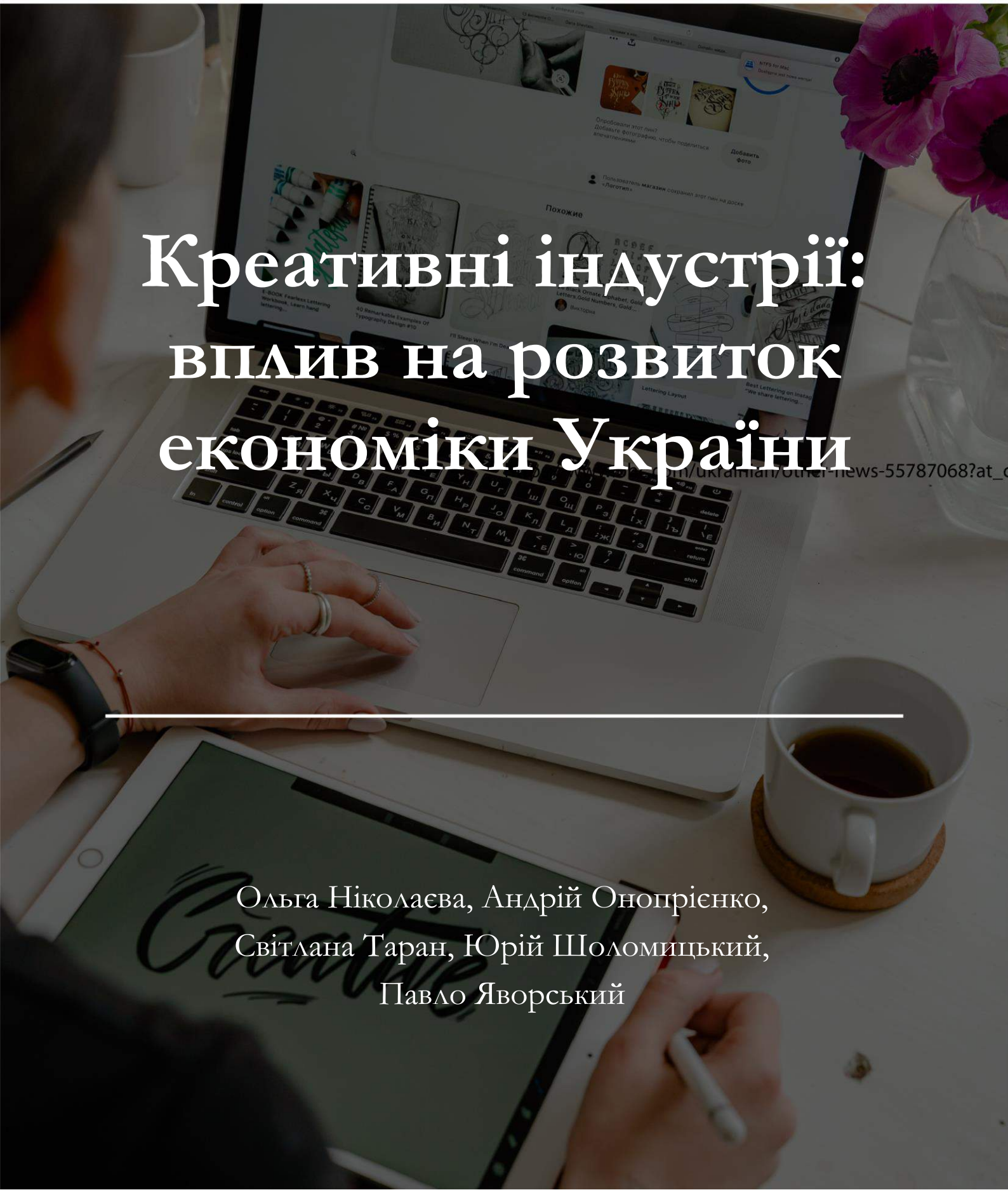
Міністерство культури та інформаційної політики України

USAID ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ»

Trade+ at Kyiv School of Economics

KSE Kyiv School of Economics



Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України

Ольга Ніколаєва, Андрій Онопрієнко,
Світлана Таран, Юрій Шоломицький,
Павло Яворський

Подяка

Підготовка цього звіту стала можливою завдяки підтримці американського народу, наданої через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) в рамках Програми «Конкурентоспроможна економіка України». Думки авторів не обов'язково відображають погляди Агентства США з міжнародного розвитку або уряду Сполучених Штатів Америки.

Цей звіт підготовлено командою Центру аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки у партнерстві з Кімонікс Інтернешнл Інк. на замовлення Міністерства культури та інформаційної політики України. Команда авторів складається з Андрія Онопрієнко, Павла Яворського, Ольги Ніколаєвої, Світлани Таран, а також Юрія Шоломицького з Центру макроекономічного моделювання.

Ми хочемо висловити свою вдячність експертам Директорату книговидання, креативних індустрій та туризму Міністерства культури та інформаційної політики України – Анастасії Образцовій та Луізі Мороз.

Ми також вдячні за коментарі та методологічну підтримку Олександру Шепотило та Юрію Шоломицькому, а також Ользі Раковій, Андрію Козловцю та Данилу Красовицькому за допомогу зі збором та обробкою інформації.

Ми вдячні за можливість зробити свій внесок у розвиток української економіки та креативних індустрій.

Зміст

Перелік скорочень 4
Зведений звіт 5
Вступ 8
Розділ 1. Концепція та визначення креативних індустрій 9
Розділ 2. Креативні Індустрії України 11
2.1. Загальний розвиток креативних індустрій 11
2.2. Міжнародна торгівля 19
2.3. Огляд креативних індустрій 30
IT 30
Реклама, маркетинг та PR 34
Аудіовізуальне мистецтво 38
Архітектура 41
Література та видавнича справа 43
Розділ 3. Економічні профілі креативних індустрій країн-орієнтирів 47
3.1. Ключові висновки 47
3.2. Профілі Креативних Індустрій країн-орієнтирів 49
Велика Британія 49
Німеччина 52
Польща 54
Туреччина 56
Сполучені Штати Америки 58
Канада 60
Розділ 4. Вплив Креативних Індустрій України на Розвиток Суміжних Секторів Економіки 62
4.1. Економічний вплив креативних індустрій: огляд літератури 62
4.2. Підходи до оцінки економічного впливу креативних індустрій: огляд літератури 64
Використання таблиць витрати-випуск та мультиплікаторів 64
Приклади досліджень з застосуванням аналізу мультиплікаторів для креативних індустрій на основі таблиць витрати-випуск 65
Аналіз загального впливу креативних індустрій на економіку на основі економетричних оцінок 70
4.3. Методологія та дані 71
Таблиці витрати-випуск 71
Модель витрати-випуск 73
Обчислювальна модель загальної рівноваги 75
4.4. Результати 77
Розділ 5. Висновки 82
Посилання 85
Додатки 90
Додаток А. Порівняння визначень креативних індустрій окремих країн 90
Додаток Б. Ключові економічні показники розвитку креативних індустрій України 94
Додаток В. Використання даних проміжного споживання креативних індустрій Польщі для деталізації українських даних 101
Додаток Г. Таблиця витрати випуск та матриця соціальних рахунків для креативних індустрій України 103
Додаток Д. CGE модель України 107

Перелік скорочень

ВДВ	Валова Додана Вартість
КІ	Креативна/і Індустрія/ї
КЛС	Культурний Сектор
МКІ	Мистецтво та Креативні Індустрії
НДДКР	Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи
ООН	Організація Об'єднаних Націй
СГ	Суб'єкт Господарювання
США	Сполучені Штати Америки
ЦКМС	Цифровий, Креативний, Медіа та Спортивний сектори

Зведений звіт

Значення КІ, що лежать на перехресті мистецтва, бізнесу і технологій, постійно зростає – як на національному рівні, так і в порівнянні конкурентоспроможності країн на міжнародному рівні. Вони стали стратегічним напрямом для підвищення конкурентоспроможності, продуктивності, зайнятості та стійкого економічного зростання.

Виняткове зростання оборотів та створення нових робочих місць, стійкість до економічної кризи робить креативні галузі привабливою сферою інвестицій як на приватному, так і на державному рівнях. З іншого боку, досить обмеженою є сфера знань щодо економічної ролі КІ та їх впливу на розвиток інших секторів економіки.

Креативні індустрії (КІ) України включають візуальне мистецтво, сценічне мистецтво, видавничу діяльність, дизайн, моду, ІТ, аудіовізуальне мистецтво, архітектуру, рекламу, бібліотеки, архіви та музеї, народні художні промисли.

Валова додана вартість (ВДВ), зайнятість та кількість суб'єктів господарювання КІ України зростають швидкими темпами. У 2018 році ВДВ креативних індустрій склала 97 млрд гривень (3,9% загальної доданої вартості), а в 2019 році вона вже склала 117,2 млрд гривень (3,95% загальної доданої вартості).

Більшу частину доданої вартості КІ створює Комп'ютерне програмування - майже 43% від загальної ВДВ КІ в 2019 році, що і забезпечує їх стрімке зростання. Крім Комп'ютерного програмування, ***до ТОП-5 найбільших видів економічної діяльності КІ за ВДВ також відносяться Рекламні агентства (12%), Консультування з питань інформатизації (10%), Діяльність у сфері телевізійного мовлення (9%), а також Виробництво кіно та відеофільмів, телевізійних програм (4%) та Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації (4%).***

Зайнятість у КІ з 2013 року зросла на майже 40%. Загалом в 2019 році КІ забезпечили роботою 352 тисяч людей, або 3,8% зайнятих. Для порівняння, роком раніше в КІ було зайнято 309,5 тисяч працівників, а в 2013 році – 252 тисячі працівників.

У товарній торгівлі креативних індустрій імпорт переважає експорт і ця тенденція є стійкою. Щодо експорту послуг, то тут ситуація є протилежною – експорт значно перевищує імпорт .

У 2019 році експорт креативних товарів склав 0,51 млрд дол. США, а експорт послуг зріс до 5,4 млрд дол. США. В структурі торгівлі креативні товари не відіграють суттєвої ролі, вони становлять 1% експорту і 1,5% імпорту. В той же час експорт креативних послуг в 2019 році склав 30% загального експорту послуг та 6,1% імпорту.

Серед окремих видів послуг КІ, зростання експорту в 2020 році демонструють Інформаційні послуги (+65%), Аудіовізуальні послуги та пов'язані з ними послуги(+24%), Комп'ютерні послуги (+21%) та Реклама та маркетинг (11%). З іншого боку, скоротився обсяг експорту Архітектурних, інженерних та інших технічні послуги (-21%), Інші послуги приватним особам та послуги в галузі культури та відпочинку (-21%) та НДДКР (-7%).

Вплив КІ на економіку має різні рівні. Перш за все, розглядають ***прямий вплив КІ на економіку***, прикладом якого збільшення валової доданої вартості в креативних галузях еквівалентне величині додаткових кінцевих споживчих витрат домогосподарств, сектору загального державного управління та чистого експорту товарів та послуг КІ.

Креативні галузі одночасно споживають та постачають товари та послуги з інших галузей, а також потребують додаткового збільшення власного проміжного споживання для випуску готового продукту. Це призводить до формування **непрямих впливів** зростання випуску унаслідок додаткової потреби у готових продуктах чи послугах.

Зі збільшенням випуску галузей, зайняті у виробництві домогосподарства отримують більший дохід, що означає розширення їхнього споживання. Вплив від збільшення споживання називають **індукованим**.

Зростання доданої вартості, створеної креативними індустріями на 1 гривню викликає зростання валової доданої вартості в економіці на 2,20 грн. Тобто додатково створені ще 1,20 грн доданої вартості. З них 72 копійки за рахунок проміжного споживання (непрямий вплив) та 48 копійок за рахунок додаткового споживання домогосподарствами (індукований вплив). Найбільші мультиплікатори валової доданої вартості у

- бібліотеках, музеях архівах (4,31),
- архітектурі (3,72),
- видавництві (3,32),
- дизайні, фотографії, перекладацькій діяльності (3,06),
- аудіовізуальному та аудіальному мистецтві (2,90).

Зростання кінцевого споживання загальнодержавного управління у КІ на 1 грн призводить до додаткового зростання валової доданої вартості на 88

копійок. До найбільшого зростання валової доданої вартості приносять вкладення в

- галузь зв'язків з громадськістю, маркетингу, рекламі (1,06),
- аудіовізуальне та аудіальне мистецтво (1,01),
- архітектуру (0,87),
- дизайн, фотографію, перекладацьку діяльність (0,85)
- програмуванні (0,84)

З іншого боку ситуація може відрізнятися, якщо кошти витрачаються не на споживання, а на капіталовкладення, - ***саме капітальні вкладення призводять до найбільшого економічного зростання***. Зокрема, ***збільшення капіталу в галузі програмування на 1 гривню призводить до збільшення загального ВВП на 3,2 грн., тоді як для інших галузей, таке зростання є близьким до 2:***

- бібліотеки, музеї архіви - 2,2 грн,
- видавництво - 2,1 грн
- архітектура - 2,1
- сценічне та інше мистецтво - 2,0 грн
- виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів - 2,0 грн
- зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама - 2,0 грн
- дизайн, фотографія, перекладацька діяльність - 2,0 грн
- аудіовізуальне та аудіальне мистецтво - 1,9 грн
- виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів - 1,9 грн.

Вступ

В 2019 році Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй (ООН) оголосила 2021 рік Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку. Ця номінація стала визнанням зростання ролі креативних індустрії на економічний розвиток як розвинених країн, так й країн що розвиваються. Програма заходів Міжнародного року креативної економіки передбачає проведення низки форумів, конференцій та міжурядових зустрічей, які мають привернути увагу до проблем, які стримують розвиток креативних індустрій (КІ) та можливостей, які створюють ці сфери.

Значення КІ, що лежать на перехресті мистецтва, бізнесу і технологій, постійно зростає – як на національному рівні, так і в порівнянні конкурентоспроможності країн на міжнародному рівні. Вони стали стратегічним напрямом для підвищення конкурентоспроможності, продуктивності, зайнятості та стійкого економічного зростання. (UNCTAD 2019) [1]. Виняткове зростання оборотів та створення нових робочих місць, стійкість до економічної кризи робить креативні галузі привабливою сферою інвестицій як на приватному, так і на державному рівнях. (UNCTAD 2004) [2]. З іншого боку, досить обмеженою є сфера знань щодо економічної ролі КІ та їх впливу на розвиток інших секторів економіки.

Можливо, одним з найпростіших для розв'язання проблемних аспектів дослідження КІ є наявність інформації щодо економічних показників. Хоча КІ є часто вживаним терміном, все ж таки існують різні концепції того, до яких видів економічної діяльності його можна застосовуватися.

Даний звіт презентує результати дослідження економіки КІ України. Розділ 1 присвячений визначенню креативних індустрій та співставності визначення креативних індустрій в Україні та концепцій, які використовуються в інших країнах. Розділ 2 представляє сучасний стан КІ України, їх вклад у національну економіку. Розділ 3 порівнює Україну з країнами, які є близькими до нас за рівнем розвитку або значно випереджають Україну та є орієнтиром для довгострокового розвитку. Розділ 4 надає опис технічного підходу до оцінювання впливу КІ України на суміжні сектори економіки та представляє результати оцінки. Останній розділ звіту, Розділ 5, представляє ключові висновки проведеного нами дослідження.

Розділ 1. Концепція та визначення креативних індустрій

В цьому розділі представлено концептуальний підхід до визначення креативних індустрій (КІ), який застосовується Україною. Крім того, розділ аналізує відмінності, які існують між українським підходом та визначеннями, які використовуються іншими країнами.

Хоча термін креативних індустрій стає все більш розповсюдженим, країни мають різні підходи до їх визначення. Спроби запровадити міжнародний стандарт тривають, проте ціль ще не досягнуто [3].

Закон України «Про культуру» дає наступне визначення креативних індустрій [4]:

"Креативні індустрії - види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження".

Базові види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій визначені розпорядженням КМУ від 24.04.2019 № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» [5]. До них входять 34 види економічної діяльності (дивись Додаток А, таблиця А1).

Загалом вони включають такі сектори:

- візуальне мистецтво: живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо;
- сценічне мистецтво: жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо;
- література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації;
- аудіальне мистецтво;
- аудіовізуальне мистецтво: кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо;
- дизайн;
- мода;
- нові медіа та інформаційно–комунікаційні технології: програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві (3D–друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо);
- архітектура і урбаністика;
- реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги;
- бібліотеки, архіви та музеї;
- народні художні промисли.

Види економічної діяльності, визначені розпорядженням Кабінету Міністрів України № 265-р, охоплюють активність, що безпосередньо пов'язана зі створенням креативного продукту. Водночас значний внесок у креативну економіку роблять і суміжні сфери (діяльність у сфері зв'язку, друк, туризм тощо). Це додаткові види економічної діяльності, які надають підтримку, полегшують, обслуговують та/або уможливлюють створення, виробництво й розповсюдження продукту, який генерується креативними індустріями.

У фокусі цього дослідження — 34 види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій відповідно до розпорядження КМУ і безпосередньо стосуються створення креативного продукту.

Країни, що входять до даного дослідження хоча схожі по суті, все одно відрізняються за методологією визначення креативних індустрій. Так, методологія Польщі та Туреччини та Євростату загалом побудовані на звіті [6] Європейської мережі статистичних систем з питань культури (ESSnet-Culture) 2012 року. Звіт визначає галузі що повністю належать до сфери культури, переважно, або частково. Зазвичай країни відносять до сфери культури ті види діяльності що належать до категорій повністю та переважно. Але все одно між статистикою країн залишаються розбіжності.

Статистична служба Великої Британії, виокремлює окрему групу видів економічної діяльності – Креативні індустрії, Цифровий сектор, Культурний сектор, Телекомунікації, Азартні ігри, Спорт та Туризм [7] (ЦКМС). Частково, ці сектори перетинаються один з одним: Креативний сектор включає в себе Культурний та значно пересікається з Туризмом та Цифровим сектором.

Варто зазначити, що формальне порівняння видів економічної діяльності, не завжди повністю характеризує методологічні відмінності визначення креативних індустрій між країнами. Канада, зокрема, визначає види економічної діяльності, що відносяться до сфери культури, більш широко та детально (на рівні 6 знаків Північноамериканської система класифікації промисловості), але в межах цих кодів обмежує діяльність лише креативними товарами та послугами. Наприклад, до креативних індустрій включено легку промисловість, але лише в межах ремесел.

США виділяють мистецтво та креативні індустрії на рівні 8 знаків класифікації стандартної галузевої класифікації, що дає більш точне визначення, але в той же час ускладнює порівняння між країнами.

При наведенні статистики в цьому звіті використані національні визначення країн, а відмінності у визначеннях наведені у Додатку А, Таблиця А1. Для Великої Британії, Німеччини, Польщі, Туреччини та України порівняння здійснені на основі кодів економічної діяльності. В той же час, через різний рівень деталізації, співставлення з США та Канадою є лише частковим, за зазначеними сферами діяльності, а не за точними кодами.

Розділ 2. Креативні Індустрії України

В цьому розділі аналізується поточний стан розвитку креативних індустрій (КІ), України. Аналіз проводиться як на високому рівні агрегації, так й на більш деталізованих рівнях – окремих креативних індустрій та видів економічної діяльності.

Порівняння проводиться за ключовими показниками, які характеризують економічний розвиток – валовою доданою вартістю (ВДВ), зайнятістю та кількістю бізнесів, задіяних у КІ.

2.1. Загальний розвиток креативних індустрій

Креативні індустрії (КІ) України включають візуальне мистецтво, сценічне мистецтво, видавничу діяльність, дизайн, моду, IT, аудіовізуальне мистецтво, архітектуру, рекламу, бібліотеки, архіви та музеї, народні художні промисли. Детальні види економічної діяльності надано у Таблиці А1 (Додаток А).

Валова додана вартість КІ України зростає швидкими темпами. У 2018 році ВДВ креативних індустрій склала 97 млрд гривень (3,9% загальної доданої вартості, Рисунок 2.1), а в 2019 році вона вже склала 117,2 млрд гривень (3,95% загальної доданої вартості).

Більшу частину доданої вартості КІ створює Комп'ютерне програмування - майже 43% від загальної ВДВ КІ в 2019 році (Рисунок 2.2), що і забезпечує їх стрімке зростання. В 2019 році номінальна ВДВ Комп'ютерного програмування виросла в 7,7 рази у порівнянні з докризовим 2013 роком, а враховуючи інфляцію – майже в 3 рази.

Крім Комп'ютерного програмування, ***до ТОП-5 найбільших видів економічної діяльності КІ за ВДВ також відносяться Рекламні агентства (12%), Консультування з питань інформатизації (10%), Діяльність у сфері телевізійного мовлення (9%), а також Виробництво кіно та відеофільмів, телевізійних програм (4%) та Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації (4%).***

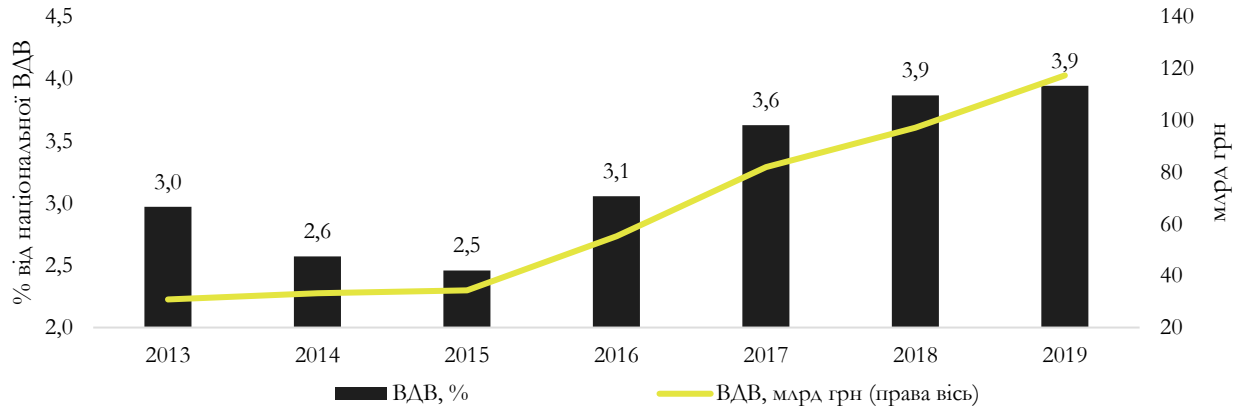
Якщо розглянути економічну діяльність КІ на більш високому рівні, ***більша частина ВДВ КІ створюється діяльністю, пов'язаною з інформаційними***

технологіями (ІТ). В 2019 року ІТ згенерували 63,7 млрд гривень ВДВ або 54,3% національної ВДВ КІ(Рисунок 2.3). На другому місці Реклама, маркетинг та PR – 20,2 млрд гривень ВДВ або 17% національної ВДВ. На третьому місці з невеликим відставанням знаходиться Аудіовізуальне мистецтво – 19,4 млрд гривень ВДВ або 17% національної ВДВ.

Швидкими темпами зростає і кількість фірм в сферах КІ. На 2019 рік налічувалось 205,5 тисяч суб'єктів господарювання (СГ). Для порівняння, роком раніше в КІ діяло 175,2 тисячі СГ, а в 2013 році – 97 тисяч СГ (Рисунок 2.4). Відповідно, кількість СГ, які створюються ВДВ у КІ зросла у 2019 році на 17,3% до попереднього року та більш ніж вдвічі до 2013 року. Інші види економічної діяльності КІ зростали повільніше і, як результат, частка компаній КІ зросла з 5,6% в 2013 році до 10,6% у 2019.

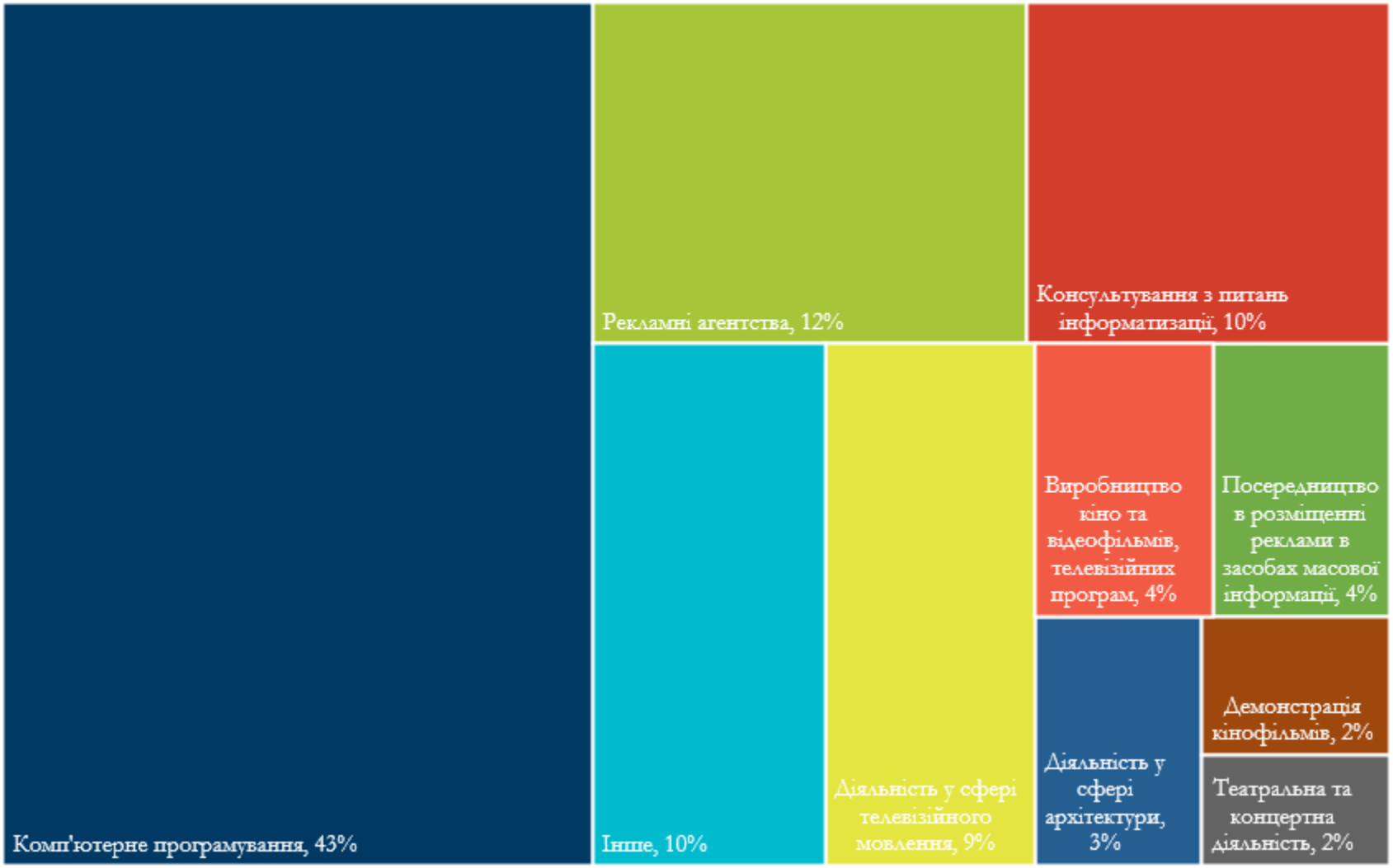
Більша частина СГ КІ діє у сфері Комп'ютерного програмування – майже 59% від усіх бізнесів КІ в 2019 році (Рисунок 2.5). Кількість СГ у сфері Комп'ютерного програмування у 2019 році зросла на 21% до попереднього року, та більш ніж втричі до 2013 року. Можливою причиною такого суттєвого зростання є активне використання спрощеної системи звітності та оподаткування, що мотивує спеціалістів реєструватися як індивідуальні підприємці.

Рисунок 2.1. Валова додана вартість КІ в Україні



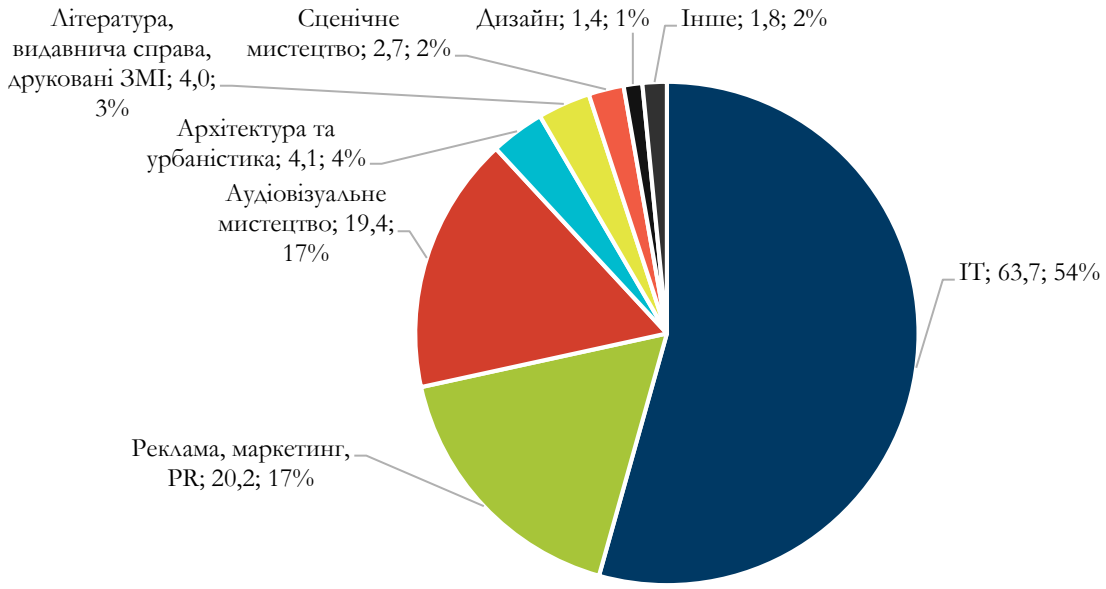
Джерело: Державна служба статистика України.

Рисунок 2.2. Структура валової доданої вартості КІ в Україні, 2019.



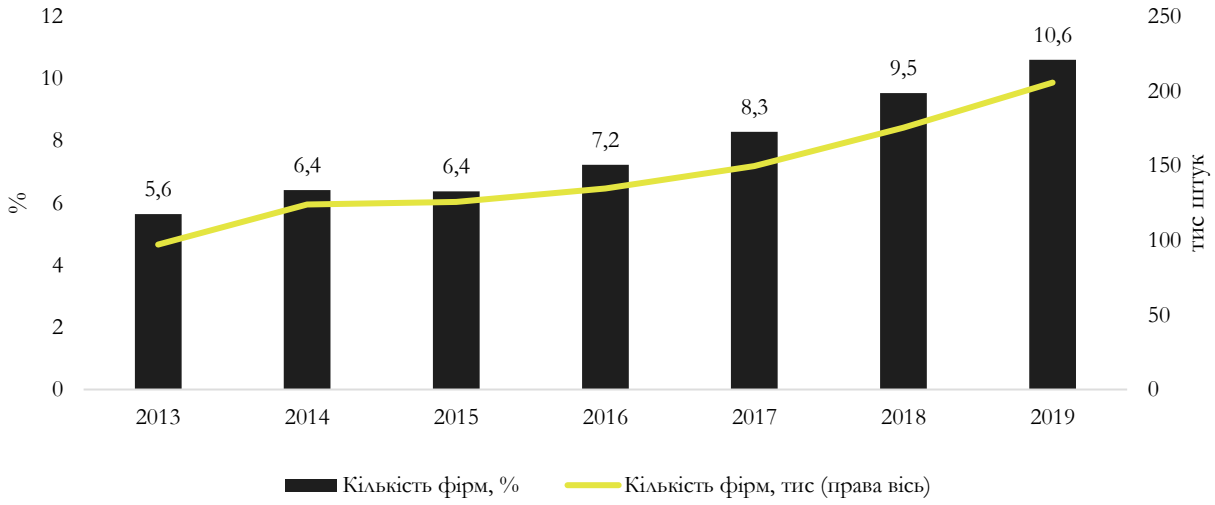
Джерело: Державна служба статистика України

Рисунок 2.3. Структура валової доданої вартості КІ в Україні, 2019, млрд гривень.



