



EU4Business



ODIMM ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

„Изследване на условията за развитие на творческите индустрии“



**По проект „ Креативни решения за иновации “
Финансиран от инициативата EU4Business на
Европейския съюз и управляван от EUROCHAMBRES**



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

СЪДЪРЖАНИЕ

- 1. Условия за развитие на творческите индустрии в България / Молдова**
 - 1.1. Социално – културни условия, в които работят фирмите от креативната индустрии;**
 - 1.2. Икономически условия, в които работят фирмите от креативната индустрии;**
 - 1.3. Екосистема и инфраструктура на креативната индустрии;**
- 2. Идентифициране на проблемите, с които този сектор се сблъсква в България/Молдова и възможни мерки за преодоляване на проблемите;**
- 3. Подобряване на комуникацията между всички участници в процеса.**



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

УВОД

Секторът на творческите и креативни индустрии формира 7% от световния БВП през 2011 година и нараства със 7-8% годишно. **Световната търговия** с креативни стоки и услуги достига 624 млрд. долара и продължава устойчиво да нараства и понастоящем.

В Европа творческите и креативни индустрии се разглеждат като ключов елемент в глобалната конкуренция. Старият континент е един от водещите износители на творчески продукти – издателска дейност, музикални, филми и най-вече на новите медии, особено видеоигри, а стойността му се оценява на 4,43% от общия износ на ЕС.

Доказателство за потенциала на креативната индустрия е съставът на изграждащите я индустрии. Те са:

- Издателска индустрия – книгоиздаване, периодични издания (вестници, списания) и полиграфия.
- Софтуерна индустрия, включително база данни и компютърни игри.
- Музикална индустрия – произведения с или без текст, звукозаписна индустрия.
- Визуални изкуства – живопис, графика, скулптура, приложни и експериментални изкуства и галерии.
- Сценични изкуства – драматични, музикално-драматични и пантомимични, хореографски – театър, опера, балет, танцово и цирково изкуство, шоу и други развлекателни дейности, както и творчески дейности по създаване на декори, костюми и т.н.
- Медийна индустрия – електронни медии като радио, телевизия, интернет и други.
- Филмова индустрия – производство на филми и други аудиовизуални произведения и продуцентска дейност.
- Фотографска индустрия – художествена, рекламна и информационна фотография.
- Рекламна индустрия.
- Архитектура – включително дейности по вътрешно обзавеждане и ландшафт.
- Дизайн – индустриален, мебелен, графичен, медиен, уеб-дизайн и др.
- Културно наследство – материално културно наследство, нематериално наследство включително фолклор и народни художествени занаяти и свързаните с тях традиционни занаяти.
- Индустрия на фестивали и културни събития.

Характерно за културните и творчески индустрии е, че те имат потенциал **да генерират работни места, иновации и производителност, да подобряват качеството на живот по места, да стимулират нови идеи и мислене в рамките на общността и да оказват влияние върху широк спектър от политически приоритети.**

Към 2020 г. в творческите предприятия в България работят 8% от заетите, създавайки около 10% от брутния вътрешен продукт. Сътворявани от хора с професионална квалификация и умения над средните за страната, висококачествените стоки и услуги на творческите индустрии стимулират потреблението, съдействат за развитието и насърчаването на българската култура и наука и способстват за по-нататъшно утвърждаване на националната идентичност. Като динамично развиващ се икономически сектор те се превръщат постепенно в престижна и предпочитана сфера на професионална реализация за младото поколение и създават устойчиво конкурентно предимство на България на световния пазар в условията на глобализация, дигитализация и либерализация.

Настоящият анализ има за цел да бъде получена актуална информация за проблемите, пред които е изправен този сектор във връзка със специфичните социално-културни, икономически и



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

екологични условия на пазар на креативни индустрии в България. Това е отправна точка за идентифициране на възможни мерки за преодоляване на проблемите и подобряване на комуникацията между всички участници в процеса.

1. УСЛОВИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТВОРЧЕСКИТЕ ИНДУСТРИИ В БЪЛГАРИЯ / МОЛДОВА

1.1 СОЦИАЛНО-КУЛТУРНИ УСЛОВИЯ, В КОИТО РАБОТЯТ ФИРМИТЕ ОТ КРЕАТИВНИТЕ ИНДУСТРИИ В БЪЛГАРИЯ И МОЛДОВА

Креативните индустрии имат засилено социално измерение. Те са двигател на заетостта, спомагат за подобряване на качеството на живот, за ускореното регионално развитие и са от съществено значение за ефективното функциониране на други икономически сектори. Творческите продукти насърчават основни културни ценности на обществото. Те засилват културната идентичност, насърчават културното многообразие и имат важни образователни и информационни функции, като допринасят за разпространението на знания.

Разпределението по пол на заетите в креативните индустрии е силно неравномерно. *Значителен дял от творчески предприятия са съставени само от жени или те преобладават в тях.* Творческите индустрии се характеризират с устойчива възрастова структура и *силно присъствие на млади хора до 35 години.* Застаряване на заетите се регистрира при художествените занаяти. Етническият състав на заетите в творческите индустрии се отклонява от общата етническа структура на населението, като малцинствените групи са представени в по-малък дял от средния за страната.

