



Раздел 2:
Предприемаческа
практика –
Моделиране на
предприятие в КТИ

Тема 2.6.

Финансиране.
Възможности и
рискове

Автор(-и):

Цветалина Генова, Елена
Костадинова

Институция(-и):

Висше училище по
мениджмънт, България



Съфинансиран от програма
„Еразъм+“
на Европейския съюз

Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на настоящата публикация не представлява одобрение на нейното съдържание, което отразява гледните точки само на авторите и не може да се търси отговорност от Комисията за всяка употреба, която може да бъде използвана за информацията, съдържаща се в нея. Номер на проект: 2020-1-BG01-KA203-079193.

Този материал е част от учебното съдържание на програма „Управление и предприемачество в културните и творческите индустрии“ за студенти от бакалавърска и магистърска степен по изкуства и хуманитарни науки, съдържаща общо 10 теми. Той е разработен в рамките на проект „FENICE: Насърчаване на предприемачеството и иновациите в културните и творческите индустрии чрез интердисциплинарно обучение“, който е подкрепен от програма „Еразъм +“ по ключова дейност Стратегически партньорства във висшето образование“.

Учебното съдържание накратко:

Програма ФЕНИС

Раздел 1: Мениджмънт и предприемачество в КТИ

Тема 1.1. Разбиране на КТИ. Междусекторно сътрудничество.

Тема 1.2. Креативност и иновации. Отговорност и етично поведение

Тема 1.3. Културни политики и институции. Интелектуална собственост

Тема 1.4. Предприемаческо мислене и процес

Раздел 2: Предприемаческа практика – Моделиране на предприятие в КТИ

Тема 2.1: Проектиране на бизнес за КТИ: изготвяне на бизнес план и представяне на бизнес

Тема 2.2: Продукт или услуга от икономическа гледна точка. Икономическа стойност. Продукт и услуга в областта на изкуствата. Културна стойност.

Тема 2.3: Пазар, конкуренция, потребление и брендиране в КТИ

Тема 2.4: Бизнес модели, системи, партньорства

Тема 2.5: Управление на екипа и на промените в КТИ

Тема 2.6: Финансиране. Възможности и рискове

Повече информация можете да намерите на уеб страница: <http://www.fenice-project.eu>

Декларация за авторско право:



Тази разработка е лицензирана под международния лиценз Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. Вие сте свободни да:

- споделяте - копирате и разпространявате материала на всякакъв носител или формат
- адаптирате - смесвате, трансформирате и надграждате материала

при следните условия:

- Признание - трябва да дадете подходящо признание на приноса, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да направите това по всякакъв разумен начин, но не и по такъв, който да предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
- Некомерсиалност - Не можете да използвате материала с комерсиална цел.
- Сходно Споделяне - Ако добавяте, трансформирате или надграждате материала, трябва да го разпространявате при същите лицензи като оригинала.

1 Общ преглед на темата

Финансовото обезпечаване на едно предприятие е основен елемент от неговия бизнес план. Тази тема ще обхване основните елементи на планирането и управлението на финансите в едно предприятие. Започваме с представяне на общия профил и модела на генериране на стойност в КТИ, за да очертаем източниците на финансиране при тези сектори. След това преминаваме към обсъждане на ресурсите, генерирани в предприятията чрез продажбата на стоки и услуги. Начинът на ценообразуване на тези стоки и услуги е от основно значение, но е необходимо да се разгледа специфичната линия между стойност и цена в КТИ. На тази основа формите за генериране на средства, които са специфични за КТИ, се разглеждат по основната траектория на (i) публично/правителствено финансиране и (ii) частно финансиране в рамките на и извън филантропията, включително новите модели, свързани с краудсорсинг, подкрепа от много донори, дейности, базирани на проекти, и т.н. Темата разглежда различните видове финансови инструменти по отношение на етапа на развитие на предприятията, както и съпътстващите ги рискове и възможности. Накрая се разглежда въпросът за финансовото здраве и възможностите за растеж в рязко променената макроикономическа среда в днешно време.

2 Съдържание на темата

I. Специфики на КТИ по отношение на стойност и създаването на стойност

Културните и творческите индустрии (КТИ) генерират около 4,4% от средния БВП на ЕС (като при някои страни членки достига до 7%) и осигуряват заетост или самозаетост за повече от 7,6 млн. души или около 2 до 4% от работната сила, като преобладаващата част от тях са млади хора (Imperiale, Fasiello, & Adamo, 2021; European Investment Fund, 2019). Значително мнозинство от културния и творческия сектор в Европа - 95% от 2019 г. - се състои от малки предприятия, независими творци и хора на свободна практика. По този начин предприятията от КТИ представляват 12,1 % от средния брой предприятия в държавите членки (European Investment Fund, 2019) .

