

SAT-2G.404-1-EM-07

Analysis of the external environment in the performing arts sector

Bozhana Ya. Stoycheva

Анализ на външната среда в сектор сценично изкуство

Божана Стойчева

Analysis of the external environment in the performing arts sector: Today the main factor for survival in the business environment is the ability of organizations to respond quickly to changes coming both from external and internal environment of the organizations. The state cultural institutes operating in the performing arts sector in Bulgaria increasingly feeling the impact of changes in the environment in which they operate, forcing them to fight for their survival. In order to continue to exist and carry out their activities cultural institutions should be adapted to the turbulent environment in which they operate, conditioned by constant changes in the Law for the Performing Arts, the emergence of new competitors, partners and technologies in the sector.

On the other hand, organizations in the performing arts are required to be more customer-oriented and use innovation in their business. To identify the problems and the state of public cultural institutions need to regularly analyses and assessment of external and internal environment, analysis of possible risks and flexibility in the strategies of cultural institutes.

Keys words: performing arts, cultural institutes, external environment.

ВЪВЕДЕНИЕ

Културните институти заемат своето неизменно място при формиране на културата и ценностите в едно общество. Потребителите търсят не просто продукти и услуги, които да удовлетворяват потребностите им, те търсят преживявания докосващи духовната им страна.

Актуалността на изследваната сфера се определя от факта, че от една страна тя е слабо проучвана от изследователите, а от друга че бизнес средата, в която оперират културните институти динамично се променя. Културните организации на държавна издръжка функционират на пазарен принцип, субсидията следва зрителя на съответния продукт, което определя нови изисквания пред сектор сценично изкуство. Културните организации би следвало да прилагат стратегии, да следват различни политики, да станат все по-маркетингово ориентирани, да подобряват връзките с различните заинтересовани страни, ако целят да останат на пазара, преодолявайки силната конкуренция в сектора. Те следва успешно да се справят със слабите страни и заплахите идващи от вътрешната и външната среда и да се възползват от възможностите, които им се откриват, както и да надградят силните си страни.

Предмет на анализ в настоящия доклад е външната среда, в която осъществяват дейността си организациите на държавна издръжка от сектор сценично изкуство, като са анализирани основните елементи на външната среда: политико-правна, икономическа, социо-културна и технологична.

Културните организации се разделят на опериращи в сценично изкуство, филмова индустрия, музеи, паметници на културата, читалища и изящни изкуства [1, 4].

Обект на внимание са държавните културни институти, осъществяващи дейност в сектор „Сценично изкуство“. Това са структури на бюджетна издръжка, които се създават, преобразуват и закриват от Министерски съвет на Р. България по предложение на министъра на културата или със специален закон, финансират се от бюджета на Министерство на културата и получават трансфери от общините въз

основа на сключени договори с Министерство на културата [3]. Културните институти от сценичните изкуства на държавна издръжка са със статут „национално значение“, експериментални институти, драматични театри и драматично куклени театри, куклени театри, опери и оперно-театрални центрове, музикално-драматични театри и театрално-музикални центрове, филхармонии и симфонии.

ИЗЛОЖЕНИЕ

За динамичната среда, в която функционират ръководителите на културните организации би следвало да осъществяват анализ на външната среда, с цел да се идентифицират, да се проследят и да се оценят промените, които ще настъпят в политическата, икономическата, социо-културната и технологичната среда, защото именно тези промени могат да променят цялата конкурентна ситуация в отрасъла [12, 13]. Не трябва да се забравя, че факторите от външната среда не оказват само негативно влияние, а предлагат и възможности за развитие, които би следвало да обект на постоянно следене и анализиране, поради факта че може да се опита да се възползваме от тях с оглед завоюване на конкурентно предимство [10, 14]. В тази променлива среда ръководителите на културните институти би следвало да познават спецификата на управленските функции и процеси в разглежданата област, за да могат да управляват ефективно поверените им организации [9].

• Политико-правна среда

Политико-правната среда оказва съществено влияние върху дейността на културните институти. В организационен план държавната културна политика в България се осъществява на две нива – национално и местно. На национално равнище отговорността по формирането и прилагането на културната политика се разпределя между законодателния орган в лицето на Народното събрание и изпълнителния орган – Министерския съвет. Местното равнище на културната политика се реализира от органите на местното самоуправление. Върховен централен изпълнителен орган в областта на културата с право на законодателна инициатива е Министерството на културата. То формулира и реализира основните принципи на държавната културна политика. Правителствената културна политика е насочена, както към подкрепа на създаването, съхраняването и разпространението на културни ценности, така и към създаване на такава среда, която да насърчава и закриля културните различия, свободата и творчеството. За осъществяването на тези стратегически направления в културната политика Министерство на културата не действа само. Конкретните програми се изготвят съвместно с други правителствени институции като образование, туризъм, спорт и с множество неправителствени организации и граждански сдружения.

