

Креативната индустрия – възможност за устойчиво регионално и екологично развитие на планинските, полупланински и гранични райони в България

Докторант, Пламен Миланов Стоянов
„Югозападен университет“ „Неофит Рилски“, Благоевград
e-mail: plamen000000@abv.bg

Абстракт: Във времена на икономическа криза и динамични глобални процеси в последните години се развива и се правят опити да се популяризира един сравнително нов икономически „отрасъл“, обхващащ няколко икономически подсектора, а именно „Креативната/творческа/ индустрия“. Това е индустрия изискваща използване на творческо мислене, изобретателност и въвеждане на иновации и иновативни подходи за развитието ѝ. Основната цел е проучване възможностите за прилагане на европейската действаща нормативна уредба и регламенти за територията на нашата страна пречупени през призмата на спецификата ѝ. В настоящето изследване се анализират възможностите за устойчиво регионално и екологично развитие на планинските, полупланински и гранични райони в България, които предоставя креативната индустрия чрез развитието на определени нейни подсектори. В България все още е новост креативната индустрия. В българската нормативна уредба се дава дефиницията ѝ в Иновационната стратегия, а в Националната концепция за пространствено развитие и някои други документи само се споменава. Използваните методи при изследването са документално проучване на съществуващи нормативни документи и добри практики в ЕС отнасящи се до проблема, SWOT –анализ.

Ключови думи: креативна индустрия, устойчиво регионално развитие, иновации, растеж

Въведение

"Креативна икономика" или индустрия е нов вид икономика, базирана на креативни индустрии, ръководени от креативни хора. Терминът е въведен от Джон Хоукинс (Хоукинс, Дж. 2001) в едноименната му книга от 2001 г. Първоначално преминава като утопична идея. Десет години по-късно креативната икономика процъфтява. С навлизането на новите технологии, огромна част от досадните и лишени от мисъл задължения са автоматизирани. На този фон иновативният и предприемачески дух, въображението и нестандартното мислене са най-ценените качества в креативната икономика. Голяма част от креативността произтича от емоциите, предизвикани от различните идеи при по-развити хора в емоционално отношение и поради това за тях е по-лесно да идентифицират потенциала на идеите. Много често креативните идеи са плод на групов брейнсторминг.

Основният катализатор за възникване и развитие на креативните и културно – творческите индустрии са постиндустриалните общества в Европа и Америка.

Креативните фирми са основна движеща сила на обновлението и иновациите: структури от всички индустрии използват творческия капацитет за разработване на продукти и услуги, в центъра на които се намира потребителят. Икономиката става все по-обща, свързана в дигитална мрежа и в същото време насочена към удовлетворяване желанията на крайния потребител.

Като се вземе предвид разнообразието в Европа, не е изненадващо, че в отделните страни и региони усилията и методите в подкрепа на културните и креативни индустрии се различават. Затова обменът на опит как най-добре да се подкрепя креативността е от огромна полза за публичните администрации и структурите за развитие.

В резултат от това, развитието на културните и креативни индустрии излиза от рамките на правене на политики и застава на първо място в стратегическия дневен ред на много правителства на европейско, национално и регионално ниво.

Основна цел на изследването: Изследване на възможностите за устойчиво регионално и екологично развитие на планинските, полупланински и гранични райони в България, предоставени от развитието на отделни подсектори на креативната индустрия.

Задачи на изследването:

- Дефиниране за креативна индустрия;
- Анализирани на действащи европейски нормативни документи по проблема за креативната индустрия;
- Анализирани на действащи български нормативни документи по проблема за креативната индустрия;
- Анализирани на дейности от креативната индустрия и културния туризъм и определяне на дейности типични за селата;
- Дефиниране развитието на креативната индустрия в конкретна селска територия.

Материали и методи:

Използваните материали за изследването са основно нормативни документи, а именно Проект „Креативен растеж“, „Европа 2020 – стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“, Регламент на ЕС № 1295/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2013 за създаване на програма Творческа Европа 2014-2020г.,

Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България, Иновационна стратегия за интелигентна специализация на Република България 2014-2020 г., Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030г., Национален план за развитие на земеделието и селските райони, както и собствени изследвания за общините Сливница, Драгоман и Годеч..