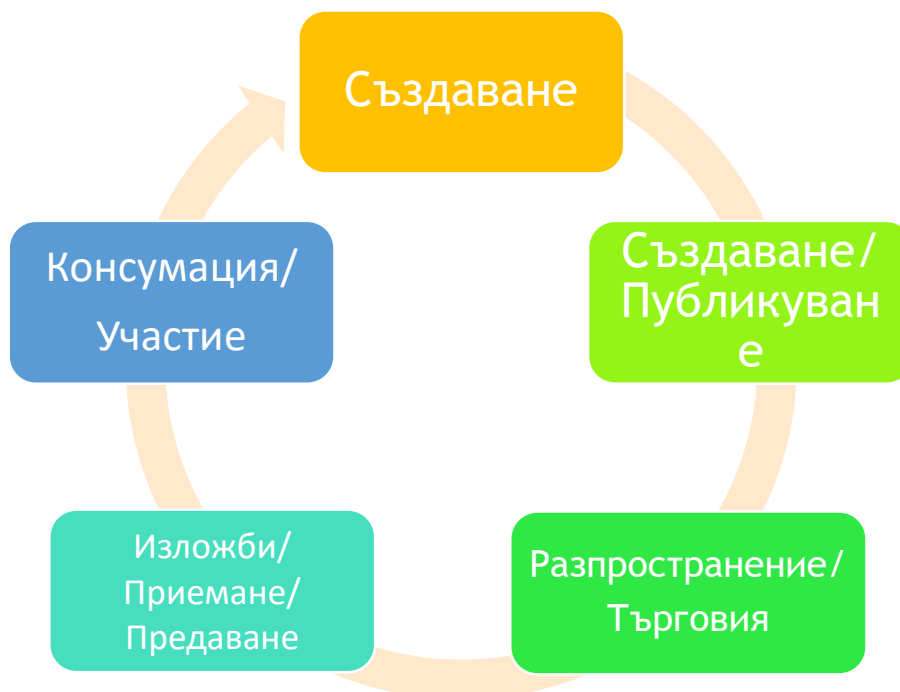
На прага на 2020 и в условията на пандемията COVID-19, КТИ в ЕС се характеризираха със следните особености:

- ✚ Подсекторите, свързани с аудио-визуалните и мултимедийните продукти, бяха двигатели на растежа (по-специално филми, DVD и видео, радио- и телевизионно излъчване, компютърни/видеоигри и компютърно програмиране). Тези подсектори запазиха и дори увеличиха стойността си по време на пандемията (European Investment Fund, 2019).
- ✚ По отношение на икономическите резултати и значението си КТС са сравними със секторите информационни и комуникационни технологии (ИКТ) и хотелиерство и ресторантьорство (H&F). Освен това КТС са валоризирани в културния, наследствения и експерименталния туризъм и използват цифрови

услуги при производството на съдържание за филми, видеоклипове, игри, 3D-картографиране и др. (European Investment Fund, 2019);

- ✚ Процентът на оцеляване на предприятията от КТП след 1, 3 и 5 години съществуване е сходен с този на предприятията от ИКТ и хотелиерство и ресторантьорство (H&F), като дори е по-висок за 3- и 5-годишния период от предприятията на хотели и ресторанти. (European Investment Fund, 2019);
- ✚ Предприятията на ТПП са имали средно 2,7 служители преди 2019 г., в сравнение с 5,73 в ИКТ и 5,86 хотелиерство и ресторантьорство (European Investment Fund, 2019).
- ✚ Микромасщабът на предприятията е създавал ниша за целево сътрудничество и клъстериране, което позволява на КТИ да преминават бързо между подсекторите и да формират бързо екипи, основани на задачи, които се разпускат и реформират след приключването на даден проект;
- ✚ Сегментираната структура на предприятията е създавала ниша за създаване на творчески центрове (European Investment Fund, 2019), които по време на пандемията се пренесоха от такива на място към такива в онлайн среда;
- ✚ Новите технологии и развитието на тенденциите в КТИ зависят от значителното нарастване на цифровизацията, особено що се отнася до експериментирането с нови цифрови услуги като средство за защита и адаптиране към антипандемичните ограничения на социалното разстояние - като концерти и представления на живо онлайн, образователни игри, виртуални изложби и др.

Като цяло стоките и услугите в културните и творческите сектори (КТС) и КТИ се предоставят по следния модел на веригата на стойността:



Източник: (United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation, 2009)

Не е необходимо всички елементи (дейности) в модела да присъстват във всяко отделно предприятие - те могат да бъдат разпределени между различни фирми, в рамките на едно географско местоположение или разпределени в различни области, а финансовата структура също зависи в голяма степен от тази специфика. По-скоро е налице взаимовръзка между фазите (United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation, 2009). Например в областта на музиката има създаване, разпространение и потребление на концерти на живо като един вид верига за доставка, но също така и създаване, производство и разпространение, когато продуктът са музикални записи. При визуалните изкуства може да са налице всички етапи, а при видеоигрите и онлайн продуктите - създаване, производство, разпространение и участие.

