



Съфинансиран от програма  
„Еразъм+“  
на Европейския съюз



# Към стойността: Икономическа, пазарна и културна оценка на продукти и услуги в КТИ

Област на ВО: Бизнес и икономически науки ( 30 часа)

Раздел 2: Предприемаческа практика - Моделиране на предприятие в КТИ



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.



# Съдържание

- Създаване на стойност в КТИ
- Културна и икономическа стойност
- Продукти и услуги в КТИ
- Потребители на продукти и услуги в КТИ





# Създаване на стойност в КТИ

- Културните индустрии представляват съвкупност от дейности, свързани със създаването, производството и продажбата на културни услуги или продукти;
  - Акцент върху символичния характер
- Творческите индустрии говорят за действия, които могат да бъдат открити в изобретателността, способностите и уменията на отделния човек, и които имат потенциал за работа и богатство чрез създаване и "злоупотреба" с интелектуална собственост
  - Те се фокусират повече върху финансовия характер и влияят върху териториалното и местното развитие





# Създаване на стойност в КТИ

- КТИ имат четири основни компонента:
  - Творчеството е централният елемент
  - Културата се разглежда под формата на културни обекти
  - Творческите индустрии, като създават елементи с интелектуална собственост, създават икономическа стойност
  - Наблюдава се сближаване между изкуствата, бизнеса и технологиите.





# Създаване на стойност в КТИ

- КТИ насърчиха трансформацията на социалните ценности основно поради два фактора:
  - Появата на обществото на знанието
  - Преход от материалистични ценности към пост-материалистични ценности.
- Това подкрепя промяна на икономическата парадигма:
  - Икономика, основана на капитал и труд към икономика, основана на интелектуален капитал.





# Създаване на стойност в КТИ

- В КТИ
  - Производството и маркетингът на даден продукт или услуга зависи от стойността, която му приписват потребителите.
  - Поради това, съществува известна несигурност по отношение на търсенето или привързаността към продукта.
    - Например: в някои случаи е невъзможно да се определи колко души ще посетят открит концерт на класическа музика на живо.
  - Налице е по-голямо търсене на услуги: потребителите се стремят да задоволят потребности, основани на нематериални ценности (естетически, интелектуални).





# Културна и икономическа стойност на продукти и услуги в КТИ

- Културата осигурява контекста, в който се осъществява икономическия напредък.
- Културните продукти имат:
  - Символична стойност
  - Икономическа стойност
- В този контекст:
  - Икономическата стойност се определя от физическия пазар;
  - Пазарът на идеи определя тяхната културна стойност.





# Културна и икономическа стойност на продукти и услуги в КТИ

- КТИ включват
  - Патенти
  - авторски и сродни права
  - регистрация на търговска марка, и
  - Дизайн.
- КТИ може да включват също:
  - Дейности свързани с индивидуалното творчество, умения и таланти
  - Група от хора с няколко различни умения (напр. филмова индустрия)







# Културна и икономическа стойност на продукти и услуги в КТИ

- Артисти, творци, продуценти:
  - Имат силна емоционална връзка с работата, която създават или развиват;
  - Мотивират се от материално възнаграждение като средство за задоволяване на потребност или получаване на интелектуално признание.
- КТИ пространството е пресечно от различно региони и подразделения, които допринасят за съживяването на градовете, като например:
  - Нараства самоустойчивостта на социалното разделение;
  - Осигурява се разпространението и защитата на авторското право
  - Създава се квалифицирана заетост





# Потребители на продукти и услуги в КТИ

- Разходите, свързани с разработването и комерсиализацията на продукти и услуги на КТИ, са повишени
  - Проучването на пазара може да помогне, като определи какво потребителят иска да види, да купи и/или да изпита.
- Потребителският пазар е също повлиян от местни териториални политики.





# Потребители на продукти и услуги в КТИ

- Обучение на потребителите:
  - Може да повлияе положително за изясняването на значението на културната продукция;
  - Разяснява за:
    - Вкусове и тенденции,
    - Специфични аспекти на културните ценности или услуги
    - Творците, които са произвели стоките
    - Градските легенди или културният контекст на създаването
  - Формира възприеманите от потребителите значения на продуктите и услугите в КТИ





# Потребители на продукти и услуги в КТИ

- Когато потребителите произвеждат съвместно:
  - ги ангажира в процеса, подобрявайки тълкуването и възприемането на продуктите и услугите в КТИ.
- Цифровите технологии допринасят за съвместното производство
  - Предлагат набор от възможности за разпространение и продажба на творческо съдържание в зависимост от нуждите на сегмента или индивидуалното потребление - персонализиране или задълбочаване на преживяванията





Съфинансиран от програма  
„Еразъм+“  
на Европейския съюз



**FENICE: Насърчаване на предприемачеството и иновациите в културните и творческите индустрии чрез интердисциплинарно обучение е съфинансиран от програма Еразъм+ на Европейския съюз.**

**Проектът е инициатива на 5 академични и изследователски институции:**



[www.fenice-project.eu](http://www.fenice-project.eu)

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.