

# Картографиране на културните и творчески индустрии в София – 2011<sup>1</sup>

---

В търсенето на нов модел за остойносттаване на културните дейности се появи и разви инструментариумът на *картографирането*. Това е метод за измерване на творческия сектор чрез индикатори, характерни за класическата икономика и статистика. Какво показват резултатите от това картографиране?

Доц. д-р Биляна Томова, Диана Андреева

## **Културните и творчески индустрии - фактор за устойчиво развитие и икономически растеж**

През последното десетилетие развитието и стимулирането на изкуствата, културните и творчески индустрии се превърна в един от приоритетите на Европейския съюз, като те станаха неделима част от Европейските стратегически документи – "Лисабонска стратегия", "Зелена книга за отключване потенциала на културните и творческите индустрии", "Европа 2020". Творческите индустрии все повече се приемат не само като самостоятелен икономически сектор с голям потенциал за развитие, но и като важен фактор за икономически растеж.

При търсенето на нов модел за обхват и остойносттаване на културните дейности се появи и разви инструментариумът на *картографирането* – метод за измерване чрез количествена оценка на творческия сектор чрез индикатори, характерни за класическата икономика и статистика. Този подход се оказа изключително плодотворен за културата, защото позволи да се разширят познанията за потенциала на отделните културни пазари, позволи културата да придобие възможност за инвестиционни измерения чрез прилагане на бизнес модели за управление и финансиране; да се изграждат политики, основани на доказателства, включително и за разпределението на средства. Или ако трябва да обобщим – методологията на картографиране се оказа крачка напред в културната статистика, даваща доказателствена база за по-ефективен културен мениджмънт, за развитие на бизнес модели, основани на партньорство между икономика и култура, за по-добри и работещи проекти, програми, стратегии.

Съвсем естествено, тези възможности доведоха през последното десетилетие до бум от програми, политики и стратегии за творческите индустрии (във Великобритания, Германия, Дания, Финландия, Естония, Латвия, Литва и др., както и за градовете Лондон, Берлин, Единбург, Ливърпул и др.).

### **Картографиране на изкуствата, културните и творчески индустрии в София**

Целта на настоящето картографиране е чрез анализа на културните ресурси да се стимулира ефективното и ефикасно управление на средствата за култура на Софийската община. В този случай се излиза от тесния смисъл на културата като изкуство и се създава понятие за културата и в нейното икономическо измерение - да се види приносът на културните и творческите индустрии за интегрираното развитие на града в прагматичен аспект. Първата крачка в тази посока е да се разбере какви ресурси притежава София в аспекта на творческите индустрии и какъв е потенциалът на тези пазари. Подобна информация е ключова за:

- създаване на стратегия за развитие на културата в града,
- за изработване на стратегия и партньорства при кандидатстването и подготовката на София за културна столица или (ако обобщим),
- за цялостното ефективно управление на града, имайки предвид, че културните и творчески индустрии са симбиоза между културата, бизнеса, образованието, новите технологии.

Конструираната методология има следните особености:

- тя е отражение на добрите европейски практики. Методологията се базира се на подхода на ЕВРОСТАТ (и в частност на примера на Германия, Австрия, Швейцария) - т.е. данните са съпоставими. Така например, при измерването на добавената стойност се използва добавена стойност по факторни разходи, което е индикатор, наложен от ЕВРОСТАТ (а не брутна добавена стойност). Този подход се използва и от работната група по културна статистика към тази общеевропейска организация. Прието е, че чрез този индикатор могат да се получат по-точни, детайлни и коректни измервания в областта на културните и творчески индустрии, сливайки до ниво предприятие.
- методологията е отражение на приоритетите за развитие на София – културно наследство и културен туризъм, като последният също е включен. Този факт прави обхвата на методиката уникален, но имайки предвид, че културните и

творческите индустрии (КТИ) са конструкция, чиято цел е и изграждане на политики, то обхватът е отворен.

- методологията е съобразена със степента на развитие на пазара на културните и творчески индустрии в София и България;
- създадени са два центъра на анализ – предприятието и домакинствата. Новото тук е включването на домакинствата. Целта на този подход да се направи анализ на потребителските тенденции, въз основа на който по-късно да се оформят стимулиращи политики като базисна крачка за формиране на аудиторията);

За целите на практическото изследване и оценката на значението и особеностите на културните и творчески индустрии е разработена методологическа рамка, в която културния и творчески сектор е разделен на 3 подсектора и 13 области (таблица 1). Трите подсектора са обособени в зависимост от начина на създаване, възпроизводство и потребление на културните продукти и услуги:

- **изкуство и наследство** (уникални продукти, конкуренция при потреблението; потребление в момента на създаване);
- **културни индустрии** (масово възпроизводство и разпространение на културния продукт чрез индустриални методи и информационни и комуникационни технологии);
- **творчески индустрии** (междинно потребление на културния продукт в производството на други не-културни продукти).