II. Цикъл на създаване на стойност и връзки с други индустрии (между секторна монетаризация)

Както беше посочено, КТС са напълно десен сектор на икономиката с голям потенциал за развитие - въпреки спада, причинен от пандемията. Резултатите от КТС и КТИ са интердисциплинарни и интегрират елементи от различни подсектори, например музика във филми и видеоигри, 3D-мапинг в сценични представления, видеосимулации в регионалното планиране и архитектурата и др. Стойността на интегрирания продукт най-често е по-висока от стойността на отделните елементи.

КТИ включват урбанизация, толерантност и добре образовани хора, които са определени от различни учени като ключови фактори за предприемачески растеж. КТИ имат огромен потенциал, свързан с интердисциплинарността, цифровата ориентация, иновациите и предприемаческия дух, повлиян от интернационализацията. (Gerlitz & Prause, 2021). Проучванията показват, че ефектът на стимулиране на иновациите е по-силен в региони и общности, които са по-диверсифицирани - по отношение на сектори на икономиката, професии и т.н.

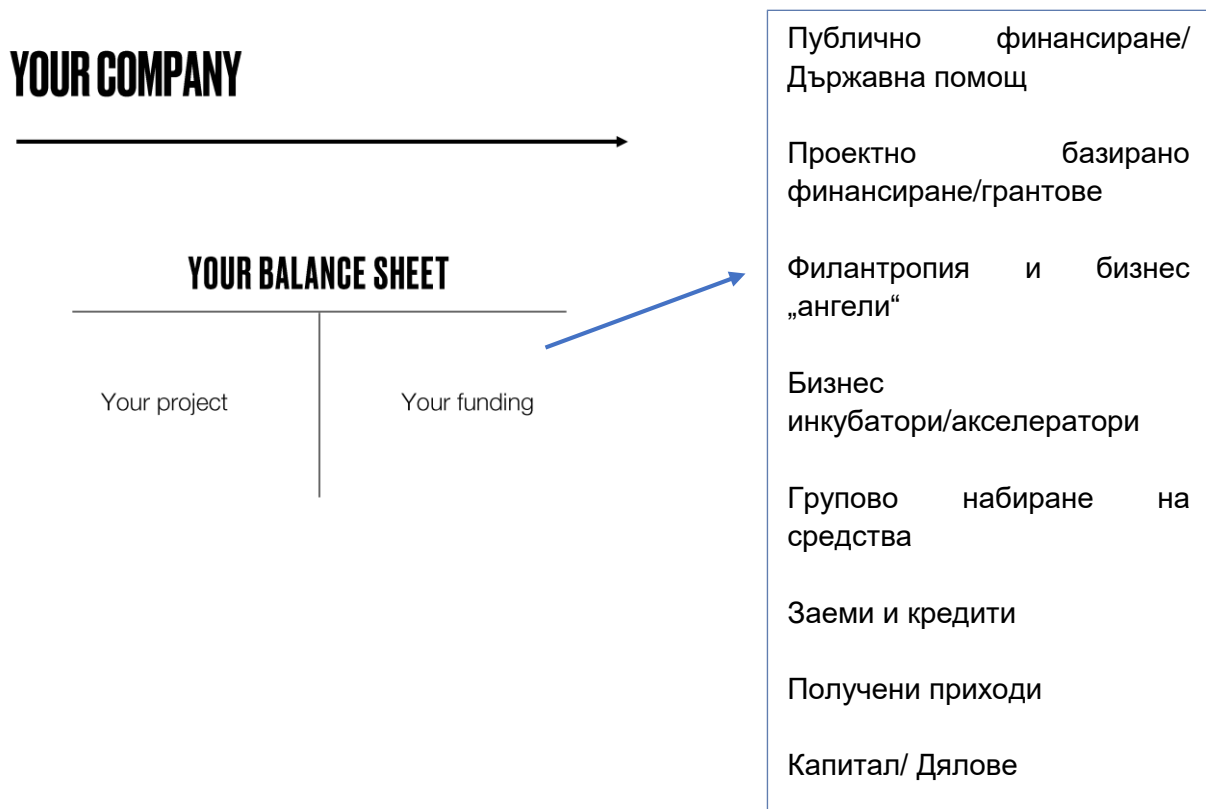
В по-широк смисъл КТС и КТИ принадлежат към икономиката на преживяванията, в която стоките и услугите се свързват с ефекта, който могат да окажат върху живота на хората, и в която преживяванията се превръщат в крайно предлагане. Мрежата, комуникацията и споделянето играят централна роля в доставката и потреблението на стоките и услугите, но също така и в моделите за финансиране, напр. чрез групово финансиране, краудсорсинг, споделено използване на стрийминг и медийни услуги и др.

