5.1. Opis strukture ulaganja (tehnička, tehnološka)

S obzirom na dosadašnju opremljenost CKD-a te na narav usluga koje će pružati nije potrebna velika nadogradnja opreme (bit će potrebno nabaviti 3 dodatna računala, 2 mobitela te 5 vanjskih diskova velikog kapaciteta). Ukoliko bude potrebno više opreme u slučaju neplaniranog širenja pružanja usluga, dodatna oprema će se nabaviti iz dohotka stečenog društvenom poduzetničkom djelatnošću.

Oprema treba biti nabavljena do kraja 2022.

5.2. Struktura i broj postojećih zaposlenika

Centar za kulturne djelatnosti trenutačno ima sedam zaposlenika. Osim Matka Štambuka, predsjednika Upravnog odbora i voditelja ureda koji radi na 25% radnog vremena, svi ostali su angažirani na provođenju projekata OCD-a za koje su sredstva namaknuta putem javnih poziva za financiranje aktivnosti udruga na razini Grada Zagreba, RH te EU fondova. Mladen Majetić (voditelj projekta) i Andreja Rukavina rade na projektu financiranom iz ACF-a do kraja 2022., Vanja Sedlanić (voditelj projekta) radi na projektu financiranom iz ESF-a do veljače 2022., a Irma Mataija (koordinatorka projekta kod partnera) na partnerskom projektu financiranom do kraja veljače 2022. Sve te osobe neće imati nikakvog kontakta s poduzetničkim aktivnostima i neće sudjelovati u provođenju poduzetničkog pothvata.

Za ovaj poslovni plan je važno da su dvije osobe zaposlene na provođenju poduzetničkog pothvata – Paulina Križić, voditeljica projekta te Tomislav Goleš Babić, kreativni producent. U okviru projekta POP UP poduzetnik oboje imaju osigurane plaće do listopada 2023. te sredstva za dodatnu edukaciju vezanu uz društveno poduzetništvo te AV produkciju i produkciju dokumentarnih filmova.

5.3. Struktura, broj i dinamika novozaposlenih

Novo zapošljavanje nije planirano u razdoblju koje pokriva ovaj poslovni plan. Eventualno novo zapošljavanje se planira u 2025. nakon provedene analize poslovanja u razdoblju 2022. do 2024.

Ukoliko se poslovanje razvije u planiranom obimu, moguće je dodatno zapošljavanje nakon provedene analize troška i dobiti.

6. Tržišna opravdanost

6.1. Tržište nabave

Opisano u odjeljku 3.4.

6.2. Tržište prodaje

Opisano u odjeljku 3.5.

6.3. Procjena ostvarenja prihoda - tržišta

Cijene su uprosječene jer se cijena svake usluge formira u skladu sa zahtjevima klijenta. Cijene su formirane na temelju prosječnih cijena na tržištu te na procjeni platežne moći potencijalnih klijenata.

Procjena ostvarenja prihoda u trogodišnjem razdoblju za Centar za kulturne djelatnosti ostvarena provođenjem društvenog poduzetništva:

2022. (CKD nije u sustavu PDV-a, sve cijene s PDV-om)

Usluga	Broj usluga	Prosječna cijena	Ukupno
produkcija dugometražnih, kratkometražnih igranih filmova i serija	1	75.000	75.000,00
produkcija srednje-kvalitetnih AV sadržaja kraćeg trajanja (dio reklamnih kampanja, korporativni AV sadržaji, civilno društvo)	2	65.000	130.000,00
produkcija niskokvalitetnih i jeftinih AV sadržaja kraćeg trajanja (civilno društvo).	5	13.000	65.000,00

2023. (CKD ulazi u sustav PDV-a)