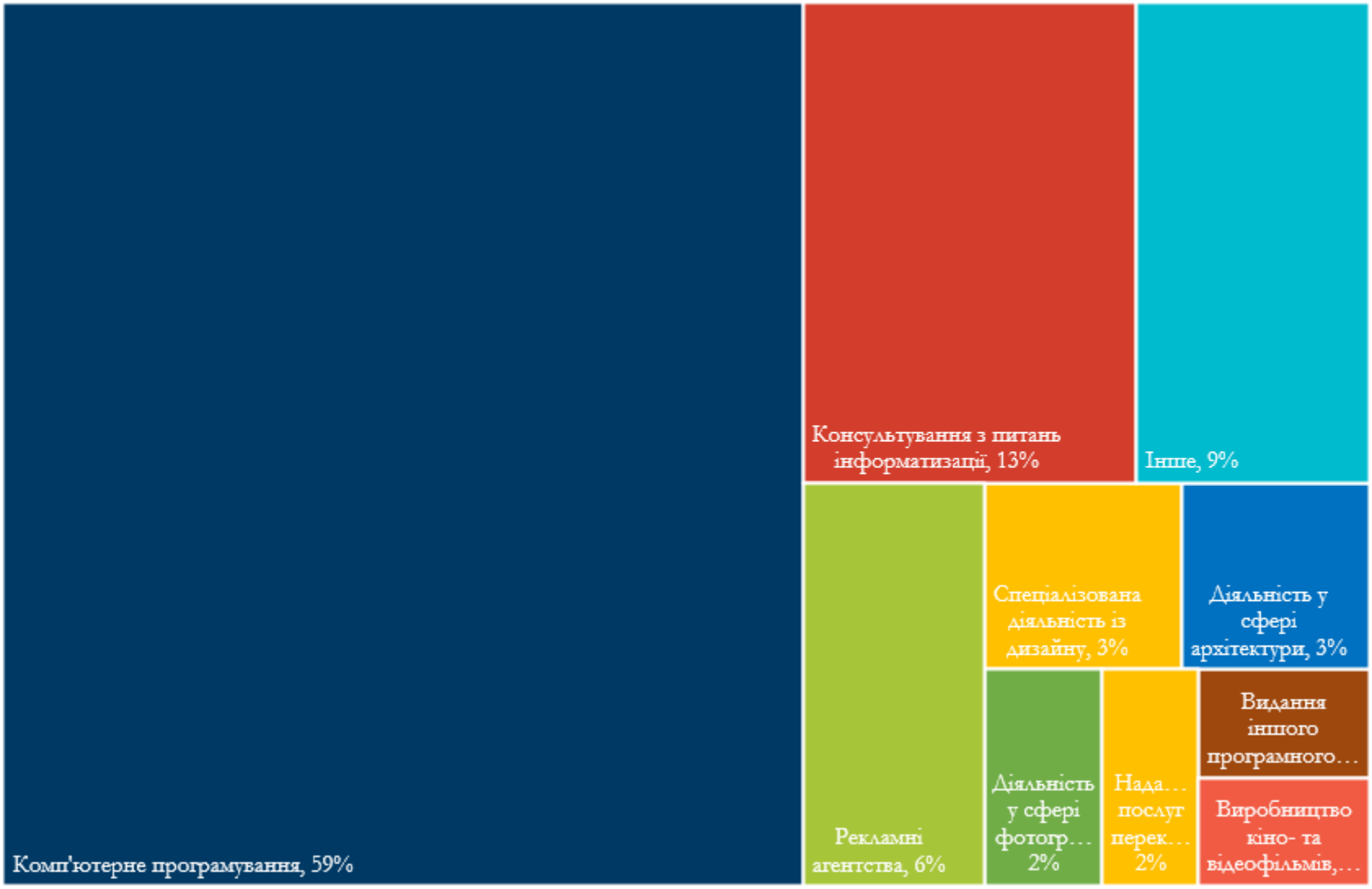
Джерело: Державна служба статистика України

Рисунок 2.4. Кількість фірм КІ в Україні



Джерело: Державна служба статистика України

Рисунок 2.5. Структура суб'єктів економічної діяльності КІ в Україні, 2019.



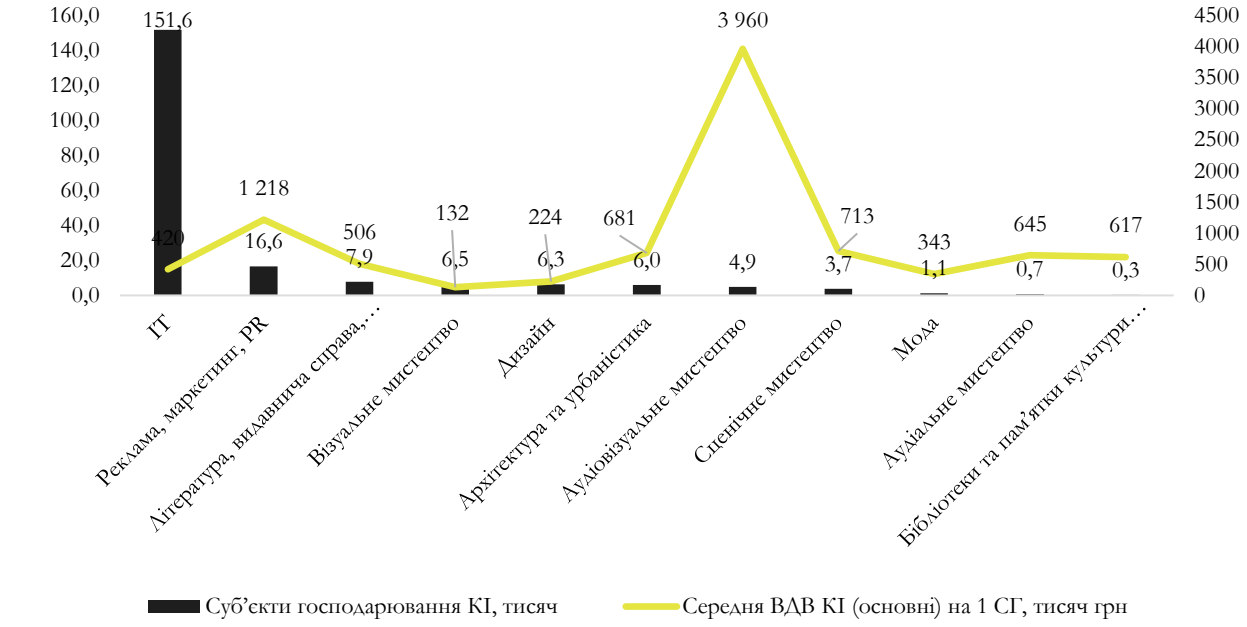
Джерело: Державна служба статистики України

Суттєву частку у структурі суб'єктів економічної діяльності КІ також займають Консультування з питань інформатизації (13%), Рекламні агентства (6%), а також Спеціалізована діяльність із дизайну (3%) та Діяльність у сфері архітектури (3%) (Рисунок 2.5). Ці сфери діяльності також демонструють високі темпи зростання, можливо, за рахунок методів, аналогічних сфері Комп'ютерного програмування.

З точки зору генерування ВДВ у розрахунку на одного СГ в 2019 року найбільше ВДВ створюють суб'єкти аудіовізуального мистецтва – 3 960 тисяч гривень (Рисунок 2.6). Ця сфера діяльності значно випереджає Рекламу, маркетинг та PR, які перебувають на другому місці (1 218 тисяч гривень), та Сценічне мистецтво (718 тисяч гривень). Для порівняння один СГ у сфері ІТ створює 420 тисяч гривень ВДВ, а найменше ВДВ на 1 СГ в 2019 році згенерували СГ Візуального мистецтва – 132 тисячі гривень.

На відміну від кількості економічних суб'єктів та ВДВ***, зайнятість у КІ зростала не так швидко, хоча з 2013 року зростання склало майже 40%.*** Загалом в 2019 році КІ забезпечили роботою 352 тисяч людей, або 3,8% зайнятих (Рисунок 2.7). Для порівняння, роком раніше в КІ було зайнято 309,5 тисяч працівників, а в 2013 році – 252 тисячі працівників.

Рисунок 2.6. Кількість суб'єктів господарювання та ВДВ КІ (основні) на 1 СГ в 2019 році



Джерело: Державна служба статистики України

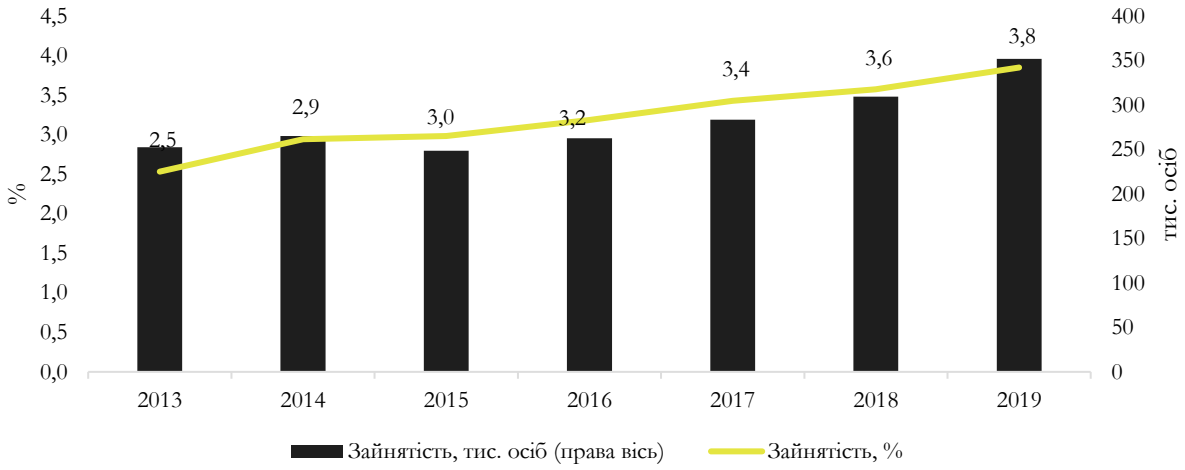
Крім того, зайнятість КІ є менш концентрована у певних сферах, ніж кількість СГ. ***Хоча більша частина зайнятості в КІ все ж таки діє у сфері Комп'ютерного програмування*** - майже 42% від усіх працівників КІ в 2019 році (Рисунок 2.8), кількість працівників розподілена більш рівномірно між іншими

видами економічної діяльності. Зайнятість у сфері Комп'ютерного програмування у 2019 році зросла на 20% до попереднього року, та в 2,5 рази до 2013 року. Такі темпи зростання є співставними з темпами зростання кількості СГ.

Суттєвий внесок у кількість працівників КІ роблять Консультування з питань інформатизації (11%), Рекламні агентства (9%), Діяльність у сфері архітектури (5,4%) та Діяльність у сфері телевізійного мовлення (4,7%) (Рисунок 2.8).

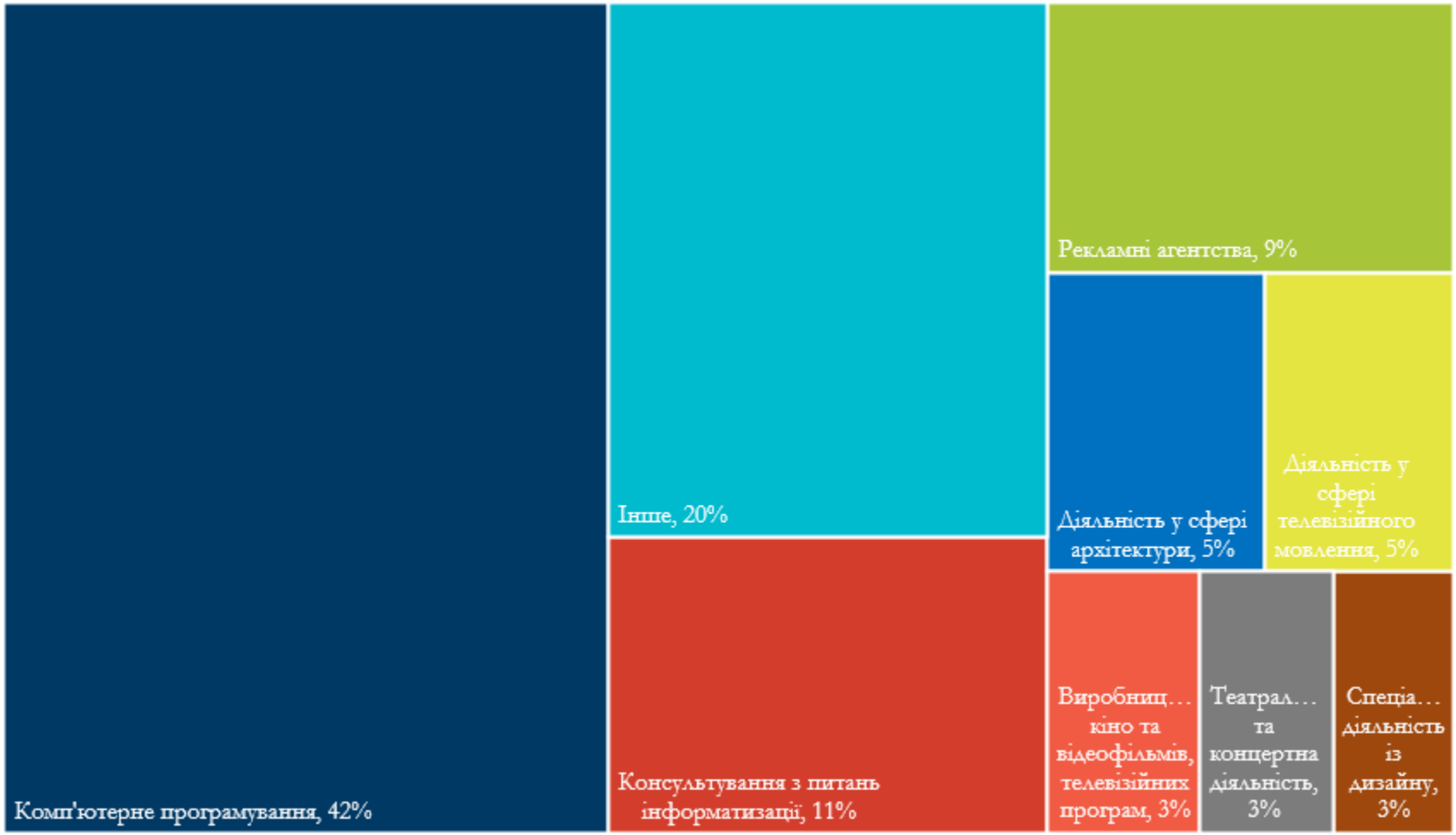
З точки зору генерування ВДВ, у розрахунку на одного працівника в 2019 року найбільше ВДВ також створюють суб'єкти аудіовізуального мистецтва – 557 тисяч гривень (Рисунок 2.9). Різниця між сферами КІ у розрахунку ВДВ на одного працівника не є такою великою, які у випадку ВДВ на одного СГ – для Реклами, маркетингу та PR цей показник складає 486 тисяч гривень, а для Комп'ютерного програмування – 333 тисячі гривень. Найменше в 2019 році згенерували суб'єкти Моди – 61 тисячу гривень ВДВ на 1 працівника.

Рисунок 2.7. Зайнятість в КІ в Україні



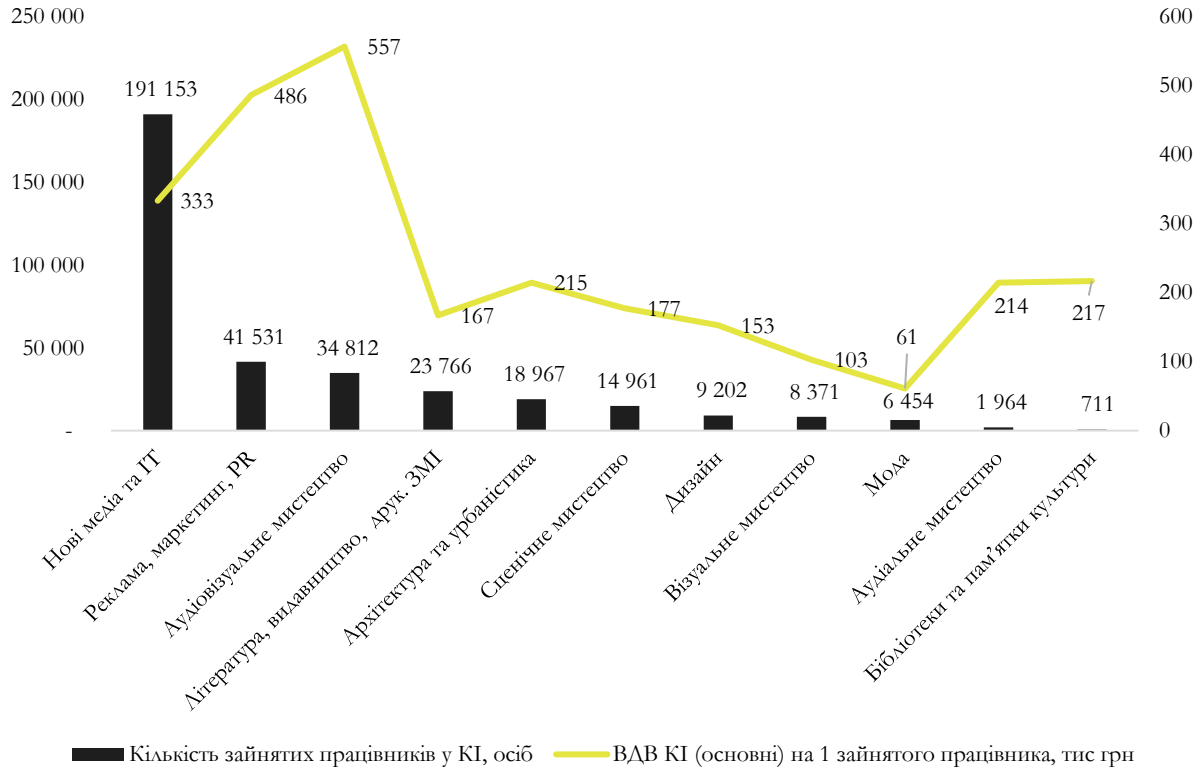
Джерело: Державна служба статистики України

Рисунок 2.8. Зайнятість в КІ в Україні, 2019.



Джерело: Державна служба статистики України

Рисунок 2.9. Зайнятість та ВДВ КІ (основні) на 1 працівника в 2019 році.



Джерело: Державна служба статистики України

2.2. Міжнародна торгівля

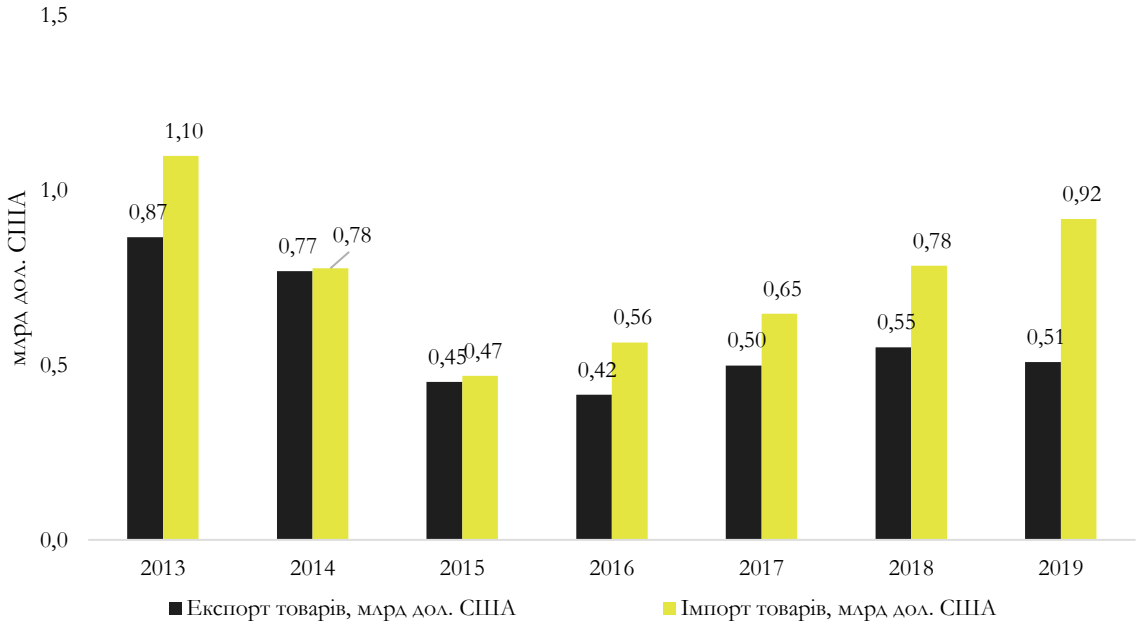
Слід зазначити, що оцінка обсягів експорту та імпорту товарів КІ базується на методології UNCTAD [8], в той час як оцінка обсягів експорту та імпорту послуг КІ – на основі методології UNESCO Institute for Statistics [9], враховуючи структуру КІ України. Зокрема, послуги КІ включають: рекламні, архітектурні, аудіовізуальні, культурно-рекреаційні, науково-дослідні, комп'ютерні та інформаційні послуги.

У товарній торгівлі креативних індустрій імпорт переважає експорт і ця тенденція є стійкою (Рисунок 2.10). Щодо експорту послуг, то тут ситуація є протилежною – експорт значно перевищує імпорт (Рисунок 2.11).

Говорячи про експорт креативних індустрій, перш за все, маються на увазі послуги. ***У 2019 році експорт креативних товарів склав 0,51 млрд дол. США.*** Хоча він поступово відновлюється останніх років, але все ще не досяг рівня 2013 року. Порівняно з 2013 роком експорт креативних послуг зріс на 68% до 5,4 млрд дол. США завдяки швидкому зростанню комп'ютерних послуг, тоді як експорт інших послуг все ще на 36,7% менше, порівняно з 2013 роком. В структурі торгівлі

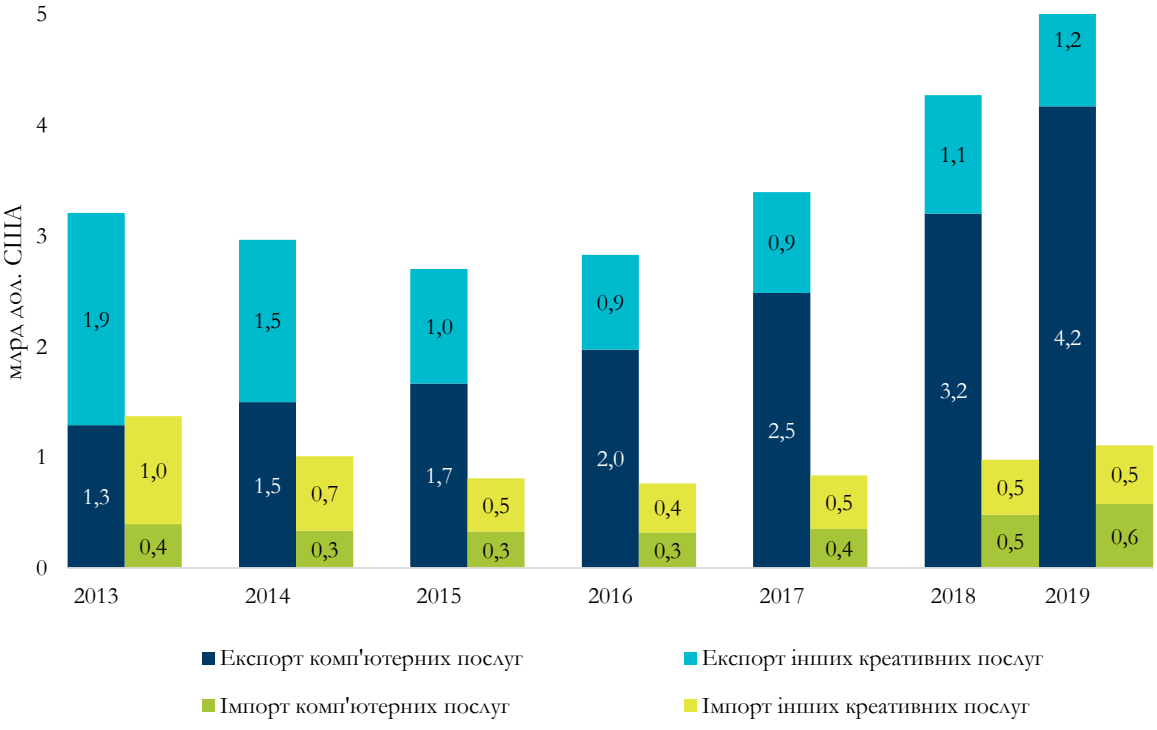
креативні товари не відіграють суттєвої ролі, вони становлять 1% експорту і 1,5% імпорту (Рисунок 2.12). В той же час експорт креативних послуг в 2019 році склав 30% загального експорту послуг та 6,1% імпорту (Рисунок 2.13).

Рисунок 2.10. Експорт та імпорт товарів КІ України, млрд дол. США



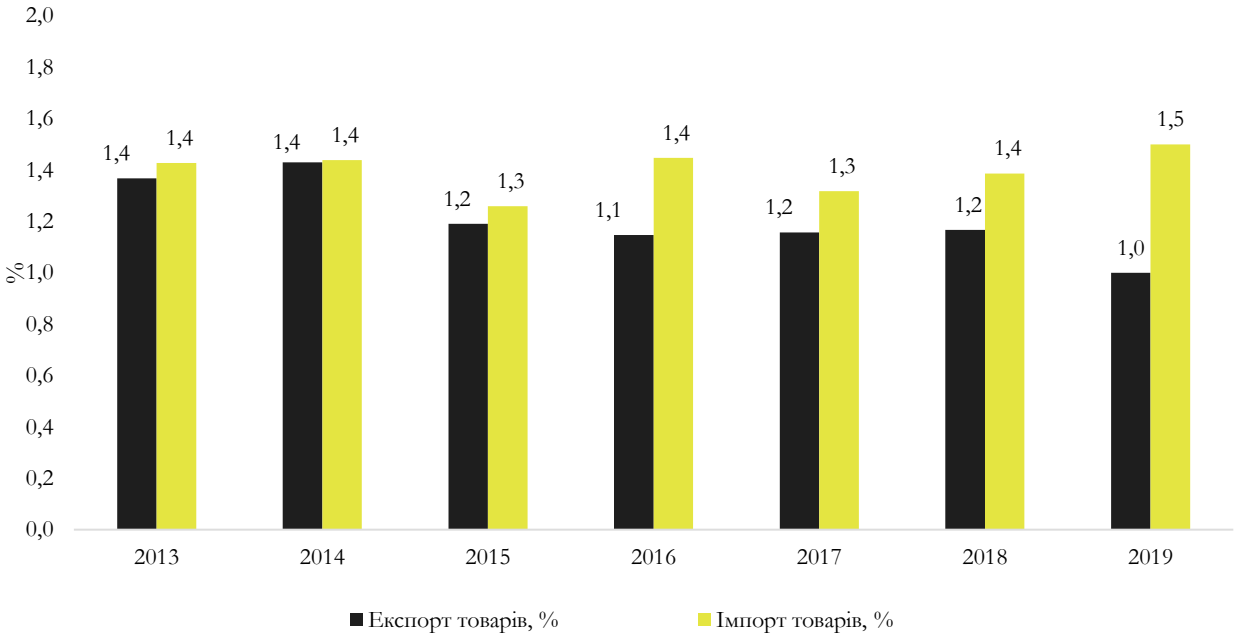
Джерело: Державна служба статистики України

Рисунок 2.11. Експорт та імпорт послуг КІ України, млрд дол. США



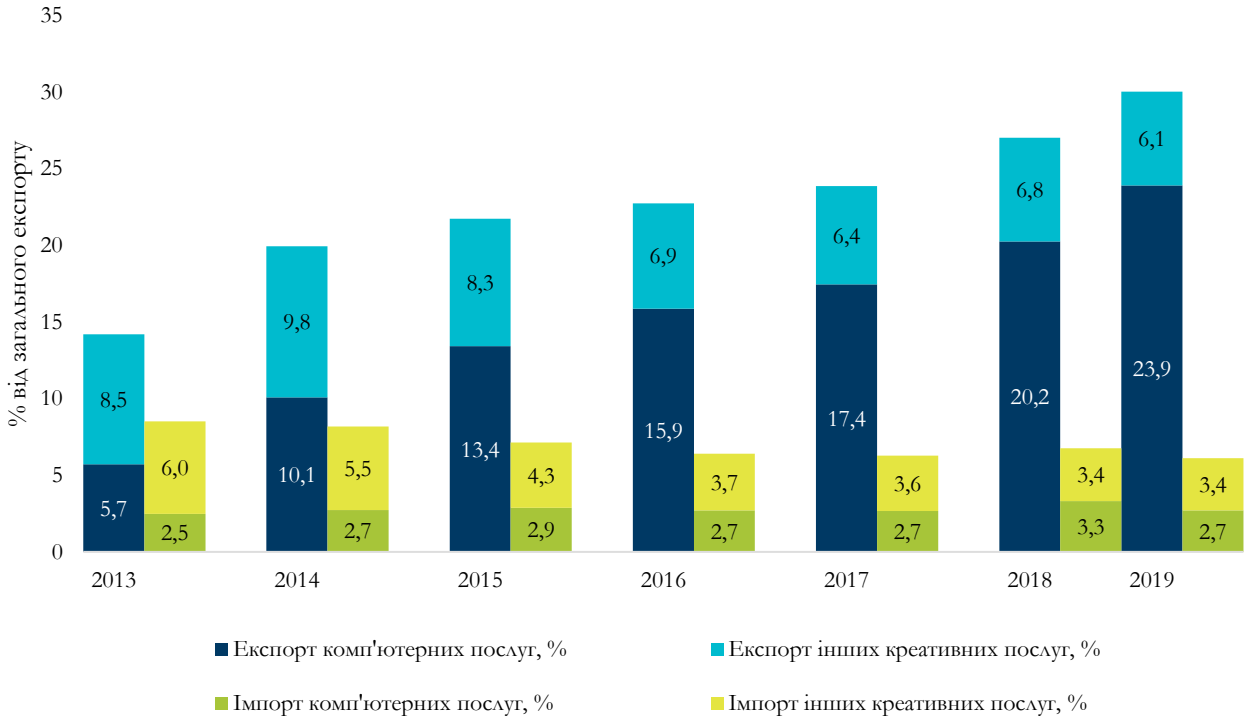
Джерело: Національний банк України

Рисунок 2.12. Експорт та імпорт товарів КІ України, % до загального обсягу



Джерело: Державна служба статистики України

Рисунок 2.13. Експорт та імпорт послуг КІ України, % до загального обсягу



Джерело: Національний банк України

У товарному розрізі український імпорт є більш різноманітним за експорт, оскільки ми імпортуємо 192 товарні групи (на рівні 6 знаків УКТ ЗЕД), а експортуємо 163 товарні групи.

Серед товарів, які експортуються абсолютним беззаперечним лідером є товарна група "Інші меблі дерев'яні" (код УКТ ЗЕД 940360), яка в 2019 році склала 112 млн доларів США або 22% усього експорту КІ України (Рисунок 2.14). Ця товарна група включає в себе такі підгрупи як "Меблі дерев'яні для столових та житлових кімнат", "Меблі дерев'яні для магазинів" та "Інші меблі дерев'яні".

До ТОП-5 товарних груп за обсягами експорту також входять "Шпалери та аналогічні покриття стін, вироблені з паперу, покритого з лицьового боку зернистим, тисненим, забарвленим, надрукованим малюнком або іншим способом, оздобленого шаром пластмаси" (код УКТ ЗЕД 481420) – 77 млн доларів США або 15% усього експорту КІ України, "Меблі дерев'яні типу спальні" (код УКТ ЗЕД 940350) – 43 млн доларів США або 8,4% усього експорту КІ України, "Трикотажні вироби для меблювання" (код УКТ ЗЕД 630491) – 35,9 млн доларів США або 7% усього експорту КІ України та "Триколісні велосипеди, самокати, педальні автомобілі та аналогічні іграшки на колесах; лялькові коляски; ляльки; інші іграшки; моделі зменшеного розміру ("у масштабі") та аналогічні моделі для розваг, діючі чи недіючі; головоломки різні" (код УКТ ЗЕД 950300) – 31,1 млн доларів США або 6,1% усього експорту КІ України.

Серед імпорту також є товарна група, яка домінує над іншими – "Триколісні велосипеди, самокати, педальні автомобілі та аналогічні іграшки на колесах; лялькові коляски; ляльки; інші іграшки; моделі зменшеного розміру ("у масштабі") та аналогічні моделі для розваг, діючі чи недіючі; головоломки різні" (код УКТ ЗЕД 950300), яка в 2019 році склала 212 млн доларів США або 23% усього експорту КІ України (Рисунок 2.15).

До ТОП-5 товарних груп за обсягами імпорту також входять "Люстри та інші електричні освітлювальні прилади, які підвішуються або закріплюються на стелі чи на стіні, за винятком тих, що використовуються для освітлення відкритих майданчиків або транспортних магістралей" (код УКТ ЗЕД 940510) – 63,3 млн доларів США або 6,9% усього імпорту КІ України, " Саквояжі, чемодани, дорожні дамські сумки-чемоданчики тощо з лицьовою поверхнею з листів пластмаси або текстильних матеріалів " (код УКТ ЗЕД 420292) – 40,6 млн доларів США або 4,4% усього імпорту КІ України, " Полотна трикотажні завширшки більш як 30 см з вмістом 5 мас.% або більше еластомірних ниток, , але без вмісту гумових ниток"(код УКТ ЗЕД 600410) – 37,5 млн доларів США або 4,1% усього імпорту КІ України та "Консолі та обладнання для відеоігор, крім зазначених у підпозиції 950430" (код УКТ ЗЕД 950450) – 29,6 млн доларів США або 3,5% усього імпорту КІ України.