КТИ са свързани с туризма по един недвусмислен начин. Връзката обаче надхвърля културния туризъм и се развива в новите форми на създаване на преживявания за посетителите чрез дейности с участие. Опазването и интерпретацията на културното и историческото наследство също попадат в сферата на КТИ. Освен това връзките се отнасят до градоустройственото планиране и пространственото обновяване на райони в градовете и селата, дори и в селата. През пандемичния период продуктите на КТИ станаха неразделна част от образованието и предоставянето на услуги, тъй като всички интернет платформи и приложения ги използват.

III. Източници на финансиране

Както бе непряко споменато до тук, КТИ предприятията¹ са от два основни вида – с цел генериране на печалба (дизайн студиа, ИКТ компании, индивидуални/ фрейлансъри като еднолични търговци и т.н.) и с идеална цел (неориентирани към печалба) (музеи, библиотеки, театри, неправителствени организации, обединяващи индивидуални артисти и т.н.). Преходът между двата типа е също възможен, тъй като вече съществуват частни музеи и театри, които възникват в множество европейски страни и границите между нестопански и стопански предприятия са размити.

Предприятията за КТИ разчитат на нематериални активи и работят в условията на висока несигурност на пазарното търсене, поради което обикновено разчитат на комбинация от източници на финансиране, а използваните средства зависят не само от подсектора, но и от организационната форма на предприятието:



Източник: (European Investment Fund, 2019)

¹ За предприятие се счита всяко дружество, ангажирано с икономическа дейност, независимо от неговата правна форма. Това включва, по-конкретно, самонаети лица и семейни бизнеси, ангажирани със занаяти или други дейности, и партньорства или асоциации, регулярно включвани в икономическа дейност (European Commission).

Спецификата на КТИ определя рамката за финансиране на предприятията в него - тя е специфична, въпреки че процесът е подобен на този в другите отрасли..

Целево публично финансиране (директна държавна помощ)

В рамките на ЕС много големи културни институции са публични и се издържат от държавния бюджет, като обикновено са в сферата на действие на министерствата, отговарящи за културата, културното наследство, туризма, регионалните и местните власти. Бюджетът за култура е дял от БВП на всяка държава и според Евростат варира около 2 % в Европа. В много страни, и особено в представените в проекта FENICE, финансирането на публичния културен сектор се счита за недостатъчно и обикновено стига само за покриване на възнагражденията на персонала на институциите.

Икономическият спад, причинен от финансовата криза през 2008 г., а сега и от пандемията, е свързан с ограничаване на публичното финансиране на културата и с изоставане на държавната подкрепа спрямо сериозните пречки, причинени от блокирането на средства. Публично финансираните институции за изкуство и култура се считат за нестопански (набират приходи, за да преследват социалната си цел и да плащат на персонала си), но те бяха поставени в положение да започнат да се държат като стопански субекти (генериращи печалба, за да компенсират намаляващата държавна помощ), за да се възстановят от кризите и да запазят стойността си за общностите.

Проектно-базирано финансиране

За разлика от пряката държавна подкрепа, финансирането по проекти е отворено за всички предприятия на ТПП - частни и публични, със стопанска и нестопанска цел. Финансирането по проекти е насочено към стартирането и изпълнението на обикновено целеви дейности с конкретна тема или насоченост - например продуциране на филм, пиеса, фестивал, представление и т.н.

ЕС е предложил много програми за финансиране на проекти в областта на ТПП. Освен водещата инициатива "Творческа Европа", много други програми на ЕС включват в приоритетите си подкрепа за културата, културното наследство и културните и творческите индустрии. Подробно описание на възможностите можете да намерите в *"Ръководството за финансиране на CulturEU: Възможности за финансиране от ЕС за културния и творческия сектор за периода 2021-2027 г."*², издадено от Европейската комисия.

Най-важната характеристика на формулярите за кандидатстване за проекти, въз основа на които се отпуска този вид финансиране, е, че те сами по себе си са бизнес планове. Те трябва да описват подробно културния продукт, неговата стойност за общността и

² Оригинално заглавие: *"The CulturEU Funding Guide: EU Funding Opportunities for the Cultural and Creative Sectors 2021-2027"*

обществото като публично благо и да обосновават използването на бюджета, който трябва да бъде инвестиран в предоставянето на продукта.

Недостатък на проектното финансиране е, че то зависи от приоритетите, определени от финансиращите институции, и творците и/или създателите на култура трябва да адаптират идеите си към тези приоритети, за да се класират за подкрепа.

Проектите се финансират с публични средства (като програмите на ЕС) или от частни организации, обикновено от големи бизнес групи в рамките на техните политики за корпоративна социална отговорност.

Филантропия и бизнес „ангели“ (корпоративна помощ)

Заради социалната си стойност КТИ привличат подкрепа и от частни компании и физически лица, които се стремят да дарят част от своите доходи или ресурси за социални каузи. Корпоративната филантропия и корпоративната социална отговорност са по същество едно и също нещо. В този случай финансирането може да дойде след подаване на заявление към фонд, създаден от компания/корпорация, или като пряко спонсорство/дарение на средства за културен проект или продукт на временна основа.