Съществен технологичен фактор за растеж на креативните индустрии е дигитализацията. Тя съществува в три направления:

- интернет достъп до културно съдържание,
- дигитализиране на културното наследство с цел популяризиране и комерсиализиране,
- дигитализиране на медийната индустрия с цел окрупняване на свързани творчески дейности.

Дигитализацията е резултат от новите технологични възможности за създаване и достъп до културно съдържание както на производители, така и на потребители. При дигитализацията възникват нови форми за създаване, производство и разпространение на креативни съдържания.

Например дигитализирането на културното наследство е предпоставка за създаване на нови творчески продукти в дигитална среда, както и на дигитална платформа, комерсиализираща културното наследство, каквато е дигиталният музей.

Бидейки на кръстопътя на източната и западната култура, Молдова има огромен творчески потенциал и огромен източник на вдъхновение. В същото време Молдова има успешен и процъфтяващ ИТ сектор, талантливо и креативно младо поколение и нарастваща екосистема от творчески услуги. През последните години се засили популяризирането на национални артисти, най-вече чрез социалните медийни платформи. Хората се интересуват повече от подкрепа на художници и производители, чиито произведения на изкуството и творения популяризират националните традиции и култура.

Въпреки това, като се има предвид, че развитието на КТИ в Молдова е само в начален стадий, липсва законодателна документация и регулации относно културната и творческа бизнес среда. Правителството полага усилия за по-добро разбиране и оценка на икономическия



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

потенциал на КТИ в Молдова. Въпреки това, ползите, които творческата сфера може да донесе на икономиката, все още се игнорират, а областта на КТИ се класифицира като просто „изкуства“ в много законодателни документи. Към настоящия момент няма специална национална стратегия за развитие на КТИ, което се счита за бъдещ национален приоритет.

Стратегия „Култура 2020“ (одобрена с Решение на Правителството № 271 от 09.04.2014 г.) е един от малкото документи, подчертаващи важноста и неотложната необходимост от развитието на КТИ. Според него „културните индустрии представляват съвкупността от артистични и творчески културни дейности, които включват търговски, нестопански, социални инициативи, предоставяни от физически и юридически лица в областта на музиката, танца, театъра, цирка, киното, културното наследство, книги, изобразително изкуство, занаяти, изкуства, медии, реклама, развлечения, моделиране, предприемачество, културен туризъм и др.“ Въпреки че определението има за цел да посочи компонентите, формиращи културните индустрии, подходът е фрагментарен, тъй като пренебрегва елемента на „творческата индустрия“ и липсва холистичен подход.

1.2 ИКОНОМИЧЕСКИ УСЛОВИЯ, В КОИТО РАБОТЯТ ФИРМИТЕ ОТ КРЕАТИВНИТЕ ИНДУСТРИИ

Креативните индустрии са значим сектор на българската икономика. Те създават по-голям дял на брутния вътрешен продукт от икономически сектори като енергетика, добивна промишленост, хотели и ресторанти и др. През 2008 г. творческите индустрии са генерирали 5.54% от брутната добавена стойност в страната и осигуряват работа на 4.92% от заетите. В абсолютни стойности брутната добавена стойност е в размер на 3,147 милиарда лева при 188 хиляди заети лица. Средната производителност на труда в творческите индустрии е с почти 30% по-висока от средната за националната икономика. Растежът на творческите индустрии надхвърля многократно този на икономиката като цяло - за периода 2003-2008 година брутната добавена стойност, създавана в тях се е увеличила с над 100%, докато за икономиката като цяло – с около 40%. Данните за периода 2008-2009 година показват, че творческите индустрии са по-слабо засегнати от икономическата криза и почти не са освободили персонал през първите две години на финансовата кризата, а сектори като дизайна, софтуерната и филмовата индустрия дори са отбелязали растеж.

Креативните индустрии са представени предимно от микро, малки и средни предприятия, които работят във високо конкурентна пазарна среда. По-големи предприятия се срещат най-вече в издателската, медийната и софтуерната индустрии.

Областите, в които е налице силна конкуренция между творческите и креативни предприятия са:

- подбор на квалифицирани кадри,
- налагане на нови продукти,
- възлагане на обществени и частни поръчки.

Над половината от тях инвестират значителна част от печалбата в създаването на нови продукти и услуги, като този дял надхвърля многократно делът на иновативните предприятия в останалите икономически сектори. Делът на предприятията, реализирали приходи от интелектуална собственост и други нематериални активи, е по-малък от тези, които притежават такива.

Вноса и износа на интелектуална собственост се осъществява в две направления: внос и износ на творчески продукти и внос и износ като суми (роялти), заплатени за дадени и ползвани

EU4Business: Connecting Companies се управлява от EUROCHAMBRES и се финансира от инициативата EU4Business на Европейския съюз.



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

лицензии. По отношение и на двата вида внос и износ, българските предприятия са нетен вносител на творчески продукти и ползвател на чужда интелектуална собственост. В сектори като софтуер и други са налице обнадяващи стъпки за продажба на българска интелектуална собственост в чужбина.