Използваните методи са:

- теоретичен анализ литературни източници по изследваният проблем и извеждане на основни понятия;
- преглед и анализ на нормативните документи и конкретните действия за популяризиране на креативните индустрии и дейностите в селата.
- документално проучване на съществуващи анализи и доклади, отнасящи се до проблема за креативната индустрия.

Анализ, резултати и изследвания.

1. Креативна индустрия според Европейските нормативни документи.

1.1. Проект „Креативен растеж“

Според Проекта „Креативен растеж“ креативната индустрия обхваща следните сектори:

Вестници и списания; Компютърен софтуер; Телевизия и радио; Реклама; Филми и видео; Фотография; Игралки; Паркове за развлечение и туристически места; Музика; Мода и дизайн; Изкуство и занаяти; Литература; Изобразително изкуство, театър и танци; Архитектура.

Накратко, резултатите от статистическия анализ показват, че културните и креативните индустрии са основен двигател на развитието в различни региони на ЕС, и че този феномен излиза извън границите на столиците на държавите - членки на ЕС30. Приносът на културните и креативните индустрии е между 5% и 10% от БВП на съответната регионална икономика. Освен това, ръстът на културните и креативните индустрии е по-висок в сравнение с общия икономически растеж в почти всички региони. Сектори като мода и дизайн и архитектура са сред най-големите креативни сектори в регионите. Разнообразието на партньорите по Креативен растеж е илюстрация на разнообразието на културните и креативните индустрии в целия Европейски съюз. Регионалните различия се коренят в големината на съответния регион (партньорството включва регион с 4,6 милиона жители и регион с 0,2 милиона жители), неговият икономически просперитет и нещо много важно – културното наследство, езика и ролята на публичния сектор в подкрепа на културните и креативните инициативи. Разбира се, към всички тези фактори трябва да прибавим и географското местоположение. В този контекст, партньорството отново е уникално, защото се състои от региони, които имат сравнително голям географски обхват: Испания, Италия, България, Румъния, Литва, Швеция, Дания и Шотландия имат представители в проекта. Констатацията, че ККИ са от значение за регионалната динамика в целия Европейски съюз, е подкрепена от независимо изследване: доклад на Обсерваторията на европейските клъстери показва, че в момента най-високи темпове на растеж имат креативните индустрии в региони от Централна Европа и „новите“ държави-членки – Литва, Естония, Словакия, Латвия и Словения. Източник: (www.creative-growth.eu)

1.2. Основни документи в Европа свързани с креативната икономика:

В „Европа 2020 – стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“ самото заглавие на стратегията говори за целите и приоритетите й. „Европа 2020 за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж следва да „осигури високи нива на заетост, производителност и социално сближаване“. „Европа 2020“ има за цел да коригира основните повреди на своя предшественик, а също и да установи цялостна пътна карта за икономическо възстановяване на ЕС. В заключенията си Комисията предложи ограничен брой цели – пет измерими цели за ЕС, които да се превърнат в национални цели за постигане на най-висока политическа съпричастност от държавите-членки. Тези измерими „цели на ЕС“ включват постигането до 2020 година на определени нива. Съветът определи, че стратегията ще представлява рамка за „засилено координирано действие“ и „подкрепа за прилагането на структурните реформи“. Подчертано бе, че „акцентът сега трябва да е върху изпълнението и ние ще ръководим и наблюдаваме този процес“. Целите следва да бъдат постигнати не по-късно от 2020 година. Държавите-членки установяват свои национални цели в същите области, вземайки предвид изходните си позиции и национални особености и в съответствие с националните си процедури за вземане на решения. Фактът, че всяка държава-членка определя своето собствено желано ниво спрямо общите цели на „Европа 2020“ е важен елемент от стратегията, което гарантира, че националните цели са били подложени на вътрешен политически дебат и са приети като собствени от съответната държава. ЕК предложи и по-строг мониторинг на свързаните с изпълнението на стратегията Национални програми за реформи (НПР), което беше една от най-големите слабости на Лисабонската стратегия. „Европа 2020“ поставя на първо място „таланта и креативността“ на европейските граждани сред силните страни на Европа. Зелената книга „Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии“ на ЕК посочва потенциалния принос на творческите индустрии във водещи инициативи на стратегията „Европа 2020“ – „Съюз за иновации“, „Програма в областта на цифровите технологии“, „Програма за нови умения и работни места“, „Индустриална политика за ерата на глобализация“. Източник: (http://ime.bg/var/Overview_Europe2020_NPR.pdf)

Регламент на ЕС № 1295/2013 на Европейския парламент и на съвета за създаване на програма „Творческа Европа“ (2014-2020г), основополагащ документ на Програма „Творческа Европа“.

