



Съфинансиран от програма
„Еразъм+“
на Европейския съюз



Финансиране. Възможности и рискове

Тема 2.6



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

- I. Специфики на КТИ по отношение икономическа стойност и създаване на стойност
- II. Цикъл на създаване на стойност и връзка с други индустрии (междусекторна монетизация)
- III. Източници на финансиране
- IV. Бюджетирание и ценообразуване
- V. Финансова стабилност
- VI. Възможности и рискове
- VII. Предложена литература





Специфики на КТИ по отношение на икономическа стойност и създаване на стойност

💡 До 2020 постиженията на КТИ бяха **сравними** с тези на секторите на Информационните и Комуникационни технологии (ИКТ) и Хотелиерство и ресторантьорство (Н&F)

💡 **Нивата на оцеляване** на КТИ предприятията след 1,3 и 5 години на съществуване са сходни на тези в ИКТ и Н&F секторите (дори по-високи от Н&F след 3 и 5 годишния период);

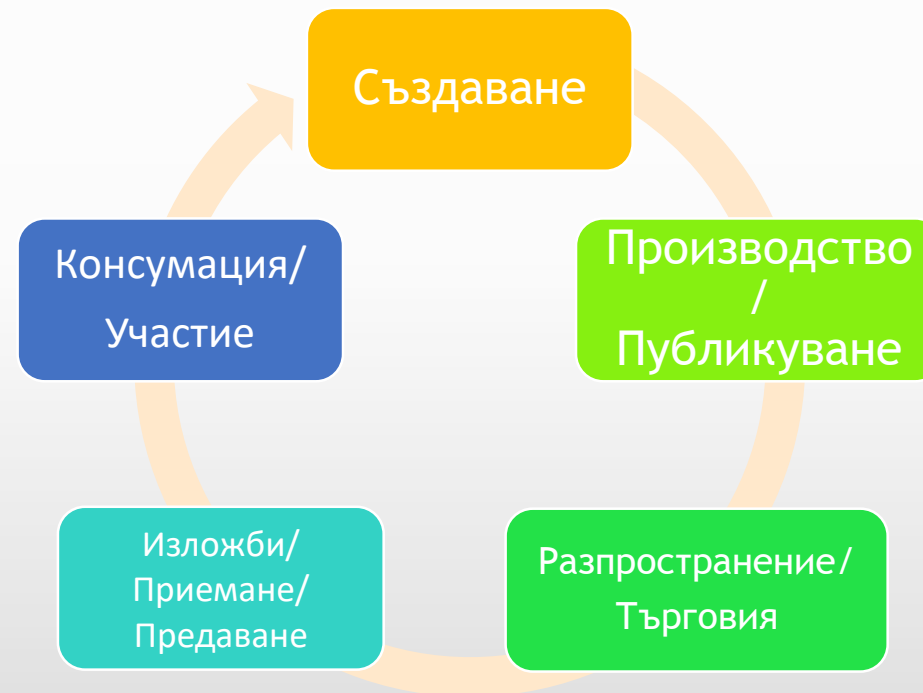
!! **2,7 служители средно** преди 2019, срещу 5,73 в ИКТ и 5,86 в Н&F

!! Сегментирана структура, осигуряваща повече пространство за работа в мрежа и хъбове, податливи на макроикономически сътресения.





Специфики на КТИ по отношение на икономическа стойност и създаване на стойност






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





Цикъл на създаване на стойност и връзка с други индустрии (междусекторна монетаризация)

-  **Интердисциплинарност** – стойността на интегрирания продукт е по-висока от стойността на елементите;
-  **Икономика на преживяванията** – работа в мрежа, комуникация и споделяне;
-  **Дигитална ориентация, иновация и предприемаческо мислене** - ефектите на разливане (spill-over) са по-високи в по-разнообразните общности.





Културните и творческите сектори в страните от проект FENICE



България

- 💡 Визуални изкуства, сценични изкуства, книгоиздаване и печат – формират мнозинството от предприятията и работните позиции;
- 💡 Традиционните сценични изкуства не може да оцелее без държавна подкрепа;
- 💡 КТИ компаниите комбинират стопански с нестопански дейности от различни сектори, за да продължат да предлагат продукти с културна стойност;
- 💡 Значителна зависимост от публично финансиране и изключително променлива пазарна среда



Гърция

- 💡 Историческото и културното наследство са стълбове на националния бранд
- 💡 ТПП имат тенденция да се групират географски - около основните градски центрове
- 💡 Финансирането постепенно се прехвърля от държавната подкрепа към местните власти и частния сектор
- 💡 Значително засегнати от кризите през 2008 г. и 2020 г.