През последното десетилетие молдовското правителство проявява висок интерес към развитието на ИКТ сектора, като предлага подкрепа и стимули за компаниите, работещи в тази област. Правителствената подкрепа дава своите плодове, така че износът на ИТ услуги достигна 164 милиона долара през 2018 г., което е 40% увеличение в сравнение с 2017 г. и 40 пъти ръст в сравнение с 2005 г. С подобна подкрепа секторът на творческата индустрия в Молдова може да постигне същите висоти.

Обикновено регистрираните компании в сектора на ССИ обикновено са микропредприятия, в които работят до 7 души. Профилът на служителите обикновено са млади креативни хора с ИТ или артистичен опит с над средната заплата. Такива компании предоставят алтернатива на миграцията за младото поколение.

КТИ имат множествен и напречен характер, който оказва влияние върху икономическото и социалното развитие. Този потенциал все още е недостатъчно признат в Молдова. Поради остарялата съветска парадигма творческите индустрии в Молдова са разпръснати и не могат да се разглеждат като система, която допринася за икономическото развитие на страната. Като се има предвид, че приоритетите на цялата страна са свързани с икономически растеж и увеличаване на броя на работните места, е необходимо полето да се преразгледа от гледна точка на икономическата и социална стойност на културата, както и да се изработи цялостна дефиниция, която да интегрира всички елементите на КТП и се отнася към него като към широко понятие за икономическо развитие.

Секторът на КТП едва ли се счита за неразделна част от икономиката, отчасти поради слабите съществуващи доказателства относно приноса му към общия растеж и качеството на живот. За мнозина културата и икономиката представляват две различни области без никакво взаимодействие. Културата все още се смята за лукс от мнозина, подход, останал от бившата съветска традиция. Той се разглежда като сектор с ниска производителност и висока нужда от ресурси.

1.3 ЕКОСИСТЕМА И ИНФРАСТРУКТУРА НА КРЕАТИВНИТЕ ИНДУСТРИИ

Използването на термина „индустрии“, а не „индустрия“ подчертава спецификата на всяка от тях. Въпреки това са налице някои общи характеристики на креативните индустрии - **човешкото творчество, интелектуалната собственост, символичното съдържание на творческия продукт.**

Пазарите са динамични, кълъстерно структурирани. Заетостта в тях често е временна при потенциално по-високи от средните доходи. Друга характеристика на креативните индустрии е тяхната **глобална свързаност чрез внос и износ на творчески продукти, улеснен от дигитализацията като нова форма за разпространение.**

Повечето творчески индустрии имат **силно изразен мрежови характер.** Преобладаваща част от предприятията в тях са интегрирани в малки бизнес мрежи (до 10 партньори), но съществуват и мрежи, съставени от десетки и дори стотици партньори. В тях освен в производството и



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

създаването на услуги, творческите предприятия си сътрудничат в области от взаимен интерес като налагането на норми и правила в бизнеса, защита от външни вмешателства и др.

Креативните индустрии са локализиращи в няколко големи града в страната или в традиционни за тях региони. Те са концентрирани основно в София и в пет големи града (Пловдив, Варна, Бургас, Стара Загора и Русе). Въпреки неравномерното разпределение, в почти една трета от общините в страната са налице клъстери (регионални комплекси) от творчески предприятия.

Креативните индустрии са силно интегрирани и в международните мрежи по създаване на продукти и услуги. Най-интернационализиран е бизнесът на творческите индустрии, които са износители – софтуерната и филмовата индустрии, следвани от медийната и издателската индустрии, които са обект и на значителни чуждестранни инвестиции.

Инвестициите в културните и творчески индустрии, когато ги има, имат потенциал да генерират работни места, иновации и производителност, да подобряват качеството на живот по места, да стимулират нови идеи и мислене в рамките на общността и да оказват влияние върху широк спектър от политически приоритети.

Креативните индустрии са зависими от технологичните възможности за обективизиране, възпроизвеждане и предаване на творческо съдържание, включващи производство и продажба на записваща, възпроизвеждаща и комуникационна техника, компютри, радио-телевизионна апаратура, музикални инструменти и апаратура, хартия, празникосители на информация и др. Изследванията показват, че много често „икономическите пробиви“ и заемането на съответните пазарни ниши е **резултат от взаимодействието между творците и предприемачите в тези технологични сектори, при което от творческия синтез се генерират ИНОВАЦИИ със значима културна стойност и икономическа възвръщаемост.**

Иновациите са важна движеща сила на икономическия напредък, която е от полза за потребителите, бизнеса и икономиката като цяло. От икономическа гледна точка иновациите се изразяват в развитие и прилагане на идеи и технологии, които подобряват стоките и услугите или правят производството им по-ефективно. Растежът на иновациите и производителността носи огромни ползи за потребителите и бизнеса. Заплатите на работниците нарастват с увеличението на производителността. Те имат повече налични пари и могат да купуват повече стоки и услуги. В същото време бизнесът става по-доходен, което дава възможност за инвестиции и наемане на повече служители. Иновациите са сърцевината на европейската политика. Тя е насочена към създаване на подходяща творческа среда за развитие на инициативата, на научната и технологична инфраструктура; организация на патентната система, подпомагане на фундаменталните и приложни изследвания, иновационни проекти с пазарна реализация и др.

