



Unitatea 1:

Înțelegerea Antreprenoriatului în ICC

Tema 1.2.

Antreprenoriat, management și leadership în ICC.

Author(s):

**Tzvetalina Genova, Elena
Kostadinova**

Instituție (instituții):

**Universitatea de Management
din Varna, Bulgaria**



Cofinanțat prin
programul Erasmus+
al Uniunii Europene

Acest material face parte din formarea pentru programul de studii “Management și antreprenoriat în industriile culturale și creative”. Acesta a fost elaborat în cadrul parteneriatului strategic Erasmus+ “*FENICE - Promovarea antreprenoriatului și inovării în industriile culturale și creative prin educație interdisciplinară*”.

Cuprinsul cursului de formare pe scurt:

Programul FENICE

Unitatea 1: Înțelegerea Antreprenoriatului în ICC

Tema 1.1. Creativitate, Inovare și Colaborări Trans-sectoriale. Proprietate Intelectuală.

Tema 1.2. Antreprenoriat, management și leadership în ICC.

Unitatea 2: Practică antreprenorială – Modelarea unei întreprinderi de ICC

Tema 2.1. Proiectarea unei afaceri pentru ICC: pregătirea unui plan de afaceri și prezentarea ideilor de afaceri

Tema 2.2. Către valoare: Evaluarea economică, de piață și culturală a produselor și serviciilor din ICC.

Tema 2.3. Piață, Concurență, Consum și Branding în ICC

Puteți găsi mai multe informații pe pagina de pornire: <http://www.fenice-project.eu>

Declarația privind drepturile de autor:



Această lucrare este licențiată sub licența internațională Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0. Puteți:

- să dați mai departe — să copiați și să redistribuiți materialul în orice mediu sau format
- să adaptați — să remixați, să transformați și să construiți pe baza acestui material

în condițiile următoare:

- Atribuire (atribuire) — Trebuie să acordați creditul corespunzător, să furnizați un link către licență și să indicați dacă s-au făcut modificări. Puteți face acest lucru în orice mod rezonabil, dar nu în vreun mod care să sugereze că licențiatorul vă aprobă pe dumneavoastră sau utilizarea dumneavoastră.
- Noncomercial (noncomercial) — Nu puteți utiliza materialul în scopuri comerciale.
- ShareAlike (distribuire în condiții identice) — Dacă remixați, transformați sau construiți pe baza materialului, trebuie să distribuiți contribuțiile dumneavoastră sub aceeași licență ca și originalul.

STUDIUL DE CAZ



MBOX

(Andrey Pavlov)

<https://soundcloud.com/m-box-studio/>

✚ **Țara/regiunea de operare:** Varna, Bulgaria

✚ **Domeniul ICC:** Muzică

✚ **Descriere**



Muzica este vocația lui Andrey Pavlov. Ceva ce a început inițial ca un hobby s-a transformat în primul loc de muncă, apoi în profesie, pentru a deveni astăzi o afacere de succes.

În 2008, când avea deja experiență, cunoștințe, contacte și încărcătură emoțională și după ani de reflecții și analize, Andrey dă formă unei idei de afaceri inovatoare numită MBOX (Studios).

Astăzi acesta este unul dintre cei mai populari parteneri media de pe piața regională care oferă:

- (a) branding audio și video complet, în concordanță cu conceptul de dezvoltare a site-urilor online și a site-urilor fizice (în special a facilităților de divertisment) și cu drepturi de autor garantate pentru difuzarea conținutului;
- (b) un canal video de informare și divertisment care permite fiecărui utilizator să își lanseze la punctul de vânzare propriul suport pentru publicitate, informare și divertisment;
- (c) sprijin în implementarea proiectelor media.

Andrey este foarte sensibil în ceea ce privește direcția de dezvoltare a pieței pe care activează. El generează idei de toate tipurile. Adesea, le evaluează ca fiind promițătoare și decide să le realizeze. El spune că are mii de idei și că sute dintre ele au fost puse în mișcare, însă doar câteva s-au dovedit a fi de succes.

Ideea pentru una dintre părțile afacerii sale cea mai în creștere – de a crea pachete complete de branding audio și video și de compilații cu muzică sub licență pentru instalațiile in-door - a fost adunată cu mult timp în urmă. A petrecut ani de zile pentru a conceptualiza ideea ca atare, pentru a o evalua și a o perfecționa, pentru a cerceta piața și a face previziuni. În cele din urmă, când ideea a fost introdusă pe piață, a reieșit că ideea este atât de inovatoare încât piața nu era pregătită să o absoarbă.