.

Рисунок 2.14. Товарна структура експорту КІ України, 2019, % до загального експорту України та тисяч дол. США



Джерело: Державна служба статистики України

Рисунок 2.15. Товарна структура імпорту КІ України, 2019, % до загального експорту України та тисяч дол. США



Джерело: Державна служба статистики України

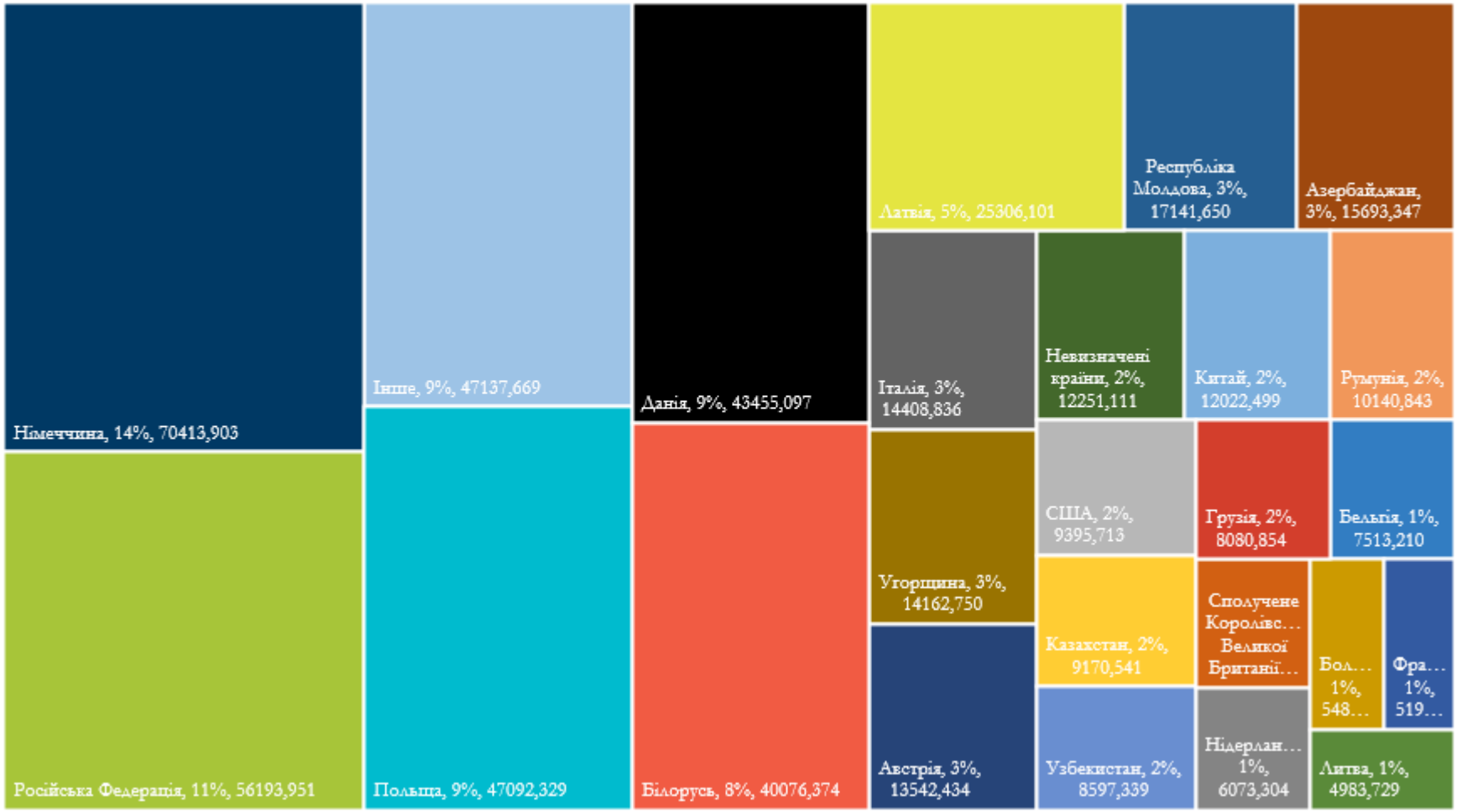
У географічному розрізі ситуація протилежна до товарного розрізу – український експорт є більш різноманітним за імпорт, оскільки ми імпортуємо товари з 119 країн, а експортуємо до 146 країн.

До головних напрямів українського експорту в 2019 році відносяться Німеччина (70,4 млн доларів США або 13,8% усього експорту КІ України), Російська Федерація (56,2 млн доларів США або 11% усього експорту КІ України), Польща (47 млн доларів США або 9,2% усього експорту КІ України), Данія (43,4 млн доларів США або 8,5% усього експорту КІ України), Білорусь (40 млн доларів США або 7,9% усього експорту КІ України), Латвія (25,3 млн доларів США або 5% усього експорту КІ України), Молдова (17 млн доларів США або 3,4% усього експорту КІ України), Азербайджан (15,7 млн доларів США або 3,1% усього експорту КІ України), Італія (14,4 млн доларів США або 2,8% усього експорту КІ України) та Угорщина (14,2 млн доларів США або 2,8% усього експорту КІ України) (Рисунок 2.16).

Відповідно, ключовими країнами-джерелам імпорту були Китай (524,8 млн доларів США або 57,1% усього імпорту КІ України), Туреччина (60,6 млн доларів США або 6,6% усього імпорту КІ України), Польща (41,2 млн доларів США або 4,5% усього імпорту КІ України), Німеччина (39,9 млн доларів США або 4,3% усього імпорту КІ України), Італія (38,2 млн доларів США або 4,2% усього імпорту КІ України), Російська Федерація (30,8 млн доларів США або 3,4% усього імпорту КІ України), Тайвань (14,3 млн доларів США або 1,6% усього імпорту КІ України), Таїланд (13,9 млн доларів США або 1,5% усього імпорту КІ України), Франція (13,6 млн доларів США або 1,5% усього імпорту КІ України) та Чехія (10,7 млн доларів США або 1,2% усього імпорту КІ України) (Рисунок 2.17).

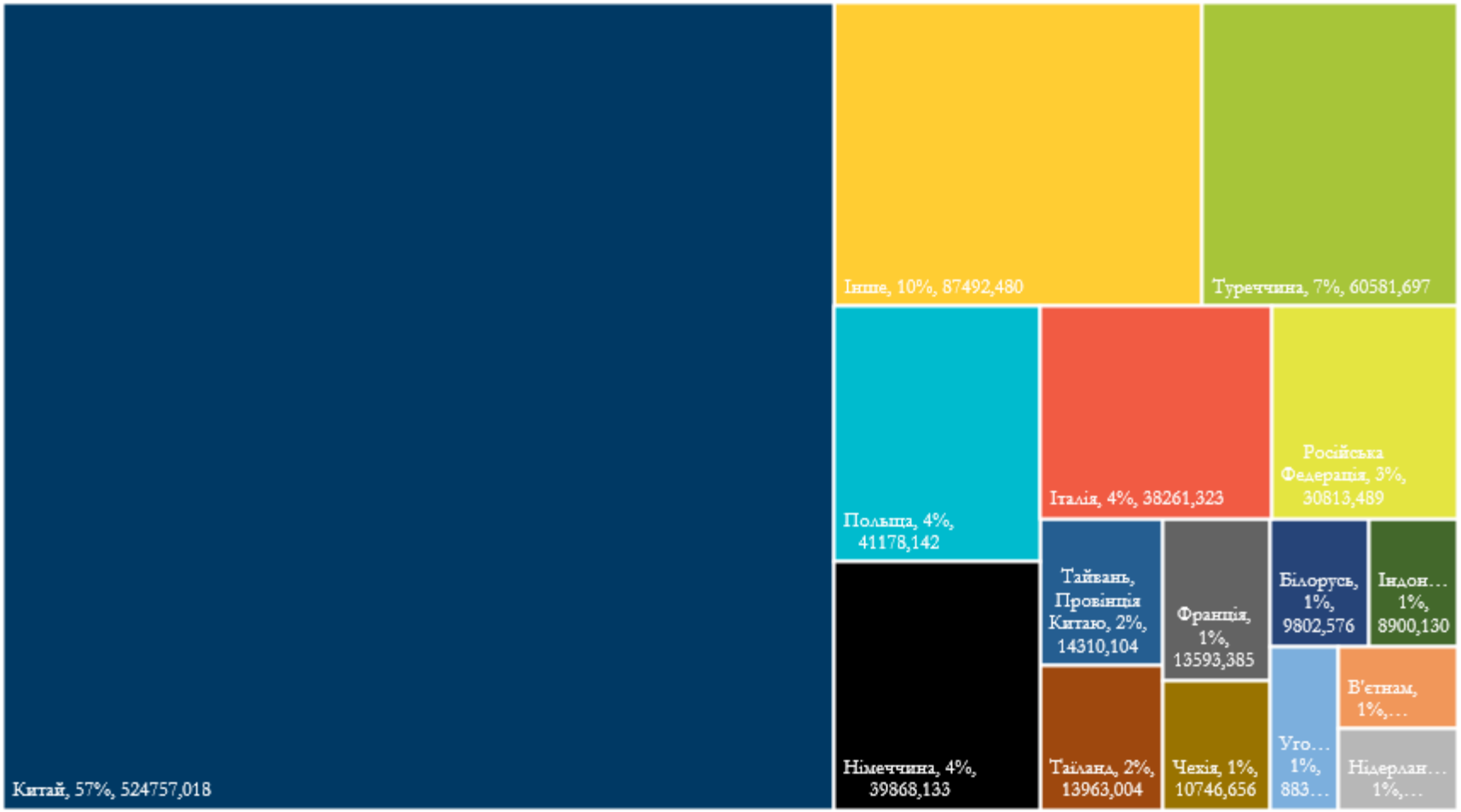
Як вже зазначалося вище, більшу частину експорту та імпорту послуг складають Комп'ютерні послуги – 77% та 52% відповідно (Рисунки 2.18 та 2.19). На другому та третьому місці з приблизно рівними обсягами є Реклама та маркетинг (417 млн дол. США) та Архітектурні, інженерні та інші технічні послуги (400 млн дол. США) (Рисунок 2.18). З іншого боку, у структурі імпорту Архітектурні, інженерні та інші технічні послуги майже вдвічі випереджають Рекламу та маркетинг (211 та 108 млн дол. США відповідно) (Рисунок 2.19).

Рисунок 2.16. Географічна структура експорту товарів КІ України, 2019, % до загального експорту України та тисяч дол. США



Джерело: Державна служба статистики України

Рисунок 2.17. Географічна структура імпорту товарів КІ України, 2019, % до загального експорту України та тисяч дол. США



Джерело: Державна служба статистики України

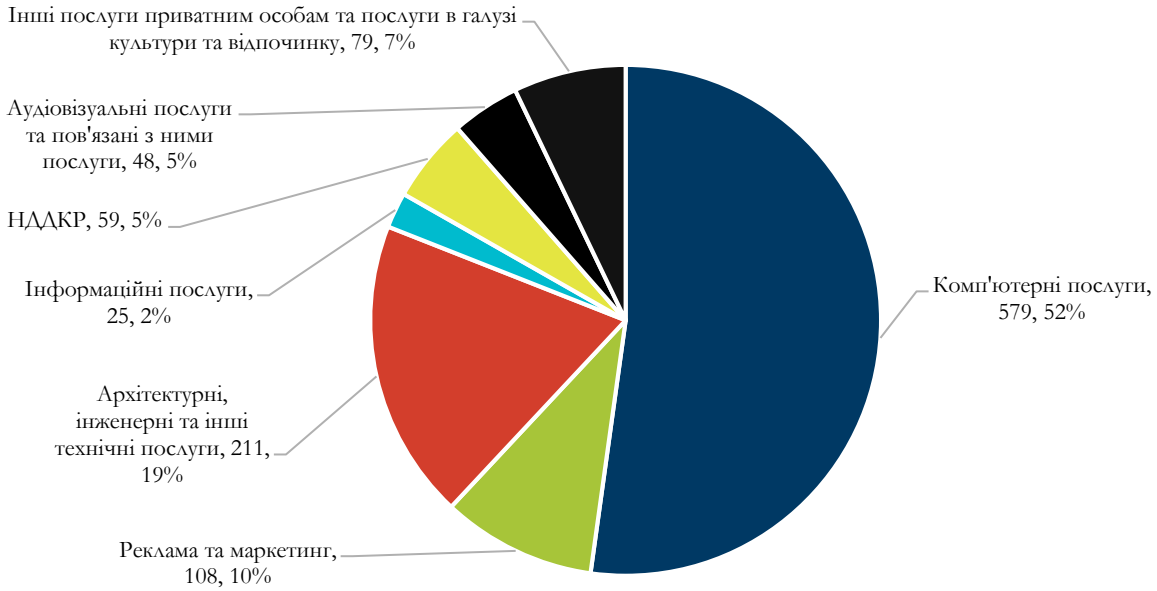
Рисунок 2.18. Структура експорту послуг КІ України, 2019, % до загального експорту України та млн дол. США



Коментар: НДДКР – Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.

Джерело: Національний банк України

Рисунок 2.19. Структура імпорту послуг КІ України, 2019, % до загального експорту України та млн дол. США



Коментар: НДДКР – Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.

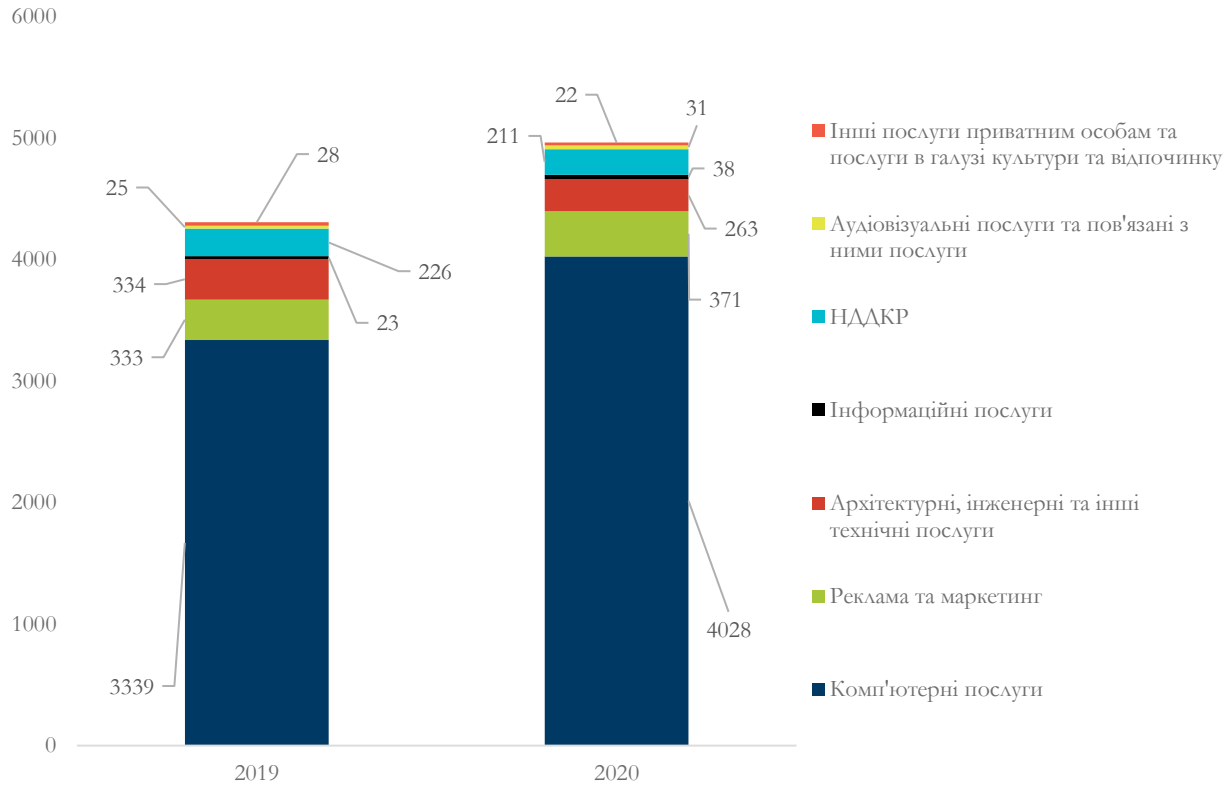
Джерело: Національний банк України

Криза 2020 року не вплинула негативно на обсяги зовнішньої торгівлі послугами КІ України. Станом на жовтень 2020 року, загальний обсяг експорту послуг склав 4,9 млрд доларів США, а той час як за відповідний період 2019 року було експортовано трохи більше 4,3 млрд доларів США (Рисунок 2.20). Відповідні обсяги імпорту послуг складали 970 та 878 млн доларів США (Рисунок 2.21).

Серед окремих видів послуг КІ, зростання експорту в 2020 році демонструють Інформаційні послуги (+65%), Аудіовізуальні послуги та пов'язані з ними послуги(+24%), Комп'ютерні послуги (+21%) та Реклама та маркетинг (11%). З іншого боку, скоротився обсяг експорту Архітектурних, інженерних та інших технічних послуг (-21%), Інших послуг приватним особам та послуг в галузі культури та відпочинку (-21%) та НДДКР (-7%).

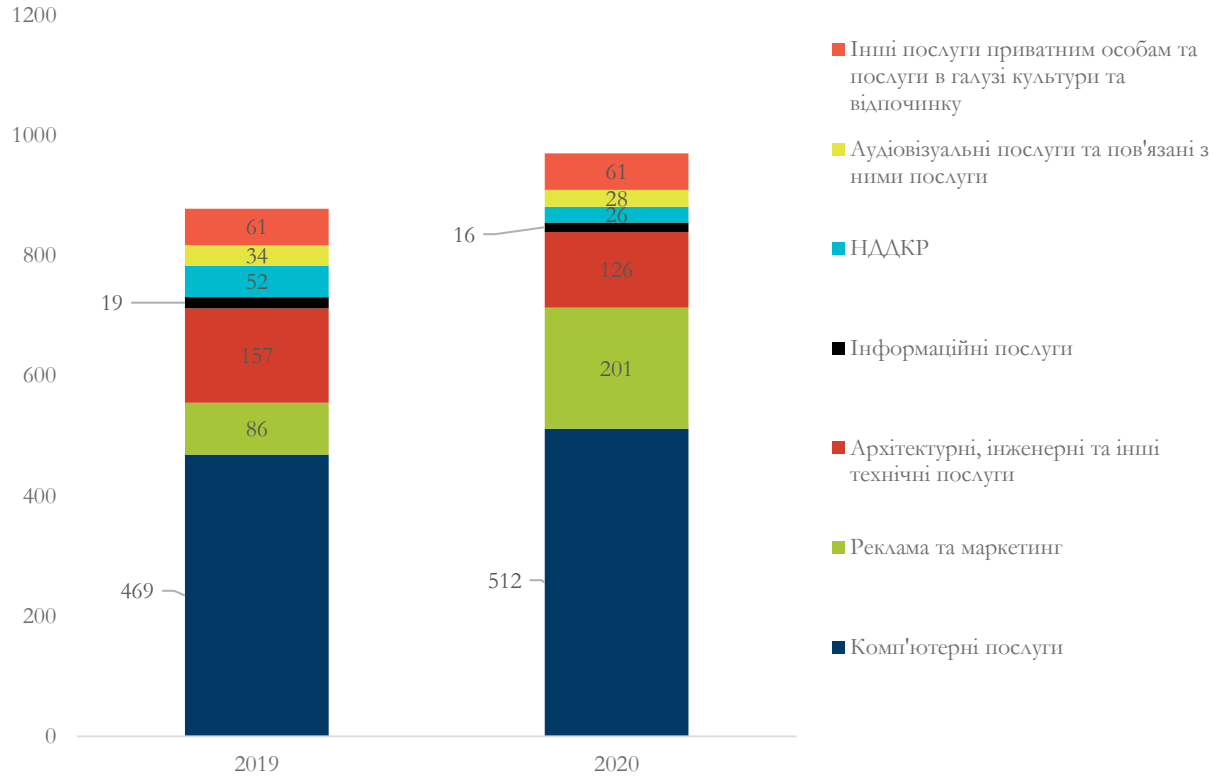
Збільшення обсягу імпорту демонструють лише Реклама та маркетинг (134%) та Комп'ютерні послуги (9%), в той час як Інші послуги приватним особам та послуги в галузі культури та відпочинку залишаються на приблизно тому самому рівні, а імпорт інших послуг скоротився – НДДКР (-50%), Архітектурні, інженерні та інші технічні послуги (-20%), Аудіовізуальні послуги та пов'язані з ними послуги (-18%) та Інформаційні послуги (-16%).

Рисунок 2.20. Структура експорту послуг КІ України, січень-жовтень 2019 та 2020, млн дол. США.



Джерело: Національний банк України

Рисунок 2.21. Структура імпорту послуг КІ України, січень-жовтень 2019 та 2020, млн дол. США



Джерело: Національний *банк України*

2.3. Огляд креативних індустрій

В цій секції описані ключові показники та структуру п'яти найбільших КІ України – індустрії ІТ; Реклами, маркетингу та PR; Аудіовізуального мистецтва; Архітектури, а також Літератури та Видавничої справи. Детальний огляд кожного виду економічної діяльності надано у Таблицях Б1-Б3 (Додаток Б).

ІТ

Ключові СГ[1]:

- ТОВ "ЕПАМ СИСТЕМЗ"
- ТОВ "ГЛОБАЛЛОДЖИК УКРАЇНА"
- ТОВ "ІНФОПУЛЬС УКРАЇНА"

[1] Ключові суб'єкти визначено за обсягом виручки за 2019 рік. Джерелом даних щодо виручки є база даних Ruslana (https://www.bvdinfo.com/ru-ru/our-products/data/national/ruslana)

- ТОВ "ІНСТИТУТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ "ІНТЕЛЛІАС"
- ТОВ "НЕТКРЕКЕР"

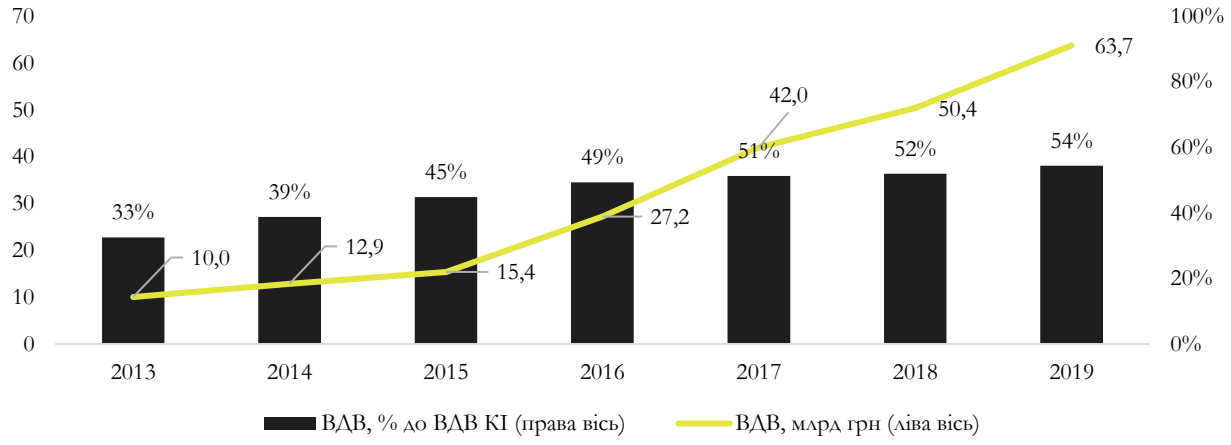
ІТ є найбільшою креативною індустрією України, створивши в 2019 році 54% усієї ВДВ КІ України. Ця креативна індустрія включає 4 види економічної діяльності – Видання комп'ютерних ігор, Видання іншого програмного забезпечення, Комп'ютерне програмування та Консультування з питань інформатизації.

Індустрія ІТ демонструє високі темпи зростання протягом останніх п'яти років (Рисунок 2.22), проте тенденція до зростання цієї сфери почалася раніше. Номінально, ВДВ ІТ України зросла з 10 млрд гривень в 2013 році до 63,7 млрд гривень в 2019 році. Розвиток ІТ значно випереджав розвиток інших КІ, що забезпечило цій індустрії домінуючі позиції серед КІ. Відповідно, в період 2013-2019 років частка ВДВ у загальній ВДВ КІ зросла з 33% до 54%.

З чотирьох видів економічної діяльності, які відносяться до ІТ, зростання цієї індустрії в першу чергу забезпечується розвитком сфери Комп'ютерного програмування, яке в 2019 році створило 49,9 млрд гривень або 78% ВДВ ІТ України. Для порівняння, в 2013 році ці показники становили 6 млрд гривень та 65% відповідно (Рисунок 2.23).

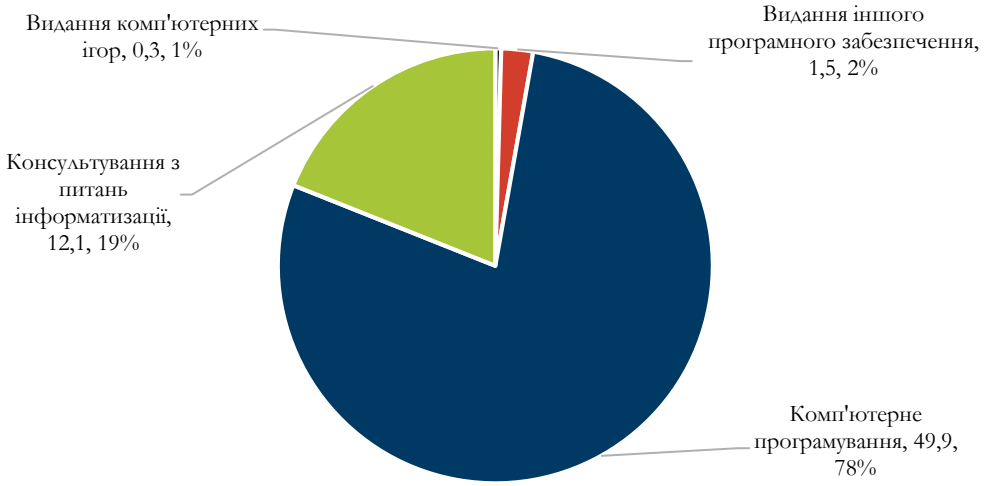
Другим значним видом економічної діяльності є Консультування з питань інформатизації, яке в 2019 році створило 12,1 млрд гривень ВДВ або 19% ВДВ ІТ України. Консультування з питань інформатизації зростає повільніше ніж Комп'ютерне програмування – у 2013 році воно формувало 3 млрд гривень ВДВ або 29% ВДВ ІТ України.

Рисунок 2.22. Валова додана вартість індустрії ІТ



Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.23. Структура валової доданої вартості ІТ в Україні, 2019, млрд гривень

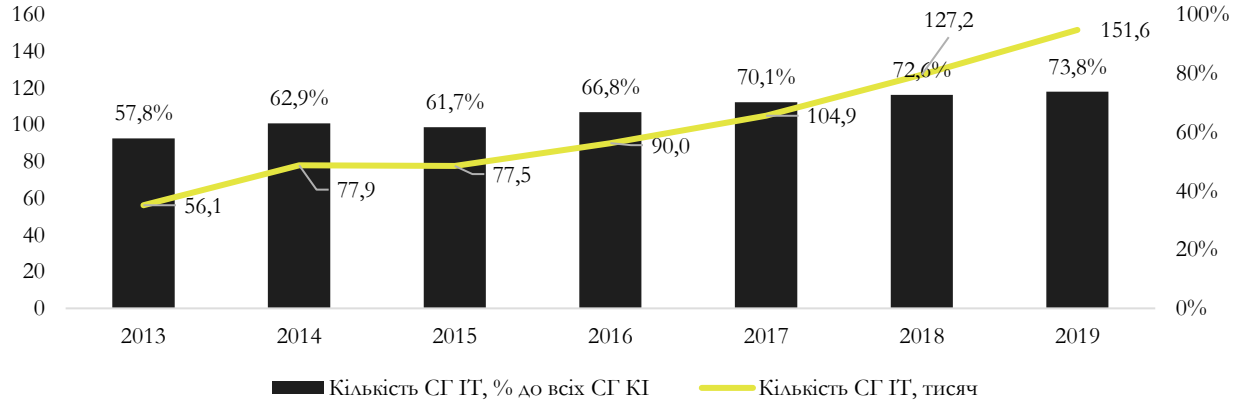


Джерело: Державна служба статистики України.

Зростання ВДВ, яку генерує ІТ, є результатом зростання кількість СГ та зайнятості в цій індустрії. В 2019 році, в індустрії ІТ діяло 151,6 тисяч СГ або 73,8% усіх СГ КІ України (Рисунок 2.24). В 2013 році ці показники складали трохи більше 56 тисяч СГ або 57,8% СГ КІ України.

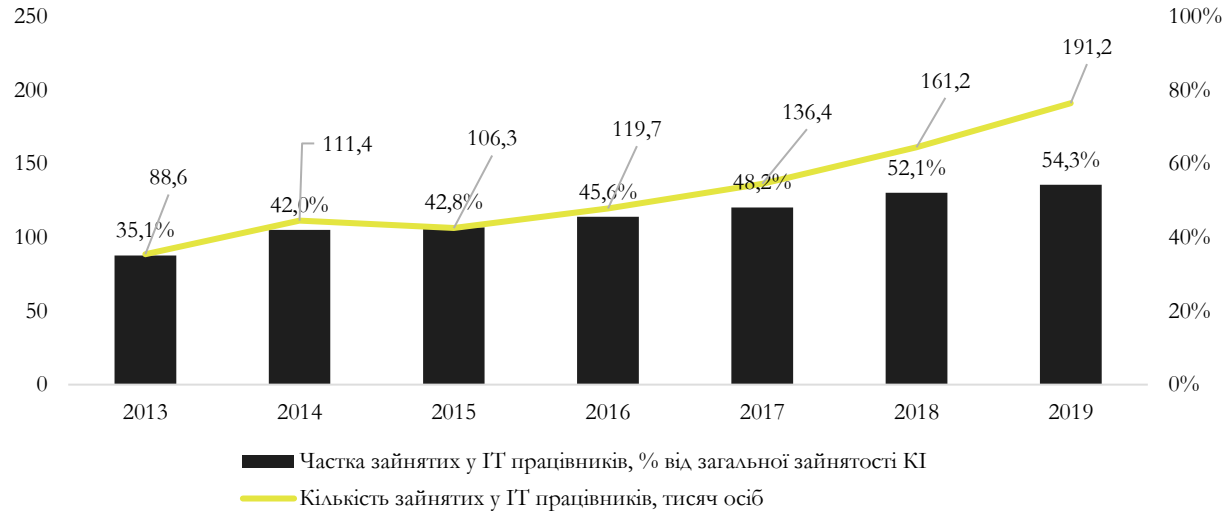
В 2019 році в індустрії ІТ було задіяно більше 191 тисячу працівників (Рисунок 2.25), що становило 54,3% усієї зайнятості КІ України. Відповідно, в 2013 році показники зайнятості складали 88,6 тисяч працівників або 35,1% усієї зайнятості КІ України.

Рисунок 2.24. Суб'єкти господарювання індустрії ІТ



Джерело: Державна служба статистики України.

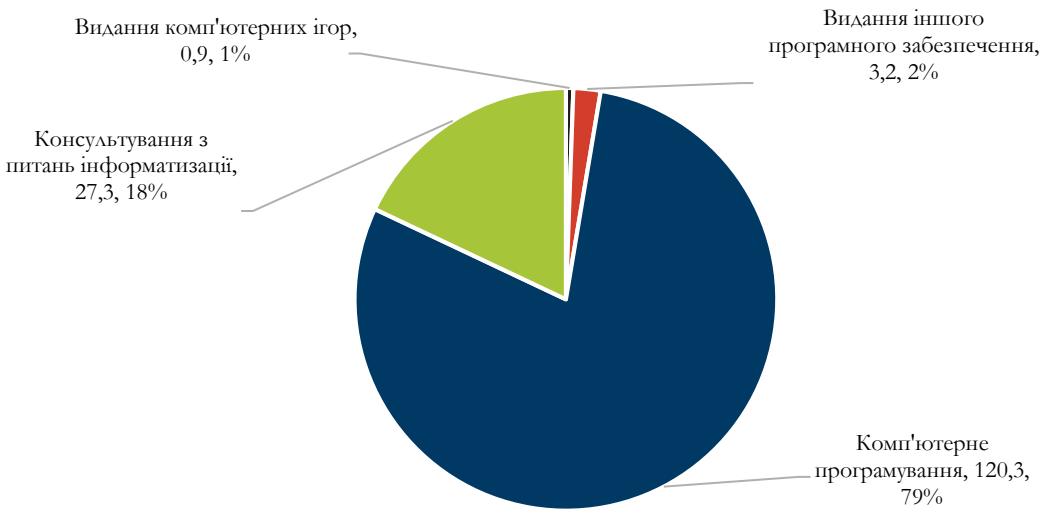
Рисунок 2.25. Зайнятість у індустрії ІТ



Джерело: Державна служба статистики України.