Иновациите в креативните индустрии са двигател на растежа и на структурните промени в цялата ни икономика. Те помагат да се повиши общата производителност на икономиката и са стимул за иновации и в други отрасли. Те дори имат потенциала да създадат нови центрове на растеж и да играят водеща роля в пазари с макроикономическо въздействие. Така иновациите в креативните индустрии може да доведат до структурни и икономически промени в обществото, като променят начина на живот, стопанската дейност и взаимодействието помежду ни.

Иновациите в креативните индустрии включват :



EU4Business



ODIMM ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

- нови и значително подобрени концепции и предложения за продукти и услуги независимо дали те се въвеждат от доставчици или от производствени предприятия;
- иновации в процеса на предоставяне на услуги и продукти;
- иновации в инфраструктурата за креативните индустрии, работата с клиенти, бизнес моделите, търговските аспекти (продажби, маркетинг, доставки), производителността на услугите и хибридни форми на иновации, обслужващи едновременно и по различен начин няколко групи потребители.

Интелигентната специализация е важна концепция за по-добра и по-целенасочена иновационна политика, възприета съгласно политиката на сближаване за периода след 2013 г. Предвидените задължителни национални/регионални научноизследователски и иновационни стратегии за интелигентна специализация (стратегии RIS3) представляват интегрирани и прилагани по места програми за икономически преобразувания, които :

- насочват политическата подкрепа и инвестициите към ключови национални/регионални приоритети, предизвикателства и потребности за развитие, основано на знания;
- залагат на силните страни, конкурентните предимства и потенциала за високи постижения на всяка страна/регион;
- подкрепят технологичните и базирани на практиката иновации и целят да стимулират инвестициите в частния сектор;
- предизвикват максимално участие на заинтересованите страни и насърчават всички форми на иновации и експерименти;
- се основават на доказателства и включват устойчиви системи за наблюдение и оценяване.

Ето защо нашето изследване е насочено към проблемите на креативните индустрии в контекста на иновациите.

Терминът „културни и творчески индустрии“ в Молдова почти не се споменава в съответните документи и национални стратегии, като някои от концептуалните елементи се разглеждат под чадъра на текстилната индустрия, леката промишленост или изкуствата.

От 2009 г. тогавашното Министерство на образованието, културата и научните изследвания разработи поредица от нормативно-законови актове, които позволяват развитието на културния сектор и опазването на културното наследство. Приети са осем закона и са създадени институции, чиято роля е да осигуряват условията за устойчиво развитие на културния сектор. Въпреки това, няма отделен законодателен акт, предназначен да регулира и подкрепя функционирането на КТИ в Молдова като индустрия с висок потенциал.

Според Global Innovation Index 2020, Молдова се нарежда на 59-то място сред 131 икономики, включени в GIИ 2020. По отношение на творческите резултати (позиция 51): показва силните страни в подстълба Нематериални активи (25) и в показателите Търговски марки по произход (8) , Индустриален дизайн по произход (5) и създаване на мобилни приложения (20). Слабостите се разкриват по отношение на глобалната стойност на марката (80) и националните игрални филми (103). През 2020 г. Република Молдова се представя по-добре в иновационните продукти, отколкото в иновациите. Според същия индекс износьт на културни и творчески услуги на Молдова през 2020 г. представлява 0,9% от общата търговия, докато през 2018 г. този брой е по-нисък – 0,5%.

Показателите за иновационни резултати потвърждават, че по определени иновационни аспекти, свързани с дейността на ССИ – търговски марки, творчески стоки, износ на ИТ и

EU4Business: Connecting Companies се управлява от EUROCHAMBRES и се финансира от инициативата EU4Business на Европейския съюз.



EU4Business



OSIMM ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

свързани услуги – Република Молдова изпреварва дори страните от Централна и Източна Европа. В същото време има много въпроси, които трябва да бъдат решени. 59-та позиция в Глобалния индекс на иновациите 2020 предполага, че молдовската икономика и общество имат потенциала да произведат задоволителни резултати от иновациите дори при трудни икономически условия. Въпреки това, Република Молдова би могла да постигне много по-голям успех, ако приносите в иновационните дейности бяха по-последователни, а политическата подкрепа - по-твърдо ориентирана към ефективното капитализиране на ресурсите, с които разполага страната.

Настоящите условия на околната среда бавно стават все по-благоприятни за работата на компаниите от сектора на КТИ. На правителствено ниво, изкуствата и творческите индустрии е важен отдел, функциониращ в рамките на Министерството на културата (МК), фокусиран върху разработването на политики в областта на съвременните професионални изкуства, съвременното традиционно изкуство, художественото образование, културните индустрии.

През 2017 г. беше създадена COR - Асоциация на творческите индустрии в Молдова, която събира компании и неправителствени организации в тази област. Тази инициатива е резултат от заключение от проучване на USAID, което подчерта липсата на съвместни действия и организация сред общността на КТИ. Поради това бяха положени значителни усилия за създаване на съвместна организация – COR – най-вече чрез картографиране на нуждите и срещи с различни професионалисти, така че процесът да се ръководи от самия творчески сектор. COR събира компании и неправителствени организации от творческите индустрии в Молдова, като целта е да ги подкрепя и представлява, като гарантира техния растеж, образование и местна и международна свързаност. Асоциацията участва и в изпълнението на програмата на Британския съвет „Творческо предприятие“ за Молдова.