Програмата „Творческа Европа“ (2014-2020 г.) обединява досегашните програми на Европейския съюз – „Култура“ и „Медия“ като се разширява обхвата ѝ. Програмата е създадена на база опита на редица анализи, доклади и пилотни проекти, проведени на територията на съюза. Общите цели на програмата са:

- а) опазване, развитие и насърчаване на европейското езиково и културно многообразие и популяризиране на европейското културно наследство;
- б) засилване на конкурентоспособността на европейските сектори на културата и творчеството, и по-специално на тази на аудио-визуалния сектор, с цел насърчаването на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж.

Конкретните цели на програмата са:

- а) предоставяне на подкрепа, свързана с възможностите за извеждане на дейността на европейските сектори на културата и творчеството на транснационално и международно равнище;
- б) насърчаване на транснационалното разпространение на културните и творческите произведения и на транснационалната мобилност на културните деятели и творците, и по-специално хората на изкуството, както и привличане на нова и по-широка публика и подобряване на достъпа до културни и творчески произведения в Съюза и извън него с особена насоченост към децата, младите хора, лицата с увреждания и слабо представените групи;
- в) укрепване на финансовия капацитет на МСП и на микро-, малките и средните организации в секторите на културата и творчеството по устойчив начин при стремеж същевременно да се осигури балансирано географско покритие и секторно представяне;
- г) поощряване на развитието на политиката, новаторството, творчеството, привличането на публика, както и новите стопански и управленчески модели посредством подкрепа за транснационално сътрудничество в областта на политиката.

Решение № 1622/2006/ЕО на Европейския парламент и на Съвета - действие „Европейска столица на културата“ и Решение № 1194/2011/ЕС на Европейския парламент и на Съвета - „действие „Знак за европейско наследство“, допринасят за действията на Съюза в подкрепа на секторите на културата и творчеството.

В Конвенцията на Юнеско от 2005 г., която влезе в сила на 18 март 2007 г. и по която Съюзът е страна, се подчертава, че културните дейности, културните продукти и услуги имат както икономически, така и културен характер, защото са носители на самобитност, на ценности и смисъл, и следователно не трябва да се третират като имащи само търговска стойност. Посочената конвенция е насочена към укрепване на международното сътрудничество, включително международни споразумения за съвместни продукции и съвместно разпространение, и към солидарност, създаваща предпоставки за формите на културно изразяване във всички държави и от всички хора. В конвенцията се заявява също да се обърне дължимото внимание на специфичното положение и потребности на различните социални групи, включително на лицата, които принадлежат към малцинства. Съответно една програма за подкрепа на секторите на културата и творчеството следва да насърчава културното многообразие на международно равнище в съответствие с Конвенцията.

Популяризирането на материалното и нематериалното културно наследство *inter alia* в контекста на Конвенцията на Юнеско от 2003 г. за опазване на нематериалното културно наследство и на Конвенцията на Юнеско от 1972 г. за опазване на световното културно и природно наследство, следва да допринася също така за повишаването на стойността на съответните места, като същевременно на хората се създава чувството за принадлежност към културната и историческата стойност на такива места.

Самостоятелен финансов инструмент - Механизъмът за гарантиране на секторите на културата и творчеството („механизъмът за гарантиране“) следва да дава възможност на тези сектори като цяло да реализират растеж и следва да осигурява по-специално чрез ефекта на лоста достатъчно средства за нови дейности и възможности. Избрани финансови посредници следва да действат в полза на културните и творческите проекти, за да се гарантира балансиран портфейл от кредити по отношение на географското покритие и секторното представяне. Освен това публичните и частните организации играят важна роля в този контекст, за да бъде постигнат широк подход в рамките на механизма за гарантиране. Източник: (Регламент на ЕС № 1295/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2013 за създаване на програма Творческа Европа 2014-2020г.)

От значение за развитието на креативната икономика са и всички програми, регламенти и закони на национално ниво в отделните страни членки, свързани с защитата на авторското право и възможност за патентоване на различни иновации и изобретения, плод на креативната мисъл и индивидуалното или групово творчество.

2. Креативна индустрия – според българските нормативни документи.

2.1. Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България.