През последните години в културната сфера започна така дългоочакваната реформа, която постави базисни изисквания пред културните институти да функционират в условията на чисто пазарен принцип. В резултат на провежданите промени редица културни институти са преобразувани чрез вливане (Примерно – преобразуване на Държавния музикално-драматичен театър „Кадрие Ляtifова“ – Кърджали в драматично-куклен театър „Димитър Димов“ – Кърджали, Държавния музикално-драматичен театър „Назъм Хикмет“ – Разград в Драматичен театър „Антон Страшимиров“ – Разград и др.) [6].

Разработена е нова Методика за определяне на средствата на държавните културни институти в областта на сценичните изкуства, която търпи ежегодни промени и актуализации от първоначалното ѝ въвеждане у нас в началото на 2013 г. [7]. Утвърдените правила за прилагане на делегирани бюджети за културните институти първоначално регламентираха условието, че финансирането се формира „като произведение от броя продадени билети на всеки културен институт и утвърдените

единни разходни стандарти за финансиране на съответната група държавни културни институти." Получаването на субсидия става на база на получените резултати – финансиране по единен разходен стандарт на база брой зрители. След последната актуализация (в сила от 01.07.2015 г.) за определяне на средствата в областта на сценичните изкуства държавна субсидия се получава на база приход [3].

Правната рамка, оказваща своето влияние върху сектор сценично изкуство включва закони, приети постановления, наредби и правила, по важните от които са:

- Правила за прилагането на делегираните бюджети в културните институти в областта на сценичните изкуства за 2012 г. [7];
- Закон за авторското право и сродните му права;
- Колективен трудов договор със Съюза на артистите в България;
- Постановление № 152/28.07.2010 г. за преобразуване на културни институти [6];
- Постановление № 45/06.03.2014 г. за преобразуване на държавни културни институти и създаване на Родопски драматичен театър "Николай Хайтов" [5];
- Наредба Н-4/14.07.2007 г. за провеждане на конкурси за директори на държавните културни институти;
- Наредба за реда за предоставяне на средства от Национален фонд "Култура" и др.

• Икономическа среда

Безпорно влошената икономическа конюнктура рефлектира върху бюджета отпускан на Министерство на културата от страна на Министерство на финансите. Публичната подкрепа на министерството на културата в България като процент от държавния бюджет в момента е значително по-ниска от държавната подкрепа на останали страни в Европейския съюз. Субсидиите отделяни от страна на държавата за култура не достигат дори и 1 % от бюджета на страната ни, една негативна, но и дългосрочно продължаваща тенденция. Безспорно е, че отпусканите средства са крайно недостатъчни за субсидиране на културните институти на държавна издръжка [15].

В България културния сектор получава средно около 0,6% от БВП, като остава неизвестен приносът му като добавена стойност към БВП [19]. Различни изследвания сочат, че сектор „Култура, спорт и развлечения“ е с най-малка тежест в общия икономически растеж [16]. Проблем е, че разходите на домакинствата за културни стоки и услуги се отчитат от националната статистика в групата "Свободно време, културен отдих и образование" и не могат да бъдат отделени. [18] Въпреки това средствата отделяни от домакинствата за свободно време, културен отдих и образование представляват една малко част от доходите им. Тенденцията на отделяните средства през последните години е към покачване, но в сравнение с повечето европейски страни средствата отделяни от българските домакинствата са несъпоставими и твърде малко.

Размерът и механизмите за публична подкрепа варират в зависимост от местното и/или националното законодателство, но като цяло отличителна черта на културните политики в Европа е: насърчаване на културното потребление чрез надграждането на пазарния резултат и стимулиране на високо художествено качество, образователна или социална ефективност, достъп до разнообразен културен продукт на всички граждани и повишаване качеството на живот, активно участие в между културния диалог. [2]. За жалост интересът на инвеститорите не е голям, като причина за това е липсата на законова уредба и риска от загуба на инвестицията.

• **Социо-културна среда**

Факт е, че посещаемостта на населението на продуктите предлагани от културните институти намалява значително. Този спад може да се отдаде преди всичко на намалялото свободно време на домакинствата, както и на по-високите цени, а и в много случаи и на липсата на добри постановки и условията за осъществяването им [11].

Отказът за посещение на театрална постановка понякога е продиктуван от аргументи като “хората от моята среда не ходят на тези места”, следван от “чувствам се неподготвен за този тип културни развлечения”. Тези отговори потвърждават особения модел на потребление на културните стоки и услуги. Тук водещ фактор е не цената на билета, колкото социално-културни фактори като нашата референтна група - семейство, приятели, т.е. нашата среда която ни формира и на чиято оценка ние се доверяваме, както и подготовеността за потребление, изразяваща се чрез формиране на специфичен вкус. Ролята на образованието в детска възраст при тази ситуация е решаваща за изграждането на бъдещия потребител-ценител [8, 17].