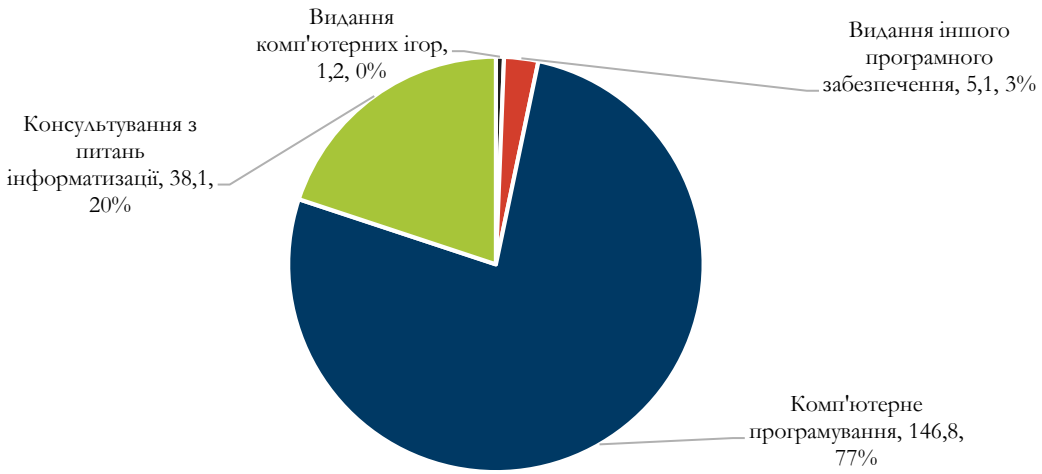
Серед чотирьох видів економічної діяльності, у розрізі кількості суб'єктів господарювання та зайнятості домінує Комп'ютерне програмування, яке становить 79% усіх СГ ІТ України та 77% усіх працівників ІТ України (Рисунки 2.26 та 2.27). Консультування з питань інформатизації становить 18% усіх СГ ІТ України та 20% усіх працівників ІТ України.

Рисунок 2.26. Структура суб'єктів господарювання індустрії ІТ в Україні, 2019, тисяч СГ



Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.27. Структура зайнятості індустрії IT в Україні, 2019, тисяч осіб



Джерело: Державна служба статистики України.

Реклама, маркетинг та PR

Ключові СГ[2]:

- ТОВ "ГУГЛ"
- ТОВ "ОУШЕН МЕДІА"
- ТОВ "ГЛОБАЛ МЕДІА ГРУП"
- ТОВ "ЄМАРКЕТ УКРАЇНА"
- ТОВ "МЕДІАПУЛ"

Реклама, маркетинг та PR є другою КІ України за обсягами ВДВ – в 2019 році вона створила більше 17% усієї ВДВ КІ України. Ця креативна індустрія включає 5 видів економічної діяльності - Діяльність інформаційних агентств, Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю, Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук, Рекламні агентства та Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації.

Індустрія Реклами, маркетингу та PR демонструє значно менші темпи зростання ніж індустрія IT (Рисунок 2.28). Номінально, ВДВ цієї індустрії України зросла з 9,9 млрд гривень в 2013 році до 20,2 млрд гривень в 2019 році. Відповідно, індустрія Реклами, маркетингу та PR з кожним роком втрачала свої позиції серед інших КІ, поступаючись IT. Відповідно, в період 2013-2019 років її частка ВДВ у загальній ВДВ КІ впала з 32,2% до 17,2%.

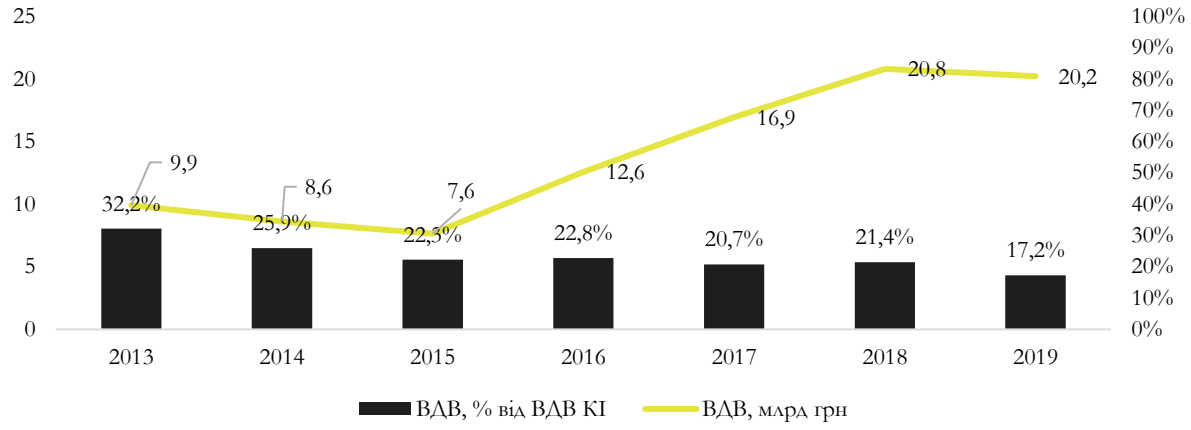
З видів економічної діяльності, які відносяться до індустрії Реклами, маркетингу та PR, домінують Рекламні агентства (72% ВДВ індустрії) та Посередництво в

[2] Ключові суб'єкти визначено за обсягом виручки за 2019 рік. Джерелом даних щодо виручки є база даних Ruslana (https://www.bvdinfo.com/ru-ru/our-products/data/national/ruslana)

розміщенні реклами в засобах масової інформації (23% ВДВ). Втім, Рекламні агентства демонструють кращу динаміку – в 2013 частка цієї економічної діяльності була 57% відповідно (Рисунок 2.29).

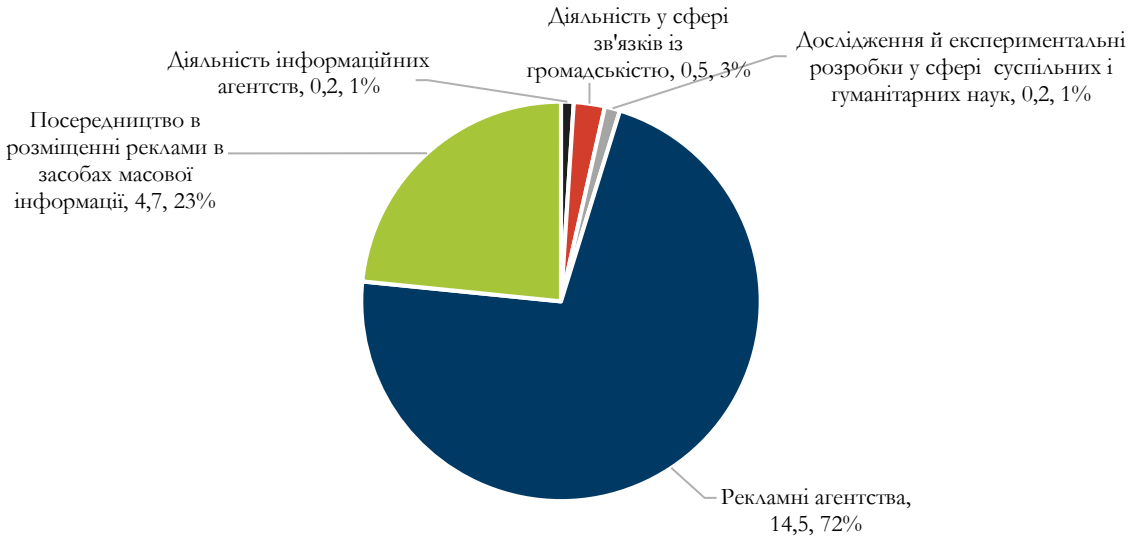
Кількість СГ та зайнятість у індустрії Реклами, маркетингу та PR демонструє динаміку до зростання абсолютних значень зі скороченням вкладу у загальний розвиток КІ. В 2019 році, в індустрії діяло 16,6 тисяч СГ або 8,1% усіх СГ КІ України (Рисунок 2.30). В 2013 році ці показники складали 12,5 тисяч СГ або 12,8% СГ КІ України. Відповідно, в 2019 році в індустрії було задіяно 42 тисячі працівників (Рисунок 2.31), що становило 11,83% усієї зайнятості КІ України (в 2013 році – 39 тисяч працівників або 15,5% усієї зайнятості КІ України).

Рисунок 2.28. Валова додана вартість індустрії Реклами, маркетингу та PR України



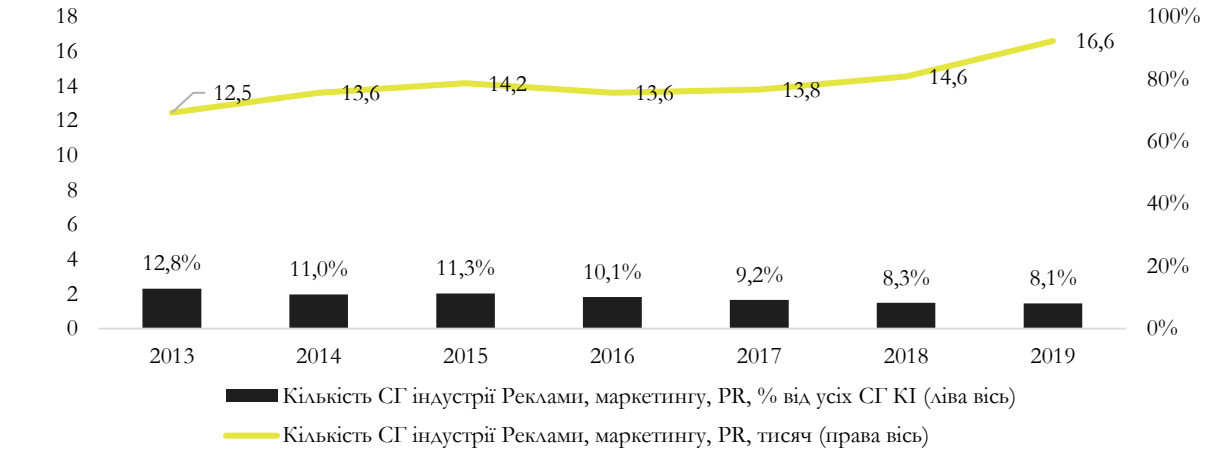
Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.29. Структура валової доданої вартості індустрії Реклами, маркетингу та PR України, 2019, млрд гривень



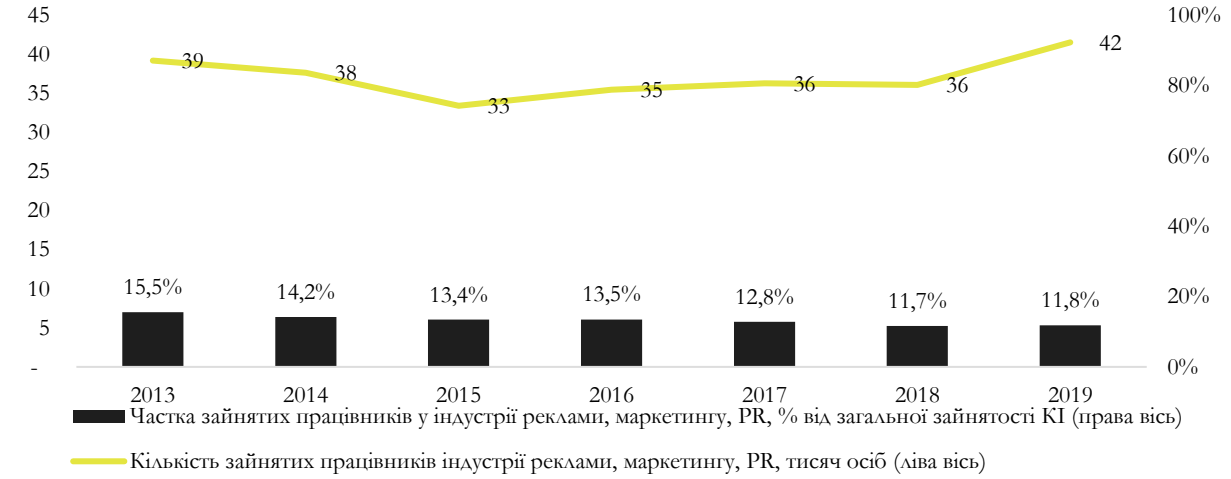
Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.30. Суб'єкти господарювання індустрії Реклами, маркетингу та PR України



Джерело: Державна служба статистики України.

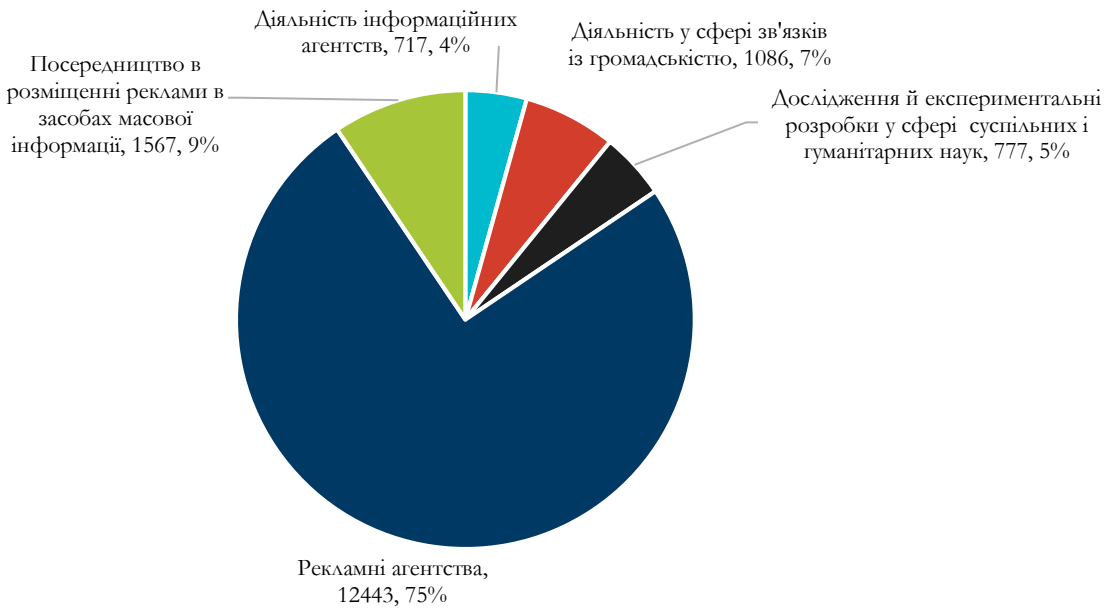
Рисунок 2.31. Зайнятість у індустрії Реклами, маркетингу та PR України



Джерело: Державна служба статистики України.

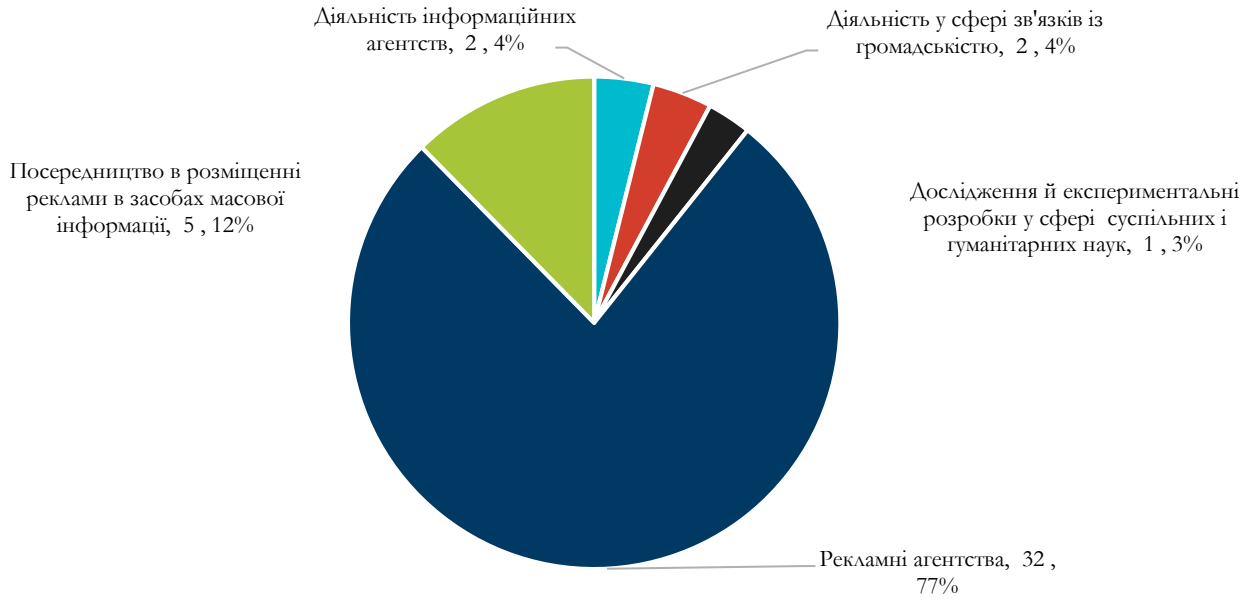
Серед економічної діяльності у розрізі кількості суб'єктів господарювання та зайнятості домінують Рекламні агентства, які становлять 75% усіх СГ ІТ України та 77% усіх працівників індустрії (Рисунки 2.32 та 2.33). Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації становить 9% усіх СГ індустрії та 12% усіх працівників індустрії. При цьому Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації втрачає позиції – в 2013 році цим видом діяльності займалося 40% СГ індустрії та було зайнято 19% усіх працівників індустрії.

Рисунок 2.32. Структура суб'єктів господарювання індустрії Реклами, маркетингу та PR України, 2019, тисяч СГ



Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.33. Структура зайнятості індустрії Реклами, маркетингу та PR України, 2019, тисяч осіб



Джерело: Державна служба статистики України.

Аудіовізуальне мистецтво

Ключові СГ[3]:

- ТОВ "ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ "УКРАЇНА"
- ТОВ "ТРК "СТУДІЯ 1+1"
- ТОВ "ТЕЛЕКАНАЛ СТБ"
- ТОВ "НОВИЙ КАНАЛ"
- ПРАТ "МУЛЬТИПЛЕКС-ХОЛДИНГ"

Індустрія Аудіовізуального мистецтва є третьою КІ України за обсягами ВДВ – в 2019 році вона створила 17% усієї ВДВ КІ України. Ця креативна індустрія включає 5 видів економічної діяльності - Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, Демонстрація кінофільмів та Діяльність у сфері телевізійного мовлення.

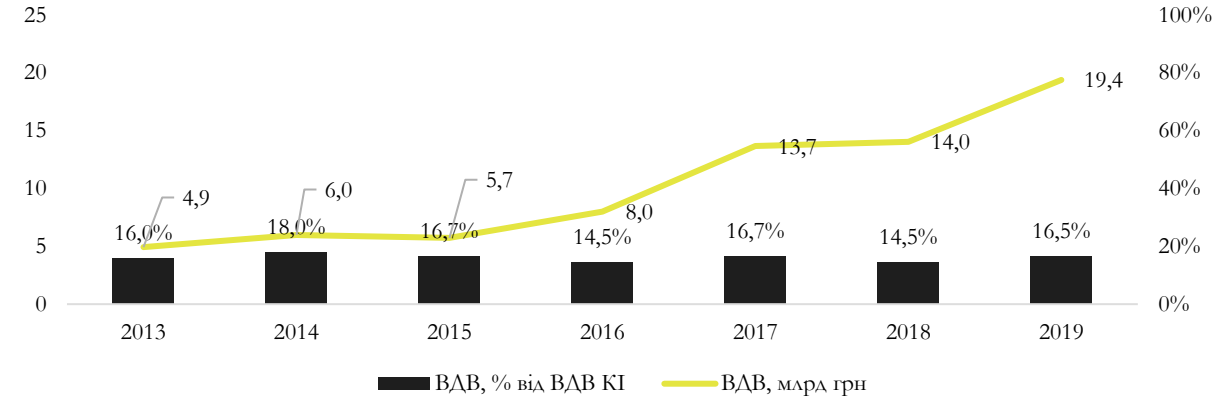
Індустрія Аудіовізуального мистецтва демонструє темпи зростання схожі на динаміку індустрії Реклами, маркетингу та PR (Рисунок 2.34). Номінально, ВДВ індустрії України зросла з 4,6 млрд гривень в 2013 році до 19,4 млрд гривень в 2019 році. Проте, частка індустрії у ВДВ протягом 2013-2019 років перебувала приблизно на одному рівні, коливаючись у діапазоні 14,5-18%.

З видів економічної діяльності, які відносяться до індустрії Аудіовізуального мистецтва, домінують Діяльність у сфері телевізійного мовлення (56% ВДВ індустрії), Виробництво кіно та відеофільмів, телевізійних програм (24% ВДВ індустрії) та Демонстрація кінофільмів (13% ВДВ). Слід зазначити, що Діяльність у сфері телевізійного мовлення поступово поступається двом іншим сферам – в 2013 їх частки були 75%, 13% та 8% відповідно (Рисунок 2.35).

Індустрія Аудіовізуального мистецтва, демонструє зростання кількості фірм та зайнятості. В 2019 році, в індустрії діяло 4,9 тисяч СГ або 2,4% усіх СГ КІ України (Рисунок 2.36), а в 2013 році ці показники складали трохи більше 3,1 тисячі СГ або 3,2% СГ КІ України. Відповідно, в 2019 році в індустрії було задіяно більше 34,8 тисячі працівників, що становило 9,9% усієї зайнятості КІ України (Рисунок 2.37) (в 2013 році – 29,8 тисяч працівників або 11,8% усієї зайнятості КІ України).

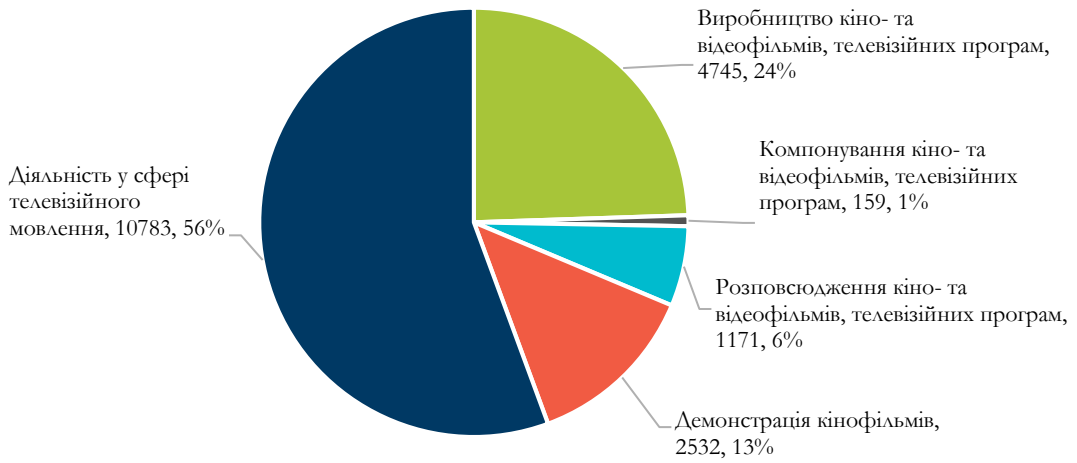
[3] Ключові суб'єкти визначено за обсягом виручки за 2019 рік. Джерелом даних щодо виручки є база даних Ruslana (https://www.bvdinfo.com/ru-ru/our-products/data/national/ruslana)

Рисунок 2.34. Валова додана вартість індустрії Аудіовізуального мистецтва України



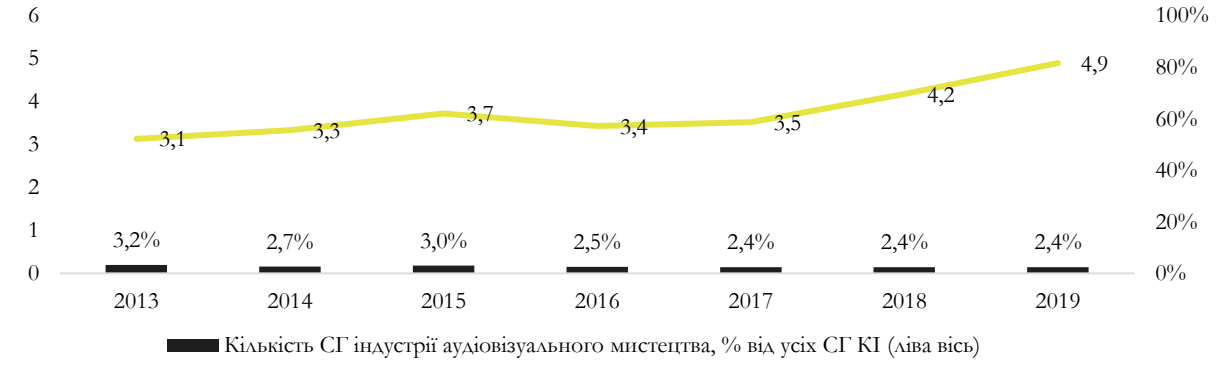
Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.35. Структура валової доданої вартості індустрії Аудіовізуального мистецтва України, 2019, млрд гривень



Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.36. Суб'єкти господарювання індустрії Аудіовізуального мистецтва України



Джерело: Державна служба статистики України.

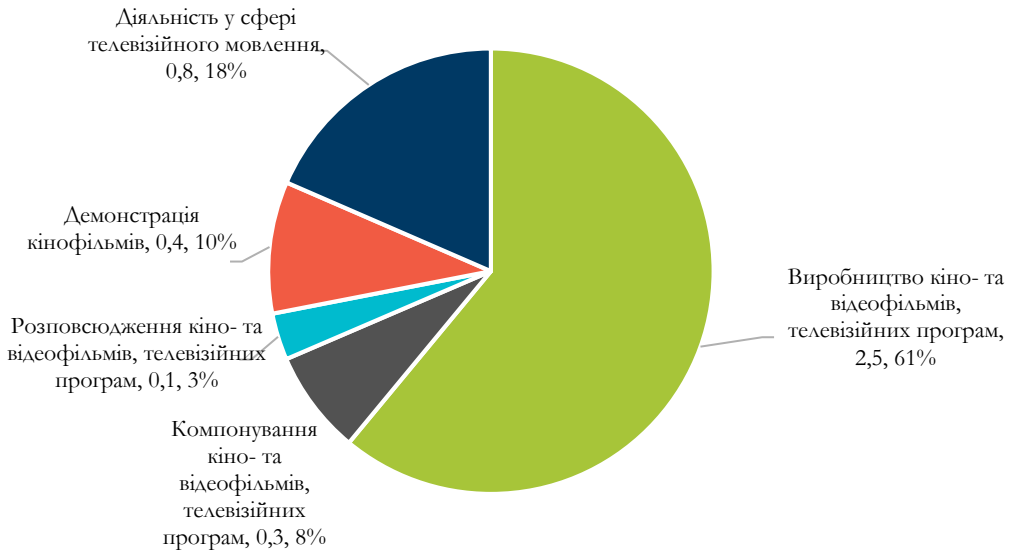
Рисунок 2.37. Зайнятість у індустрії Аудіовізуального мистецтва України



Джерело: Державна служба статистики України.

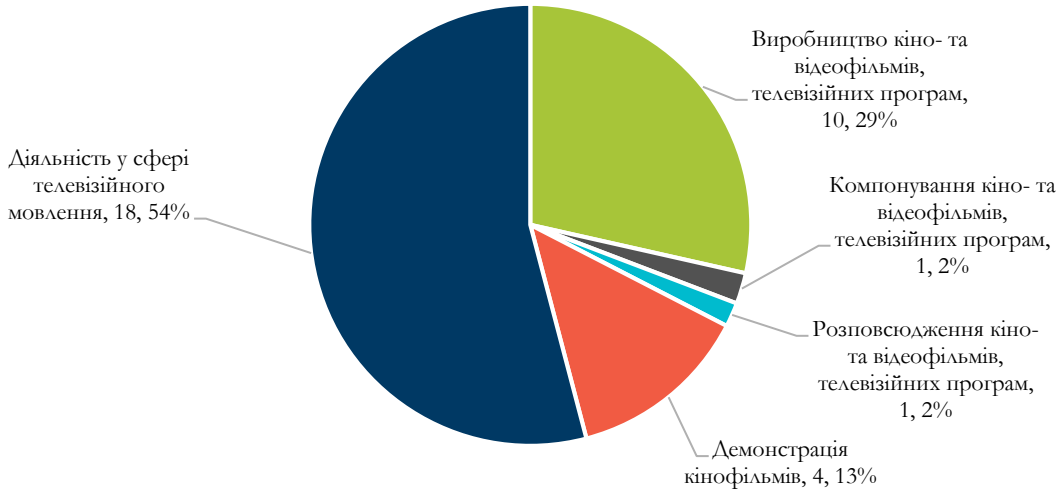
Серед видів економічної діяльності у розрізі кількості суб'єктів господарювання домінує Виробництво кіно та відеофільмів, телевізійних програм, яке становить 61% усіх СГ індустрії Аудіовізуального мистецтва України, а за зайнятістю – Діяльність у сфері телевізійного мовлення (77% усіх працівників індустрії Аудіовізуального мистецтва України (Рисунки 2.38 та 2.39). Порівняно з 2013 роком Виробництво кіно та відеофільмів, телевізійних програм суттєво розвинулося – на той час цим видом діяльності займалося 47% усіх СГ індустрії (зайнятість у цьому виді економічної діяльності зросла несуттєво).

Рисунок 2.38. Структура суб'єктів господарювання індустрії Аудіовізуального мистецтва України, 2019, тисяч СГ



Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.39. Структура зайнятості індустрії Аудіовізуального мистецтва України, 2019, тисяч осіб



Джерело: Державна служба статистики України.

Архітектура

Ключові СГ[4]:

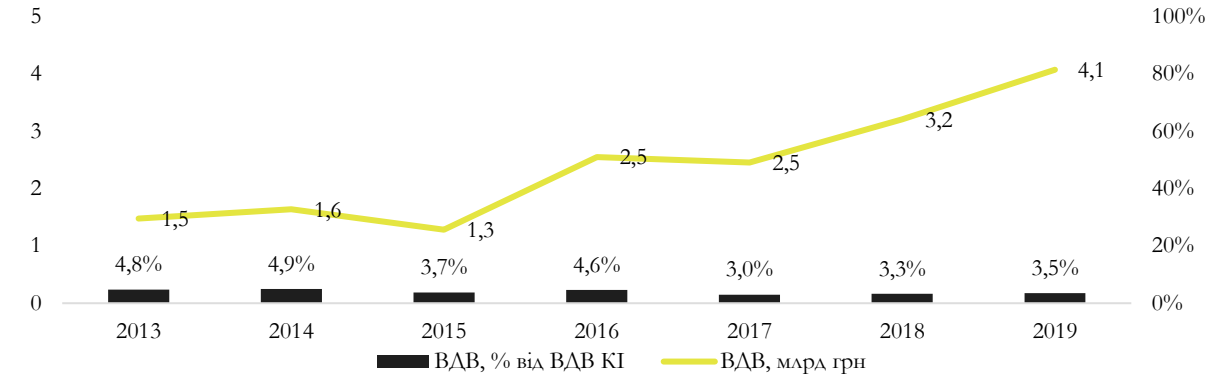
- ТОВ "КИЇВСЬКИЙ ПРОЕКТНИЙ ІНСТИТУТ"
- ДП "УКРДЕРЖБУДЕКСПЕРТИЗА"
- ТОВ "АРХІМАТИКА"
- АТ "КИЇВСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ТА ПРОЕКТНО-КОНСТРУКТОРСЬКИЙ ІНСТИТУТ "ЕНЕРГОПРОЕКТ"
- ТОВ "ДЕПАТ"

Індустрія Архітектури є четвертою КІ України за обсягами ВДВ – в 2019 році вона створила майже 4% усієї ВДВ КІ України. Індустрія Архітектури демонструє невеликі темпи зростання. Номінально, ВДВ цієї індустрії зросло з 1,5 млрд гривень в 2013 році до 4,1 млрд гривень в 2019 році (Рисунок 2.40). Частка індустрії у загальній ВДВ КІ протягом 2013-2019 років незначно скоротилася 4,8% до 3,5%.