През 2019 г. беше открит Центърът за творчески индустрии – ARTCOR. Той представлява център, който обединява творчески общности и свързва своите членове. Центърът има за цел да се превърне в платформа за развитие на творческата среда на Молдова. Предлага място за културни и бизнес събития, семинари и стартиращи сътрудничества. Освен това в него се провеждат различни културни събития и семинари, които са новост за Молдова. Има единадесет подсектора на CCI, представени в ARTCOR (графичен дизайн, анимация, филми, музика, разработка на игри, VR/AR и др.).

ARTCOR се намира в непосредствена близост до Академията за музикално, театрално и изобразително изкуство, предлагайки на студентите достъп до своите съоръжения и курсове безплатно или със значителни отстъпки.

В резултат на частни и публични съвместни предприятия, предимно с участието на международни донори и академични среди, има редица нововъзникващи ИТ центрове в Молдова, които могат да допринесат за запълване на празнините в инфраструктурите и платформите за културни и търговски дружества. По-голямата част от тези хъбове са инициирани с фокус върху ИТ общността, като има и присъствие на някои предприятия на КТИ, но повечето хъбове демонстрират по-нататъшен интерес към увеличаване на участието и развиване на връзки с КТИ. Примери са:

- Tekwill - център за ресурси и обучение за ИТ бизнес общността, интегриран в TUM – Технически университет Молдова, финансиран от USAid и реализиран като партньорство между правителство, академични среди, донори и частна индустрия, включително Молдовската асоциация на ИКТ компаниите (ATIC).



EU4Business



ODIMM ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

- DreamUps – иновационен кампус и бизнес ускорител за творческо и дигитално предприемачество.
- iHub36 - център за иновации и предприемачество, предоставящ обучение, наставничество, развитие на общността, достъп до инвеститори и достъпно пространство за сътрудничество/учене за стартиращи фирми и ИТ специалисти.
- Generator Hub37 – НПО, фокусирана върху развитието на ИТ общността и нейното изграждане на екип. Той предоставя пространство за съвместна работа и възнамерява да развива по-нататъшни връзки с КТИ.
- Два бизнес клъстера в ключови индустрии с висок потенциал за растеж - текстилната и творческата индустрия в градовете Сорока (Соринтекс – 60 члена) и Кахул (Cahul CREATIVE Cluster – 12 члена) стартираха през 2018 г. по инициатива на Организация за малки и Развитие на сектора на средните предприятия (ODIMM) чрез Инструмента на ЕС за техническа помощ и обмен на информация (TAIEX).

Чрез съществуващите национални политики за развитие на екосистемата на културни и културни индустрии, си струва да се спомене:

- През 2016 г. тогавашното Министерство на образованието, културата и научните изследвания одобри стратегия за децентрализация в културата, включена в програма Култура 2020.

- Продукти и услуги в областта на изкуствата и културата като книги, издателска дейност, културни публикации, филми, цени на билети, културни събития, произведения на изкуството и др. са освободени от ДДС, което е благоприятна среда за стартиране и поддържане на тези предприятия, по-специално позволяващи иновативни и експериментални продукции, които да бъдат изпробвани.

- След като творческите услуги бяха избрани като индустрия с експортен потенциал и като нова цел на мерките за насърчаване на конкурентоспособността от USAID (2016), започнаха съвместни дискусии между Министерството на образованието, културата и научните изследвания и Националната агенция по туризъм за разработване на програма за творчески услуги и бизнес. Тези инициативи могат да бъдат добра основа за по-нататъшното изграждане на междуведомствена политика и програми по отношение на развитието на КТИ.

- Стратегия Дигитална Молдова 2020, одобрена с Решение на правителството № 857 от 31.10.2013 г. осигурява благоприятни условия за развитие и разширено използване на ИКТ потенциала.

„Култура 2015“, Конвенция за подкрепа и развитие на културата в Молдова, беше разработена и приета от „творческите съюзи“, културни институции и представители на политическите партии. „Култура 2015“ има за цел разработване на законодателство, особено свързано със създаването на културен фонд и статута на творците и на „творческите съюзи“, осигуряване на обучение, реставрация, модернизация и достъп до интернет за домове на културата и библиотеки, въпроси на турнета и мобилността и програма за дигитализация на културното наследство.



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА ПРОБЛЕМИТЕ, С КОИТО СЕКТОРЪТ НА КРЕАТИВНИТЕ ИНДУСТРИИ СЕ СБЛЪСКВА В БЪЛГАРИЯ И МОЛДОВА

Анализът на телефонно допитване до различни предприятия от сектора на креативните индустрии в област Враца идентифицира следните проблеми :

1. *Много МСП от сектора на креативните индустрии нямат въведени процедури за използване на всички налични знания и творчески възможности в предприятието, при това не им достига опит за реализиране на иновации.*

Иновационното мислене в много фирми от креативните индустрии все още се определя главно от един експерт, специалист, инженер или служител с технологична нагласа, но иновациите в тях могат да станат естествена част от иновационните процеси и ключ към успеха за всички предприятия. Иновации в креативните индустрии може да се осъществят например чрез нова маркетингова концепция или по-добро обслужване след продажбата, но може да представляват и нови бизнес модели, насочени не към продажбата на продукти, а към договор за услуги за периода на тяхното използване (лизинг).