Andrey a decis să amâne realizarea acestei idei. Nu a renunțat la ea, ci a pus-o în sala de așteptare pentru vremuri mai bune. Și în curând au venit - odată cu creșterea monitorizării în ceea ce privește drepturile de copiere și paternitatea, s-a creat nișa de piață pentru MBOX. Andrey era complet pregătit pentru o astfel de schimbare a pieței și a reușit să introducă ideea sa foarte repede. Astfel, a reușit să adune o mare parte din piața locală și regională.

A fost nevoie de ceva timp pentru ca alți antreprenori să dezvolte și să ofere imitații ale produselor sale. În acest timp, MBOX și-a stabilit poziții bune în rândul partenerilor, clienților și al altor părți interesate.

Abordarea de marketing

MBOX has agreements with the most popular music giants, who represent the most promising music artists. Therefore, MBOX`s product is very rich on resources. On the other hand, the music giants support the promotion of MBOX as they recommend it as a potential partner to enterprises that seek for such type of services. Pe baza acordurilor cu cei mai populari giganți din domeniul muzicii, care reprezintă cei mai promițători artiști muzicali. Prin urmare, produsul MBOX`s este foarte bogat în resurse. Pe de altă parte, giganții muzicii sprijină promovarea MBOX, deoarece o recomandă ca potențial partener pentru întreprinderile care caută acest tip de servicii.

Based on the good relations with music companies, MBOX was able to offer attractive prices. A wide range of the business decided to afford these services instead of any potential penalties and losses caused by the use of non-licensed music. Pe baza relațiilor bune cu companiile muzicale, MBOX a reușit să ofere prețuri atractive. O gamă largă de întreprinderi a decis să își permită aceste servicii în locul eventualelor sancțiuni și pierderi cauzate de utilizarea de muzică fără licență.

Finally, MBOX is situated in Varna – one of the largest cities in Bulgaria situated on the Black sea coast. Thus, there are many enterprises (shops, bars, restaurants, etc.) around with potential interest on the services provided. The service is easily distributed as it can be even sent on-line. În cele din urmă, MBOX este situat în Varna - unul dintre cele mai mari orașe din Bulgaria, situat pe coasta Mării Negre. Astfel, în jur există multe întreprinderi (magazine, baruri, restaurante etc.) cu potențial interes pentru serviciile oferite. Serviciul este ușor de distribuit, deoarece poate fi trimis chiar și on-line.

Situația financiară

MBOX managed to gather most of its profit and positions on the market in the period between the market opening and the introduction of imitation products. Currently, MBOX benefits from what it had established. MBOX a reușit să adune cea mai mare parte a profitului și a pozițiilor pe piață în perioada dintre deschiderea pieței și introducerea produselor de imitație. În prezent, MBOX beneficiază de ceea ce a stabilit.

Factori cheie de succes și provocări

MBOX Studios is started and operated in Varna - the third large and most developed city in Bulgaria which also has a very well-developed cultural, IT, entertainment and tourism/food and beverage sectors. Therefore, the company has a very easy access to most of its customers representing stores, bars, restaurants, etc. main factor for success of the enterprise was its readiness to immediately utilize the opportunity provided by the market. MBOX a fost înființat și funcționează în Varna - al treilea oraș mare și cel mai dezvoltat din Bulgaria, care are, de asemenea, un sector cultural, IT, de divertisment și turism/alimente și băuturi foarte bine dezvoltat. Prin urmare, întreprinderea are un acces foarte ușor la majoritatea clienților săi care reprezintă magazine, baruri, restaurante etc. principalul factor de succes al întreprinderii a fost disponibilitatea acesteia de a utiliza imediat oportunitatea oferită de piață.

O provocare majoră pentru întreprindere a fost izbucnirea pandemiei COVID-19. Din cauza restricțiilor și a măsurilor antiepidemice, mulți dintre clienții cheie ai MBOX au refuzat majoritatea serviciilor.

În 2022, tendința a luat-o în sens invers, deoarece publicul a început din nou să ceară performanțe și experiențe live. Scăderea severă a sectorului serviciilor și a turismului, cauzată de pandemie, a implicat reticența atât din partea întreprinderilor, cât și a utilizatorilor individuali de a plăti pentru conținut digital, iar utilizarea neautorizată au fost în vigoare.

Planuri de dezvoltare viitoare

MBOX Studios își păstrează conceptul inițial, dar a început să își diversifice proiectele, în parte datorită schimbărilor și oportunităților de pe piață. Echipa lucrează în permanență pentru a actualiza portofoliul de servicii în funcție de previziunile privind evoluția viitoare a pieței. Cu toate acestea, antreprenorul din spatele MBOX Studios are curajul și ambiția de a prezenta idei inovatoare.