Usluga	Broj usluga	Prosječna cijena	PDV	Ukupno bez PDV-a	Ukupno s PDV-om
produkcija dugometražnih, kratkometražnih igranih filmova i serija	1	75.000	18750	75.000	93.750
produkcija srednje-kvalitetnih AV sadržaja kraćeg trajanja (dio reklamnih kampanja, korporativni AV sadržaji, civilno društvo)	7	65.000	16250	455.000	568.750
produkcija niskokvalitetnih i jeftinih AV sadržaja kraćeg trajanja (civilno društvo).	5	13.000	3250	65.000	81.250

2024. (CKD u sustavu PDV-a)

Usluga	Broj jedinica	Pojedinačna prosječna cijena	PDV	Ukupno bez PDV-a	Ukupno s PDV-om
produkcija dugometražnih, kratkometražnih igranih filmova i serija	1	75.000	18750	75.000	93.750
produkcija srednje-kvalitetnih AV sadržaja kraćeg trajanja (dio reklamnih kampanja, korporativni AV sadržaji, civilno društvo)	7	65.000	16250	455.000	568.750
produkcija niskokvalitetnih i jeftinih AV sadržaja kraćeg trajanja (civilno društvo).	6	13.000	3250	78.000	97.500
javna kampanja za civilno društvo	2	17.000	4250	34.000	42.500
					0

7. Financijski elementi pothvata

7.1. Investicije u osnovna sredstva

Investicije u osnovna sredstva su vrlo niska jer CKD nema potrebe za investiranjem u osnivačka ulaganja, zemljište, građevinu. Investicije u opremu na trogodišnjoj razini iznose 15.000 kn (prva godina, 7.500, druga godina 3.000 te treća godina 3.500 kn).

7.2. Investicije u obrtna sredstva

7.3. Troškovi poslovanja

Predviđeni troškovi poslovanja tijekom tri godine (razdoblje 2022. do 2024.)

Trošak	2022	2023	2024
Materijalni troškovi			
Energija (udio u iznosu koji plaća udruga)	2.040	2.040	2.040
Osnovni materijali (uredski materijal, oprema)	11.500	7.000	7.500
Softver	12.670	0	5.300
<i>Ukupno:</i>	<i>26.210</i>	<i>9.040</i>	<i>14.840</i>
Troškovi vanjskih usluga			
Zakup prostora (udio u iznosu koji plaća udruga)	12.000	12.000	12.000
Knjigovodstvo	16.000	16.000	16.000
Komunikacije	15.000	15.000	15.000
Vanjski suradnici za produkciju i post produkciju AV sadržaja	83.450	156.890	156.890
Promidžba kampanja na društvenim mrežama	0	0	2.000
<i>Ukupno:</i>	<i>126.450</i>	<i>199.890</i>	<i>201.890</i>
Troškovi osoblja			
Voditeljica poduzetničkog pothvata	189.156	189.156	189.156
Kreativni producent	141.933	141.933	141.933
Troškovi obrazovanja osoblja	25.000	10.000	0
Putni troškovi	15.300	15.300	15.300
<i>Ukupno:</i>	<i>371.389</i>	<i>356.389</i>	<i>346.389</i>
<i>Ukupno:</i>	<i>524.049</i>	<i>565.319</i>	<i>563.119</i>

7.4. Proračun amortizacije

Prema godišnjem izvještaju za neprofitne organizacije amortizacija je u 2020. za cijelu udrugu iznosila 3.314 kn. S obzirom da će nabava opreme biti ograničena, a organizacija nema prijevoznih sredstava niti mnogo opreme, očekivati je da se niti amortizacija na razini cijele udruge neće znatnije povećavati. S obzirom da će zaposlenici koji rade na poduzetničkim aktivnostima upotrebljavati samo dio opreme koja je posjedu udruge, amortizacija se za iduće tri godine može procijeniti na iznos od 1.000 kn godišnje koristeći stopu redovnog otpisa.