Инструменти за подпомагане :

1.1. Предоставяне от BSOs на помощ за иновации, чрез :

- **клиники за иновации в дизайна** - помощ за фирмите да разработят привлекателни продукти и услуги, съобразени с потребителя ;
- **ваучери за иновации във връзка с пазарното предлагане** – достъп до информация за иновациите в сферата на услугите;
- **подкрепа за управление на иновациите** – индивидуална подготовка, консултации и обучения;
- **инкубационни центрове за услуги** – инкубация на съществуващи или стартиращи фирми, за да създадат условия за иновации в сектора на креативните индустрии.

В една мрежова икономика, където стойността на търговската марка е важен фактор за търговския успех, услугите по дизайн все по-ефикасно помагат на фирмите да разработят привлекателни и насочени към потребителите продукти и услуги. Предприятията, които инвестират в дизайн, обикновено са по-иновативни, по-рентабилни и се развиват по-бързо от останалите. Има връзка между използването на дизайн и конкурентоспособността.

2. *Друг голям проблем за креативните индустрии е недостигът на финансови средства.*

За да бъдат разгърнати и оползотворени напълно определени иновации в сферата на креативните индустрии, динамичните предприемачи и МСП се нуждаят от по-добър достъп до финансови средства за широкото им прилагане. Фирмите, които се опитват да привлекат финансови средства за внедряване на иновации в сферата на услугите, често срещат редица затруднения. При публичното и частното финансиране често се проявява предпочитание към иновации, свързани с технологични продукти с висока стойност на интелектуалната собственост, вместо към иновации с не толкова материални измерения, насочени към клиентите. Трябва да се преодолее комплекс от свързани предизвикателства: **инвеститорите нямат информация за фирмите и не осъзнават потенциала на иновациите в сферата на услугите. Същевременно много фирми от сектора на креативните индустрии, особено МСП, не разполагат с информация за потенциалните източници и механизми на финансиране и за най-добрите начини за получаване на средства.** На последно място, иновациите в сферата на услугите като цяло



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

все още не са застъпени в достатъчна степен в регионални и национални иновационни системи, поради което не са налице необходимите публични и политически предпоставки, за да се осигурят подходящи нива на финансиране.

Инструменти за подпомагане :

- 2.1. Предоставяне от BSOs на помощ за улесняване достъпа до финансови средства, чрез :
- **изграждането на мрежи с публични и частни инвеститори** и въвеждане на публично подпомагани инвестиционни инструменти за утвърдени и нови отрасли, за които движеща сила са иновациите в креативните индустрии;
 - **съдействие фирмите да подобрят готовността си за привличане на инвестиции** (т.е. помощ при изготвянето на подходящи бизнес планове);
 - **въвеждане на публично подпомагани инвестиционни инструменти** за утвърдени и нови отрасли, за които движеща сила са иновациите в сферата на услугите, вкл. микрофинансиране и грантове, револвиращ грантов фонд (с възможност за многократно ползване на договорения лимит в рамките на срока) за иновации.
3. *Все още слабо развита “нематериална” инфраструктура като част от осигуряването на благоприятна среда за иновации в креативните индустрии.*

“Нематериалната” инфраструктура е изключително важен елемент за развитието и по-нататъшното използване на широк спектър от услуги, свързани с мобилните комуникации и мобилността, както и за съвременните туристически услуги в селските региони, които разчитат на мобилни приложения. За да могат малките и средни предприятия в креативните индустрии пълноценно да се възползват от потенциала на иновациите, като цяло и по-конкретно от развитието на нови отрасли, от съществено значение е да бъде осигурена стратегическа подкрепа за разработването на интелигентни енергийни мрежи, паркове за изчисления в облак, големи wifi зони, интелигентни транспортни системи или инкубатори за предприемачество и други подобни.

Инструменти за подпомагане :

- 3.1. Предоставяне от BSOs на помощ за улесняване достъпа до финансови средства, чрез :
- **центрове за дизайн** - осигуряват подкрепа и повишават осведомеността за приноса на дизайн за търговски успех и за общия обществен напредък. По отношение на иновациите в креативните индустрии подходите на базата на дизайна играят все по-важна роля при оценяването и преосмислянето на предлаганите съвременни услуги. Центровете за дизайн могат да работят заедно с ръководителите на предприятията за съзнателно интегриране на дизайна в техните стратегии и да популяризират дизайна като иновативен сектор след отговорните фактори на местно и регионално равнище;
 - **живи лаборатории**, с цел да се засили сътрудничеството между предприятията, участниците в научноизследователските и иновационните дейности и крайните потребители;
 - **подкрепа за клъстери в нови отрасли**, за които движеща сила са иновациите в сферата на услугите – регулярно информиране на различните малки и иновативни фирми, изследователите и институциите в публичния сектор за съществуващия икономически и социален потенциал на конкретни нови отрасли. Предоставяне и насочване на специфични услуги за подпомагане на определени групи предприятия и свързани участници в сектора на креативните индустрии;
 - **иновационни асистенти** - подпомагат иновациите със своите експертни знания и умения, като променят проектите на фирмите.