Културните и творческите сектори в страните от проект FENICE



Румъния

- 💡 Групиране около три центъра: Букурещ - радио и реклама, Клуж - сценични изкуства и музикални фестивали, Тимиш – игри
- 💡 Финансирането на културния сектор идва основно от държавата
- 💡 Преди 2020 КТИ осигуряват по-голям принос към БВП отколкото селското стопанство и строителството



Португалия

- 💡 Културно наследство, аудиовизуални и мултимедийни изкуства, визуални изкуства, сценични изкуства, издателска дейност и продажба на книги, архитектура и дизайн, занаяти, интердисциплинарни изкуства
- 💡 Малки културни агенти, културни асоциации, организации с нестопанска цел, частни институции за социална солидарност
- 💡 Културни политики - културно наследство, насърчаване и развитие на национални мрежи от дейности и съоръжения





Културните и творческите сектори в страните от проект FENICE



Сърбия

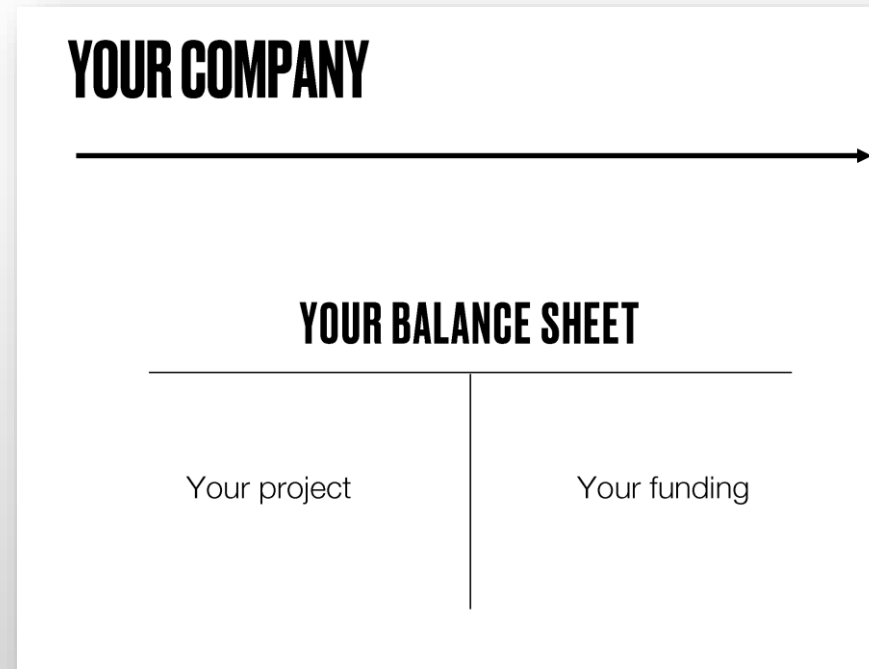
- 💡 Преди 2020 г. темпът на растеж на CCS е по-висок от средния темп на растеж на националната икономика
- 💡 Нарастваща тенденция за създаване на творчески хъбове, които се управляват от професионалисти в областта на изкуствата и културата и инициират множество проекти с международно признание





Източници на финансиране

Стопански и нестопански организации



Източници: (European Investment Fund, 2019)





Източници на финансиране

Публично финансиране/ Държавна помощ

Проектно финансиране/ грантове

Филантропия и „бизнес – ангели“

Бизнес инкубатори/ акселератори

Групово набиране на средства (краудфъндинг)