Таблица 1

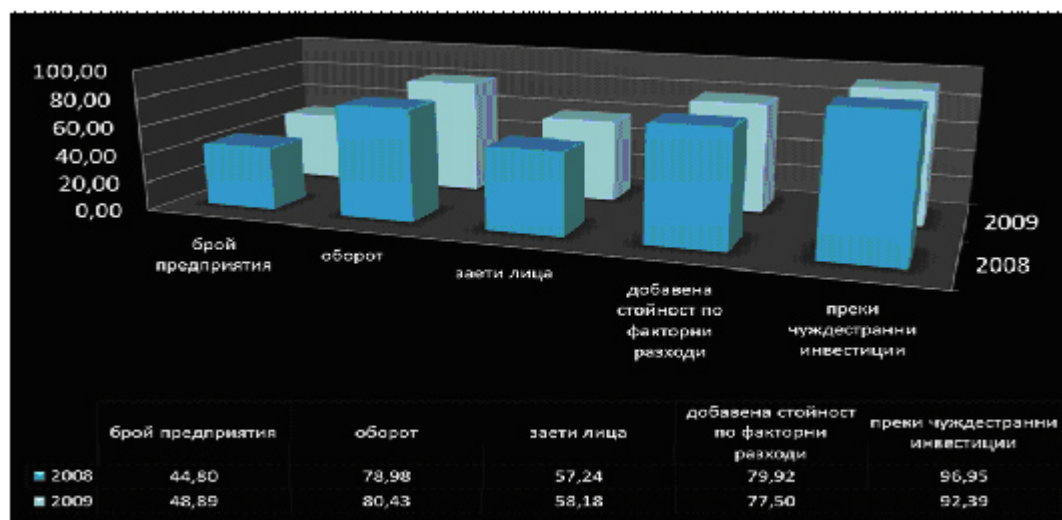
	Подсектори	Области
<b>КУЛТУРНИ И ТВОРЧЕСКИ ИНДУСТРИИ</b>	<b>ИЗКУСТВА И НАСЛЕДСТВО</b>	Визуални изкуства
		Сценични изкуства
		Художествени занаяти
		Културно наследство
	<b>КУЛТУРНИ ИНДУСТРИИ</b>	Музикална индустрия
		Книгоиздаване
		Печатни медии
		Филмова индустрия
		Радио, телевизия и нови медии
	Софтуер и видео игри	
	<b>ТВОРЧЕСКИ ИНДУСТРИИ</b>	Дизайн
		Архитектура
		Рекламен пазар
<b>СВЪРЗАНИ ДЕЙНОСТИ</b>	<b>ДЕЙНОСТИ СВЪРЗАНИ С КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ</b>	

**Профил на изкуствата , културни и творчески индустрии в София - 2011г.**

Изкуствата, културните и творчески индустрии създават сериозен икономически резултат. През последното десетилетие те си извоюваха признание за специфично икономическо поле с голяма динамика, със социални измерения, създаващи партньорски мрежи между обществения сектор и частния бизнес. Културните и творчески индустрии са катализатор за развитие на нови технологии и иновации в културния и индустриален сектор, те са неделима част от образованието и модерните регионални и градски политики. Всички тези обнадеждаващи характеристики във времена на криза са потвърдени през последното десетилетие от многобройни изследвания - национални и на паневропейско ниво. Първа крачка във всички тези изследвания е картографирането, което показва какво притежава един град или национална икономика.

Данните от картографирането очертават София като национален център на културните и творчески индустрии. Основните показатели за икономическата значимост на КТИ – **добавена стойност, заети, оборот, брой предприятия и преки чужди инвестиции** показват **концентрация между 49% и 92% в града**. Тези цифри дават основание да наречем София град на културните и творчески индустрии или още по-точно би било наименованието "творческа София".

*Изкуства, културни и творчески индустрии и културен туризъм: основни показатели - относителен дял на София, в %*



### Добавена стойност в културните и творчески индустрии (КТИ)

КТИ създават 4,1% (2008г) и 3,7% (2009г) от добавената стойност (по факторни разходи) в икономиката на страната. За наблюдавания период това е усреднен

показател от 3,9% добавена стойност, което е в горната граница – обикновено между 2%-4% е добавената стойност според повечето европейски картографирувания през последните години. **За икономиката на София обаче добавената стойност, създадена от КТИ за същия период е почти два пъти по-висока - 7,5 % (2008г) и 6,6% (2009г).** Това е закономерно отражение на факта, че в София се създава 77,5% (2009г) от добавената стойност на КТИ. Водещи области с над 90% концентрация по създаване на добавена стойност в столицата са филмовата индустрия - 96,75% - и софтуера и видео игрите с 90,35%.