Хоча кількість СГ у Індустрії Архітектури зростає, зайнятість скорочується. *В* 2019 році, в індустрії діяло 6 тисяч СГ або 2,9% усіх СГ КІ (Рисунок 2.41), в 2013 році – 4,1 тисячі СГ або 4,1% СГ КІ України. З іншого боку, в 2019 році в індустрії було задіяно майже 19 тисяч працівників (5,4% усієї зайнятості КІ (Рисунок 2.42), в 2013 році – 24,1 тисячі або 9,6% зайнятості КІ.

[4] Ключові суб'єкти визначено за обсягом виручки за 2019 рік. Джерелом даних щодо виручки є база даних Ruslana (https://www.bvdinfo.com/ru-ru/our-products/data/national/ruslana)

Рисунок 2.40. Валова додана вартість індустрії Архітектури та урбаністики України



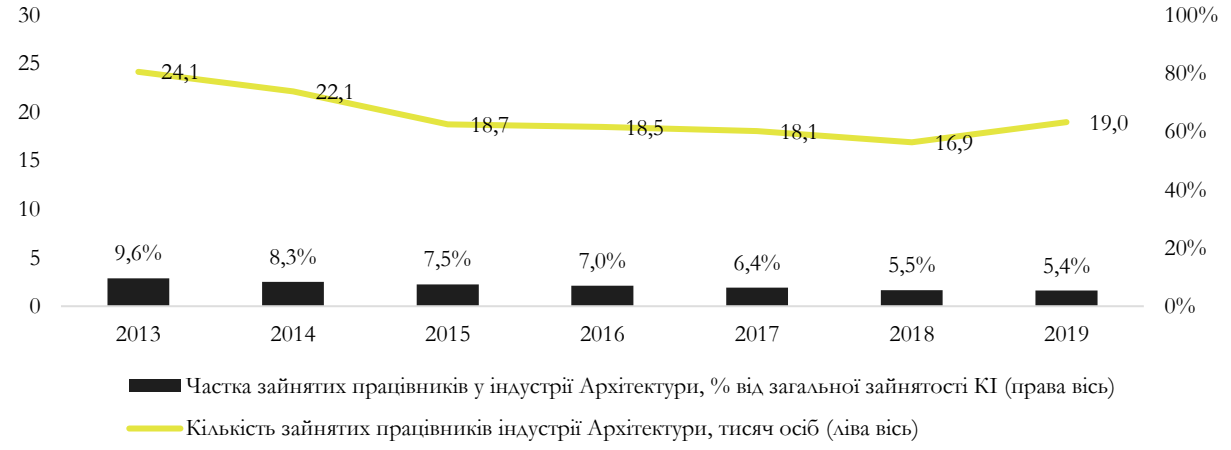
Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.41. Суб'єкти господарювання індустрії Архітектури та урбаністики України



Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.42. Зайнятість у індустрії Архітектури та урбаністики України



Джерело: Державна служба статистики України.

Література та видавнича справа

Ключові СГ[5]:

- ТОВ ВИДАВНИЦТВО "РАНОК"
- ТОВ "МАСТЕР ЕД"
- ПП "ГАМІЛЬТОНІАН"
- ТОВ "ГЕЙДЕЛЬБЕРГ УКРАЇНА"
- ТОВ ВБ "ІНТЕЛЕКТ УКРАЇНИ"

Індустрія Літератури та видавничої справи є п'ятою КІ України за обсягами ВДВ – в 2019 році вона створила 3% усієї ВДВ КІ України. Ця креативна індустрія включає 5 видів економічної діяльності - Видання книг, Видання газет, Видання журналів і періодичних видань, Надання послуг перекладу та Інші види видавничої діяльності.

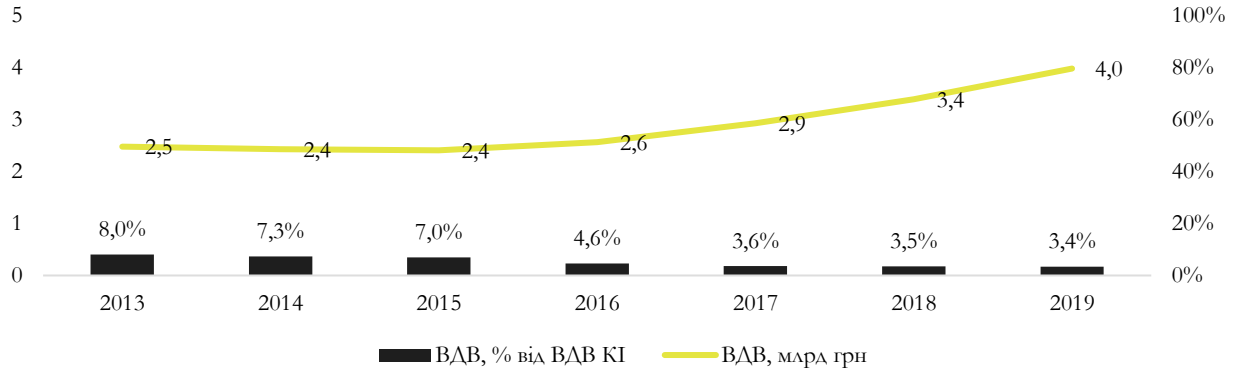
Номінально, ВДВ індустрії Літератури та видавничої справи України зросла з 2,5 млрд гривень в 2013 році до 4 млрд гривень в 2019 році (Рисунок 2.43). Проте, частка індустрії у ВДВ КІ скоротилася з 8% до 3,4%. Індустрія Літератури та видавничої справи є відносно диверсифікованою – усі види економічної діяльності, які відносяться до індустрії генерують приблизно однакову кількість ВДВ: Видання книг (27% ВДВ індустрії), Видання газет (19%), Видання журналів і періодичних видань (20%), Надання послуг перекладу (18%) та Інші види видавничої діяльності (16%) (Рисунок 2.44). Слід зазначити, що в період 2013-2019 років найбільш суттєве зростання демонстрували сфери Надання послуг перекладу та Видання книг, які в 2013 році складали 8% та 19% відповідно.

Індустрія Літератури та видавничої справи України демонструє скорочення кількість СГ та зайнятості в цій індустрії. В 2019 році, в індустрії Літератури та видавничої справи діяло 7,9 тисячі СГ або 3,8% усіх СГ КІ України (Рисунок 2.45), в 2013 році – 8,4 тисячі СГ або 8,6% СГ КІ України.

В той же час, в 2019 році в індустрії Літератури та видавничої справи було задіяно більше 23,8 тисячі працівників, що становило 6,8% усієї зайнятості КІ України (Рисунок 2.46). Відповідно, в 2013 році показники зайнятості складали 35,4 тисяч працівників або 14% усієї зайнятості КІ України.

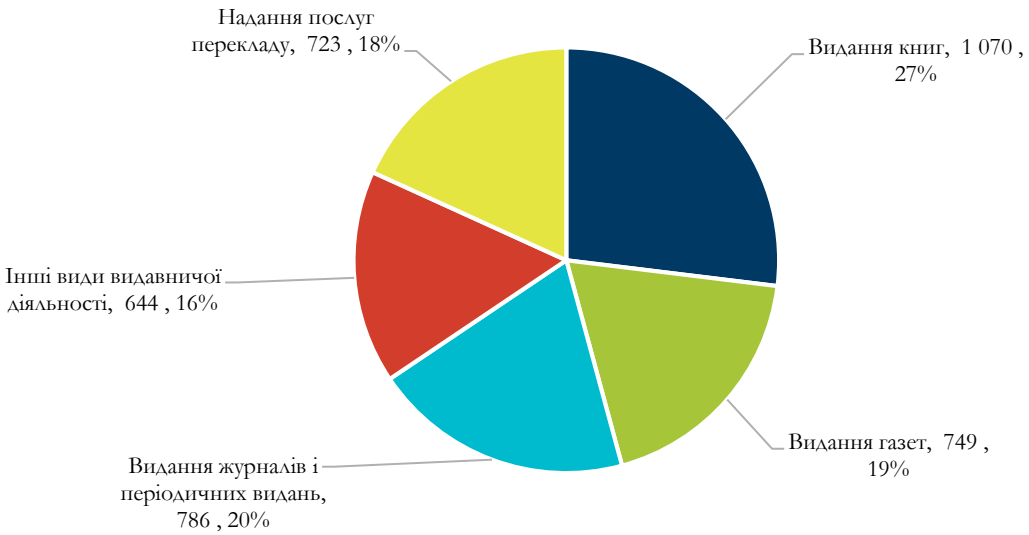
[5] Ключові суб'єкти визначено за обсягом виручки за 2019 рік. Джерелом даних щодо виручки є база даних Ruslana (https://www.bvdinfo.com/ru-ru/our-products/data/national/ruslana)

Рисунок 2.43. Валова додана вартість індустрії Літератури та видавничої справи України



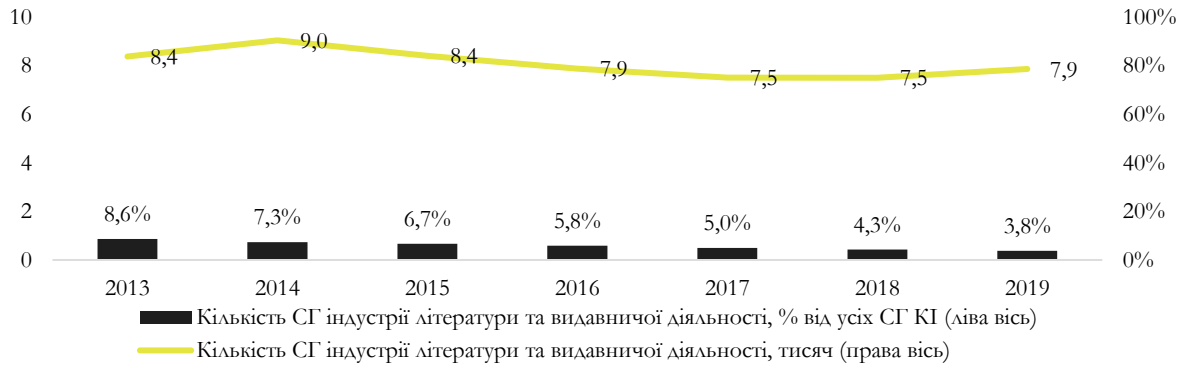
Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.44. Структура валової доданої вартості індустрії Літератури та видавничої справи України, 2019, млрд гривень



Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.45. Суб'єкти господарювання індустрії Літератури та видавничої справи України



Джерело: Державна служба статистики України.

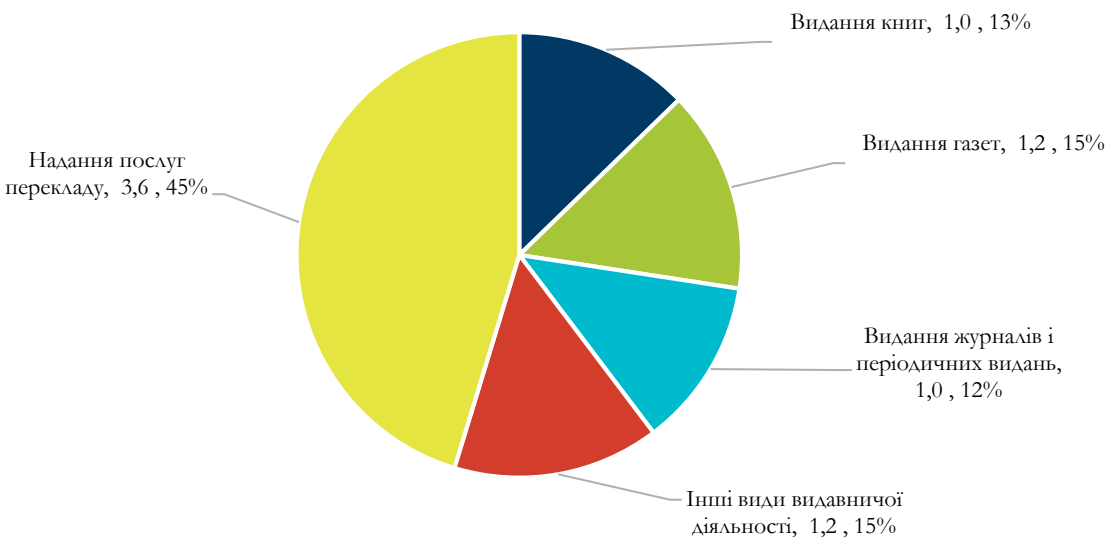
Рисунок 2.46. Зайнятість у індустрії Літератури та видавничої справи України



Джерело: Державна служба статистики України.

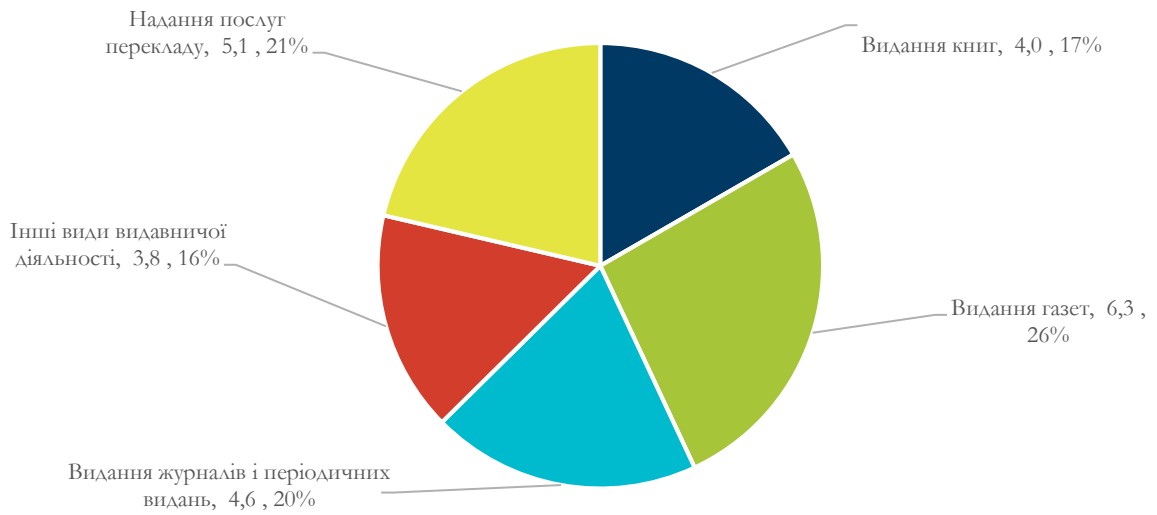
Серед видів економічної діяльності, у розрізі кількості суб'єктів господарювання домінує Надання послуг перекладу, яке становить 45% усіх СГ індустрії (Рисунок 2.47). У аспекті зайнятості, структура працівників відповідає структурі ВДВ – всі види економічної діяльності представлені відносно однаково (Рисунок 2.48). В порівнянні з 2013 роком, відбулося суттєве скорочення зайнятості у сферах Видання газет та Видання журналів і періодичних видань.

Рисунок 2.47. Структура суб'єктів господарювання індустрії Літератури та видавничої справи України, 2019, тисяч СГ



Джерело: Державна служба статистики України.

Рисунок 2.48. Структура зайнятості індустрії Літератури та видавничої справи України, 2019, тисяч осіб



Джерело: Державна служба статистики України.

Розділ 3. Економічні профілі креативних індустрій країн-орієнтирів

В цьому розділі аналізується поточний стан розвитку креативних індустрій (КІ), України. Аналіз проводиться як на високому рівні агрегації, так й на більш деталізованих рівнях – окремих креативних індустрій та видів економічної діяльності.

Порівняння проводиться за ключовими показниками, які характеризують економічний розвиток – валовою доданою вартістю (ВДВ), зайнятістю та кількістю бізнесів, задіяних у КІ.

В цьому розділі поточний стан розвитку креативних індустрій (КІ) України. порівнюється з країнами, які є близькими до нас за рівнем розвитку або значно випереджають Україну та є орієнтиром для довгострокового розвитку. У якості країн-орієнтирів були обрані Сполучені Штати Америки (США), Німеччина, Велика Британія, Польща, Туреччина та Канада. Порівняння проводиться за ключовими показниками, які характеризують економічний розвиток – валовою доданою вартістю (ВДВ), зайнятістю та кількістю бізнесів, задіяних у КІ, а також обсягах зовнішньої торгівлі – експорту та імпорту товарів та послуг КІ.

3.1. Ключові висновки

Відповідно до українського законодавства Креативні індустрії визначені, як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження. Концептуально, на креативних індустріях фокусується Велика Британія, Польща, Канада, США та Німеччина. З іншого боку, Туреччина обмежується Культурним сектором.

Наведена нижче таблиця порівнює ключові економічні показники вказаних країн. Українські креативні індустрії створюють 3,9% національної доданої вартості – це менше ніж у Великій Британії (5,8%), Польщі (6,3%), США (4,6%), але більше ніж у Туреччині (0,3%), Канаді (2,7%) та порівняне з Німеччиною (3,3%).

В Україні в креативних індустріях зайнято 3,6% усіх зайнятих працівників, що значно менше ніж у Великій Британії (11,9%), але більше ніж у Польщі (2,4%) та

Туреччини (2,3%), приблизно на одному рівні з США (3,3%), Канадою (3,5%) та Німеччиною (3,5%).

Внесок креативних індустрій до експорту та імпорту товарів України є на одному рівні з іншими країнами, як і імпорт послуг. З іншого боку, частка експорту послуг креативними індустріями значно перевищує рівні інших країн. Це може пояснюватися розвитком сектору інформаційних технологій України.

Таблиця 1. Зведені економічні показники КІ України та країн-орієнтирів

Країна	Сфера	Рік	Вклад у додану вартість	Вклад у зайнятість	Вклад у зовнішню торгівлю
Україна	Креативні індустрії	2019	3,94%	3,8%	Товари: *Експорт – 1%* *Імпорт – 1,5%* Послуги: *Експорт – 30%* *Імпорт -6,1%*
Велика Британія	Креативний сектор	2018	5,8%	11,9%	Товари: *Експорт – 3,1%* *Імпорт – 1,5%* Послуги: *Експорт – 11,9%* *Імпорт -9,2%*
Польща	Креативні індустрії	2018	6,3%	2,4%	Товари: *Експорт – 1,6%* *Імпорт – 1,1%* Послуги: *Експорт – 4,4%* *Імпорт -6,6%*
Туреччина	Культурний сектор	2018	0,3%	2,3%	Товари: *Експорт – 4,2%* *Імпорт – 2,2%* Послуги: *Експорт – 3,6%* *Імпорт – 16,3%*
США	Мистецтво та креативні індустрії	2017	4,7%	3,3%	Товари та послуги: *Експорт – 3,1%* *Імпорт – 1,5%*
Канада	Креативні індустрії	2018	2,7%	3,5%	Товари та послуги: *Експорт – 2,5%* *Імпорт – 3,3%*
Німеччина	Культурні та креативні індустрії	2018	3,3%	3,5%	Товари: *Експорт – 1,9%* *Імпорт – 2,3%* Послуги: *Експорт – 8,2%* *Імпорт 9,6%*

3.2. Профілі Креативних Індустрій країн-орієнтирів

Велика Британія

Креативні індустрії (КІ) Великої Британії включають IT, розробку програмного забезпечення та ігор; телебачення та виробництво кінофільмів; рекламу; видавничу діяльність; музику, мистецтво та інші культурні продукти; архітектуру; дизайн та моду; та ремесла.

КІ створює 5,8% ВДВ Великої Британії. [10] В 2018 році ВДВ КІ склала 111,7 млрд фунтів стерлінгів, що склало 5,8% національної ВДВ (Рисунок 3.1). Обсяги ВДВ та її частка поступово зростають. Протягом 2013-2018 років ВДВ КІ зросла на 41% - з 79 млрд фунтів стерлінгів (5,8% національної ВДВ).

Найбільший внесок роблять IT, розробка ПЗ та ігор; телебачення та виробництво фільмів; та реклама.

У 2018 році у КІ діяло майже 296 тисяч фірм, абсолютна більшість яких є мікро бізнесами (94,8%). У 2013 році кількість фірм у КІ складала 236 тисяч – відповідно, за цим показником сектор виріс на 25% (Рисунок 3.2). З іншого боку, за кількістю задіяних бізнесів частка КІ у національній економіці залишається стабільною – 11,8% на 11,9% у 2013 та 2018 роках.

Зайнятість у КІ склала 2040 тисяч осіб у 2018 році (6,2% зайнятих), в той час як у 2013 році вона була 1713 тисяч осіб (5,6% усіх зайнятих) (Рисунок 3.3). Відповідно, Протягом 2013-2018 років зайнятість у КІ зросла на 19%.

КІ Великої Британії фактично є направленими на експорт: у 2018 році експорт і товарів, і послуг КІ перевищував їх імпорт. Проте, динаміка розвитку зовнішньої торгівлі товарами та послугами дещо відрізняється.

Рисунок 3.1. Валова додана вартість в КІ у Великій Британії

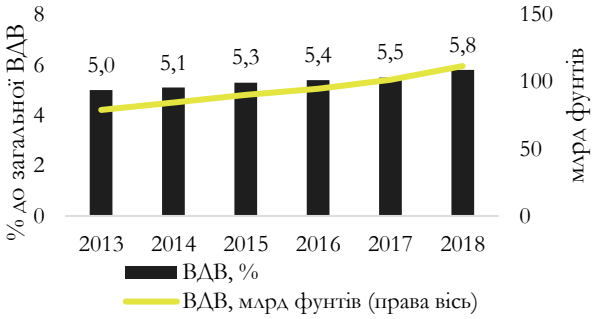


Рисунок 3.2. Кількість фірм КІ у Великій Британії

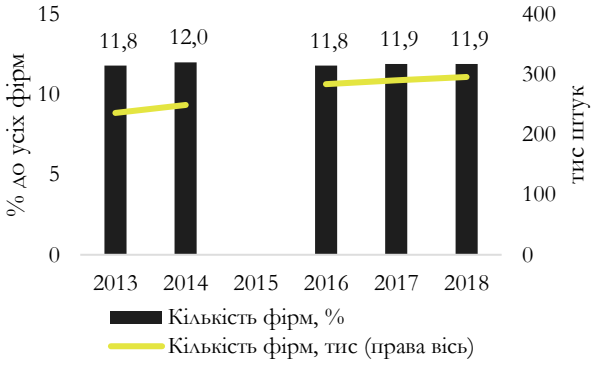
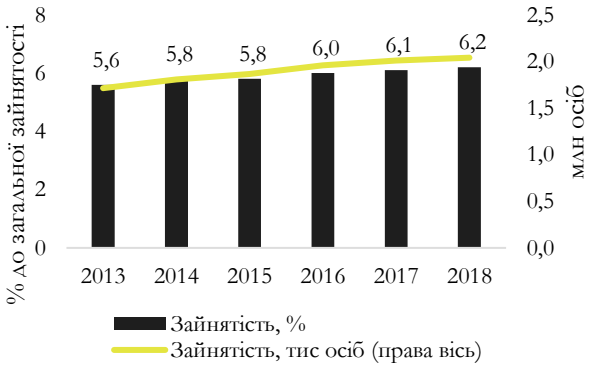


Рисунок 3.3. Зайнятість в КІ у Великій Британії



Джерело: Department for Digital, Culture, Media & Sport

Протягом 2013-2018 експорт товарів КІ складав 11,7-15 млрд фунтів стерлінгів або 3,1-4,9% всього експорту (Рисунки 3.4-3.5). При цьому обсяги експорту почали скорочуватися в 2016 році. Обсяг імпорту товарів КІ демонструють схожі тренди: 9,6-11,7 млрд фунтів стерлінгів (1,5-2,8%).

Протягом 2013-2018 експорт послуг КІ постійно зростав з 17,8 до 35,6 млрд фунтів стерлінгів (8,3-11,8% усього експорту) (Рисунки 3.6-3.7). Обсяги імпорту послуг КІ були вдвічі меншими – 7,9-17,8 млрд фунтів стерлінгів або 6-10,8% усього імпорту.

Вклад КІ у ВДВ та залученість трудових ресурсів мають значні регіональні відмінності (Рисунок 3.8). Більша частина ВДВ створюється у Лондоні (71,6 млрд фунтів стерлінгів у 2017 році) та прилеглих територіях. Аналогічна ситуація і з зайнятістю: у 2018 році 994 тисячі зайнятих у КІ припадало на столицю Великої Британії. З іншого боку, регіональний розподіл ВДВ є більше нерівномірний, ніж у випадку зайнятості.

Рисунок 3.4. Експорт та імпорт товарів КІ Великої Британії, млрд фунтів

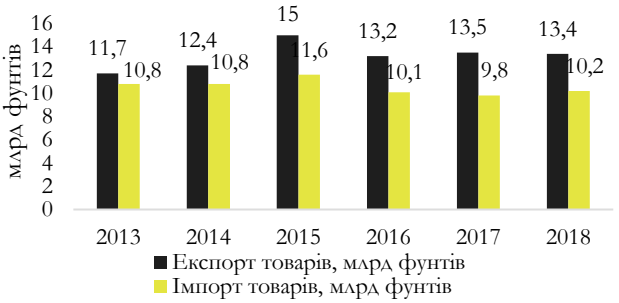


Рисунок 3.5. Експорт та імпорт товарів КІ Великої Британії , % до загального обсягу

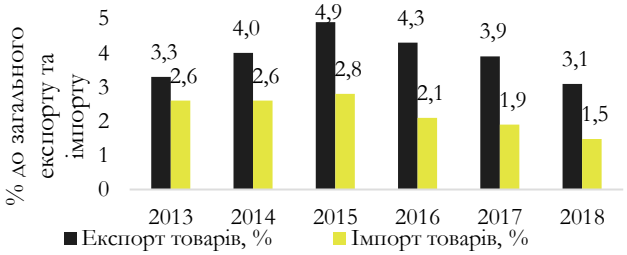
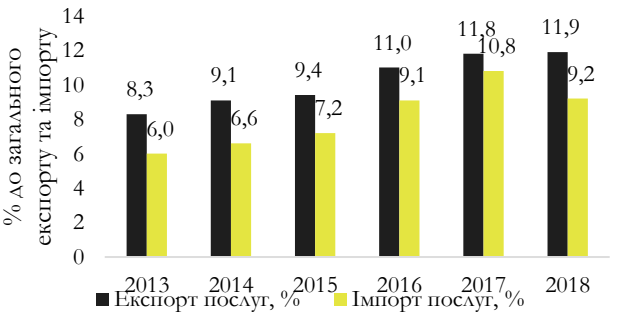


Рисунок 3.6. Експорт та імпорт послуг КІ Великої Британії , млрд фунтів



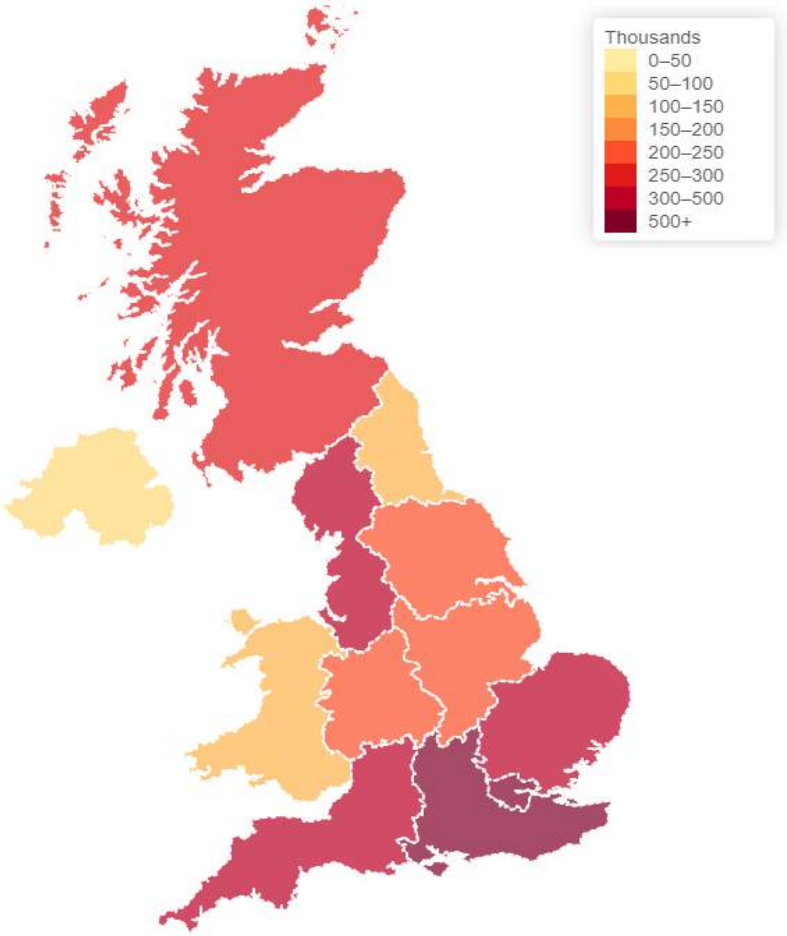
Рисунок 3.7. Експорт та імпорт послуг КІ Великої Британії , % до загального обсягу



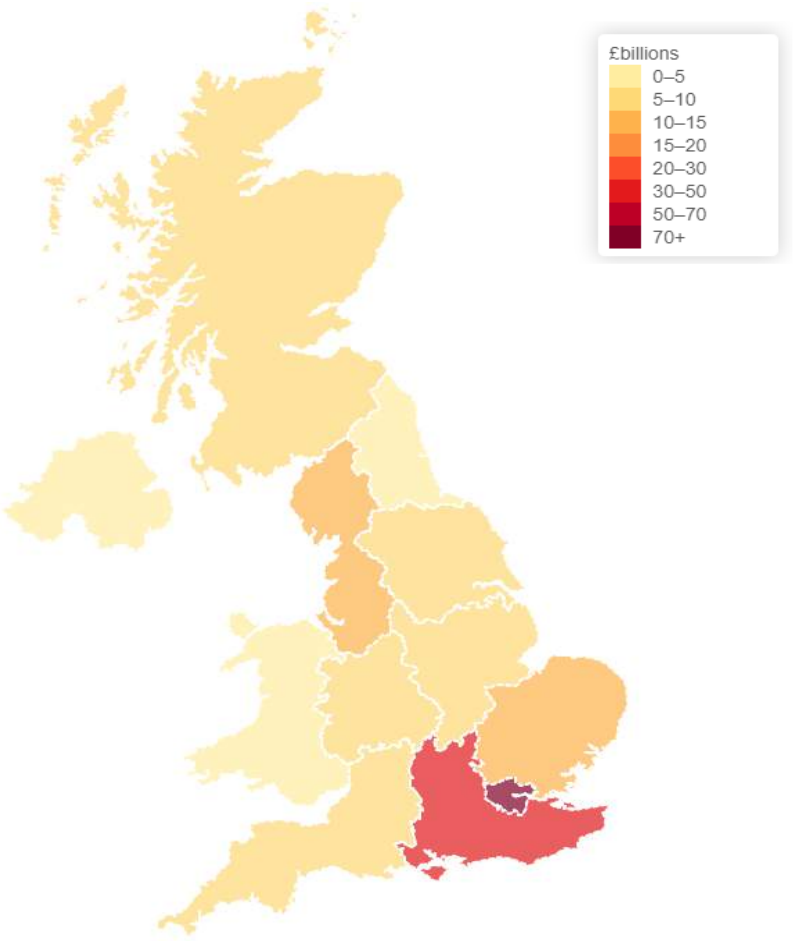
Джерело: Department for Digital, Culture, Media & Sport

Рисунок 3.8. Регіональний розподіл ВДВ та зайнятості Креативних індустрій Великої Британії

а) Зайнятість (2018)



(б) ВДВ (2017)



Джерело: Department for Digital, Culture, Media & Sport

Німеччина

Культурні та креативні індустрії (ККІ) Німеччини складаються з музичної індустрії, книжкового ринку, мистецтва, кіноіндустрії та телебачення, живих виступів, дизайну, архітектури, преси, рекламної індустрії, програмного забезпечення та ігор.

Валова додана вартість ККІ постійно зростає. У 2018 році ВДВ креативних індустрій склала 105 млрд євро (3,3% загальної доданої вартості, Рисунок 3.9), що менше ніж у машинобудуванні та виробництві транспортних засобів, але більше ніж у хімічній галузі, постачанні електроенергії та фінансових послугах [11].

Частка компаній ККІ залишається доволі стабільною на рівні 7,8% (Рисунок 3.10)***, тобто швидкість зростання кількості компаній є такою ж як і в економіці в цілому.*** Кількість фірм у культурних і креативних індустріях зросла за 5 років на 4%, а в 2018 році не змінилась.

Зайнятість у ККІ склала 1 696 тисяч осіб у 2018 році (3,5% зайнятих). За п'ять років загальна кількість зайнятих ККІ зросла на 6% або на 100 тисяч осіб, більшою мірою за рахунок основних працівників галузі (Рисунок 3.11).