Инвеститорите „ангели“ или бизнес ангелите са друго олицетворение на филантропията. Това са компании и физически лица, които инвестират в началния или ранния етап на дадено предприятие в замяна на дял от бизнеса или просто като дарение за каузи, които ги вълнуват. Те са много важни за творческите индустрии, тъй като името "ангел" е използвано за първи път за описание на заможните лица, които са подкрепяли постановките на театъра на Бродуей през XX век. Инвеститорите-ангели харесват особено компаниите, базирани на ИКТ, но не толкова останалите КТИ. Мрежите на бизнес ангелите в Европа включват Европейската търговска асоциация за бизнес ангели (European Trade Association for Business Angels), фондове за начално финансиране и участници на пазара в ранна фаза (Seed Funds and Early Stage Market Players (EBAN)), Business Angels Europe и други.

Бизнес инкубатори/ акселератори

Бизнес инкубаторите и акселераторите осигуряват подкрепяща среда за стартиращи предприятия на базата на пакети, които включват офис и изложбени помещения, наставничество, бизнес, маркетингови и финансови услуги на цени, по-ниски от пазарните. В бизнес инкубаторите плащанията са на базата на такси, докато акселераторите придобиват акции/дялове на подпомаганите компании. Това означава, че финансирането не е под формата на директни парични преводи. Бизнес инкубаторите и акселераторите са много подходящи за дружествата на КТИ, работещи с цифрово съдържание, дизайн, аудио- и видеопродукти.

Работата в мрежи и клъстери е специфична за КТИ. Много градове разработват целеви физически зони, в които са концентрирани КТИ - като квартали на изкуствата и занаятите, музейни квартали, места за пребиваване и т.н. В същото време много национални и общностни програми подкрепят създаването на творчески хъбове, чиято мисия е да предоставят пространство (физическо или виртуално) и подкрепа за работа

в мрежа, развитие на бизнеса и ангажиране на общността в рамките на творческия, културния и технологичния сектор." (Culture and Creativity Association, 2022). Засега творческите клъстери и хъбове не предоставят същия пакет от услуги като бизнес инкубаторите и акселераторите. Те са по-скоро алтернатива за онези видове творчески предприятия и индивидуални начинания, които не могат лесно да станат финансово жизнеспособни без публична подкрепа.

Групово финансиране (краудфъндинг)

Краудфъндингът е нов модел за финансиране на начинание или проект чрез събиране на малки суми пари от голям брой хора, обикновено чрез интернет. Тук колективните усилия на приятели, членове на семейството, клиенти и случайни поддръжници на дадена идея създават мрежа, която позволява тази идея да се материализира (European Investment Fund, 2019). Социалните медии и платформите за групово финансиране са основният канал за изпълнение - като WhyDonate, FundedByMe, FundingCircle, Ulule в Европа. Индивидуалният инвеститор може просто да дари средства за проект или кауза, стартирани в платформа за групово финансиране, но може да получи и малка лихва (т.нар. peer-to-peer кредитиране), дял в бизнеса (equity) или възнаграждение (нефинансова възвръщаемост под формата на уникална услуга или предварително продадена версия на продукт).

Освен за набиране на средства, груповото финансиране е инструмент за изграждане на общност и е много подходящо за нуждите на КТИ.

Заеми/Кредити

Това е традиционната форма за финансиране на функции и обикновено капиталът идва от една конкретна институция - банка или подобна небанкова институция, като е възможно да се използва и съдружник. Тези източници могат да се използват еднакво добре от културни институции и агенти с нестопанска цел, както и от предприятия със стопанска цел. В зависимост от жизнеспособността на бизнеса и икономическата среда изплащането на заема и свързаните с него лихви може да се превърне в проблем – какъвто беше случая по време на пандемията от 2020 г. и свързаните с нея блокирания.

Обикновено предприятията на КТИ имат затруднен достъп до заеми - особено когато същността на техния бизнес е свързана с нематериални активи, които по-трудно се осребряват. За тази цел Европейската комисия създаде Гаранционния механизъм за културните и творческите сектори (ГФКС), свързан с мрежи от банки, които предоставят кредити по-специално на МСП от тези сектори. Някои подобни гаранционни схеми съществуват в отделни държави, но все още са малко.

Собствени приходи

Този източник се отнася до приходите, които КТИ получават от продажбата на своите продукти (напр. чрез билети за вход, лицензи за ползване, такси за авторски права, продажба на произведения на изкуството и др.). Обемът и дялът на този източник варират в различните подсектори - както беше споменато, ИКТ-продуктите лесно генерират високи приходи през последните години, в сравнение с библиотеките, които

трябва да поддържат ниски такси, за да останат достъпни и да изпълняват социалната си мисия като места за културни срещи.

Все пак някои от културните институции могат да генерират допълнителни приходи чрез отдаване под наем на помещенията или оборудването си за организиране на различни видове събития - дори не културни.

