



## Раздел 2:

### Предприемаческа практика – Моделиране на предприятие в КТИ

#### Тема 2.2.

### Към стойността: икономическа, пазарна и културна стойност на продукти и услуги в КТИ

Автор(-и):

**Марилия Дурао, Аугусто  
Невес, Соня Ногейра,  
Патрисия Ремелгадо,  
Сандра Фернандес**

Институция(-и):

**Universidade Portucalense,  
Португалия**



Съфинансиран от програма  
„Еразъм+“  
на Европейския съюз

Този материал е част от учебното съдържание на програма за курс „Управление и предприемачество в културните и творческите индустрии“. 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, иновации и културно съдържание. Отговорност и етично поведение

Тема 1.3. Културни политики и институции. Интелектуална собственост

Тема 1.4. Нови медии, творчески технологии и дигитална среда

### **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: Към стойността: икономическа, пазарна и културна оценка на продукти и услуги в КТИ.**

Тема 2.3: Пазар, конкуренция, потребление и брандиране 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.

Sweet  
Pea

FOTOGRAFIA

Практически пример

Определяне на стойността на емоциите от „Sweet Pea“, илюстрация и фотография (Сандра Мая)





## Описание

---

Сандра Мая е създател и основател на Sweet Pea, компания фокусирана върху дизайна и фотографията, като в цялостната си работа поставя специфичен фокус върху продукциите, които поставят семейството.

Въпреки че има опит в областта на физическото възпитание, Сандра открива страстта си в занаятите и фотографията. Подобно на повечето предприемачи, тя започва да поема дребни поръчки, докато все още е треньор по фитнес. Съвсем скоро тя осъзнава, че тази паралелна работа ще има всички шансове да се превърне в основния ѝ източник на доходи. За да случи това, тя посещава няколко курса насочени към ръчното творчество и фотография, като начин да задълбочи познанията си в тези области, които са нейни любими и в които се вижда да работи самостоятелно.

Въпреки това, Сандра признава, че ако днес трябваше да започне всичко отначало, щеше да отдели повече време, за да изложи на хартия всичките си идеи и гледни точки. Това означава, че не е добре просто да имате добра идея или страст към това, което правите или искате да правите. Освен това трябва да имате план за действие, който обикновено е под формата на бизнес план.

В културните и творческите индустрии бизнес планът трябва да отчете, че културните продукти имат двустранна характеристика: те имат символична, но и икономическа стойност. Трябва също така да се отбележи, че при културните продукти физическият пазар определя икономическата стойност, а пазарът на идеи определя тяхната културна стойност.

От друга страна, има припокриване на интелектуални или артистични мотивации в ущърб на интереса или материалната възвръщаемост в резултат на дадено творение (Thorsby, 1994). Занаятчията/художникът се стреми да удължи времето, което посвещава на естетическата работа, въпреки факта, че тази работа не е достатъчна за да гарантира, че най-съществените му нужди са удовлетворени. По този начин занаятчията/художникът отделя част от времето си за работа, която ще му даде възможност да получи продукти в количества, достатъчни за задоволяване на тези нужди; след като тази цел е постигната, той е склонен да се посвети на творческите си занимания, дори ако те са по-малко възнаграждаващи от неартистичните (Thorsby 1994, 2001).

В случая на Сандра, нейният основен фокус, както беше споменато по-горе, са семействата проявяващи специална привързаност към продукти и услуги, които включват създаване на артикули и/или фотосесии за бебета/деца с техните родители. В този смисъл, може да се види, че Сандра има солидна ентузиазизирана връзка с работата, която извършва или създава, не винаги основаваща се на материален интерес, което понякога отрича поведението и оценката на финансовите експерти, които са склонни да характеризират работещите по договор като хора, които се интересуват само от тяхното възнаграждение и обема усилия, които ще трябва да приложат за да изпълнят определена задача. Сандра не е мотивирана само от материално възнаграждение, макар понякога това да представлява основното вдъхновение - като следствие от задоволяване на нужда или получаване на интелектуално признание (Flew, 2012).

## 1 Източник / връзка

---



[https://www.instagram.com/sweetpea\\_fotografia/](https://www.instagram.com/sweetpea_fotografia/)

<https://www.instagram.com/sweetpea.design.ilustracao/>



<https://www.facebook.com/sweetpeafotografia/>

Flew, T. (2012). *The Creative Industries. Culture and Policy*. London/New Deli: Sage.

Thorsby, D. (1994). *The Production and Consumption of Arts: A View of Cultural Economics*. *Journal of Economics of Literature*, vol. 32, no 1, pp. 1-29.

Thorsby, D. (2001). *Economics of Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

# Държава

---

Португалия