Експорт та імпорт товарів побудований згідно з методологією статистики креативної економіки UNCTAD [12]. Експорт та імпорт послуг побудований на основі методології UNESCO Institute for Statistics [13] щодо ключових культурних послуг, скоригований на структуру ККІ Німеччини. Зокрема, послуги включають ліцензії на аудіовізуальні продукти, рекламні, архітектурні послуги, аудіо-візуальні послуги, культурно-рекреаційні послуги. Не включають дослідження та розробки, ліцензії на програмне забезпечення комп'ютерні послуги та інформаційні послуги.

Рисунок 3.9. Валова додана вартість в ККІ у Німеччині

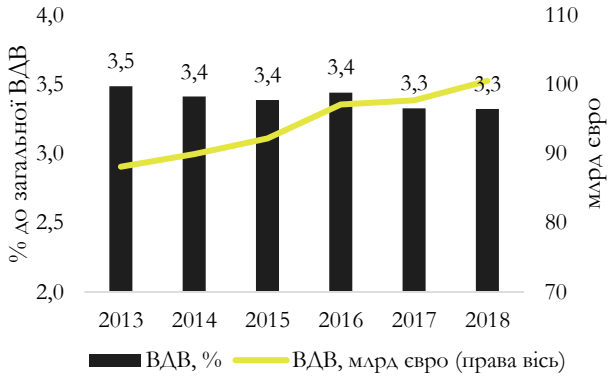


Рисунок 3.10. Кількість фірм ККІ у Німеччині

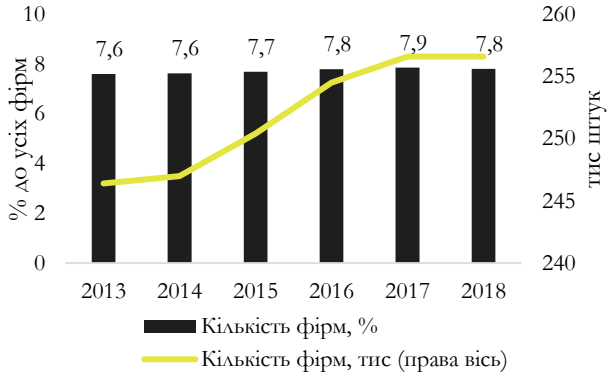
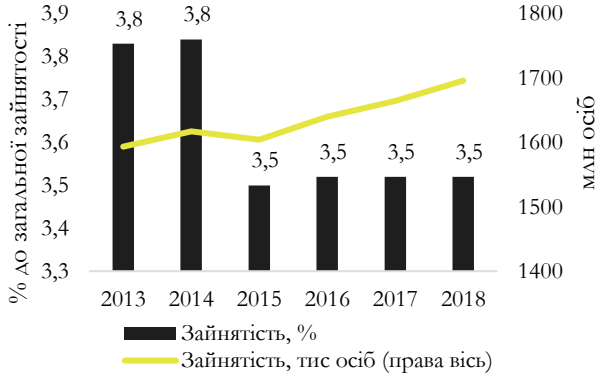


Рисунок 3.11. Зайнятість в ККІ у Німеччині



Джерело: Federal Ministry for Economic Affairs and Energy

Німеччина більше імпортує товарів та послуг культурних та креативних індустрій. Ця тенденція зберігається протягом років (Рисунок 3.12, Рисунок 3.14).

Порівняно з 2013 роком експорт товарів креативних індустрій зріс на 2%, а імпорт на 11%. Торгівля послугами зростає набагато більш швидкими темпами. За цей же період експорт креативних послуг зріс на 23%, а імпорт на 43%

Частка експорту креативних індустрій в загальному експорті за цей період залишалась доволі стабільною та у 2018 році скала 1,9%, а ***частка імпорту креативних індустрій***- 2,3% (Рисунок 3.13).

Компанії культурних та креативних індустрій розподілені нерівномірно територією Німеччини. Велика їх кількість знаходиться на території таких муніципалітетів як Берлін, Північний Рейн-Вестфалія, навколо міст Кельн, Дюссельдорф, Ессен і Дортмунд. У сільській місцевості культурні та креативні галузі не утворюють значних регіональних кластерів компаній за часткою компаній чи зайнятості.

Рисунок 3.12. Експорт та імпорт товарів ККІ Німеччини, млрд дол. США



Рисунок 3.13. Експорт та імпорт товарів ККІ Німеччини, % до загального обсягу

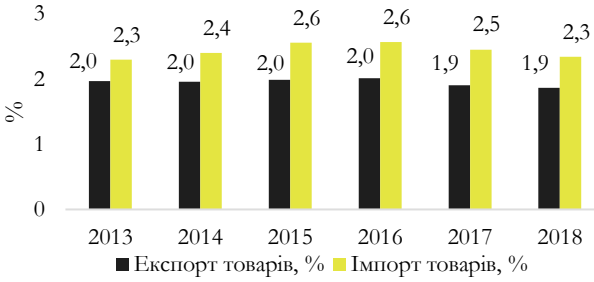


Рисунок 3.14. Експорт та імпорт послуг ККІ Німеччини, млрд дол. США

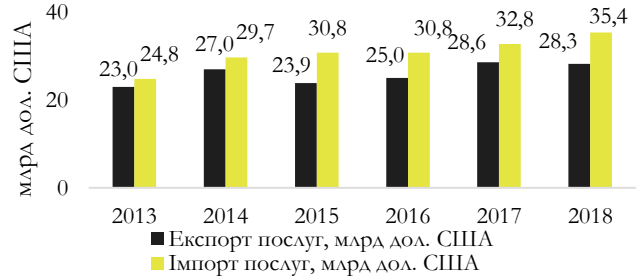
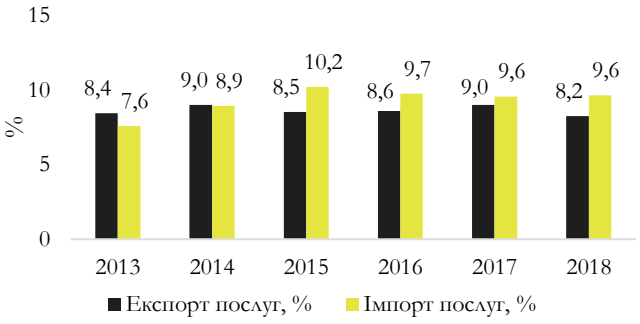


Рисунок 3.15. Експорт та імпорт послуг ККІ Німеччини, % до загального обсягу



Джерело: UN COMTRADE, UNCTAD, World Trade Organization

Польща

Креативні індустрії (КІ) Польщі включають: рекламу; видавничу діяльність; архітектуру; візуальне, аудіовізуальне мистецтво та мультимедіа; сценічне мистецтво; культурну освіту та культурну спадщину.

КІ створює 6,3% ВДВ Польщі. [14] В 2018 році ВДВ КІ склала 32,4 млрд доларів, що склало 5,8% національної ВДВ (Рисунок 3.16). Обсяги ВДВ та її частка поступово зростають. Протягом 2014-2018 років ВДВ КІ зросла [15] на 58% - з 20,5 млрд доларів (4,4% національної ВДВ).

У 2018 році у КІ діяло майже 117,2 тисяч фірм, абсолютна більшість яких є мікро бізнесами (98,9%). У 2014 року кількість фірм у КІ складала 91,2 тисяч – відповідно, за цим показником сектор виріс на 29% (Рисунок 3.17). З іншого боку, за кількістю задіяних бізнесів частка КІ у національній економіці зростала повільніше – 5.1% та 5.5% у 2014 та 2018 роках.

Найбільш представленими сферами КІ у 2018 році були: Реклама (28,9 тисяч фірм), Видавництво (27,0 тисяч) та Архітектура (18,8 тисяч).

Зайнятість у КІ склала 242 тисяч осіб у 2018 році (2,4% зайнятих), в той час як у 2014 році вона була 221,1 тисяч осіб (2,5% усіх зайнятих) (Рисунок 3.18). Відповідно, протягом 2014-2018 років зайнятість у КІ зросла на 9%.

КІ Польщі не відіграє значної ролі у зовнішній торгівлі товарами та послугами. Проте КІ також не створює негативного платіжного балансу: експорт і товарів, і послуг КІ перевищує їх імпорт.

Протягом 2016-2018 експорт товарів КІ складав 2,7-4,2 млрд доларів США або 1,4-1,8% усього національного експорту (Рисунки 3.19-3.20). Обсяг

Рисунок 3.16. Валова додана вартість в КІ у Польщі

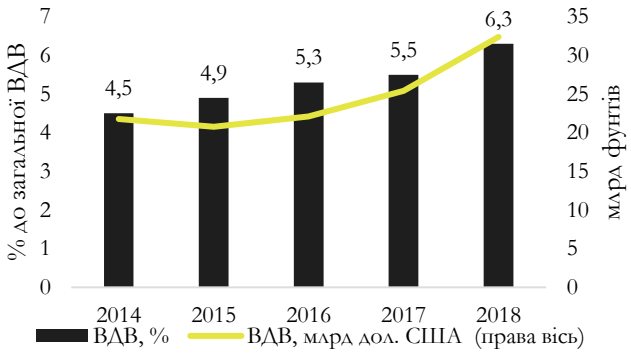


Рисунок 3.17. Кількість фірм КІ у Польщі

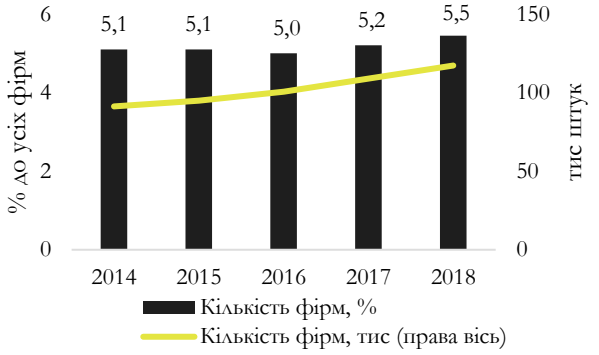


Рисунок 3.18. Зайнятість в КІ у Польщі



Джерело: Statistics Poland

імпорту товарів КІ також зростав протягом цього періоду і становили 1,6-2.9 млрд доларів США (0,9-1,2% національного імпорту).

Протягом 2016-2018 експорт послуг КІ зріс з 2,3 до 3 млрд доларів США (4,7-4,4% усього експорту) (Рисунки 3.21-3.22). Обсяги імпорту послуг КІ незначно поступаються обсягами експорту і становили 2,1-2,8 млрд доларів США або 6,1-6,6% всього імпорту.

У регіональному розрізі, існує концентрація КІ – більшість фірм, які займаються креативними видами економічної діяльності розміщені у Мазовецькому (26%), Сілезькому (10%), Великопольському (9,5%), Малопольському (9%) та Нижньосілезькому (7,6%) воєводствах. Відповідно, більшість доданої вартості КІ створюється у великих містах – Варшаві, Кракові, Познані, Вроцлаві та Лодзі.

Рисунок 3.19. Експорт та імпорт товарів КІ Польщі, млрд дол. США



Рисунок 3.20. Експорт та імпорт товарів КІ Польщі, % до загального обсягу

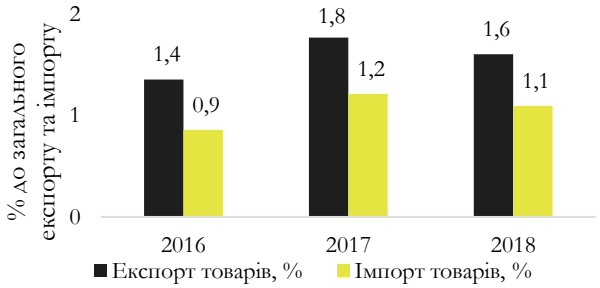


Рисунок 3.21. Експорт та імпорт послуг КІ Польщі, млрд дол. США

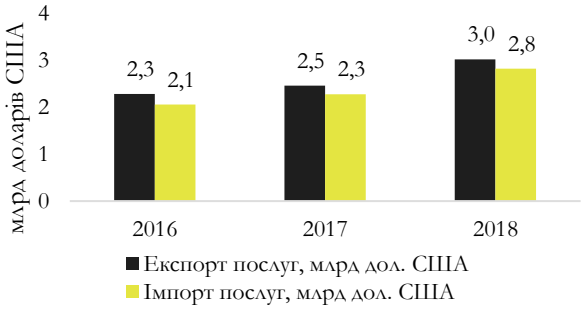


Рисунок 3.22. Експорт та імпорт послуг КІ Польщі, % до загального обсягу



Джерело: Statistics Poland

Туреччина

Культурний сектор (КЛС) Туреччини включає: видавництво; телебачення та виробництво кінофільмів; програмування, музику, роботу новинних агентств; архітектуру; дизайн; креативні, мистецькі та розважальні активності; бібліотеки, музеї, архіви тощо; культурну освіту.

КЛС створює до 0,3% ВДВ Туреччини. [16]. В 2018 році ВДВ КЛС склала 1,98 млрд доларів США, що склало 0,28% національної ВДВ (Рисунок 3.23). Обсяги ВДВ та її частка є відносно стабільними. У порівнянні з 2014 роком ВДВ КЛС скоротилася на 24% - з 2,6 млрд доларів США (0,31% національної ВДВ).

У 2018 році у КЛС діяло майже 34,5 тисячі фірм. У 2013 року кількість фірм у КЛС складала 29,1 тисячі – відповідно, за цим показником сектор виріс на 18% (Рисунок 3.24). З іншого боку, частка КЛС є стабільною – 1,2-1,4%.

Найбільшими сферами КЛС у 2018 році були: Архітектура (13,7 тисяч фірм), Креативні, мистецькі та розважальні активності (5,4 тисячі) та Дизайн(5 тисяч).

Зайнятість у КЛС склала 648 тисяч осіб у 2018 році (2,3% зайнятих), в той час як у 2014 році вона була 559 тисяч осіб (2,2% усіх зайнятих) (Рисунок 3.25). Відповідно, протягом 2014-2018 років зайнятість у КЛС зросла на 16%.

Роль товарів та послуг КЛС у зовнішній торгівлі Туреччини значно відрізняється. Хоча ані товари, ані послуги не створюють негативного платіжного балансу експорт: експорт і товарів, і послуг КЛС перевищує їх імпорт.

Протягом 2014-2018 експорт товарів КЛС складав 6.3-7.5 млрд доларів США або 4,2-4.7% усього експорту (Рисунки 3.26-3.27). При цьому обсяги експорту

Рисунок 3.23. Валова додана вартість у КЛС у Туреччині

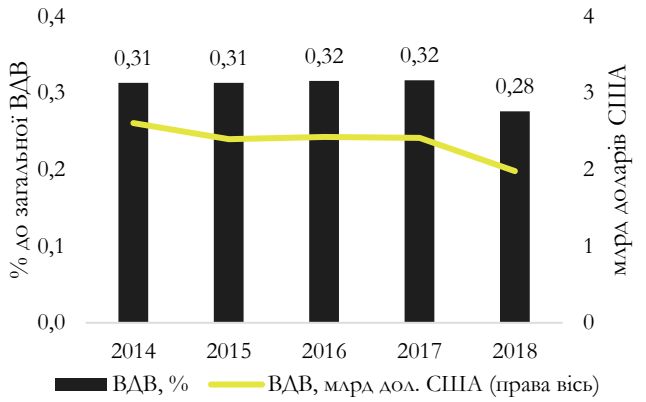


Рисунок 3.24. Кількість фірм у КЛС у Туреччині

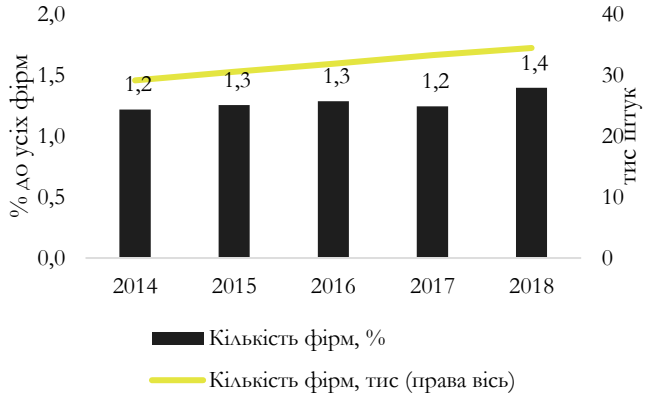
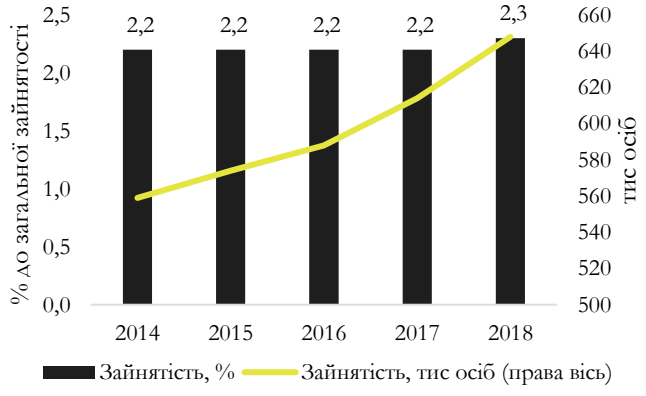


Рисунок 3.25. Зайнятість у КЛС у Туреччині



Джерело: Statistics Turkey, European Commission.

відновили зростання у 2017 році після декількох років скорочення. Обсяг імпорту товарів КЛС демонструє схожі тренди: 4,6-6,2 млрд доларів США при стабільній частці у експорті товарів на рівні 2,2-2,6%.

Протягом 2014-2018 експорт послуг КЛС коливався на рівні 1,7-2,1 млрд доларів США або 3,3-3,8% усього експорту послуг (Рисунки 3.28-3.29). Обсяги імпорту послуг КЛС були вдвічі більшими – 4-4,8 млрд доларів США або 16,3-18,1% всього імпорту.

Рисунок 3.26. Експорт та імпорт товарів КЛС Туреччини, млрд дол. США

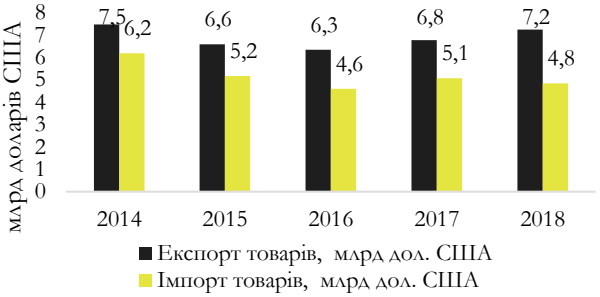


Рисунок 3.27. Експорт та імпорт товарів КЛС Туреччини, % до загального обсягу

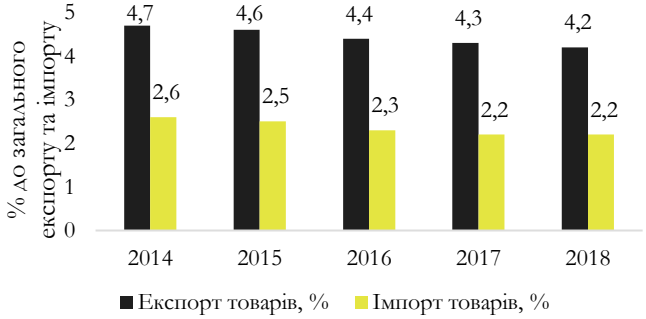


Рисунок 3.28. Експорт та імпорт послуг КЛС Туреччини, млрд дол. США

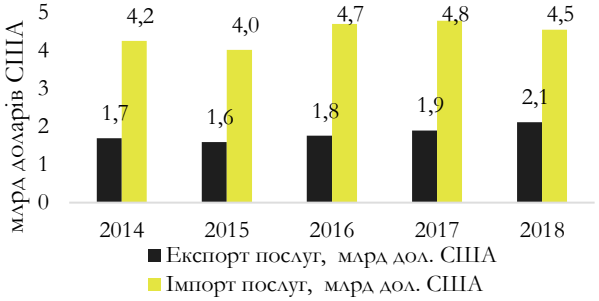
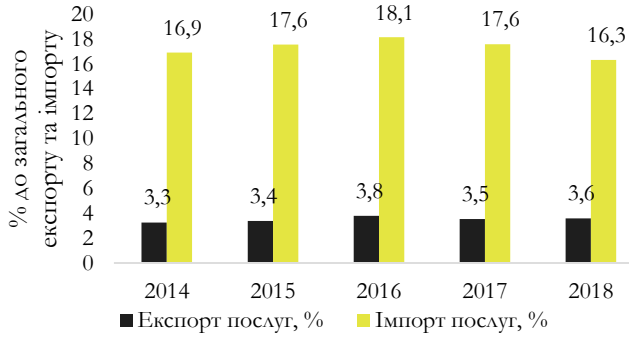


Рисунок 3.29. Експорт та імпорт послуг КЛС Туреччини, % до загального обсягу



Джерело: Statistics Turkey, European Commission

Сполучені Штати Америки

Мистецтво та креативні індустрії (МКІ) США включають [17]: музеї; сценічне мистецтво; кіно, радіо та телебачення; дизайн та видавнича справа; образотворче мистецтво та фотографію; художні школи та інформаційні послуги.

МКІ створює до 4,7% ВДВ США [18,19]. В 2017 році ВДВ МКІ склала 877,8 млрд дол. США, що склало 4,7% національної ВДВ (Рисунок 3.30). Обсяги ВДВ та її частка поступово зростають. Протягом 2013-2017 років ВДВ МКІ зросла на 22% - з 722 млрд дол. США (4,5% національної ВДВ).

Найбільший внесок роблять інформаційні послуги (включають мовлення та видавництво) та послуги дизайну [20]. Вони ж показали найбільшу динаміку зростання (4,6%) в 2017 році. Сценічне мистецтво, музеї, дизайн та образотворча освіта зросли на 2,7%.

Основні галузі МКІ зросли на 4,4% до рівня 179,0 млрд дол.; провідним фактором, що сприяв зростанню, були послуги виконавського мистецтва та дизайну.

Додаткові галузі креативних та культурних індустрій зросли на 4,7% до рівня 676,7 млрд дол.; провідним фактором, що сприяв зростанню, стали інформаційні послуги.

У 2017 році у МКІ діяло майже 674 тисяч фірм [21] (більшість відносяться до дизайну, видавництва та образотворчого мистецтва). Частка МКІ серед усіх фірм США склала 4%.

Ці дані МКІ базуються виключно на активному бізнесі в США, зареєстрованому в реєстрі Dun & Bradstreet. Оскільки не всі

Рисунок 3.30. Валова додана вартість у МКІ у США

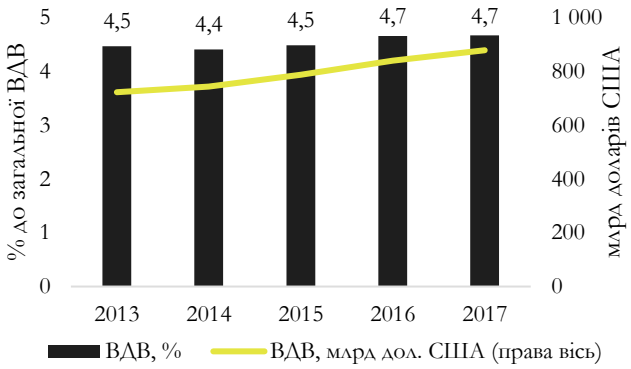


Рисунок 3.31. Зайнятість у МКІ у США

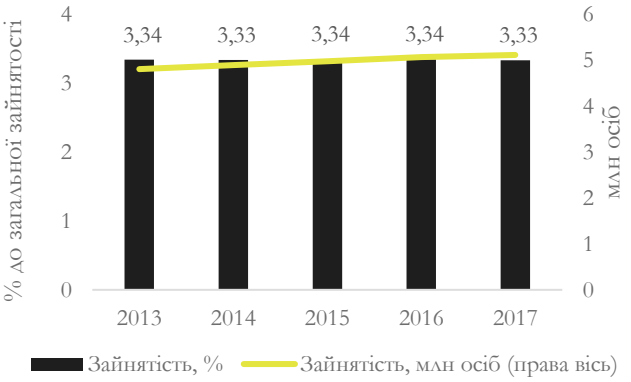
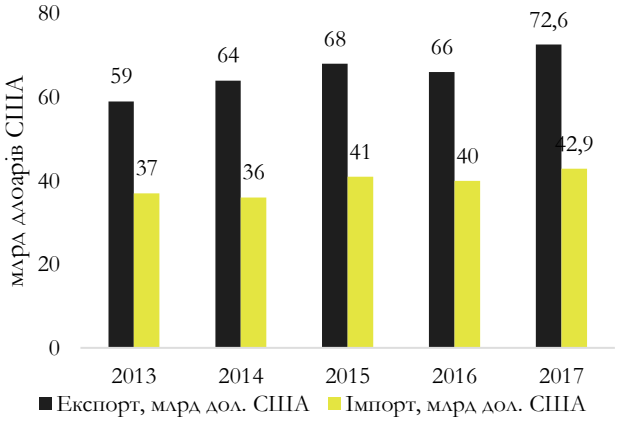


Рисунок 3.32. Експорт та імпорт товарів та послуг МКІ США, млрд дол. США

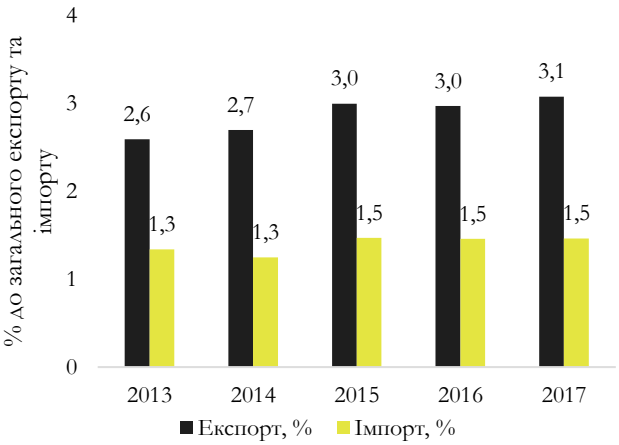


Джерело: National Endowment for the Arts, the U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA)

підприємства реєструються, наш аналіз вказує на недостатнє представництво підприємств мистецтва (особливо тих, що є некомерційними організаціями мистецтв та окремих художників). Тому дані у цьому звіті слід вважати відносно консервативними.

Зайнятість у МКІ склала 5,1 млн осіб у 2017 році (3,3% зайнятих), [22] в той час як у 2013 році вона була 4,8 млн осіб (Рисунок 3.31). Хоча протягом 2013-2017 років зайнятість у МКІ зросла на 6%, часта у загальні зайнятості залишається стабільною.

Рисунок 3.33. Експорт та імпорт товарів та послуг МКІ США, % до загального обсягу



Джерело: National Endowment for the Arts, the U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA)

МКІ США не відіграє значної ролі у зовнішній торгівлі товарами та послугами. З іншого боку, обсяг та частка експорту товарів та послуг КІ стабільно зростала протягом 2013-2017 років (Рисунки 3.32-3.33)

Протягом 2013-2018 експорт товарів та послуг МКІ складав 59-72,6 млрд доларів США або 2,6-3,1% усього національного експорту (Рисунки 6.3-6.4). Обсяг імпорту товарів та послуг МКІ також зростав протягом цього періоду і становив 37-43 млрд доларів США (1,34-1,46% національного імпорту).

У регіональному розрізі, існує концентрація МКІ [23]. Найбільший вклад у створення ВДВ роблять Каліфорнія (230 млрд доларів США або 26% ВДВ), Нью Йорк (120 млрд доларів США або 13,7% ВДВ), Техас (46,5 млрд доларів США або 5% ВДВ), Вашингтон (44,3 млрд доларів США або 5% ВДВ) та Флорида (37 млрд доларів США або 4,2% ВДВ).

Канада

Сектор Культури (КЛС) Канади включає аудіо-візуальні та інтерактивні медіа (фільми та відео, телебачення, інтерактивні медіа), візуальне та прикладне мистецтво (оригінальне візуальне мистецтво, репродукції, фотографії, ремесла, реклама, архітектура, дизайн); видавничу діяльність; живі виступи; музику; спадщину та бібліотеки, освіту та управління у сфері культури.

КЛС *створює до 2,7% ВДВ Канади.* В 2018 році ВДВ КЛС склала 56,1 млрд канадських доларів [24], що склало 2,7% національної ВДВ (Рисунок 3.34). У 2018 році ВДВ в національній валюті зросла на 11% порівняно з 2013 роком. Частка в національній доданій вартості залишається стабільною.

Найбільший внесок роблять фільми та телебачення, відеоігри, візуальні та прикладні мистецтва (дизайн, ремесла, архітектура), видавнича діяльність, живі виступи.

Зайнятість у КЛС ***склала 655 тисяч осіб у 2018 році (3,5% зайнятих). За п'ять років зайнятість сектору зросла всього на 9 тисяч осіб, або на 1%*** (Рисунок 3.35).

Канада більше імпортує продуктів креативних індустрій (послуг і товарів разом), ніж експортує. Ця тенденція зберігається протягом років.

Як експорт так і імпорт поступово зростають. За п'ять років річний обсяг експорту креативних індустрій зріс на 21%, а імпорт креативних індустрій на 14%.

Частка експорту креативних індустрій в загальному експорті за цей період залишалась доволі стабільною та у 2018 році скала 2,5% (Рисунок 3.36). ***В той же час частка імпорту креативних індустрій*** в загальному імпорті знизилась з 3,7 до 3,3% (Рисунок 3.37).

Рисунок 3.34. Валова додана вартість в КЛС у Канаді

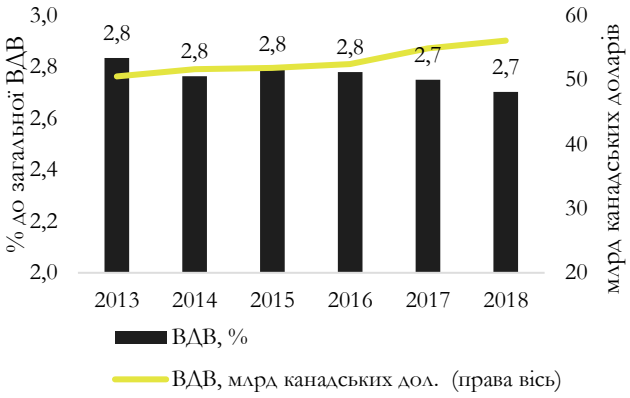


Рисунок 3.35. Зайнятість в КЛС у Канаді

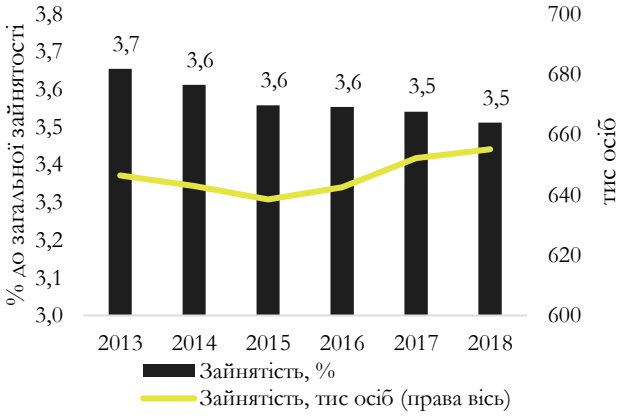


Рисунок 3.36. Експорт та імпорт товарів та послуг КЛС Канади, млрд дол. США

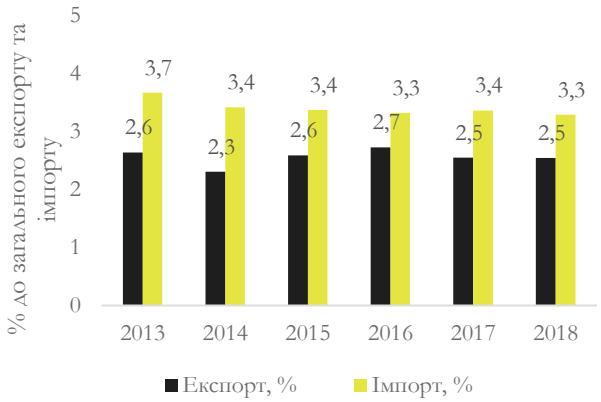


Джерело: Statistics Canada. Culture Statistics

Вклад КЛС у ВДВ та залученість трудових ресурсів територіально розподілені нерівномірно. Майже половина ВДВ створюється у Онтаріо (27,9 млрд канадських доларів у 2018 році). На

Квебек припадає 13,1 млрд канадських доларів у 2018 році, Британську Колумбію - 8,7 млрд канадських доларів, провінцію Альберта – 5,7 млрд канадських доларів.