Заеми и кредити

Собствени приходи

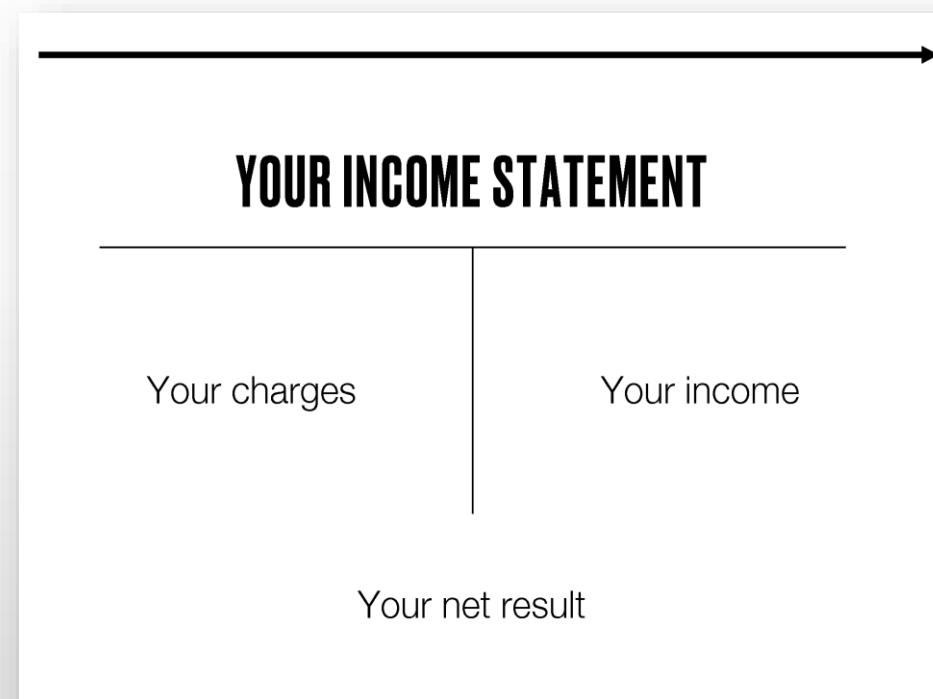
Капитал/ дялово участие

Самофинансиране





Бюджетиране и ценообразуване



Източник: (European Investment Fund, 2019)

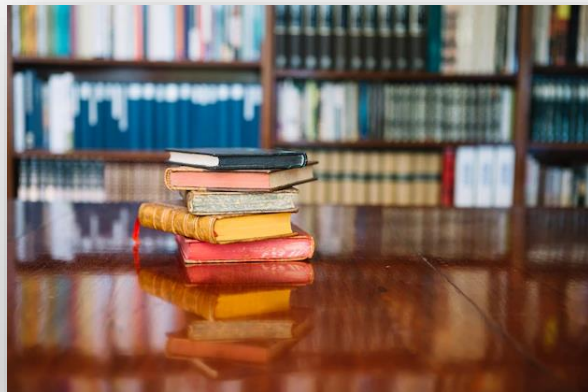




Бюджетиране и ценообразуване



Бизнес предприятия– носят печалба на собствениците/ акционерите, т.е. мисията на предприятието е да повиши финансовите ресурси
=> Бизнес дейности



Нестопански предприятия- създават продукт или услуга в полза на обществото, а не икономическа печалба
=> Нестопански дейности





Финансова устойчивост

- 💡 **Финансовата устойчивост** се постига когато предприятието продава своите продукти и услуги на цена, която **не само покрива разходите, но също така генерира печалба.**
- 💡 Печалбата позволява на предприятието да се разширява, особено когато част от нея е реинвестирана в по-големи производства, по-добри съоръжения, повече изпълнители и сътрудници и т.н.
- 💡 При **нестопанските организации**, излишъка, който остава в края на проекта или периода **се реинвестира обратно в общото, за да осигури на организацията независимост от външно финансиране** (дарения, спонсорство, заеми и т.в) и да развива инициативи по свое желание и безплатно за публиката.





Някои възможности и рискове

- 💡 Всички сектори от КТИ нараснаха за 6-годишен период с до 4% преди 2020, а лидерите бяха видеоигри, реклама, архитектура и музика;
- 💡 Най-висок ръст бе регистриран в Източна и Централна Европа;
- 💡 Над 80% от интернет потребителите в ЕС използваха мрежата за музика, видео и игри (и не толкова за пазаруване и социална комуникация);
- 💡 Иновационния потенциал на КТИ е изключително висок
- 💡 КТИ предприятията обичайно извършват дейности с цел печалба и в обществена достъп – и имат достъп до публични средства

- !! Пазарът на КТИ е високо фрагментиран и зависи от културата и езикът на различните хора и поколения;
- !! „Най-бързите бегачи“ в Централна и Източна Европа бяха ударени най-лошо и регистрираха най-големи загуби;
- !! Мерките на социално дистанцирана доведоха до повишена консумация на дигитално съдържание но намалено ползване на платено такова;
- !! Повишение на онлайн абонаментите, но намаляване на онлайн рекламата
- !! Липса на уеднакви статистики и качествени анализи за всички страни-членки на ЕС





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



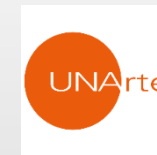


Съфинансиран от програма
„Еразъм+“
на Европейския съюз



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

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