Капитал

Някои дружества за изкуство са собственост на няколко акционери, които осигуряват и капитала (или първоначалното финансиране) на предприятието. В този случай финансирането се осигурява чрез акции (или дялове), които могат да бъдат продадени или прехвърлени срещу заплащане. Акционерът притежава част от предприятието. Той/тя поема рисковете и печели от растежа на предприятието. Все още предприятията, основани на дялово участие, не са често срещани в КТИ.

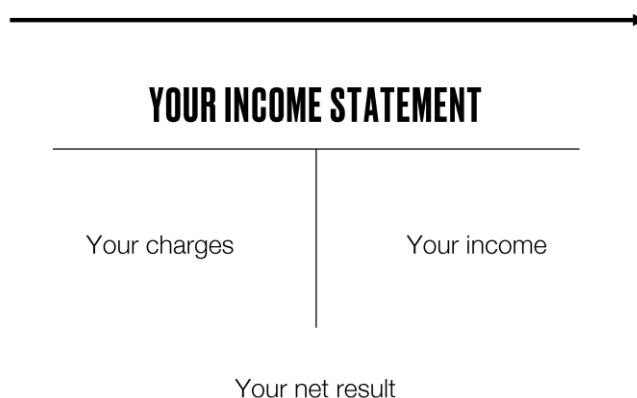
Самофинансиране

Много често фрилансърите и създателите на микропредприятия използват собствените си спестявания като стартов капитал за установяването на предприятието и неговите първи проекти.

IV. Бюджетиране и ценообразуване

Концепцията за бюджетиране е проста - първо трябва да се опишат очакваните приходи от продажби или финансиране за даден период, а след това да се изчислят разходите за същия период. След това сумата на разходите ще бъде приспадната от сумата на приходите, докато резултатът ще покаже печалбата или загубата, която ще бъде генерирана от предприятието.

Друг начин за визуализиране на процеса е чрез *Отчета за приходите и разходите*.



Източник: (European Investment Fund, 2019)

Отчетът за приходите и разходите показва колко пари е генерирало (приходи) и похарчило (разходи) едно предприятие за определен период от време - обикновено за месец или година. Нетният резултат е печалба или загуба и показва колко добре предприятието е успяло да достави и продаде своя продукт на пазара.

Макар често да се твърди, че финансовите процеси в стопанските и нестопанските организации са идентични, на практика съществуват редица разлики. Обикновено повечето автори обясняват разликите между стопанските и нестопанските организации, като се фокусират върху темата за мисията. Като цяло основната цел в бизнеса е да се донесе печалба на собствениците/акционерите, т.е. мисията на предприятието е да увеличат финансовите ресурси. За разлика от тях, организациите с нестопанска цел се основават на идеята да помагат при решаването на социални, образователни, природни и други проблеми, т.е. предлагат услуги в полза на обществото и неговото подобряване. Следователно мисията на организациите с нестопанска цел е да създават продукт или услуга в полза на обществото, а не за икономическа печалба. Понякога това е свързано с предлагането на стоки и услуги на ниска цена или безплатно. Двата вида организации се различават съответно по източниците си на финансиране: стопанските организации обикновено се финансират чрез капитала на инвеститорите, продажбата на продукти/услуги и заеми, докато организациите с нестопанска цел набират необходимите средства от държавни субсидии и фондове, такси (например входни такси за концерти и музеи и т.н.) и частни дарения. Бизнес организациите заплащат всички външни експертни услуги, като например счетоводно обслужване, правни консултации, реклама, докато в много случаи организациите с нестопанска цел получават тези услуги, или без да заплащат за тях, или на много по-ниски цени.

В конкретиката на едно творческо или културно МСП, микропредприятие или организация с нестопанска цел могат да бъдат идентифицирани следните три вида разходи (такси):

- разходи, специфични за вложените ресурси: оборудване, материали, използвани в предварителното производство, разходи за наем, доставка и време;
- общи разходи, направени от предприятието, например режийни разходи - като социални осигуровки, счетоводни услуги, разходи, свързани с помещенията, такси за интернет и комуникации и т.н.;
- разходи, свързани с човешки ресурси.

Сумата от трите вида разходи за определен период от време дава минималните разходи, които трябва да бъдат покрити, за да може предприятието да съществува.

Точката на рентабилност (break-even point) е тази, при която приходите са равни на разходите. Точката на рентабилност е важна, тъй като тя представлява критичната точка на разделение между печалбата и загубата. Цените на продукта или услугата на предприятието трябва да бъдат изчислени по такъв начин, че точката на рентабилност да бъде равна или по-голяма от нула.

В най-опростен вид, за доставката на театрално представление или концерт, калкулацията на точката на рентабилност би изглеждала по следния начин:

$$(A \times P) + I - C \geq 0$$

A = посетителите, които купуват билети (или общия брой продадени билети)

P = средна цена на билет

A x P = приходи от продажби на билети

I = други приходи, освен продажби на билети (напр. грантове, дарения за представлението, държавна помощ и т.н.)