Сценичните изкуства, радио, телевизия и нови медии и печатните медии са следващите, които създават в столицата най-висок процент от добавената стойност в КТИ, т.е. те се отличават с най-висока степен на концентрация по фактор "създаване на добавена стойност". Голяма част от тях са обвързани или с общи ресурси, или с общи доставчици. С други думи, създава се мрежова структура, основаваща се на общ производствен процес - преливане на средства или наличие на общи свързващи дейности, при участие в една верига на създаване на стойността.

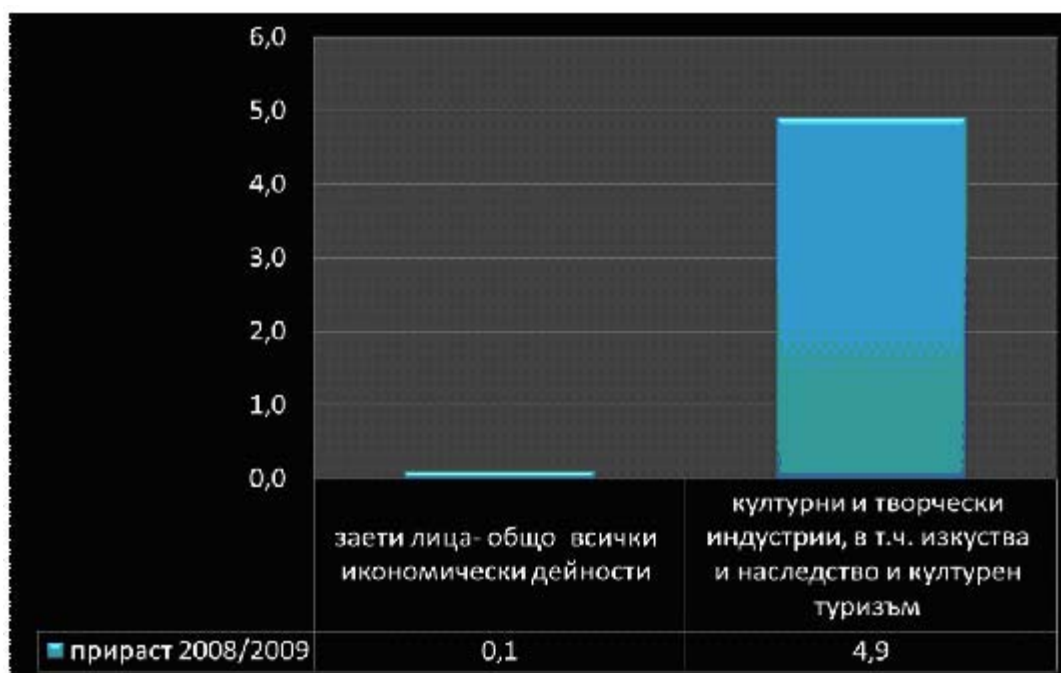
С най-слаба концентрация в София по отношение създаването на добавена стойност е културното наследство – едва 33,19%. Имайки предвид, че това са музеи, както и недвижими паметници на културата, то съвсем естествена е тяхната децентрализация. Но когато измерваме прираста на добавената стойност, то културното наследство е водеща област за София и на второ място за България. И за София, и за България първите четири области са дизайна, културното наследство, софтуера и филмовата индустрия – явно безспорни фаворити при растежа и то в кризисна година. Тези области са мотори на растежа и при повечето европейски културни и творчески индустрии, но това, което е национален отенък при нас, е появата на филмовата индустрия. Един от стимулиращите фактори там е появата на Закона за филмовата индустрия през декември 2004г. и нарасналото и устойчиво субсидиране на сектора през периода 2005-2009г.