Обхват на творческите индустрии.

Приетото в стратегията понятие „творчески индустрии“ е по-широко по обхват и включва в себе си „културните индустрии“ – издателска индустрия, филмова индустрия, музикална индустрия, медийна индустрия (радио, телевизия и интернет). Заедно с това то е близко и с други използвани понятия като „авторскоправни индустрии“, „икономика на преживяванията“ и т.н.

Понятието остава съизмеримо с международно приетите дефиниции и ги конкретизира спрямо българските условия. Обхватът на творческите индустрии в България включва:

- Издателска индустрия – книгоиздаване, периодични издания (вестници, списания) и полиграфия;
- Софтуерна индустрия включително бази данни и компютърни игри;
- Музикална индустрия – произведения със и 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 др.;
- 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 моден, графичен, медиен, уеб-дизайн и др.;
- Културно наследство – материално културно наследство, нематериално културно наследство включително фолклор и народни художествени занаяти и свързаните с тях традиционни знания.

- Индустрия на фестивали и културни събития;

Използването на термина „индустрии“, а не „индустрия“ подчертава спецификата на всяка от тях. Въпреки това са налице някои общи характеристики на творческите индустрии – човешкото творчество, интелектуалната собственост, символичното съдържание на творческия продукт. Пазарите са динамични кълстерно структурирани. Заетостта в тях често е временна при потенциално по високи от средните доходи. Друга характеристика на творческите индустрии е тяхната глобална свързаност чрез внос и износ на творчески продукти, улеснен от дигитализацията като нова форма за разпространение.

2.2. Анализ на състоянието на творческите индустрии. Национално измерение.

Правителството полага усилия за реструктуриране на икономиката в посока увеличаване на дела на секторите с висока добавена стойност, както са творческите индустрии за постигането на балансиран и устойчив икономически растеж. Общата рамка за функционирането на творческите индустрии се определя от основните стратегически документи на Правителството - Програмата на Правителството за европейското развитие на България (2009-2013), актуализираната през 2009г., Национална програма за реформи (2008-2010) и Конвергентната програма (2009-2012). Специфични и целенасочени инструменти за ефективното функциониране на творческите индустрии са предвидени в отделни стратегически документи. В програмата на Правителството за европейското развитие на България (2009-2013) са заложили редица мерки в областта на културата и културно-историческото наследство, които са насочени към съхраняване и развитие на българската култура.

Една от основните цели на политиката в областта на културата е развитието на културните индустрии, като предприетите дейности обхващат някои от тях като филмова индустрия, сценични изкуства, културно наследство, музеи и библиотеки. Друг приоритет в областта на културата е фокусирането на културната политика върху личността. Мерките в областта на образованието предвиждат степента на повишаване на реализацията на кадрите на българското образование от училищата по изкуствата и културата и осигуряване на съвременни условия за реализиране на качествен образователен процес по изкуство и култура в училищното образование, подкрепя на изяви и развитието на даровити деца и ученици и др. Източник: (Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България.)

2.3. Иновационна стратегия за интелигентна специализация на Република България 2014-2020 г. Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030г.

Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 г.

Стратегията има за задача да осигури трайна конкурентоспособност на България като туристическа дестинация, да подпомага устойчивото развитие на туристическата индустрия, да се опира в максимална степен на информацията, придобита от маркетинговите проучвания, доклади, анализи и прогнози в т.ч. на международни източници като Световната туристическа организация към ООН, Европейската туристическа комисия, World Tourism & Travel Council, Euromonitor, Eurostat и др., да отчете очакванията и намеренията на всички заинтересовани страни, да е съобразена с изискванията за създаване на правилно, реалистично и стабилно позициониране на България на целевите пазари и да бъде гъвкава. Стратегията поставя „акцент в разработването на специализирани туристически продукти, които притежават потенциал за преодоляване на сезонността и създаване на специална емоционална връзка с България“.

