

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Ніколенко Єлизавета Володимирівна

студентка,

Державний торговельно-економічний університет

Лежєпєокова Вікторія Геннадіївна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри світової економіки,

Державний торговельно-економічний університет

Аналіз динаміки імпорту та експорту українських компаній креативної індустрії (КІ) за останні роки дає підстави стверджувати, що Україна стоїть перед великими можливостями та водночас і викликами. Вивчаючи ці показники, можна виявити тенденції та зміни в русі товарів та послуг сектора КІ на міжнародному ринку. Крім того, детально розглянувши динаміку долучення давальницької сировини, важливості активного співробітництва в глобальних ланцюгах створення вартості та стратегії майбутнього просування цих аспектів, можна проаналізувати перспективи подальшого розвитку.

Під креативною індустрією розуміються види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості та робочих місць через культурне, інакше кажучи, через мистецьке та/або креативне вираження [1].

24 квітня 2019 Кабінет Міністрів України схвалив список галузей економіки, які відносяться до категорії КІ, серед яких: візуальне мистецтво (живопис, графіка, скульптура, фотографія); аудіальне мистецтво; аудіовізуальне мистецтво (кіно, телебачення, відео, анімація); дизайн; мода; архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та креативні послуги та ін.

Зосереджуючись на міжнародній взаємодії галузей економіки, а точніше, категорії КІ, та розумінні взаємозв'язку між експортом та імпортом товарів і послуг, можна дослідити, як вони впливають на розвиток економіки та на категорію креативних індустрій (рис. 1). Абсолютним лідером серед експорту є товарна група «Інші меблі дерев'яні» (код УКТ ЗЕД 940360), яка у 2019 році склала 112 млн доларів США, або 22% усього експорту КІ України.

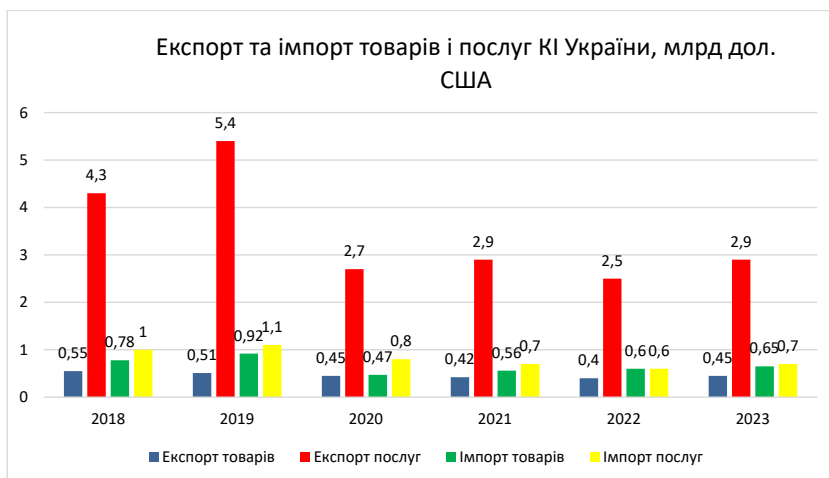


Рис. 1. Експорт та імпорт товарів і послуг КІ України, млрд дол. США

Джерело: складено на основі джерел [3; 5]

У 2018–2023 роках на динаміку торгівлі у творчих індустріях України впливали різні чинники. До 2020 року динаміка йшла в гору. А от 2020 році відбувся значний спад через початок пандемії COVID-19. Пандемія призвела до введення логістичних обмежень та закриття кордонів, що відобразилося на збільшенні складнощів у проведенні міжнародної торгівлі, що призвело до зменшення експорту та імпорту. У 2022 році вторгнення рф на територію України також стало серйозним фактором спаду. Це призвело до зменшення виробництва та постійних обстрілів, що спричинило додаткові труднощі для підприємств, що працюють у креативних індустріях. Однак, у 2023 році показники почали відновлюватися, можливо через збільшений інтерес до культури України з боку Європи та США. Ці коливання свідчать про вразливість креативної індустрії перед глобальними подіями, але також про її здатність до відновлення після важких періодів.

Що стосується валової доданої вартості (ВДВ), необхідно відзначити, що на момент 2021 року ВДВ креативних індустрій України склала 154,4 млрд. грн, що є 4,4 % від всієї валової доданої вартості [3]. А вже у 2022 році ВДВ знизилась до 144 млрд. грн, а це в свою чергу становить 4% від загального показника. Впродовж останніх років ВДВ КІ зростала поступово, але встигла суттєво знизитися через повномасштабне вторгнення росії на територію України.

Розвитку КІ може сприяти активізація залучення українських компаній до толінгових операцій. Операції між торговими партнерами в різних країнах з виробництва готової продукції з давальницької сировини

називаються «толлінгом» або «толлінговими операціями» (від англійського слова «Tolling»), що буквально означає платежі за переробку оплаченої сировини з використанням цієї ж сировини. Водночас операції, в яких сировина замовника на одному з етапів переробки становить щонайменше 20% від загальної вартості готової продукції, також включаються до толлінгових операцій.