### **Заетост в културните и творчески индустрии - положителни тенденции във времена на икономическа криза**

**В 13-те обхванати подсектора са заети 93 323 човека, което е 3,4% от заетите в националната икономика, а в София заетите са 54 293 или това са 6,7% от всички заети в града.** Имайки предвид спецификата на труда в културата, то няколко пъти по-голям е броят на заетите на граждански договор, което предполага работа на непълнен работен ден и много често труд, който се извършва без да излизаш от дома си. Това са

модерни характеристики на заетостта, особено ценни в период на икономически кризи, произтичащи както от специфичната творческа природа на труда в културата, така и от навлизането на новите технологии в тази сфера. **В София е концентрирана 58% от работната сила на културните и творчески индустрии, като за периода 2008-2009г. има нарастване с 6,6% на заетостта в сферата.** А това е сериозна динамика, надминаваща с 0,5% средния ръст на заетите в столицата. Растежът на заетостта е непрекъсната тенденция не само за София или България и тази положителна динамика се превръща в най-силната отличителна характеристика на КТИ – това са секторите, създатели на работни места и устойчива заетост. На национално ниво заетите също растат, макар и с “по-скромните“ 4,9%, които, ако сравним с общия прираст на всички заети в икономиката за 2009г. (а това са едва 0,1% нови работни места) можем да заключим, че КТИ имат огромен потенциал в създаването на заетост.

*Прираст 2009/2008- заети лица-общо всички икономически дейности/Изкуства, културни и творчески индустрии (в т.ч. културен туризъм)-общо за България, в %*

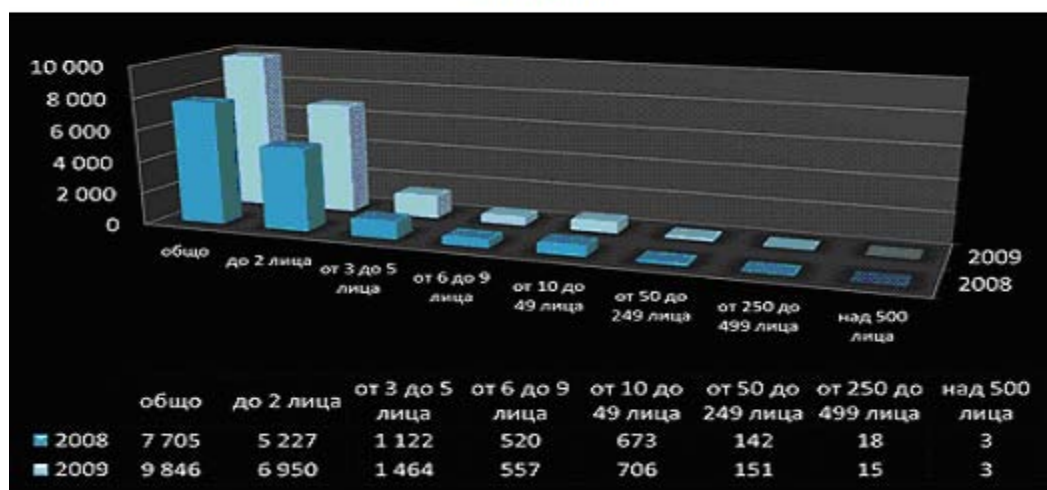


### Предприятията в културните и творчески индустрии

Тази характеристика е свързана с огромния брой предприятия в сектора - 20 139, от които 9846 или 49% са в София. Предприятията в КТИ са 9,59% (2009г.) от всички предприятия в София. Това означава, че всяко десето предприятие в столицата е предприятие на творческата икономика. Преобладаваща част са микро-предприятия или дори отделни творци, които имат регистрирани самостоятелна организация. Ако

сравним техният брой с този при класическите „стари“ индустрии ще останем изненадани от многобройността им, която е характерна за романтичното време на свободната конкуренция. И точно при този тип пазари се създава и преобладаващ дял от положителната динамика на заетостта. Но КТИ са сложно единство - те са съставени от поредица от сегментирани пазари, някои от които се доближават до свободната конкуренция (например при новите медии), други имат монополистичен характер (дизайн), а трети са ясно изразени монопол или олигопол (радио, телевизия, печат, дистрибуция при филморазпространението). А организациите, подкрепени чрез субсидии, (сценичните изкуства), са част от квази-пазар, т.е. нереален пазар, на който те не биха оцелели при отдръпването на държавната подкрепа. Подобна политика би довела до възникването на непълен пазар, а това значи изчезване на културни дейности и организации и ограничаване достъпа на населението до културни стоки и услуги.