На пазара се предлагат и редица заместители на културната продукция - посещения на 3-D кино, бумът на социалните мрежи и времето отделяно за тях и други. В тази връзка културните организации би следвало да развиват комуникационните си канали и да използват различни маркетингови инструменти при осъществяване на връзки с различните целеви аудитории, защото аудиторията се създава развива и обучава.

• **Технологична среда**

Технологичната среда действа разнопосочно. От една страна тя се свързва с техническата обезпеченост, а от друга с ползването на редица продукти за усъвършенстване на дейността.

Развитието на технологиите предлага големи възможности за онлайн продажби на билети и по-бързото достигане до потребителите. Всички културни институти на държавна издръжка бяха задължени да въведат системата за електронна продажба на билети през 2011 г., но тя така и не заработи в редица от тях и договорите с доставчиците бяха прекратени.

Днес се предлагат редица съвременни техники свързани с озвучение, осветление – мултимедийни устройства, прожектори, които наистина създават магия на сцената. Закупуването на такава техника неминуемо ще привлече редица посетители, но трябва да се отчете липсата на финансови средства, което възпрепятства подмяната на морално остарялото оборудването в голяма част от културните институти.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въз основа на представеното може да заключим, че:

1. Осъществяването на реформа в дейността на културните институти е пътят към подобряване на дейността им в страната. Разбира се необходими са още редица законодателни промени (закон за меценатството, закон за даренията, подобряване на публично-частното партньорство и др.).
2. Държавата би следвало да отделя повече средства за сектор сценично изкуство. Трябва да се цели нарастване на бюджета за култура над или поне до 1 % от БНВ, както и стимулиране на инвестирането в сектора под формата на дарения, спонсорство или публично-частно партньорство.
3. Културните организации би следвало да акцентират на изграждане на връзки с различните групи аудитории, които до момента са слабо засегнати при повечето организации от сферата на изкуствата.
4. Културните институти би следвало да се ориентират към прилагането на иновации в дейността си – свързани с използването на съвременни

технологии, мултимедийни ефекти, които да създадат магия на сцената и да привлекат повече потребители.

ЛИТЕРАТУРА

1. Делчева, Е. Пазарна трансформация на социо-културната сфера. Стопанство, София, 2007.
2. Димитрова, Г. Асоциация за свободен театър, Основи на националната стратегия за култура на България, 2012, достъпен на <<http://president.bg/docs/1352301375.pdf>.
3. Закон за закрила и развитие на културата, обн. ДВ, бр. 50/01.0.1999 г., посл. доп. бр. 13/16.02.2010 г., достъпен на http://mc.government.bg/files/73_ZZRK.doc.
4. Лукански, П. Социокултурен процес – производствено икономически аспекти. Стопанство, София, 2000.
5. Постановление № 45/06.03.2014 г. за преобразуване на държавни културни институти и създаване на Родопски драматичен театър "Николай Хайтов", обн ДВ, бр. 23/14.03.2014.
6. Постановление № 152/28.07.2010 г. за преобразуване на държавните културни институти, обн. ДВ, 30.07.2010 г.
7. Правила за прилагане на делегирани бюджети в културните институти в областта на сценичните изкуства за 2012 г., достъпен на http://mc.government.bg/files/912_pravila_OcenkataScenInstitut.pdf
8. Сп. Култура. Информационен бюлетин. Културни нагласи и потребление на културни продукти на българите. София, 2005, стр. 10.
9. Христов, Х. Предизвикателства пред управлението на организациите в публичния сектор. //Научни трудове, УНСС, 2003, с. 69-100.
10. Byrnes, W. Management and the arts. Abingdon: Focal press, 2009.
11. Kotler, Ph. Marketing insights from A to Z: 80 concepts every manager needs to know, John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey, 2003.
12. Langley, S., D. Conte. Theatre management: producing and managing the performing arts. Hollywood: EntertainmentPro, 2007, available at: http://www.amazon.com/Theatre-Management-David-M-Conte/dp/0896762564#reader_0896762564 (Accessed 06.09.2016)
13. Varbanova, L. Strategic management and the arts. NY: Routledge, 2012.
14. Wymer, "Introduction of non-profit marketing". *Marketing management*, 2006, available at: http://www.sagepub.com/upm-data/9065_WymerCh1.pdf, (Accessed 08.09.2016)
15. <http://dv.parliament.bg/DVWeb/index.faces> последен достъп
16. <http://www.ced.bg/uploads/publication/BG%20Economy%20January%202012.doc>
17. <http://culturalpolicy.dir.bg/wm/diary/diary.php?did=6746&df=46&dfid=3>
18. http://www.nsi.bg/ORPDOCS/HH_2.1.3.xls
19. http://politiki.bg/downloads/File/Statatistical_framework_FINAL.pdf

За контакти:

Гл. ас д-р Божана Яворова Стойчева, Катедра „Мениджмънт и бизнес развитие“, РУ „Ангел Кънчев“, тел. 082 888 – 715, e-mail: bstoycheva@uni-ruse.bg