В рамките на тематична област „Нови технологии в креативните и рекреативните индустрии“ следните приоритетни направления бяха идентифицирани:

- културните и творческите индустрии (според дефиниция на ЕК: архитектура, архивно дело и библиотекарство, артистично занаятчийство, аудио-визуални форми (филми, ТВ, видео игри и мултимедия), културно наследство, дизайн, вкл. моден дизайн, фестивали, музика, сценични и визуални изкуства, издателска дейност, радио;
- компютърни и мобилни приложения и игри с образователен, маркетинг и/или развлекателен характер;
- алтернативен (селски, еко-, културен и фестивален) и екстрем туризъм и спорт (за стимулиране на несезонен, немасов, а постоянен нишов туризъм);
- производство на стоки и съоръжения с пряко приложение в тези сфери (напр. национални (регионални) носии, велосипеди, стени за катерене и др. стоки за алтернативни и екстремни спортове, костюми, декори, материали за исторически възстановки, специализирана екипировка и оборудване, печатни издания).

За предизвикателства пред участниците в тематичната област са споменати:

- Нови финансови инструменти, особено в по-бърз ефект и по-висока степен на гъвкавост при планирането на разходите;
- Специфики на идентифицирането на участниците в схеми за финансиране и неразпознаване принадлежността в дефинирани икономически категории/дейности;
- Капацитет за разработване и управление на проекти с външно финансиране;
- Дигитализация на налични ресурси;
- Стимули за международно присъствие, маркетинг и реклама;
- Стимулиране на публично-частното партньорство.

Следните модели за финансиране са открити като евентуално приложими:

- Грантови схеми/ваучери за иновативните технологии, бизнес модели и сътрудничества;
- Дигитализация на културно-историческото наследство;
- Подкрепа за маркетингови и експортни дейности;
- Медиен технологичен парк.

Източник:(Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 г.)

3. Обща характеристика на изследваната територия – общините Сливница, Драгоман, Годеч. Креативната индустрия и селските райони. Дейности подпомагани и финансирани от ЕС за развитие на селските, планински, полупланински и погранични райони.

3.1. Креативната индустрия и селските райони.

На фигура 1 са показани взаимовръзките между културен туризъм и дейностите от креативната (творческата) индустрия типични за селата.



Фиг. 1 Взаимовръзки между културен туризъм и дейностите от творческата индустрия в селата.
(Шиманова, М. П. Стоянов, 2015)

3.1.1. Значение на селските райони според европейската типология на градски и селски райони.

Република България заема територия от 110,9 хил. кв. км и в края на 2012 г. има население от 7,28 млн. души.

България се разделя на шест района за планиране (ниво NUTS 2), 28 административни области (ниво NUTS 3), и 264 общини (LAU 1). Според европейската типология на „градски-селски“ райони, 15 области са предимно селски, 12 – междинни, и само една е обособена като предимно градски район (София-столица). Предимно селските райони имат територия 59,49 хил. кв.км и население 2 719 хил.души, а междинните - съответно 50,13 хил. кв.км и 3 263 хил. души. Гъстотата на населението в предимно селските райони е 47 души на кв.км, и е сходна на тази в ЕС-27 (51 през 2011 г.). Гъстотата на населението в междинните райони е 67 души на кв.км, и е много по-ниска от средната за ЕС-27 (107 през 2011 г.).

През 2012 г. предимно селските райони заемат 54% от територията на страната, което е близо до средното за ЕС-27 (52%), и в новите страни-членки без Хърватия (ЕС-12) (57%). Делът на населението в предимно селските райони е 37% от населението на България, и е значително по-висок от средния за ЕС-27 (23% през 2010 г.), но почти равен на този в ЕС-12 (40% през 2010 г.).

През 2010 г. в икономиката на предимно селските райони се създава 25% от брутната добавена стойност (БДС) в България, и се осигурява 33% от заетостта. В България значението на предимно селските райони за добавената стойност и заетостта е много по-високо от средното за ЕС-27 (съответно 16% и 21%), но не се различава съществено от това в ЕС-12 (29% и 36%).

3.1.2. Значение на селските райони според националната дефиниция

Националната дефиниция на селски райони типологизира териториите на равнище община (LAU1), за разлика от европейската, която е на равнище област (NUTS 3). При националната дефиниция основен критерий е размерът на населението на най-голямото населено място в общината - за разлика от европейската, при която основен критерий е гъстотата на населението. По националната дефиниция, селските райони включват общините, в които най-голямото населено място има население до 30 000 души.