7.5. Izvori financiranja

RB	ULAGANJE	KUNA	%
1	U OSNOVNA SREDSTVA	15.000	2%
2	U OBRTNA SREDSTVA	853.695	98%
	UKUPNO		
	IZVORI		
1	VLASTITA SREDSTVA	124.000	14,28%
2	BESPOVRATNA SREDSTVA	744.695	85,72%
	UKUPNO	868.695	

7.6. Projekcija računa dobiti i gubitka (dohotka)

Projekcija je napravljena na temelju procjena dohotka na temelju pruženih sredstava te postojećih izvora financiranja.

BR.	OPIS	2022	2023	2024
A	UKUPNI PRIHOD	270.000	595.000	642.000

1	Materijalni trošak.	26.210	9.040	14.840
2	Vanjske usluge	126.450	199.890	201.890
3	Troškovi osoblja	524.049	565.319	563.119
4	Amortizacija	1.000	1.000	1.000
5	Ostali troškovi	0	0	0
6	Kamate na kredite	0	0	0
B	UK. RASHODI	525.049	566.319	564.119
C	NEOPOREZ.DOB.	0	28.681	77.881
D	POREZ(20%)	0	5.736,20	15.576,20
E	DOBIT	0	22.944,80	62.304,80

7.7. Pokazatelji učinkovitosti na kraju 2024.

Prikaz novčanog tijeka nije potreban jer se poslovni pothvat ne financira kreditima.

a) pokazatelji likvidnosti

Koeficijent trenutne likvidnosti (novac / kratkoročne obveze): 1,15

b) pokazatelji zaduženosti

Nisu primjenjivi, jer se poduzetnički pothvat ne financira zaduživanjem nego bespovratnim sredstvima i vlastitim sredstvima.

c) pokazatelji aktivnosti

Koeficijent obrta ukupne imovine (ukupni prihod / ukupna imovina): 4,48

Koeficijent obrta kratkotrajne imovine (ukupni prihod / kratkotrajna imovina): 49

d) pokazatelji ekonomičnosti

Ekonomičnost ukupnog poslovanja (ukupni prihodi / ukupni rashodi) i ekonomičnost poslovanja (prihodi od prodaje / rashodi od prodaje) su jednaki jer drugi prihodi ne postoje: 1,13

Ekonomičnost financiranja (financijski prihodi / financijski rashodi) – ne postoje

Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti (izvanredni prihodi / izvanredni rashodi) – ne postoje

e) pokazatelji profitabilnosti

Neto marža profita (neto dobit + kamate / ukupni prihod): 0,097

Bruto marža profita (dobit prije poreza + kamate / ukupni prihod): 0,12

f) Točka pokrića se događa tijekom 2023. kad se kumulativno prodaje 2 usluge produkcije dugometražnih, kratkometražnih igranih filmova i serija; 9 produkcija srednje-kvalitetnih AV sadržaja kraćeg trajanja (dio reklamnih kampanja, korporativni AV sadržaji, civilno društvo) te 10 produkcija niskokvalitetnih i jeftinih AV sadržaja kraćeg trajanja (civilno društvo).

8. Zaključna ocjena projekta

Poduzetnički pothvat je specifičan jer se provodi u udruzi u obliku društvenog poduzetništva. To znači da se sva ostvarena dobit ulaže u provođenje aktivnosti udruge te se dobit ne dijeli osobama pravnim ili privatnim. Iako je poduzetnički pothvat start up jer udruga do sada nije značajnije bila aktivna u poduzetničkim aktivnostima i sudjelovala na tržištu, udruga ima potrebna znanja, mrežu vanjskih suradnika i poznavanje niše u kojoj planira provoditi poduzetničke aktivnosti.

Točka pokriva se događa tijekom 2023. godine kada počinje ostvarivati dobitak. Financiranje poduzetničkog pothvata se ne provodi zaduživanjem, nego ulaganjem vlastitih sredstava te bespovratnih javnih sredstava što osigurava pozitivne financijske pokazatelje za poduzetnički pothvat.

Zaključno, projekt je provediv s pozitivnim pokazateljima.