C = такси или разходи

Прилагането на горната формула може да бъде визуализирана чрез следния пример:

Организира се концерт с определен брой изпълнители и разходи на обща стойност от 10000 EUR, включително наем на зала със 250 места. Получено е дарение от частно лице на стойност 1000 EUR. Цената на билета е 20 EUR като е определена на база направено проучване. Чрез използване на формулата за точката на рентабилност е направена калкулация за броя хора, които трябва да закупят билети, за да се постигне баланс между приходи и разходи:

$$(A \times 20 \text{ EUR}) + 1000 \text{ EUR} - 10000 \text{ EUR} = 0 \text{ EUR}$$

$$(A \times 20 \text{ EUR}) = 10000 \text{ EUR} - 1000 \text{ EUR}$$

$$A \times 20 \text{ EUR} = 9000 \text{ EUR}$$

$$A = 450$$

Следователно, поне 450 човека трябва да купят билети, за да се достигне критичната точка на продажбите (точка на рентабилността), което пък посочва, че ще е необходимо да се организира повече от 1 представление. Всичко това може да се представи и във формата на бюджетна таблица:

Капацитет от седящи места в залата	250
Цена на билета	20 EUR
Брой продажби на билети, необходими за достигане до точка на рентабилността	450
Запълване на седящите места за достигане на точка на рентабилността (в %)	180 %
Приходи	
Продадени билети	9000 EUR
Дарения	1000 EUR
Общо приходи	10000 EUR
Минус разходи	

Разходи за продукцията	10000 EUR
Общо разходи	10000 EUR
Печалба / загуба	0 EUR

V. Финансова устойчивост

Финансовата устойчивост се постига, когато предприятието продава продукт или услуга на цена, която не само покрива разходите, но и генерира печалба. Печалбата позволява на предприятието да се разраства, особено когато част от нея се инвестира обратно в по-големи продукции, по-добри съоръжения, повече изпълнители и съавтори и т.н.

С други думи, говорим за устойчивост, когато точката на рентабилност е по-голяма от нула.

В организациите с нестопанска цел тълкуването на "печалба" е малко по-различно. Излишъкът, който остава в края на даден проект или период, се реинвестира обратно като цяло, за да може организацията да остане независима от външно финансиране (дарения, спонсорство, заеми и т.н.) и да развива инициативи по свое усмотрение или безплатно за публиката.

В действителност не е лесно да се постигне финансова устойчивост в такъв динамичен сектор като КТИ. Предимно малкият мащаб на мнозинството предприятия също допринася за тяхната уязвимост в това отношение. За много от подсекторите цените на предлаганите културни продукти трябва да бъдат съобразени с общата покупателна способност на публиката, за да се даде възможност на възможно най-голям брой хора да консумират и да се докоснат до изкуството и културата. Тази взаимовръзка между цените и социалните функции в КТИ винаги ще съществува и ще се отнася до финансовата устойчивост на сектора.

VI. Възможности и рискове

Перспективите за развитие на КТС и КТИ преди 2019 г. и пандемията изглеждаха повече от обещаващи в Европа. Икономическата статистика предостави следната фактология:

- o Икономическият принос на КТИ по това време е по-висок от този на телекомуникациите, високите технологии, фармацевтичната и автомобилната промишленост;
- o Между 2013 г. и 2019 г. КТИ са добавили приблизително 700 000 работни места (което се равнява на 10 % увеличение), включително за автори, изпълнители и други творчески работници;
- o Всички сектори на КТИ нараснаха за 6-годишен период с до 4% - като лидери бяха видеоигрите, рекламата, архитектурата и музиката, а спад имаше само в пресата; Най-силен растеж бе отбелязан в източна и централна Европа;

- o Търсенето на онлайн съдържание беше голямо, тъй като над 80 % от потребителите на интернет в ЕС използваха интернет за музика, видеоклипове и игри (а не толкова за пазаруване или социални мрежи);
- o Иновационният потенциал на КТИ е изключително висок;
- o Често срещано явление е предприятията на КТИ да извършват едновременно пазарни/стопански и непазарни/социалнополезни дейности и това е свързано с достъпа до публични средства, които могат да имат;
- o Пазарът на ТПП е силно фрагментиран пазар и зависи от културата и езиците на различните народи и поколения.