Брой предприятия- според броя на заетите (изкуства, културни и творчески индустрии и културен туризъм)-общо за София



Основната част от наблюдаваните предприятия са в частния сектор. Много често те са обвързани от общия творчески процес, т.е. те са представители на различни части на стойностната верига при създаване и дистрибуция на културните стоки и услуги, имат някой свързани дейности, използват общи ресурси, които се преливат. Тези характеристики на производството създават елементи на т.нар. мрежова структура. Подобни структури при определено технологично ниво (навлизане на нови технологии, иновации от различен тип) могат да създават вертикална и хоризонтална връзки, дори интеграция, т.е. създава се клъстер. Географската концентрация, т.е. обособеността на района, е задължително условие. Имайки предвид горните характеристики, можем да приемем, че в София има обособен клъстер и той е филмовата индустрия. В града се

създава 97% от оборота и добавената стойност на тази индустрия, тук са и 86% от заетите в нея, както и 77% от филмовите организации. Но това, което е с голямо значение за един клъстер, е ясно очертано при националната филмова индустрия. Тя е обвързана с дейности като звукозаписа, фотографията, дизайна, новите медии, компютърните игри (които също са концентрирани тук) и е свързана технологично индустрия с телевизията, сценичните изкуства, музикалния бизнес, рекламата, дигиталните медии, книгоиздаването, образованието. Всички тези дейности и индустрии са обвързани хоризонтално и вертикално, т.е. създават мрежови взаимоотношения с филмовото производство, концентрирани в София. **Можем да обобщим, че създадения клъстер е в областта на аудио визуалната индустрия.**

Според броя на предприятията в КТИ - на национално ниво над една трета са в творческите индустрии, т.е. в архитектурата и рекламата. Следват фирмите в печатните медии, книгоиздаването, културния туризъм и софтуера и видео игрите. Рекламният пазар, архитектурата и книгоиздаването остават водещи по брой предприятия и в София.

Пазарът в КТИ се определя от микро-фирмите. На национално ниво от 20139 предприятия в КТИ, в 14 721 предприятия са заети до 2 лица. Не по-различна е и ситуацията в София. Тук разликата е, че в столицата, освен масива от нано-фирми, се намират и онези големи предприятия, които най-често създават монополна ситуация на пазара със заети над 250 и повече лица. От големите фирми, ситуирани в София, които имат над 500 заети, едва под 2% са част от творческата икономика, като най-често това са фирми в областта на медиите и имат смесен капитал.

Ето защо, според юридическата си форма на регистрация, водещ тип фирма на национално ниво са едноличните търговци, което предопределя гъвкавост и лесно създаване. Но едновременно с това към тези фирми липсва кредитно доверие и те са неустойчиви на пазара. Този факт дефинира нуждата от целенасочена подкрепа чрез специализирани финансови инструменти на общинско и национално ниво – специализиран фонд, създаване на бизнес инкубатори, гаранционни фондове за микрокредитиране и др. Подобна политика би трябвало да е част от стратегията за развитие на културата в София и да е стикована с Агенцията за малките и средните предприятия, както и с Агенцията по заетостта. За София водеща форма на регистрация сред предприятията в културните и творчески индустрии е не ЕТ, а ЕООД и ООД – юридическа форми, даваща по-голяма свобода за действие, както поради ограничената отговорност в правен аспект, така и поради по-големите финансови възможности.



Подсекторите в КТИ с най-голяма концентрация на оборота в София са филмовата индустрия, рекламния пазар, радио, телевизия и нови медии и софтуера и видео игрите. По време на наблюдаваната година (2008г-2009г) концентрацията им в София нараства. Културните и творчески индустрии в София привличат от 80% до 94% от чуждестранните инвестиции. Инвестициите са основно в радио, телевизия и нови медии, рекламния пазар, печатните медии и са отражение основно на покупко-продажбите и преразпределенията в медийния сектор през последните години. Въпреки настъпващата криза чуждестранните инвестиции нарастват и през 2009г. в културното наследство, софтуера, дизайна.

Поради преобладаващата микро фирмена структура, както и поради характерната си сегментираност, пазарът при изкуствата, културните и творчески индустрии се очертава като динамичен и нестабилен. Той сравнително бързо променя своите параметри в търсене на устойчивост и е отворен за навлизане на нови технологии, които биха дали конкурентно предимство на всяка организация, готова да поеме риска на иновацията. При такива модерни, отворени, но нестабилни пазари ролята на държавата и в частност на общината е да създава среда, условия за мрежи, стимули за развитие на конкурентоспособността на този сектор, чрез целенасочена политика: изграждане на стратегии и специализирани форми на финансова подкрепа.

---

<sup>1</sup> Проектът е осъществен от екип на Обсерватория по икономика на културата (ОИК) с подкрепата на Столична община и съдействието на Националния статистически институт, който предостави данните по методика конструирана от Обсерваторията. Екипът на Обсерваторията включва: доц. д-р Биляна Томова – ръководител на изследването, Диана Андреева – директор ОИК, Тая Александрова-Кисова – НСИ, Ирина Иванчева – експерт международна културна политика. Изследването е осъществено през периода януари 2011 - септември 2011г, като данните обхващат 2008 и 2009г.