EU4Business



ODIMM ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

В Република Молдова творческите индустрии като консолидирана и функционална част от икономиката са в началото си и са изправени пред много проблеми.

- Недостатъчни възможности за финансиране и трудности при достъпа до финансови ресурси – Поради специфичното си естество, КТИ се сблъскват със сложен достъп до финансови ресурси. Освен това много компании в рамките на КТИ са изправени пред други бариери, които ограничават възможностите им за финансиране: малък размер и ограничен източник на приходи, слаби управленски умения и умения за набиране на средства и т.н.
- Компаниите в сектора на ССИ най-често не отговарят на условията да кандидатстват за заеми или други видове програми за финансиране, тъй като им липсват гаранции. Процесът на държавно финансиране в областта на културата е непрозрачен и липсва независим орган, който да избира проекти, да разпределя средства и по-късно да следи тяхното развитие и напредък. Тъй като ССIs е нова концепция за Молдова и нейните оперативни и бизнес модели не са познати на частни инвеститори, банки или бизнес ангели, този сектор ще бъде пренебрегнат от повечето от тях.
- Ниско ниво на вътрешно потребление на творчески стоки и услуги – културните и развлекателни продукти представляват само 0,5% от потребителските разходи на домакинствата в Молдова. Като цяло в страни, където по-голямата част от населението има ниски доходи, културата не е приоритет, смята се за лукс и не представлява основен елемент за образованието и благосъстоянието на хората. По този начин потреблението на културни продукти и услуги е ниско. В тези общества потенциалът на културата и творчеството не е напълно признат и предимно неизследван.
- Фрагментирана професионална общност на ССИ – въпреки скорошната поява на центрове и клъстери в областта на ССИ, професионалната общност все още не е консолидирана, липсва лидерство, координация и сътрудничество. Поради остарялата съветска парадигма творческите индустрии в Молдова са разпръснати и не могат да се разглеждат като система, която допринася за икономическото развитие на страната.
- Липса на конкретна правна и политическа рамка за насърчаване на развитието на културни и културни партньорства – с изключение на визия на културната политика, която накратко споменава културните и културни партньорства, в Молдова все още липсва специална национална междуведомствена всеобхватна политическа рамка, която ще може да свърже културата и икономиката, научните изследвания и иновации, както и регионално развитие и образование; политика, която ще успее да включи и насърчи сътрудничеството между заинтересованите страни в сектора и гражданското общество. Освен това в съществуващата културна стратегия липсва и формулирана пътна карта с конкретни дейности и задачи.
- - Разработването на национална стратегия, посветена на развитието на КТИ, се счита за бъдещ национален приоритет. Съгласно Плана за действие на правителството за 2020-2023 г. развитието на КТИ се разглежда като основна задача в дейността на Министерството на културата на Молдова.
- - Липсата на всеобхватна правна и политическа рамка, специално разработена за областта на ССИ, е резултат от липсата на комуникация и слабото участие и ангажираност в разработването на политики. Налице е недостатъчно сътрудничество между общността на ССИ, бизнеса и академичните среди, както и в самата общност на ССИ.



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

- Недостатъчно развита обществена културна инфраструктура и недостатъчна подкрепа на творческата общност – Тъй като развитието на културата и културно-културното развитие не беше приоритет на страната през последните десетилетия, повечето от културните заведения в страната имат остаряло техническо оборудване и/или западащи съоръжения. Селските региони нямат или имат ограничен достъп до оперативни места на КТИ, което пречи на взаимодействието с процеса на създаване, културата и творческата общност като цяло, като по този начин лишава този сектор от увеличаване на броя of a new generation artists. Furthermore, lack of public recognition of the activities within the CCI's hinders the establishment of lasting, mutually-beneficial relations with the artistic and creative community.

➤ **Възможни мерки за преодоляване на проблемите и подобряване на комуникацията между всички участници в процеса.**

- Разработване на политики, специално разработени да отговорят на нуждите на КТИ.
- Стартиране на политически дискусии и обществени консултации на национално, регионално и местно ниво в ранния етап на процеса на разработване на политиката и по-нататъшни дискусии по време на периода на прилагане, мониторинг и оценка.
- Създаване на национални програми за финансиране за създаване на мрежи, клъстери и творчески центрове, които биха могли да помогнат за развитието на полезна култура на ангажираност и участие.
- Изградете нови платформи и съюзи, за да отворите нови канали сред заинтересованите страни и да ги разнообразите. Базите данни, онлайн платформите, клъстерите и други съвместни структури са от съществено значение за демонстриране и насърчаване на взаимното признание, сътрудничество и връзки.
- Разработване на по-добро политическо представителство и глас за насърчаване на интересите на сектора на културните и културни индустрии.
- Подобряване на творческите предприемачески умения чрез алтернативни образователни и обучителни програми както за професионалисти в сектора на КТИ, така и за студенти, които да бъдат ангажирани в областта.
- Популяризиране на културата, увеличаване на аудиторията и потреблението на културни услуги, като направи културните стоки и услуги по-достъпни за широката публика и чрез увеличаване на броя на каналите за разпространение.
- Насърчаване на интернационализацията и сътрудничеството на компаниите в сектора на КТИ чрез интегриране на сектора в икономическата и търговска дипломатия. Както за повечето страни с малък пазарен размер, за молдовските КТИ интернационализацията е необходима стъпка за увеличаване на аудиторията и засилване на дейностите.
- Създаване на орган за изследване и наблюдение на КТИ на правителствено ниво.