Source: (EY Consulting, 2021) (European Investment Fund, 2019) (European Investment Fund, 2019)

И все пак обещаващите перспективи се провалиха след 2020 г., като се смята, че КТИ са загубили над 31% от приходите си. (EY Consulting, 2021) поради следните предизвикателства в КТИ:

- o Преобладаващ брой на МСП и микропредприятия, включително самонаемане;
- o Най-бързите „бегачи“ в централна и източна Европа бяха ударени най-силно от пандемията и съответно генерираха най-големи загуби;
- o Прекратяването на социалния живот и мерките за социално дистанциране водят до увеличаване на потреблението на цифрово съдържание чрез намаляване на потреблението на платено такова (IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann, & Heinsius, 2021);
- o Разпокъсаната структура на сектора, свободният начин на работа, трудният достъп до търговско финансиране направиха КТИ изключително податливи на икономическата криза, причинена от пандемията. (IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann, & Heinsius, 2021);
- o Увеличаването на онлайн абонаментите е съпроводено с намаляване на онлайн рекламат;
- o Липса на единни статистически данни и качествени анализи за развитието на сектора в държавите-членки на ЕС, което затруднява бизнес планирането. (European Investment Fund, 2019)

Възможните начини за възстановяване са:

- o По-целенасочена публична подкрепа за сектора - на национално и регионално ниво, освен на ниво ЕС;
- o Нови форми на сътрудничество между КТИ - например такива, които позволяват онлайн изпълнения на живо по време на прекъсванията, хибридни събития на място и онлайн и т.н;
- o По-добро използване на междусекторното сътрудничество на ТПП с други сектори на икономиката - по-специално със здравеопазването и образованието;
- o Модернизиране и преразглеждане на моделите на приходите и използване на алтернативни пространства за правене на бизнес - в цифров вид или на големи обществени места, включително на открито

о Монетизиране на цифровото съдържание (в най-популярните форми на "продажба на съдържание" и "продажба на аудитория") и развитие на защитата на авторските права;

о Възстановяване на ролята на КТИ за допринасяне за благосъстоянието на гражданите, социалните иновации и социалното сближаване;

о Въвеждане на нови модели на защита на авторските права - в световен мащаб авторските права са създадени като концепция преди появата на интернет и се адаптират с новите тенденции в развитието на технологиите; ЕС се стреми да създаде единен цифров пазар и прие Директива (ЕС) 2019/790 с цел адаптиране на изключенията/ограниченията на авторските права към цифровата и трансграничната среда, подобряване на лицензионните практики за осигуряване на по-широк достъп до творческо съдържание и постигане на добре функциониращ пазар на авторски права;

о Науката, технологиите и изкуството се разглеждат като принадлежащи заедно и интердисциплинарността се насърчава чрез публична подкрепа и в бизнеса.

Списъкът може да бъде разширен от всяко заинтересовано лице в КТИ. По-долу са няколко инструменти, свързани със създаването на политики, които могат да помогнат за това:

- 🚩 Creative Europe Programme of the European Commission - <https://ec.europa.eu/culture/creative-europe>
- 🚩 STARTS = S+T+Arts (Science, Technology and the Arts), инициатива на Европейската комисия, стартирана под шапката на програмата за изследвания и иновации Horizon 2020 за подкрепа на сътрудничеството между творци, научни работници, инженери и изследователи - <https://starts.eu/>
- 🚩 ЕС мрежа за творчески хъбове - <http://creativehubs.net/>

VII. Предложена литература:

The CulturEU Funding Guide: EU Funding Opportunities for the Cultural and Creative Sectors 2021-2027 (2021), European Commission

Rebuilding Europe – The Cultural and Creative Economy Before and After the COVID-19 Crisis (2021), EY Consulting, European Grouping of Societies of Authors and Composers (GESAC)

Be Creative - Call the Bank: Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility (2019), European Investment Fund

Capacity-building in the Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility: A guide to assessing loan applications from CCS SMEs (2019), European Investment Fund

3 Използвана литература

- European Investment Fund. (2019). *Be Creative, Call the Bank. A Guide for SMEs in the Cultural and Creative Sectors on How to Obtain Financing*. Retrieved from https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-sme-book.pdf
- European Investment Fund. (2019). *Be Creative - Call the Bank: Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility*. Luxembourg: EIF.
- European Investment Fund. (2019). *Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe: A Sector to Invest In*. Luxembourg: EIF. Retrieved October 5, 2021, from https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-market-analysis-europe.pdf
- EY Consulting. (2021). *Rebuilding Europe – The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis*. European Grouping of Societies of Authors and Composers (GESAC). Retrieved from <https://www.rebuilding-europe.eu/>
- Gerlitz, L., & Prause, G. (2021). Cultural and Creative Industries as Innovation and Sustainable Transition Brokers in the Baltic Sea Region: A Strong Tribute to Sustainable Macro-Regional Development. *Sustainability*, 13(9742). doi:<https://doi.org/10.3390/su13179742>
- IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann, S., & Heinsius, J. (2021). *Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations*. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Retrieved from [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)652242_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)652242_EN.pdf)
- Imperiale, F., Fasiello, R., & Adamo, S. (2021). Sustainability Determinants of Cultural and Creative Industries in Peripheral Areas. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(9), 438. doi:<https://doi.org/10.3390/jrfm14090438>
- United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation. (2009). *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. UNESCO Institute of Statistics. Retrieved October 24, 2021, from http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf

4 Благодарности

Наталия Николова – Създател и собственик на "Recycle Art Academy"