Рисунок 3.37. Експорт та імпорт товарів та послуг КЛС Канади, % до загального обсягу



Джерело: Statistics Canada. Culture Statistics

Розділ 4. Вплив Креативних Індустрій України на Розвиток Суміжних Секторів Економіки

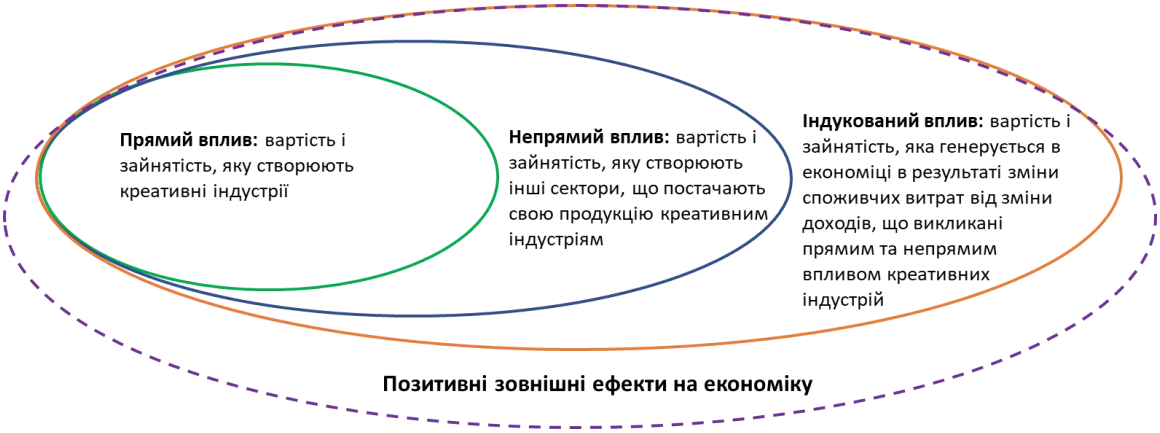
Розділ 4 надає огляд наявної практики дослідження впливу КІ на економіку. Крім того, детально описується технічний підхід до оцінювання впливу КІ України на суміжні сектори економіки та представляються результати оцінки. Надано особливості методології та джерела, з яких було отримано дані для аналізу.

4.1. Економічний вплив креативних індустрій: огляд літератури

Вплив КІ на економіку має різні рівні. Перш за все, розглядають прямий вплив КІ на економіку – це безпосередній кількісний внесок зазначених індустрій у загальне виробництво, додану вартість, доходи та зайнятість. Виділяють також непрямий та індукований впливи КІ через їхній позитивний мультиплікативний ефект на загальну економіку та інші сектори (виробництво, доходи, зайнятість), які пов'язані міжгалузевими зв'язками КІ через ланцюги постачання та споживання [25]. Прямі та непрямі та індуковані впливи КІ, в свою чергу, впливають також на податкові надходження уряду.

Крім того, виділяють більш широкий вплив КІ на суспільство та економіку через поширення концепцій, ідей, навичок, знань, що сприяє розвитку інновацій, технологічному прогресу, підвищенню якості життя тощо [26] (це так звані зовнішні ефекти КІ – Spillovers or positive externalities). Зовнішні ефекти КІ можуть також впливати на міжгалузеві зв'язки та змінювати непрямий та індукований вплив.

Рисунок 4.1. Загальний вплив креативних індустрій на економіку – рівні впливу



Джерело: CEBR analysis, 2020 [27]

Зокрема, КІ є важливими рушіями економічних та соціальних інновацій в економіці. Вони підтримують інновації в багатьох інших секторах (наприклад, промислові інновації) через надання креативних ідей для нових продуктів (тобто інноваційний контент), креативних товарів та послуг, що використовуються у виробничих процесах (наприклад, програмне забезпечення), а також маркетингової підтримки інноваційних продуктів (інноваційний дизайн тощо) [28]. Також вони сприяють розвитку гнучких, мобільних та мультидисциплінарних мереж, проектної організації робочих процесів, розвитку людського капіталу та творчих здібностей (creative problem-solving skills) [29]. Відповідно, КІ сприяють впровадженню нових ідей та технологій в інших секторах, підвищенню їхньої продуктивності та конкурентоспроможності.

КІ також є важливим користувачем інноваційних технологій і створюють попит на інновації для виробників технологій, зокрема інформаційних та комунікаційних технологій [30]. Важливий також позитивний вплив КІ на розвиток туристичної галузі завдяки збільшенню потоку туристів, що беруть участь у мистецьких та культурних заходах тощо (Cultural Tourism). Крім того, зовнішні ефекти включають: зростання вартості бренду компаній (Brand equity), покращення та популяризація міжнародного іміджу країни, сприяння розвитку територій та громад тощо.

4.2. Підходи до оцінки економічного впливу креативних індустрій: огляд літератури

Існує кілька способів виміряти загальний ефект (що включає прямі та непрямі ефекти) КІ на економіку. Зокрема, основні методи - це використання таблиць витрати-випуск та мультиплікаторів, а також використання економетричних моделей, які оцінюють широкий вплив КІ на економіку країни чи регіону [31].

Використання таблиць витрати-випуск та мультиплікаторів

Цей підхід полягає у аналізі економічних взаємозв'язків між КІ (виробничий сектор) та іншими секторами економіки (постачальники та споживчі сектори) на основі використання таблиць витрати-випуск (І-О) [32]. Аналіз допомагає відслідкувати "скільки разів один долар витрачається прямо чи опосередковано в інших секторах економіки" [32]. Основне припущення, що лежить в основі мультиплікативного аналізу, полягає в тому, що додаткова сума витрат одного сектору може призвести до збільшення споживання в інших секторах. Наприклад, на додаткове виготовлення книжок видавництво повинно закупити додатковий папір, фарби, збільшити витрати електроенергії тощо. Відповідно, виробники цих товарів також мають збільшити своє виробництво. Таким чином загальний вплив може перевищити початкові витрати. Аналіз може включати розрахунок різних мультиплікаторів - наприклад, мультиплікатор валової доданої вартості, мультиплікатор випуску, мультиплікатор зайнятості, мультиплікатор податкових надходжень тощо.

При аналізі таблиць витрати-випуск, присвяченому КІ, зазвичай вимірюють три компоненти мультиплікативного ефекту: прямий вплив, непрямий вплив та індукований вплив. **Прямим економічним впливом** є зайнятість та дохід (додана вартість), що створюються на національному рівні КІ. **Непрямий вплив** охоплює всі товари та послуги, які необхідно виробляти постачальникам КІ для підтримки прямих ефектів. **Індукований вплив** - це зміна споживчих витрат, що викликана зміною доходів в результаті прямого та непрямого впливу КІ [32].

Приклади досліджень з застосуванням аналізу мультиплікаторів для креативних індустрій на основі таблиць витрати-випуск

Мультиплікативний вплив креативних індустрій (Arts and Culture Industry [33]) Великої Британії на: валовий внутрішній випуск, валову додану вартість, зайнятість та оплату праці найманих працівників. [34]

Центр досліджень економіки та бізнесу (Cebr) Великобританії проводить оцінку мультиплікативного ефекту окремих КІ Великобританії на економіку (у розрізі прямого, непрямого та індукованого впливів).

Зокрема, у дослідженні Cebr за 2020 рік представлені оцінки різних видів мультиплікаторів для сектору культури та мистецтв Великобританії та загальний внесок цього сектору у економіку на основі даних за 2018 рік Cebr робить оцінку на основі «використання моделі витрати-випуск для Великої Британії, яка простежує економічний слід сектору через його взаємозв'язок з іншими секторами у ланцюгу поставок (непрямий ефект) та обчислює збільшення попиту, коли працівники, пов'язані з прямими та непрямим впливом, витрачають свої заробітки у широкій економіці» [34]. Основні результати оцінок представлені у Таблиці 4.1.

Таблиця 4.1. Мультиплікативний вплив сектору культури та мистецтв* Великобританії, 2018.

	Валовий випуск***	**Валова додана вартість**	**Зайнятість**	**Оплата праці найманих працівників**
Загальний мультиплікатор (type II multiplier)**	**2,26**	**2,17**	**2,46**	**2,24**
- Прямий вплив	£1	£1	1	£1
- непрямий вплив	£0,50	£0,44	0,62	£0,51
- індукований	£0,76	£0,73	0,84	£0,73
Загальний вплив	**£64,2 млрд**	**£29,4 млрд (1,4% ВВП)**	**461 307**	**£16,4 млрд**
- прямий	£28,3 млрд	£13,5 млрд (0,6% ВВП)	187 458	£7,3 млрд
- непрямий	£14 млрд	£5,9 млрд	117 000	£3,8 млрд
- індукований	£21,8 млрд	£9,9 млрд	157 000	£5,3 млрд

Джерело: Centre for Economics and Business Research (Cebr), 2020.

Примітки:
** Включає такі креативні індустрії: Музика, виконавське та образотворче мистецтво; Музеї, галереї та бібліотеки; Ремесла; Фотографія; Книговидання.*
*** Загальний мультиплікатор = прямий + непрямий + індукований впливи.*
***Валовий випуск приблизно аналогічний сукупному обороту в бухгалтерському обліку. Він складається з усіх доходів, отриманих до відніманння будь-яких витрат.*

Зокрема, оцінки різних видів мультиплікаторів для зазначених КІ Великої Британії включають:

- £1 у валовому внутрішньому випуску, створений КІ (прямий вплив), генерує додаткові £1,26 валового випуску у інших секторах (непрямий та індукований вплив).
- £1 у валовій доданій вартості, створений КІ (прямий вплив), генерує додаткові £1,17 валової доданої вартості у інших секторах (непрямий та індукований вплив).
- 1 робоче місце, безпосередньо створене КІ (прямий вплив), створює додаткові 1,46 робочих місця у інших секторах (непрямий та індукований вплив).
- £1 Оплата праці найманих працівників безпосередньо зайнятих у КІ (прямий вплив), забезпечує додаткові £1,24 оплати праці найманих працівників у інших секторах (непрямий та індукований вплив).

Отже, за результатами дослідження, сукупний мультиплікативний внесок (прямий, непрямий та індукований) сектору культури та мистецтв Великої Британії у ВВП країни у 2018 році становив 29,4 млрд фунтів стерлінгів, що складало 1,4% ВВП (тоді як прямий вплив цих індустрій - £13,5 млрд або 0,6% ВВП). Мультиплікативний вплив сектору на інші економічні показники також більше, ніж удвічі перевищує прямий вплив зазначених індустрій Великої Британії.

Крім того, у звіті поданий огляд позитивних зовнішніх ефектів цих індустрій на економіку та суспільство. Зокрема, показана важливість волонтерської діяльності, розвитку креативних кластерів, навчання персоналу у секторі культури та мистецтв та їхня роль у покращенні добробуту та розвитку громад тощо.

Мультиплікативний вплив експорту креативних індустрій [35] Великобританії [36]

У дослідженні Cebr за 2018 рік «Estimating creative sector digital services exports» поданий аналіз мультиплікативного *впливу експорту креативних індустрій* Великобританії на економіку (прямого, непрямого та індукованого) за даними 2016 року.

Експортуючи свою продукцію, КІ використовують ресурси багатьох секторів економіки Великобританії. За оцінками дослідження, мультиплікатор експорту КІ становить 1,48. Це означає, що 1 фунт стерлінгів експорту КІ у Великобританії генерує додаткові 0,48 фунтів стерлінгів в економіці через непрямі та індуковані мультиплікативні впливи. Обсяг експорту КІ у 2016 році оцінений у розмірі 31 млрд фунтів стерлінгів (прямий вплив), відповідно сукупний внесок, включаючи

прямий, непрямий та індукований впливи, становив 46 млрд фунтів стерлінгів у тому ж році. [36]

Мультиплікативний вплив креативних індустрій Шотландії на валовий випуск, додану вартість та зайнятість

Дослідження DC Research, 2012. "Economic Contribution Study: An Approach to The Economic Assessment the Arts and Creative Industries in Scotland" [37] дає оцінку мультиплікативного впливу 16 КІ [38] Шотландії на економіку (у розрізі прямого, непрямого та індукованого впливів) за даними 2010 року.

За оцінками дослідження, загальний мультиплікативний внесок 16 КІ у ВВП Шотландії у 2010 році становив 6,3 млрд фунтів стерлінгів (Таблиця 4.2), що складало близько 5% ВВП Шотландії у 2010 році (прямий - £3,7 млрд або 3% ВВП). Загальний внесок індустрій у валовий випуск країни - 12,5 млрд фунтів стерлінгів, загальну зайнятість – близько 130 тис. робочих місці (прямий внесок- £7,2 млрд та 84,4 тис. відповідно). Відповідно, загальний мультиплікатор (type II multiplier) доданої вартості КІ – 1,70, валового випуску 1,73, зайнятості – 1,54.

Крім того, дослідження розрахувало позитивний вплив КІ на туристичну галузь Шотландії та залучення туристів. Зокрема, було оцінено, що витрати на туризм, пов'язаний з КІ у Шотландії, сягають 1 млрд фунтів стерлінгів.

Таблиця 4.2. Мультиплікативний вплив креативних індустрій Шотландії, 2010.

	Валовий випуск (без ПДВ)	**Валова додана вартість**	**Зайнятість**
Загальний мультиплікатор*	**1,73**	**1,70**	**1,54**
- прямий вплив	£1	£1	1
- непрямий вплив	£0,43	£0,36	0,23
- індукований	£0,30	£0,34	0,31
Загальний вплив	**£12,48 млрд**	**£6,3 млрд (5,1% ВВП)**	**129 700**
- прямий	**£7,2 млрд**	**£3,7 млрд (3% ВВП)**	**84 400**
- непрямий	£3,06 млрд	£1,34 млрд	19 200
- індукований	£2,22 млрд	£1,25 млрд	26 100

Джерело: https://www.creativescotland.com/__data/assets/pdf_file/0010/21403/ECS-Final-Report-June-2012.pdf

Приклади інших досліджень щодо загального мультиплікативного внеску КІ – див. у Таблиці 4.3.

Таблиця. 4.3. Приклади досліджень щодо оцінки мультиплікативного впливу креативних індустрій на економіку

Дослідження	Перелік КІ	Країна, рік	Загальні мультиплікатори для КІ [39]	Прямий вплив	Загальний вплив на економіку [40]
Centre for Economics and Business Research, 2020. «Contribution of the arts and culture industry to the UK economy» [34]	Музика, виконавське та образотворче мистецтво; Музеї, галереї та бібліотеки; Ремесла; Фотографія; Книговидання	Велика Британія, 2018	Додана вартість – 2,17 Валовий випуск – 2,26 Зайнятість – 2,46 Компенсація працівників – 2,24	Додана вартість – £13,5 млрд (0,6% ВВП) Валовий випуск – £28,3 млрд Зайнятість – 187,5 тис. Оплата праці найманих працівників - £7,3 млрд	Додана вартість – £29,4 млрд (1,4% ВВП) Валовий випуск – £64,2 млрд Зайнятість – 461,3 тис. Оплата праці найманих працівників- £16,4 млрд
Centre for Economics and Business Research, 2018. «Estimating creative sector digital services exports» [36]	Реклама та маркетинг; Архітектура; Ремесла; Дизайн та дизайнерська мода; Кіно, телебачення, відео, радіо та фотографія; ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги; Видавнича справа; Музеї, галереї та бібліотеки; Музичне, виконавське та образотворче мистецтво.	Велика Британія, 2016	Експорт – 1,48	Експорт креативних індустрій - £31 млрд (оцінений)	Загальний вплив на економіку – £46 млрд
Oxford Economics. 2010 "The Value of Fashion Report: Defining the UK Fashion Industry", British Fashion Council [41]	Індустрія моди (в т.ч. роздрібна торгівля)	Велика Британія, 2009	Додана вартість – 1,56 Зайнятість – 1,61	Додана вартість - £20,9 млрд (1,7% ВВП) Зайнятість – 815,5 тис. (2,8%)	Додана вартість - £37,2 млрд (2,7% ВВП) Зайнятість - 1,31 млн (4,5% загальної зайнятості) Податкові надходження - £17,5 млрд або 3,5% від сукупної суми доходів уряду. Вплив на туризм – мін. £98 млн або 0,5% від с витрат на туризм

Дослідження	Перелік КІ	Країна, рік	Загальні мультиплікатори для КІ [39]	Прямий вплив	Загальний вплив на економіку [40]
DC Research, 2012. "Economic Contribution Study: An Approach to The Economic Assessment the Arts and Creative Industries in Scotland" [37]	16 індустрій: Реклама, Архітектура, Візуальне мистецтво, Ремесла, Мода, Дизайн, Виконавське мистецтво, Музичне мистецтво, Фотографія, Фільми та відео, Комп'ютерні ігри, Радіо та ТВ, Книговидавництво, Спадщина, Програмне забезпечення/Електронне видавництво, Культурно-мистецька освіта.	Шотландія, 2010	Додана вартість – 1,70 Валовий випуск – 1,73 Зайнятість – 1,54	Додана вартість – £3,7 млрд (3% ВВП) Валовий випуск – £7,2 млрд Зайнятість – 84,4 тис.	Додана вартість – £6,3 млрд (5,1% ВВП) Валовий випуск – £12,48 млрд Зайнятість – 129,7 тис. Туризм – £1 млрд
Economic contributions of Singapore's creative industries [42]	Видавництво, IT, Радіо та ТВ, та Сценічне мистецтво, Кіно, Архітектура, Реклама	Сінгапур, 2000	Додана вартість – 1,8 Валовий випуск – 1,43		
Creativity and productivity in the Heart of the South West: A Technical Paper [43]	Видавництво, IT, Радіо та ТВ, та Сценічне мистецтво, Кіно, Архітектура, Реклама	Уельс, 2010	Додана вартість – 2,01 Зайнятість – 2,37		
Sukma M., Hartono D., Prihawantoro S. 2018. The Impacts Analysis of Creative-Products Export on the Economy [44]	Мода; Ремесла	Індонезія, 2010	**Додана вартість:** Мода - 1,816 Ремесла - 1,826 **Дохід:** Мода - 1,267 Ремесла - 1,248 **Зайнятість:** Мода - 0,026 Ремесла - 0,028	Збільшення експорту індустрії моди збільшує національну додану вартість на 0,06%; доходи громади 0,06% та зайнятість 0,11%. Збільшення експорт ремесел збільшує національну додану вартість на 0,05%; дохід на 0,05% та зайнятість на 0,11%.	

Аналіз загального впливу креативних індустрій на економіку на основі економетричних оцінок

Цей підхід включає використання економетричних моделей для оцінки зовнішніх впливів КІ на інноваційний розвиток, продуктивність економіки, технічній прогрес та економічне зростання.

Загалом на сьогодні проведено не багато досліджень на тему КІ на економіку. Ґрунтовний огляд таких досліджень поданий у статті Boix-Domènech and Rausell-Köster (2018) [45] Зокрема, в ній зазначаються роботи Boix and Soler (2017), Boix and Peiró (2017), які оцінювали ефект КІ на продуктивність праці. За їхніми оцінками, еластичність такого впливу для регіонів ЄС становить від 4% до 13% (зростання зайнятості у КІ на 100% призводить до зростання загальної продуктивності праці на 4-13%). Також результати досліджень свідчать, що головний канал впливу КІ на продуктивність – непрямі, через зовнішні ефекти на економіку (поширення ідей, концепцій, знань і навичок).

Boix-Domènech and Rausell-Köster (2018) вказують, що подібні результати отримали Hong та ін. (2014) для провінцій Китаю, де оцінювався вплив агломерації КІ на зростання загальної факторної продуктивності (TFP). Вони виявили, що збільшення концентрації[6] КІ на 100% збільшує TFP приблизно на 4%. Вони також визначили, що цей ефект обумовлений впливом КІ на технологічний прогрес [45].

Boix et al. (2013) проаналізували кореляцію окремих КІ та добробуту та розвитку європейських регіонів. Вони виявили, що ця кореляція є позитивною для всіх КІ, проте вона особливо висока для видавничої справи, комп'ютерного програмування, реклами, архітектури та інжинірингу, креативних досліджень та розробок та креативної роздрібної торгівлі. Кореляція нижча для телерадіомовлення, дизайну, фотографії та мистецтва, розваг та відпочинку.

[6] Концентрація виміряна як індекс частки працівників КІ в сукупній кількості працівників в провінці, поділеної на частку працівників КІ в загальній кількості працівників в країні

4.3. Методологія та дані

Для розрахунку економічного впливу КІ на економіку в цілому, ми використовуємо два методи. Першим методом є модель витрати-випуск, яка дозволяє розрахувати яким чином екзогенне збільшення кінцевих споживчих витрат сектору загального державного управляння на товари і послуги КІ вплине на всю економіку. Тобто, крім прямого впливу збільшення витрат в галузі, береться до уваги мультиплікативний вплив, спричинений зростанням проміжного споживання, а також індукований вплив, тобто додаткове зростання економіки від збільшення споживання домогосподарствами, які отримали додатковий дохід. На другому етапі використано модель обчислювальної загальної рівноваги (computable general equilibrium models (CGE)). Остання дозволяє виміряти не тільки вплив додаткового державного споживання в галузі, але й вплив збільшення капіталу в КІ.

Таблиці витрати-випуск

Таблиці витрати-випуск є представленням національних рахунків, яке показує взаємозв'язки між секторами економіки, а також відносини між виробниками та споживачами. Зокрема таблиця показує, як продукт, вироблений у галузях економіки, використовується для проміжного та кінцевого споживання, включаючи споживання зовнішнім сектором. Вона також відображає структуру витрат на товари проміжного споживання та додану вартість. Базовий вигляд таблиці витрати-випуск наведений у Таблиці 4.4.

Таблиця 4.4. Базовий вигляд таблиці витрати-випуск

	Проміжне споживання		**Кінцеві споживчі витрати**	**Випуск**
	Індустрія 1	**Індустрія 2**		
Індустрія 1	a_{11}	a_{12}	F_1	X_1
Індустрія 2	a_{21}	a_{22}	F_2	X_2
Валова додана вартість	V_1	V_2		
Податки на виробництво та імпорт	T_1	T_2		
Субсидії на виробництво та імпорт	S_1	S_2		
Випуск	X_1	X_2		

Для цілей даного дослідження було виділено 9 напрямів КІ. Деталізація аналізу була обмежена доступністю даних таблиці витрати-випуск. Державна служба статистики України публікує таблицю витрати-випуск для 42 галузей, що не є достатнім для виокремлення КІ серед інших секторів економіки. Тому для

побудови таблиці витрати-випуск було використано додаткові дані. Джерелами даних були:

- таблиця витрати-випуск для України (за секторами: проміжне й остаточне споживання, оплата праці найманих працівників, прибуток і нерозподілений доход, податки й субсидії на виробництво та імпорт) за 2018 рік[7]
- таблиця витрати-випуск для Польщі (за секторами: проміжне споживання) за 2015 рік (остання доступна)[8]
- річний звіт про виконання Державного бюджету України за 2018 рік, Розділ II.1. Видатки за програмною класифікацією видатків та кредитування державного бюджету[9]
- платіжний баланс України за 2018 рік[10]
- статистичні дані діяльності підприємств України щодо валової доданої вартості[11] та обсягу реалізованої продукції[12] за 2018 рік.

Для побудови коефіцієнтів проміжного споживання КІ було використано більш детальні таблиці витрати-випуск Польщі (77 галузей). Приклад розрахунку коефіцієнтів наведений у додатку В. Польща була обрана, з одного боку, як країна-орієнтир у сфері розвитку КІ, а з іншого боку, як порівнювана країна серед тих, що мають доступну деталізовану статистику. Показники доданої вартості та випуску КІ було взято зі статистики діяльності підприємств України.

Таким чином, вдалося виокремити наступні дев'ять напрямів креативних індустрій:

- **Виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів**: виробництво ювелірних і подібних виробів (32.12), виробництво біжутерії та подібних виробів (32.13), виробництво музичних інструментів (32.20)
- **Видавництво**: видання книг (58.11), видання газет (58.13), видання журналів і періодичних видань (58.14), інші види видавничої діяльності (58.19), видання комп'ютерних ігор (58.21) та видання іншого програмного забезпечення (58.29)
- **Аудіовізуальне та аудіальне мистецтво**: виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм (59.11), компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм (59.12) та розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм (59.13), демонстрація кінофільмів

[7] http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/vvp/virt_vip/vitr_vip_cs18xl_u.xlsx
[8] https://stat.gov.pl/en/topics/national-accounts/annual-national-accounts/input-output-table-at-basic-prices-in-2015,5,3.html
[9] https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c9/df3/be2/5c9df3be25b13686386008.xlsx
[10] https://bank.gov.ua/files/ES/BOP_y.xlsx
[11] http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/fin/pssg/dvvsg_ek_2013_2019_u.xlsx
[12] http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/pssg/pssg_u/orpsg_ek_2010_2019_ue.xlsx

(59.14), видання звукозаписів (59.20), діяльність у сфері радіомовлення (60.10) та діяльність у сфері телевізійного мовлення (60.20)

- **Програмування**: комп'ютерне програмування (62.01), консультування з питань інформатизації (62.02)
- **Зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама**: діяльність інформаційних агентств (63.91), діяльність у сфері зв'язків з громадськістю (70.21), дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук (72.20), рекламні агентства (73.11), посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації (73.12)
- **Архітектура**: Діяльність у сфері архітектури (71.11)
- **Дизайн, фотографія, перекладацька діяльність:** Спеціалізована діяльність із дизайну (74.10), діяльність у сфері фотографії (74.20), надання послуг перекладу (74.30)
- **Сценічне та інше мистецтво**: освіта у сфері культури (85.52), театральна та концертна діяльність (90.01), діяльність з підтримки театральних та концертних заходів (90.02), індивідуальна мистецька діяльність (90.03), функціонування театральних і концертних залів (90.04)
- **Бібліотеки, музеї, архіви**: Функціювання бібліотек і архівів (91.01), функціювання музеїв (91.02).

Решта галузей були згруповані в 4 групи: сільське господарство, добувна промисловість, переробна промисловість та інші послуги. Розрахована таблиця витрати-випуск представлена у додатку Г, таблиця Г1.

Модель витрати-випуск

Базуючись на даних таблиці витрати випуск, ми починаємо аналіз із симетричної таблиці проміжного споживання та обчислюємо матрицю коефіцієнтів проміжного споживання (A). Для цього кожна міжгалузева операція ділиться на загальний обсяг випуску. Таблицю, використану для розрахунку матриці A, наведено у додатку Г, таблиця Г2. Елемент a_{ij} матриці A позначає величину продукції індустрії i, яку використовує індустрія j при її виробництві. Валовий випуск (X) дорівнює сумі проміжного споживання (AX) та екзогенних витрат кінцевого споживання (F). I позначає одиничну матрицю.

$$X = AX + F$$

$$F = (I - A)X$$

$$X = (I - A)^{-1}F$$

Назвемо $(I-A)^{-1}$ є матрицею L. Це і є мультиплікаторною матрицею або оберненою матрицею Леонтьєва і показує сукупний ефект екзогенної зміни попиту на всі галузі. Сума коефіцієнтів *j*-го стовпчика є мультиплікатором галузі j.

$$(X_{mult})_j = \sum_i L_{ij}$$

Нехай v_iпозначає частку валової доданої вартості у валовому випуску галузі *i*. Тоді мультиплікатор валової доданої вартості для *j*-ої галузі буде рівним

$$(V_{mult})_j = \frac{\sum_i v_i L_{ij}}{v_j}$$

Мультиплікатор доданої вартості - це відношення загальної прямої та непрямої зміни доданої вартості до лише прямої зміни доданої вартості для конкретного сектору.

Також можна порівняти обсяги збільшення кінцевого споживання сектору загальнодержавного управління та зростання валової доданої вартості (тобто зростання ВДВ на 1 гривню державних витрат). Формула такого мультиплікатора рівна чисельнику попереднього показника, але порівняння іде до початкової зміни видатків, тому ділення на частку доданої вартості не відбувається

$$(V'_{mult})_j = \sum_i v_i L_{ij}$$

Коли береться до уваги ефект проміжного споживання, це є тип I мультиплікатору. Для того, щоб включити додатковий ефект від доходів та витрат домогосподарств, ми додаємо матрицю A рахунки домогосподарств (оплата праці найманих працівників та кінцеві споживчі витрати домогосподарств). Виходять нові коефіцієнти для розширеної матриці, а решта процедур ідентична. Це є мультиплікатор типу II.

Модель витрати-випуск передбачає лінійну залежність між витратами та обсягом виробництва, а також між кінцевим попитом та обсягом виробництва. Вважається, що всі фірми в кожній галузі мають однакову технологію виробництва, а внутрішнє постачання є ідеально еластичним, тобто немає проблем з виробничою спроможністю. Ці припущення часто не відповідають дійсності. Наприклад, якщо держава збільшить споживання, фірми можуть не мати потужностей, щоб забезпечити цей попит. Крім того, в галузь мають надійти ресурси, які в економіці є обмеженими. Оцінка додаткових надходжень відбувається через споживання, а не капіталовкладення. Щоб виправити ці недоліки, ми також використовуємо другий підхід, а саме обчислювальну модель загальної рівноваги.

Обчислювальна модель загальної рівноваги

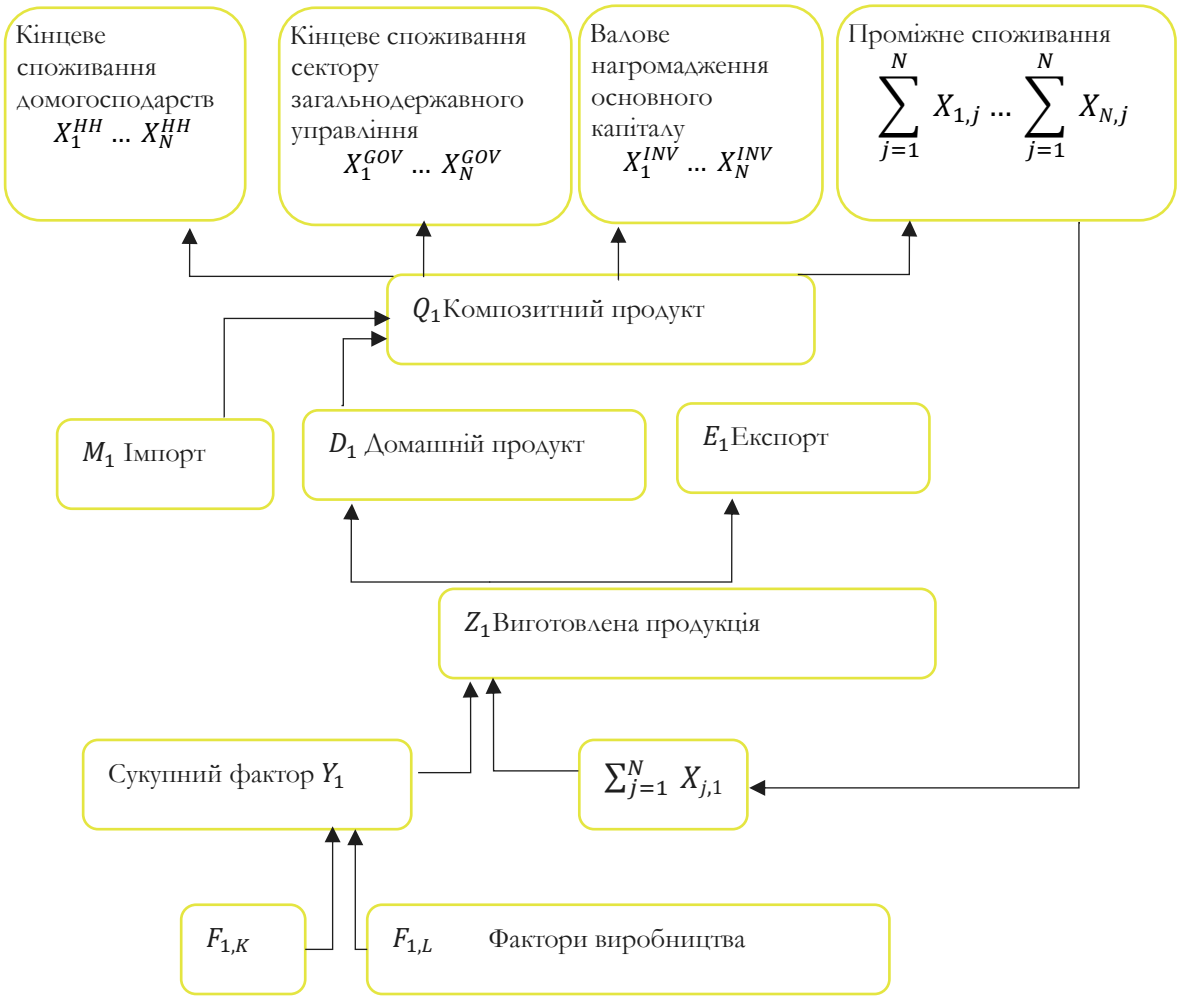
Прикладні або ж обчислювальні моделі загальної рівноваги (computable general equilibrium models (CGE)) поєднують економічну теорію та реальні економічні дані для оцінки економічної політики. Теорія виражена набором рівнянь, які описують поведінкову реакцію економічних агентів (галузі економіки, домогосподарства, уряд, зовнішній сектор). Модель базується на загальної теорії рівноваги та направлена на аналіз довгострокових ефектів економічних змін в деталях (на рівні окремих галузей, секторів).