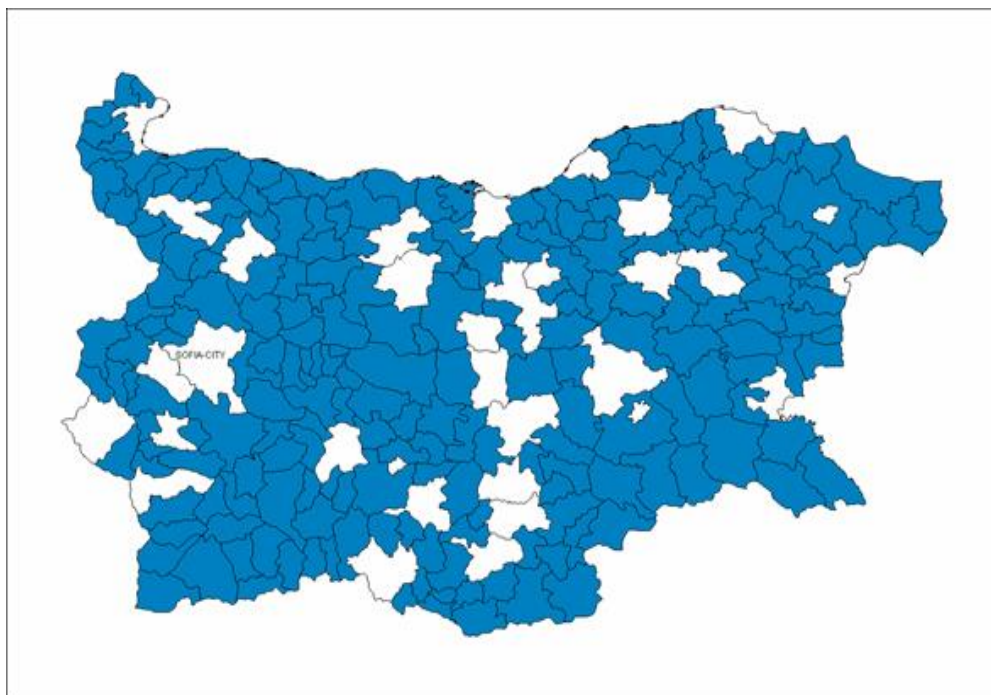
Според националната дефиниция, селските райони обхващат територията на 231 общини или 88% от общия брой български общини. Селските райони имат територия от около 90 хил.кв.км (81% от територията на страната) (Фигура 2).

3.1.3 Дейности типични за селата подпомагани и финансирани от ЕС за развитие на селските, планински, полупланински и погранични райони.

Подкрепа на проекти в следните области:

Селски туризъм:

- Обновяване, реконструиране и структурно приспособяване на сгради за целите на селския туризъм, особено сгради представляващи исторически и културен интерес, като стари изби мелници и т.н., които са частна или общинска собственост;
 - Изграждане на помещения и създаване на условия за настаняване в зони на открито (къмпинги, бази за отдих и спорт и др.);
 - Подобряване на зони на открито и създаване на условия за отдих и спорт, например за езда, спортен риболов, планинско колоездене, изграждане на екопътеки;
 - Строеж приспособяване/реконструкция на сгради, подобряване на вътрешните дворове на домове, приспособяване/обновяване на постройки и закупуване на материали за магазини и щандове, за реклама и продажба на стоки произведени на място;
 - Популяризиране и рекламни дейности за селски туризъм, включващи изграждането на многоцелеви центрове за селски туризъм;
 - Създаване и модернизиране на контролирани зони за лов;
- Местно занаятчийство и агроиндустрия



Фиг.2 Карта на селските райони според националната дефиниция
(Национален план за развитие на земеделието и селските райони)

- Създаване или разширяване на съществуващи занаятчийски дейности и възобновяване на ръчното занаятчийство;
- Създаване или модернизиране на малки производствени единици за съхраняването, преработката и пакетиранието на селскостопанска продукция;
- Създаване на работилници за поддръжка и ремонт на селскостопански машини.

Финансова помощ ще се предоставя за:

- Изграждане или подобряване на водоснабдителната мрежа, подобряване на уличната мрежа;
- Изграждане или подобряване на канализационната мрежа;
- Възстановяване на исторически сгради – публична общинска собственост;
- Изграждане или възстановяване на многофункционални културно/информационни, центрове и паркове – публична общинска собственост;
- Изграждане или подобряване на места за събиране на, селскостопански, и битови отпадъци, включително трупосъбирателни площадки;

Финансова подкрепа ще бъде оказвана за общински и областни проекти, насочени към:

- Подобряване на съществуващите общински пътища, свързващи две или няколко селища в рамките на една община или от две съседни общини;
- Подобряване на пътищата, водещи към природни и исторически забележителности, както и към паметници на културата, ако те са разположени на територията на кандидатстващата община;
- Подобряване на селскостопанските пътища;
- Подобряване и разширяване на съществуващата междуселищна водоснабдителна инфраструктура, с изключение на проекти, свързани с изграждането на изкуствени водоеми и язовири, както и напоителни системи.