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

- Направете сектора на КТИ по-привлекателен за частни спонсори чрез създаване на стимули или други ползи за частните инвеститори.

ПОДОБРЯВАНЕ НА КОМУНИКАЦИЯТА МЕЖДУ ВСИЧКИ УЧАСТНИЦИ В ПРОЦЕСА

В едно дигитално свързано и сложно общество, иновациите като цяло и в частност иновациите в сферата на креативните индустрии са резултат на непрекъснато експериментиране, сътрудничество и придобиване на знания. За да са винаги в крак с тази постоянно променяща се картина, включваща нови продукти, услуги, технологии и потребности на потребителите, предприятията и участниците в научните изследвания и иновационните процеси се нуждаят от актуална информация. Липсата на надеждни данни и информация е основна пречка за увеличаване на иновационния капацитет на фирмите от креативните индустрии. Мерките за повишаване на осведомеността във връзка с иновациите в креативните индустрии отговарят на тази потребност.

Конференциите, търговките изложения, изложбите и платформите за обмен на политики са мерки за повишаване на осведомеността и подобряване на комуникацията, които могат да дадат възможност на различни заинтересовани страни да се информират за значението на иновациите и да комуникират помежду си с цел постигане на общо разбиране по предстоящи въпроси. В най-добрия случай, те помагат да се създаде общност на заинтересовани страни, която активно се стреми към иновации в сектора на креативните индустрии, и дават мандат на органите на властта да поставят този въпрос в своите политически програми.

2. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Няма модел за универсално решение и не съществува “най-добра практика” за подпомагане на сектора на креативните индустрии и иновациите в тях, всеки регион трябва да намери свой начин за изграждане на конкурентни предимства на базата на силните страни и активите на местно равнище, като ги съчетава с примери от глобалните мрежи и тенденции. Понякога “по-добри стратегии” може да бъдат намерени точно в регионите, в които са необходими най-много усилия, за да се осигури перспектива за гражданите. До иновации често се стига само когато участниците са изправени пред предизвикателства и е необходимо решение за конкретен проблем. В много региони вече е практика нещо, което други региони считат за невъзможно. Предизвикателството е тези успешни резултати и положителен опит да се повторят във възможно най-широки граници, като се впишат в ефективни регионални политики, отчитащи местните и регионалните особености.

Освен споделянето на опит и взаимното обучение, които трябва усърдно да се насърчават, не по-малко важно е да се предприемат **съвместни действия за трансгранично и транснационално сътрудничество** на регионално и трансрегионално равнище.

Много инфраструктурни инвестиции, например за конферентни центрове, летища и др., са реализирани и продължават да се разработват без съпътстващи мерки за подкрепа и програми за креативните индустрии, целящи да повишат предприемаческата динамика около подобни обекти. **Ако при разработването на тези мерки стратегически се отчита потенциалът на иновациите и изпълнението им бъде съчетано със съответни мерки за подкрепа, въздействието може да бъде много по-голямо.**

Например инфраструктурните инвестиции в музеи често се съчетават със съпътстващи културни мероприятия. Те обаче следва да са съчетани с мерки, които ще осигурят по-добри възможности за предприемачите от тези творчески сектори, например чрез общи работни пространства или



EU4Business



ОДИММ ORGANIZATION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR DEVELOPMENT

EUROCHAMBRES

схеми с ваучери за иновации за стимулиране на нови благоприятни възможности, преливане към други области и сътрудничество с други участници.

Промяната изисква активни участници, които да я реализират. Те не може винаги да са едни и същи и наистина се променят в зависимост от конкретните предизвикателства, цели и ограничаващи фактори. В този смисъл **бъдещето е на клъстерни организации**, представляващи групи от специализирани предприятия и други участници в иновационния процес в определена област.

Доброто оползотворяване на иновациите в сектора на креативните индустрии за структурна промяна и промишлена модернизация в регионите не е лесна задача, тъй като са необходими ръководни умения, визия и определяне на нови ясни приоритети. Въпреки това необходимите усилия за постигането на успех са оправдани, като се имат предвид потенциалните ползи за конкурентоспособността на регионите. Осъзнаването на този потенциал обаче продължава да е предизвикателство и трябва да се задълбочава, така че участниците във вземането на политически решения на най-високо равнище да се ангажират с тези задачи и да поведат процеса на преобразуване на регионалните икономики.