Україна розташована на кордоні з Європейським Союзом (ЄС) і має хороші логістичні зв'язки із західними країнами. Це робить Україну ідеальним місцем для іноземних компаній, які виробляють товари на основі митного оформлення та постачають їх західним клієнтам. Україна також є членом «Креативної Європи» [4]. «Креативна Європа» – один із найбільших проектів Єврокомісії в галузі культури, аудіовізуальних і творчих індустрій. Програма спрямована на розвиток культурного сектору та креативних індустрій у європейських країнах, зміцнення їхньої конкурентоспроможності та просування на міжнародний ринок.

Однією з провідних галузей України є текстильна промисловість, яка безпосередньо впливає на КІ категорії «Мода/Дизайн», розвиток якої має значний вплив на конкурентоспроможність вітчизняного виробництва споживчих товарів. З одного боку, текстиль служить матеріалом та інструментом для творчого самовираження дизайнерів, художників, модельєрів. З іншого – креативні індустрії генерують тренди, ідеї та візуальні образи, які втілюються у тканинах та одязі.

За даними Державної служби статистики України обсяг реалізованої підприємств текстильного виробництва склав 43888,8 млн грн на момент 2022 року. А у 2019 році в текстильній промисловості працювало 510 підприємств, на яких було зайнято 15,9 тис. осіб, і на сьогодні ці показники тільки зростають [2; 6]. На сьогодні, більш ніж 15 відомих іноземних брендів серед яких, Adidas, Zara, Benetton, Hugo Boss, Marks & Spencer, Next, Tommy Hilfiger виробляють одяг в Україні. Та близько 90% виробництва одягу здійснюється за давальницькою схемою.

В останні роки, в українській текстильній промисловості, та і в цілому в усіх секторах КІ спостерігається зростання використання давальницької сировини, що відображає світові тенденції. Це дає змогу швейним (і не тільки) підприємствам уникнути витрат на закупівлю сировини всередині компанії та зосередитися на якості своєї продукції, підвищуючи тим самим свою конкурентоспроможність, надаючи важливий ресурс для подальшого зростання індустрії.

Однією з таких галузей зростання є активне залучення до глобальних ланцюгів створення вартості (ГЛСВ), що сприятиме інноваціям і розробці нових продуктів і послуг, які відповідають сучасним вимогам ринку. Україна вже десятки років поспіль співпрацює з міжнародними партнерами та несе свій внесок у глобальні ланцюги створення вартості. Вона дає змогу знімати в Україні фільми, такі як «Тенет», «Трансформери

3», «Останній найманець», «І все освітілося» і тд. Українські бренди одягу теж беруть свою участь у колабораціях з іншими відомими брендами, яскравими прикладами таких колаборацій є «Adidas x KSENIASCHNAIDER», «Ruslan Baginskiy x Jo Malone» та «Gushka x Vanana Republic». Українські архітектори продають свої проекти та проєктують будівлі по всьому світу. А українські рекламні агентства створюють рекламні компанії для міжнародних брендів, знімають кліпи для іноземних виконавців і розробляють маркетингові стратегії для глобальних компаній. Сектори КІ експортують свою продукцію та послуги до усього світу, що допомагає Україні розвивати цю галузь ще більше, створюючи доходи та робочі місця. А співробітництво з міжнародними партнерами дає українським компаніям доступ до новітніх технологій та знань, які вони можуть використовувати для покращення своєї продукції та послуг.

Скорочення виробництва, втрата інфраструктури та невпевненість в економічних перспективах, що виникли внаслідок повномасштабного вторгнення РФ на територію України, призвели до зниження обсягів торгівлі. Однак, навіть у таких складних умовах, українські підприємства мають потенціал розвиватися в креативній індустрії.

Завдяки креативним та творчим талантам, висококваліфікованим працівникам та доступності давальницької сировини, наші підприємства можуть стати ключовими гравцями у світовій економіці.

Для забезпечення стабільності та розвитку КІ у воєнний час необхідно реалізувати заходи, спрямовані на забезпечення безпеки, підтримку вітчизняного підприємництва, стимулювання інновацій та розвиток альтернативних ринків. Також важливо розширювати співробітництво з іншими країнами та залучати іноземні інвестиції для розвитку цього сектору.

Список використаних джерел:

1. Верховна Рада України : веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
2. Виробництво на умовах давальницької сировини в Україні. DLF Attorneys-at-law : веб-сайт. URL: <https://dlf.ua/ua/virobnitstvo-na-umovah-davalnitskoyi-sirovini-v-ukrayini/>
3. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. О. Масна, Міжнародна торгівля продукцією креативних індустрій. Міністерство освіти і науки України : веб-сайт. 2020. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/41714/1/%D0%9C%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B0%20%D0%9E.pdf>
5. Ніколаєва О., Онопрієнко А. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Київська школа економіки. 2021. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
6. Україна: легка промисловість. BYE : веб-сайт. URL: <http://surl.li/tustd>