Конверсия на земеделските дейности:

Селски туризъм

- Създаване на условия за селски туризъм и насърчаване на типично производство за района;
 - Подобряване и развиване на условията за посрещане, настаняване и хранене на туристи;
 - Подобряване на помещенията за отдих, спорт и прекарване на свободното време;
 - Маркетинг на продукти и дейности свързани със селски туризъм;
 - Разгръщане на дейности за отдих и създаване на туристически маршрути.
- Местни занаяти и малък и среден селски бизнес
- Подпомагане развитието на типично занаятчийство;
 - Подобряване връзката между занаятчийските бизнеси и малките и средни предприятия с вътрешните и международните пазари;

• Подпомагане развитието на малки и средни предприятия в селските райони, включително тези в производството на храни, като се произвежда продукция с високо качество и се търсят нови пазари;

- Подпомагане технологичните нововъведения в съществуващите или бъдещите малки и средни предприятия;
- Подобряване управленските и бизнес уменията на дребните предприемачи в областта на: аквакултури, производство на гъби, преработка на етерично-маслени култури, билки и гъби. Източник: (Национален план за развитие на земеделието и селските райони)

3.2. Обща характеристика на изследваната територия – общините Сливница, Драгоман, Годеч.

3.2.1. Община Сливница.

Община Сливница се намира в централната част на Западна България. Разположена е на 25 км от София и на 26 км от западната ни граница със Сърбия. Заема площ от 187 кв.км, наброява 9760 жители и включва 13 населени места:

На територията на общината са развити следните сектори на креативната икономика:

- Издателска дейност – книгоиздаване, периодичен печат (вестници, списания) – Общински вестник „Сливнишки вестник“ излиза периодично с което е полезен и дава информация за събитията в общината.
- Визуални изкуства – живопис, ателие на художника Симеон Георгиев, картините му са изложени както в ателието му така и в институции в града.
- Медийна индустрия – местна кабелна телевизия „Мултимедия БГ“ и служебен канал на същата, служещ като средство за масова информация на населението. Има създаден официален сайт на община Сливница.
- Фотографска индустрия – има две фотографски ателиета, задоволяващи всякакви аудиовизуални капризи.
- Културно наследство – района има голяма културно-историческа стойност и природни забележителности и феномени, има изградени велоалеи и екомаршрути, в помощ за развитие на културния туризъм. Практикуват се и художествени занаяти – от лица на частна практика. Местните читалище и библиотека изиграват своята роля в опазване на българския дух, бит и култура, благодарение на тях се състоят редица фолклорни фестивали и фестивали на пътуващи театри.
- Към настоящият момент с регистрации в стопанска задруга на занаятите са двама души занимаващи се с ножарство и дърворезба, други двама практикуват на частна практика – даракчийство и калайджийство.

3.2.2. Община Драгоман

Общината се намира в най-западната част на Софийска област. С площта си от 323,862 km² е 8-та по големина сред 22-те общини на областта, което съставлява 4,57% от територията на областта. Границите ѝ са следните: на североизток – Община Годеч; на изток – община Костинброд; на юг – Община Сливница; на югозапад – Община Брезник и Община Трън, Област Перник; на северозапад – Сърбия. Общината има 34 населени места с общо население от 5 362 жители (към 01.02.2011).

На територията на общината са развити следните сектори на креативната икономика:

- Издателска дейност – книгоиздаване, периодичен печат (вестници, списания) – Общински вестник „Драгоман“ излиза всеки месец, полезен и дава информация за случващото се в общината.
- Медийна индустрия – местна кабелна телевизия „Мултимедия БГ“ и служебен канал на същата, служещ като средство за масова информация на населението; Има създаден официален сайт на община Драгоман.
- Културно наследство – в района има тракийско светилище, църкви, параклиси и манастири; на територията на общината се намира природна забележителност „Карстов комплекс Драгоманско блато, планинското възвишение Чепън, дял от западна Стара планина, известно с редки и ценни ендемични и реликтни защитени видове растения; Организиран се редица фолклорни, танцови фестивали надпявания на национално и международно ниво. Всяко от населените места от общината има празник, провеждан ежегодно, което дава възможност да се съберат наследниците на родовете от селата пръснати по цялата страна. Обръща се внимание и на малките жители на общината, като им се организират, спортни празници, коледни и новогодишни базари със стоки играчки и сувенири изработени от тях. Има читалище и библиотека и лятно кино.
- Към момента се практикува на частна практика даракчийство.

3.2.3. Община Годеч.

Община Годеч е разположена в Софийска област. Тя включва един град и 19 съставни селища. Населението към 26.08.2011 г. наброява 5431 жители. На запад общината граничи с Република Сърбия, на юг с община Драгоман, на север – с общините Берковица и Вършец, а на изток – Своге и Костинброд.

На територията на общината са развити следните сектори на креативната икономика:

- Културно наследство – съществуват останки от римски храм, църкви манастири, пещери. Има добра база за развитие на културен туризъм. Има читалище и библиотека. Всяка година се отбелязва празника на града, при което се стичат туристи от цялата страна. Града е идеална туристическа дестинация за съжаление недостатъчно популярна;
- Фотографска индустрия – има фотографско ателие.
- Към момента се практикува даракчийство, кожарство, има ателие по живопис и керамика.

3.2.4. Възможности за развитие на секторите на креативната икономика на територията на трите общини.

Поради близостта на трите общини със град София, като основен притегателен център на творческите индустрии, спецификите на района, факта че няма замърсяване на околната среда, наличието на висококвалифицирани човешки ресурси, в района може да се развият успешно следните сектори на креативната икономика:

- Софтуерна индустрия включително бази данни и компютърни игри;
- Музикална индустрия – произведения със и 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 др.;
- 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 моден, графичен, медиен, уеб-дизайн и др.;
- Културно наследство – материално културно наследство, нематериално културно наследство включително фолклор и народни художествени занаяти и свързаните с тях традиционни знания.
- Индустрия на фестивали и културни събития;
- Културен туризъм;

При желание от страна на наследниците на някогашните занаятчий и с добър финансов стимул и подкрепа от държавата и европейските програми за развитие, в бъдеще време имат шанс да се възродят и доразвият някои занаяти отдавна забравени в рамките на изследваните общини.



Заклучение

В края на настоящото изследване се открояват няколко важни момента, от които могат да се формулират следните изводи:

- Важно е да се обърне повече внимание на креативната индустрия, като фактор за устойчиво регионално и екологично развитие на планинските, полупланински и гранични райони на територията на страната;
- Силен социално-икономически ефект ще има след действия от страна на местните и национални власти в посока към популяризиране дейностите типични за селата от креативната индустрия;
- Намаляване безработицата в селските райони. Предпоставка за връщане на младите и предприемчиви хора по тези територии;
- Увеличаване броя на микропредприятията със средносписъчен брой на персонала от 1 до 10 души;
- Развитие на селските райони с характерни културно – исторически дадености, като туристически дестинации. Запазване на облика на тези райони;
- По този начин ще продължи процеса на миграция на населението от града към селото, наблюдаван 2007-2008 година;
- Възстановяване на традициите в сферата на занаятите, практикувани в селата;
- Съхраняване и консервация на специфични природни забележителности, феномени и обекти;
- Възможност за трансгранично сътрудничество и вземане на участие на Местните инициативни групи (МИГ) по места

Литература

- Хоукинс, Дж. 2001, Креативна икономика
- Шишманова, М. П. Стоянов, 2015, Креативната индустрия и селото, *Bulgaria rusticana*, „Селото: общности и идентичности, трансформации и предизвикателства“, Институт за изследване на обществата и знанието при БАН, Българска социологическа асоциация – Изследователски комитет „Социология на селото и аграрна социология“, Съюз на учените в България – Секция „Социологически науки“, pp. 236 - 247
- Проект „Креативен растеж“ - www.creative-growth.eu
- „Европа 2020 – стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“ - http://ime.bg/var/Overview_Europe2020_NPR.pdf
- Регламент на ЕС № 1295/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2013 за създаване на програма Творческа Европа 2014-2020г
- Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България.
- Иновационна стратегия за интелигентна специализация на Република България 2014-2020 г.
- Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030г.
- Национален план за развитие на земеделието и селските райони