Принцип загальної рівноваги означає, що набір окремих ринків є повним відображенням економічної системи, вироблені товари та послуги, як і фактори виробництва, повністю споживаються. Ресурси у системі є обмеженими, економічні агенти конкурують за ресурси. Модель передбачає що ринки є повністю конкурентними. Зрівноваження ринків відбувається через відповідне встановлення ціни, що є звичним балансуванням попиту та пропозиції.

Дані для CGE моделі відображені у матриці соціальних рахунків (MCP). Структура MCP є спорідненою до таблиці витрати-випуск. Кожен рядок і стовпчик відображають доходи та витрати певного економічного агента. Основним принципом MCP є збалансованість, тобто рівність доходів, отриманих від реалізації товару/послуги, та видатків. При цьому видатки включають споживання та заощадження. Типовими рахунками в матриці є (Logfren, 2002, Bellu, 2012) галузі випуску продукції, продукти (товари та послуги), фактори виробництва, домогосподарства, підприємства, уряд, податкові агенти, інвестиційний агент та решта світу (імпорт, експорт). Рівень деталізації матриці соціальних рахунків визначається цілями побудови моделі, рахунки можна дезагрегувати або об'єднувати за необхідності. На практиці рівень деталізації таблиці обмежується доступними даними. Опис побудови MCP з прикладами можна знайти у роботах (Mahajan та ін., б.р., La Marca та Jiang, 2017) [46] Таблиця представлена у Додатку Г, Таблиці Г3.

Схема CGE моделі спрощено представлена на рисунку 4.2. На найнижчому рівні робоча сила та капітал поєднуються у сукупний виробничий фактор за допомогою функції з постійною еластичністю заміщення. Виробники поєднують сукупний виробничий фактор та проміжні матеріали та сировину (через функцію Леонтьєва) та виробляють продукцію. Частина виробленої продукції піде на експорт, інша частина буде спожита всередині країни (домашній продукт). Імпортовані та вітчизняні товари змішуються в композитний товар (за допомогою функції Армінгтона), який використовується для споживання. Споживання включає кінцеве споживання домогосподарствами, сектором загальнодержавного управління, валове нагромадження основного капіталу (інвестиції) та проміжне споживання.

Рисунок 4.2. Схема базової CGE моделі



Більш деталізована теорія CGE моделі економіки України наведена у Додатку Д, де представлені рівняння, що описують поведінку економічних агентів. Використовуючи ці рівняння та данні МСР України проводиться оцінка, яким чином збільшення капіталовкладень та державних витрат на КІ вплине за загальну рівновагу та до якого економічного ефекту призведе.

Варто також зауважити, що певні параметри моделі не можуть бути отриманими з даних (такі, як еластичність), їх взято з інших джерел (економетричні оцінки, експертні знання). Приклади оцінки таких параметрів досить широко представлені в літературі (Hosoe, Gasawa та Hashimoto, 2010). Основний принцип полягає у визначенні параметрів виробничих функцій, кривих попиту тощо через фактичні дані.

Як і будь-яка інша модель, CGE має певні обмеження. До них відносять:

- Найчастіше відсутність монетарного сектору, неможливість генерування інфляції та врахування абсолютних цін
- Зі збільшенням розміру моделі (кількості поведінкових рівнянь та індустрій) стає менш зрозуміло яким чином перерозподіляються ресурси та чому

- Питання оцінки глибинних параметрів та, відповідно, сумніви у відповідності оціненої моделі ‘справжній’ економіці
- Модель перш за все вказує на результат перерозподілу ресурсів, а не інструмент здатний відповісти на ’все-про все’.

4.4. Результати

У контексті економічної моделі міжгалузевих зв'язків витрати-випуск впливи зміни кінцевих споживчих витрат, зокрема, предмету нашого центрального інтересу – кінцевих споживчих витрат сектору загального державного управління, можна розділити на три основних види: прямі, непрямі та індуковані.

Прикладом **прямого впливу** є збільшення випуску в креативних індустріях еквівалентне величині додаткових кінцевих споживчих витрат сектору загального державного управління на товари та послуги КІ.

Креативні галузі одночасно споживають та постачають товари та послуги з інших галузей, а також потребують додаткового збільшення власного проміжного споживання для випуску готового продукту. Це призводить до формування **непрямих впливів** зростання випуску унаслідок додаткової потреби у готових продуктах чи послугах.

Зі збільшенням випуску галузей, зайняті у виробництві домогосподарства отримують більший дохід, що означає розширення їхнього споживання. Вплив від збільшення споживання називають **індукованим**.

Усталеними технічними термінами, що виражають наслідки впливів у числах, є поняття мультиплікаторів I та II типів. Мультиплікатор першого типу включає прямий та непрямий впливи, а мультиплікатор другого типу додає індукований вплив. Відповідно, формули їх розрахунку є наступними:

- $\text{Мультиплікатор Типу I} = \frac{\text{Прямий вплив+Непрямий вплив на проміжне споживання}}{\text{Прямий вплив}}$
- $\text{Мультиплікатор Типу 2} = \frac{\text{Прямий вплив+Непрямий впл.на пром.споживання+Індукований впл.}}{\text{Прямий вплив}}$

Таблиця 4.5 Мультиплікатори державних витрат в креативних індустріях

	Валовий випуск		Валова додана вартість		Додаткова гривня витрат кінцевого споживання сектору загальнодержавного управління у галузі збільшує загальну валову додану вартість на [13]
	Мультиплікатор		Мультиплікатор		
	Тип I	Тип II	Тип I	Тип II	Грн
Креативні індустрії	1,78	2,88	1,72	2,20	0,88
Виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів	1,82	3,10	1,61	2,21	0,82
Видавництво	1,90	2,77	2,47	3,32	0,59
Аудіовізуальне та аудіальне мистецтво	2,10	3,67	2,13	2,90	1,01
Програмування	1,78	2,69	1,76	2,17	0,84
Зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама	1,68	2,93	1,40	1,75	1,06
Архітектура	2,21	3,55	2,74	3,72	0,87
Дизайн, фотографія, перекладацька діяльність	2,03	3,11	2,39	3,06	0,85
Сценічне та інше мистецтво	1,53	3,04	1,52	2,19	0,84
Бібліотеки, музеї, архіви	1,63	2,31	3,17	4,31	0,44

Джерело: власні розрахунки Київської школи економіки

Отже, при збільшенні попиту на товари й послуги креативних індустрій на 1 гривню, загальний валовий випуск зростає на 2,88 гривень. З цієї суми 1 гривню становить пряме збільшення витрат на креативні галузі, 78 копійок складає ефект від проміжного споживання (непрямий вплив) і ще 1 грн 10 копійок додає ефект від збільшення кінцевих споживчих витрат домогосподарств (індукований вплив).

Найбільшими **мультиплікатори валового випуску** є у

- аудіовізуальному та аудіальному мистецтві (3,67),
- архітектурі (3,55)
- дизайні, фотографії, перекладацькій діяльності (3,11),
- ювелірній галузі, виробництві біжутерії, музичних інструментів (3,10),
- сценічному та іншому мистецтві (3,04).

Найнижчі мультиплікатори валового випуску у таких галузях як бібліотеки, музеї, архіви (2,31) та програмування (2,69). Низькі мультиплікатори можна пояснити

[13] Хоча йдеться про зміну кінцевого споживання сектору загальнодержавного управління, для моделі не має значення чи джерело зростання витрат є приватним чи державним, вплив від цього не змінюється. Наприклад, держава витрачає 1 гривню на державне споживання індустрії *j*. Тим самим на 1 гривню зростає валовий випуск галузі *j*, що розподіляється на проміжне споживання і валову додану вартість. Нехай частка доданої вартості становить 40%, а мультиплікатор становить 2. Тоді прямі ефект становить 1x0,4=0,4, а загальний 1x0,4x2=0,8, тобто мультиплікатором порівнюються величини 0,8 та 0,4. Тоді як порівнюючи зростання валової доданої вартості та затрачених на це державних коштів, ми порівнюємо величини 0,8 та 1 грн.

слабкими міжгалузевими зв'язками, зокрема тому що продукція цих галузей в основному експортується. Отже зростання споживання цієї галузі незначно вплине на решту економіки.

Загальний **мультиплікатор валової доданої вартості** складає 2,20. Це означає, що зростання доданої вартості, створеної креативними індустріями на 1 гривню викликає зростання валової доданої вартості в економіці на 2,20 грн. Тобто додатково створені ще 1,20 грн доданої вартості. З них 72 копійки за рахунок проміжного споживання (непрямий вплив) та 48 копійок за рахунок додаткового споживання домогосподарствами (індукований вплив). Найбільші мультиплікатори валової доданої вартості у

- бібліотеках, музеях архівах (4,31),
- архітектурі (3,72),
- видавництві (3,32),
- дизайні, фотографії, перекладацькій діяльності (3,06),
- аудіовізуальному та аудіальному мистецтві (2,90).

Також цікавим показником є обсяги зростання валової доданої вартості за рахунок збільшення витрат кінцевого споживання сектору загальнодержавного управління у креативних галузях. Зростання кінцевого споживання КІ на 1 грн. призводить до зростання валової доданої вартості на 88 копійок. До найбільшого зростання валової доданої вартості приносять вкладення в

- галузь зв'язків з громадськістю, маркетингу, рекламі (1,06),
- аудіовізуальне та аудіальне мистецтво (1,01),
- архітектуру (0,87),
- дизайн, фотографію, перекладацьку діяльність (0,85)
- програмуванні(0,84)

Модель витрати-випуск оцінює вплив збільшення кінцевих споживчих витрат сектору загальнодержавного управління та припускається, що внутрішнє постачання є ідеально еластичним, тобто немає проблем з виробничою спроможністю. Ці припущення є перебільшеними. Економічні ресурси є обмеженими і галузі конкурують між собою за них. Таким чином приріст однієї галузі може спричинити відтік в інших галузях. Більше того, крім ефекту збільшення кінцевого споживання сектору загальнодержавного управління, наприклад, закупівля друкованої продукції (книжки для учнів), замовлення дизайну, чи проведення концерту, держава може і робити вклад в капітал КІ, що сприятиме розвитку потужностей креативних індустрій. Загалом серед державних витрат на культуру важко відрізнити споживання від капіталовкладення. Наприклад, капіталовкладення у створення кінофільму. Якщо держава інвестує

кошти у кінофільм і при цьому зростає виробнича потужність кінокомпанії, закуповується обладнання і замість одного фільму, компанія може виготовити два, то це є капіталовкладення. Якщо ж при замовленні кінофільму виробнича потужність ніяк не змінюється і компанія так як і раніше виготовляє один фільм, тільки на замовлення держави, то це є просто збільшенням державного споживання.

Оцінити вплив капіталовкладень в креативні індустрії дозволяє CGE модель. Результати розрахунків вказують, що ефект від додаткових капіталовкладень і розширення потужностей суттєво перевищує ефект від додаткового споживання в моделі витрати-випуск. В таблиці 4.6 представлені результати збільшення капіталу галузі на 5%. Оскільки абсолютна величина капіталу різна, то і абсолютна зміна капіталу теж різна. Втім результати не змінюються суттєво від зміни розміру інвестицій і є стабільними. Розміри мультиплікаторів для креативних індустрій в більшості випадків знаходяться на одному рівні. Виключенням є галузь програмування, для якої на одну гривню капіталовкладень, загальне зростання ВВП складає 3,2 грн. Для решти ж галузей такий мультиплікатор складає 1,9-2,2, що є значно більше, порівняно з оцінкою в 0,4-1,0 моделі витрати-випуск. Відповідно, одна гривня капіталовкладень у галузі

- бібліотеки, музеї архіви дає зростання ВВП на 2,2 грн,
- видавництво - 2,1 грн
- архітектура - 2,1 грн
- сценічне та інше мистецтво - 2,0 грн
- виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів - 2,0 грн
- зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама - 2,0 грн
- дизайн, фотографія, перекладацька діяльність - 2,0 грн
- аудіовізуальне та аудіальне мистецтво - 1,9 грн
- виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів - 1,9 грн

Отже капіталовкладення в креативних галузях мають суттєво більший ефект на економічне зростання ніж просто збільшення державного споживання. Таким чином можна зробити висновок, що при державних витратах в креативних індустріях для досягнення більш значного економічного ефекту варто не просто збільшувати витрати на галузі і споживання їх продукції, а робити наголос саме на розвитку виробничої потужності цих галузей.

Таблиця 4.6 Результати розрахунків CGE моделі

Галузь	Розмір капіталовкладень (+5% від попереднього рівня) (млн грн)	Розмір капіталовкладень у % ВВП)	Фінальна зміна ВВП (млн грн)	Фінальна зміна ВВП (%)	Фінальна зміна ВВП на 1 грн капіталовкладень
Виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів	14,950	0,00042	29,503	0,00083	1,973
Видавництво	58,950	0,002	122,967	0,003	2,086
Аудіовізуальне та аудіальне мистецтво	194,950	0,005	377,638	0,011	1,937
Програмування	2 150,250	0,060	6 802,233	0,191	3,163
Зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама	1 050,400	0,029	2 068,238	0,058	1,969
Архітектура	58,950	0,002	122,967	0,003	2,086
Дизайн, фотографія, перекладацька діяльність	106,150	0,003	207,856	0,006	1,958
Виконавське та інше мистецтво	111,550	0,003	225,783	0,006	2,024
Бібліотеки, музеї, архіви	5,000	0,00014	10,793	0,0003	2,159

Джерело: власні розрахунки Київської школи економіки

Розділ 5. Висновки

Відповідно до українського законодавства креативні індустрії визначені, як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження. До креативних індустрій Україна відносить 34 види економічної діяльності, які можна розділити на такі індустрії як: візуальне мистецтво, сценічне мистецтво, література, видавнича діяльність, аудіальне та аудіовізуальне мистецтво, дизайн, моду, нові медіа та ІТ, архітектуру, рекламу, маркетинг, зв'язки з громадськістю, бібліотеки, архіви та музеї, народні художні промисли.

Внесок креативних індустрій в економіку України зростає швидкими темпами. В 2019 році валова додана вартість креативних індустрій склала 117,2 млрд гривень, (або 3,95% загальної доданої вартості). Загалом, в 2019 році КІ забезпечили роботою 352 тисяч людей, або 3,8% зайнятих, а порівняно з 2013 роком зростання склало майже 40%.

Валова додана вартість зростає у всіх креативних індустріях, проте динаміка не є однорідною. ІТ є найбільшою креативною індустрією України, створивши в 2019 році 54% усієї валової доданої вартості креативних індустрій України. Індустрія ІТ демонструє високі темпи зростання протягом останніх п'яти років. Розвиток ІТ значно випереджав розвиток інших креативних індустрій, що забезпечило цій індустрії домінуючі позиції.

По 17% ВДВ припадає на рекламу, маркетинг та PR, а також Аудіовізуальне мистецтво. В обох галузях зростає як додана вартість, так і зайнятість, проте темпи зростання індустрії Реклами, маркетингу та PR не є такими високими, а її частка в креативних індустріях поступово знижується, тоді як індустрія аудіовізуального мистецтва зберігає свої позиції.

На четвертому та п'ятому місцях за обсягом ВДВ ідуть Архітектура та Література і видавнича діяльність (4 та 3% відповідно). Номінальна додана вартість в цих галузях також зростає, але їх частка в валовій доданій вартості креативних індустрій скорочується, як і зайнятість.

Роль креативних індустрій зростає і у міжнародній торгівлі України, зокрема в частині торгівлі послугами. Експорт креативних (30% загального експорту послуг) зростає швидкими темпами. Порівняно з 2013 роком експорт креативних послуг зріс на 68% до 5,4 млрд дол. США завдяки швидкому зростанню комп'ютерних послуг, тоді як експорт інших послуг все ще на 36,7% менше, порівняно з 2013 роком.

У товарній торгівлі креативні індустрії не відіграють суттєвої ролі, вони становлять 1% експорту і 1,5% імпорту. До основних експортних товарів креативних індустрій належать меблі дерев'яні, шпалери, трикотажні вироби для меблювання, іграшки. До імпортних товарів – іграшки, люстри, дорожні сумки, трикотажні полотна, консолі для відеоігор, тощо.

Головними напрямами експорту креативних товарів є Німеччина, Російська Федерація, Польща, Данія, Білорусь, Латвія. Найбільшими постачальниками креативних товарів в Україну є Китай, Туреччина, Польща, Німеччина, Італія.

Протягом двох останніх десятиліть зростає розуміння значущості креативних індустрій для суспільства та економіки через поширення концепцій, ідей, навичок, знань, що сприяє розвитку інновацій, технологічному прогресу, підвищенню якості життя тощо. Зокрема, креативні індустрії є важливими рушіями економічних та соціальних інновацій в економіці. Вони підтримують інновації в багатьох інших секторах через надання креативних ідей для нових продуктів, креативних товарів та послуг, що використовуються у виробничих процесах, маркетингової підтримки інноваційних продуктів. Відповідно, креативні індустрії сприяють впровадженню нових ідей та технологій в інших секторах, підвищенню їхньої продуктивності та конкурентоспроможності.

Для оцінки економічного ефекту креативних індустрій у даній роботі було використано модель витрати-випуск, а також модель обчислювальної загальної рівноваги (CGE). Перший метод дозволяє розрахувати яким чином збільшення державного споживання продуктів і послуг КІ впливає на всю економіку. Тобто крім прямого впливу збільшення витрат в галузі береться до уваги мультиплікаційний непрямий вплив, спричинений зростанням проміжного споживання, а також індукований вплив, тобто додаткове зростання економіки від збільшення споживання домогосподарствами, які отримали додатковий дохід. На другому етапі використано CGE модель, яка дозволяє виміряти не тільки вплив додаткового державного споживання в галузі, але й вплив капіталовкладень.

Мультиплікатори моделі витрати-випуск співставні з результатами, отриманими в інших країнах. Зокрема збільшення валового випуску креативних індустрій на 1 гривню призводить до додаткового зростання випуску у всій економіці ще на 1,88 гривні. Зростання валової доданої вартості на 1 гривню спричиняє додаткове зростання загальної ВДВ на 1,20 грн. Втім, якщо порівнювати державні витрати на споживання продукції КІ та додатково створену додану вартість то цифри є більш скромними. На 1 гривню витрачених коштів, валова додана вартість зростає на 0,88 гривень.

З іншого боку ситуація може відрізнятися, якщо кошти витрачаються не на споживання, а на капіталовкладення. Щоб дослідити ефект від капіталовкладень у креативних індустріях було використано CGE модель. Її результати вказують,

що саме капітальні вкладення призводять до найбільшого економічного зростання. Зокрема, збільшення капіталу в галузі програмування на 1 гривню призводить до збільшення загального ВВП на 3,2 грн., тоді як для інших галузей, таке зростання є близьким до 2:

- бібліотеки, музеї архіви - 2,2 грн,
- видавництво - 2,1 грн
- архітектура - 2,1
- сценічне та інше мистецтво - 2,0 грн
- виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів - 2,0 грн
- зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама - 2,0 грн
- дизайн, фотографія, перекладацька діяльність - 2,0 грн
- аудіовізуальне та аудіальне мистецтво - 1,9 грн
- виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів - 1,9 грн

Таким чином можна зробити висновок, що при державних витратах в креативних індустріях для досягнення більш значного економічного ефекту варто не просто збільшувати витрати на галузі і споживання їх продукції, а робити наголос саме на розвитку виробничої потужності цих галузей.

Посилання

1. UNCTAD, 2019. How the creative economy can help power development. https://unctad.org/news/how-creative-economy-can-help-power-development
2. UNCTAD, 2004. Creative Industries and Development. https://unctad.org/system/files/official-document/tdxibpd13_en.pdf
3. Michael Soendermann, 2019. Creative Europe: Measuring the Culture & Creative Industries in the EU https://unctad.org/system/files/non-official-document/cep2019-25-10-contribution_en_Germany.pdf
4. Закон України «Про культуру» № 2778-VI від № 2778-VI https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text
5. Розпорядження Кабінету міністрів УКРАЇНИ від 24 квітня 2019 р. № 265-р Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text
6. European Statistical System Network on Culture, 2012. Final Report. https://ec.europa.eu/eurostat/documents/341465/3199631/essnet-culture.pdf/a6518128-69b3-4d89-82b8-060a3ad0d1d5
7. Department for Digital, Culture, Media and Sport,2019. DCMS Sector Economic Estimates Methodology https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/829114/DCMS_Sectors_Economic_Estimates_-_Methodology.pdf
8. UNCTADstat, 2020. Classifications, http://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.htm
9. UNESCO Institute for Statistics, 2019. International trade of cultural goods and services: measurement challenges https://unctad.org/system/files/non-official-document/cep2019-30-10-pwp-Lydia%20Delomeaux.pdf
10. Department for Digital, Culture, Media and Sport https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport
11. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2019 Cultural and Creative Industries Monitoring Report. https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/cultural-and-creative-industries-monitoring-report-2019-summary.pdf?__blob=publicationFile&v=4
12. UNCTADstat, 2020. Classifications http://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.htm
13. UNESCO Institute for Statistics, 2019. International trade of cultural goods and services: measurement challenges https://unctad.org/system/files/non-official-document/cep2019-30-10-pwp-Lydia%20Delomeaux.pdf
14. Statistics Poland, Statistical Office in Krakow, 2020. Cultural and creative industries in 2018 https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/en/defaultaktualnosci/3310/14/1/1/cultural_and_creative_industries_in_2018.pdf

15. Statistics Poland, 2018. Cultural and creative industries 2014-2016 https://stat.gov.pl/en/topics/culture-tourism-sport/culture/cultural-and-creative-industries-2014-2016,12,1.html

16. Turkey Statistics Institute,

https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cultural-Economy-2018-30598
https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cultural-Employment-2018-30590
https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cultural-Employment-2019-33619

European Council
https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16121/attachments/27/translations/en/renditions/native
https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16344/attachments/34/translations/en/renditions/pdf
https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/turkey_sba_fs_2017.pdf

https://kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/AB/SBA_Fact_Sheet_2016.pdf

17. Americans for the arts, https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2017/by_program/reports_and_data/creative/2017_UnitedStates_NationalOnePager_Color.pdf

18. NASAA, https://nasaa-arts.org/nasaa_research/facts-figures-on-americas-creative-economy/

19. https://www.arts.gov/sites/default/files/BEA2019_Final_National_Summary_Report.pdf

https://www.statista.com/statistics/247976/gross-value-added-to-the-us-gdp-by-sector/#:~:text=This%20statistic%20shows%20the%20gross,about%2021.43%20trillion%20U.S.%20dollars

20. The bureau of economic analysis, https://www.bea.gov/system/files/2020-03/acpsa0320.pdf

21. ArtsAction Fund, https://www.artsactionfund.org/sites/artsactionfund.org/files/2020-03/Vermont%20March%20Factsheet%202020_1.pdf

22. Statista, https://www.statista.com/statistics/192356/number-of-full-time-employees-in-the-usa-since-1990/

https://www.statista.com/statistics/192338/number-of-part-time-employees-in-the-us-since-1990/

23. The bureau of economic analysis, https://www.bea.gov/system/files/2020-03/acpsa0320.pdf

24. Statistics Canada, Culture and sport indicators by domain and sub-domain, by province and territory, product perspective.
https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=3610045201

Statistics Canada, International trade of culture and sport products, by domain and sub-domain, and trading partner. https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1210011701

25. http://www.lacult.unesco.org/docc/2012_Measuring_economic_contribution_cult_ndustries_UNESCO.pdf

26. http://bop.co.uk/articles/the-spillover-effect

27. https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/CEBR%20Main%20Report%20Contribution%20of%20the%20arts%20and%20culture%20industry%20to%20the%20UK%20economy_0.pdf

28. https://encc.eu/resources/database/main-connections-between-cultural-and-creative-activities-and-socio-economic

29. https://keanet.eu/wp-content/uploads/2019/09/SMARTGUIDE-FINAL-PDF.pdf

30. https://encc.eu/resources/database/main-connections-between-cultural-and-creative-activities-and-socio-economic

31. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-95261-1_2

32. http://www.lacult.unesco.org/docc/2012_Measuring_economic_contribution_cult_ndustries_UNESCO.pdf

33. Включають такі креативні індустрії: Музика, виконавське та образотворче мистецтво; Музеї, галереї та бібліотеки; Ремесла; Фотографія; Книговидання.

34. https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/CEBR%20Main%20Report%20Contribution%20of%20the%20arts%20and%20culture%20industry%20to%20the%20UK%20economy_0.pdf

35. Включають: Реклама та маркетинг; Архітектура; Ремесла; Дизайн та дизайнерська мода; Кіно, телебачення, відео, радіо та фотографія; IT, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги; Видавнича справа; Музеї, галереї та бібліотеки; Музичне, виконавське та образотворче мистецтво.

36. https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/2018-03/Estimating%20creative%20sector%20digital%20services%20exports_STC_FINAL.pdf

37. https://www.creativescotland.com/__data/assets/pdf_file/0010/21403/ECS-Final-Report-June-2012.pdf

38. Включають: Реклама, Архітектура, Візуальне мистецтво, Ремесла, Мода, Дизайн, Виконавське мистецтво, Музичне мистецтво, Фотографія, Фільми та відео, Комп'ютерні ігри, Радіо та ТВ, Книговидавництво, Спадщина, Програмне забезпечення/Електронне видавництво, Культурно-мистецька освіта.

39. Type II multiplier

40. Прямий, непрямий та індукований вплив

41. https://www.oxfordeconomics.com/my-oxford/projects/129086

42. https://www.ico-d.org/database/files/library/singapore.pdf

43. https://www.torbay.gov.uk/media/9247/creativity-in-the-hotsw.pdf

44. https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jejak/article/view/11337

45. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-95261-1_2?fbclid=IwAR28bC87sWGoLa5BMi6gfPobo6FLpmdelhCwspVZpemEfpYQeUPwAvHtrDo

46. В методологічній частині дослідження були використані роботи наступних авторів:

1. Boix-Domènech, R., Rausell-Köster, P. 2018. "The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union".
2. Boix R, De Miguel B, Hervás JL (2013) Creative service business and regional performance: evidence for the European regions.
3. Boix R, Soler V (2017) Creative service industries and regional productivity.
4. Hong J, Yu W, Guo X, Zhao D (2014) Creative industries agglomeration, regional innovation and productivity growth in China.
5. Boix R, Peiró J (2017) Industrias de servicios creativos y productividad del trabajo en las regiones de la Unión Europea. In: Valdivia M, Cuadrado JR (eds) La economía de las actividades creativas: Una perspectiva desde España y Mexico, 1st edn. Universidad Nacional Autónoma de México and Universidad de Alcalá de Henares, Madrid, pp 357–380.
6. Mahajan, Sanjiv та ін. (б.р.). Handbook on supply, use and input-output tables with extensions and applications. тех. звіт.
7. La Marca, Massimiliano та Xiao Jiang (листоп. 2017). "From IO and Supply-and-Use to Social Accounting Matrix Analysis". в: с. 157—202. isbn: 978-92-2-131451-6.
8. Hosoe, Nobuhiro, Kenji Gasawa та Hideo Hashimoto (2010). Textbook of computable general equilibrium modeling: programming and simulations. Springer.
9. Bellu, L. (2012). *Social accounting matrix (SAM) for analysing agricultural and rural development policies*. Easypol module 130.
10. Bohringer, C., F. Rutheford та T. Wiegard (2002). *Computable general equilibrium analysis: opening a black box*. ZEW Discussion paper 03-56.
11. Dewatripont, Mathias та Gilles Michel (1987). "On closure rules, homogeneity and dynamics in applied general equilibrium models". в: *Journal of Development Economics* 26.1, с. 65— 76.
12. D'Hernoncourt, J., Cordier, M., and Hadley, D. (2011), Input-Output Multipliers – Specification sheet and supporting material, Spicosa Project Report, Université Libre de Bruxelles – CEESE, Brussels.
13. Dixon, Peter B та Maureen T Rimmer (2016). "Johansen's legacy to CGE modelling: Originator and guiding light for 50 years". в: *Journal of Policy Modeling* 38.3, с. 421—435.
14. Dixon, Peter B., Robert B. Koopman та Maureen T. Rimmer (2013). *The MONASH styleof computable general equilibrium modeling: a framework for practical policy analysis*.
15. Dixon, Peter B., B.R. Parmenter та ін. (2010). *ORANI: A Multisectoral Model of the Australian Economy*.
16. Gilbert, John та Edward Tower (2012). *Introduction to numerical simulation for trade theory and policy*. World Scientific Publishing Company.
17. Harrison, W Jill та ін. (1994). "Solving applied general equilibrium models represented as a mixture of linearized and levels equations". в: *Computational Economics* 7.3, с. 203—223.
18. Hertel (ed), T.W. (1997). *Global Trade Analysis: Modeling and Applications*. Cambridge University Press.

19. Lejour, et al. (2006). *Wordlscan: model for international economic policy analysis*. CPB Document No.111.

20. Logfren, et al. (2002). *A standard computable general equilibrium model in GAMS*. IFPRI.

21. Marten, Alex L та Richard Garabccio (2018). *An applied general equilibrium model for the analysis of environmental policy: SAGE v1. 0 technical documentation*. тех. звіт.

22. Mitra-Kahn, Benjamin H та ін. (2008). *WP 2008-1 Debunking the Myths of Computable General Equilibrium Models*. тех. звіт. Schwartz Center for Economic Policy Analysis (SCEPA), The New School.

Додатки

Додаток А. Порівняння визначень креативних індустрій окремих країн

Таблиця А1 порівнює види економічної діяльності які країни відносять до креативних індустрій (як термін так і визначення відрізняються між країнами). Зеленим кольором відмічені галузі, що належать то креативних індустрій у кожній країні.

Порівняння для України, Великої Британії, Німеччини, Польщі здійснене на основі Класифікація видів економічної діяльності Європейського Союзу (NACE Rev.2). Туреччина базує свою класифікацію на основі звіту Європейської мережі статистичних систем з питань культури (ESSnet-Culture) 2012 року. У таблиці наведені галузі які звіт відносить до тих, що до повністю та переважно належать до сектору культури.

Співставлення з США та Канадою є лише частковим, за зазначеними сферами діяльності, а не за точними кодами. Причиною цього є різний рівень деталізації визначень (6 знаків для Канади, 8 знаків для США, порівняно з 4-ма знаками для європейських країн), через що точне порівняння ускладнене.

Таблиця А1. Порівняння визначень креативних індустрій окремих країн

КВЕД	Назва виду економічної діяльності	Україна[1]	Велика Британія[2]		Німеччина[3]	Poland[4]	ESSnet-CULTURE[5] повністю/ переважно	Канада[6]	США[7]
		Креативні індустрії	Креативний сектор	Культурний сектор	Культурні та креативні індустрії	Креативні індустрії	Культура	Культура	Мистецтво і культура
18	Поліграфічна діяльність, тиражування записаної інформації								
32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів							Ювелірні вироби, ремесла	Ювелірні вироби, ремесла
32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів								
32.2	Виробництво музичних інструментів								
32.3	Виробництво спортивних товарів								

КВЕД	Назва виду економічної діяльності	Україна[1]	Велика Британія[2]		Німеччина[3]	Poland[4]	ESSnet-CULTURE[5] повністю/ переважно	Канада[6]	США[7]
		Креативні індустрії	Креативний сектор	Культурний сектор	Культурні та креативні індустрії	Креативні індустрії	Культура	Культура	Мистецтво і культура
47.61	Роздрібна торгівля книгами в спеціалізованих магазинах							Роздрібна та оптова торгівля книгами	
47.62	Роздрібна торгівля газетами та канцелярськими товарами в спеціалізованих магазинах							Роздрібна та оптова торгівля газетами	
47.63	Роздрібна торгівля аудіо- та відеозаписами в спеціалізованих магазинах							Роздрібна та оптова торгівля аудіо та відео	Торгівля аудіо та відео
58.11	Видання книг							Написані та опубліковані твори (книги, періодика, газети, інші опубліковані роботи)	Видання книг
5812	Видання довідників і каталогів								
58.13	Видання газет								
58.14	Видання журналів і періодичних видань								Періодичні видання пов'язані з мистецтвом
58.19	Інші види видавничої діяльності								Постери, карти, митецькі копії, тощо
58.21	Видання комп'ютерних ігор								
58.29	Видання іншого програмного забезпечення								
59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм							Кіно та відео	Фільми
59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм								
59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм								
59.14	Демонстрація кінофільмів								
59.2	Видання звукозаписів							Запис звуку (видання музики, запис звуку)	
60.1	Діяльність у сфері радіомовлення							Радіомовлення	Радіо
60.2	Діяльність у сфері телевізійного мовлення							Телевізійне мовлення	Телебачення
62.01	Комп'ютерне програмування								
62.02	Консультування з питань інформатизації								
63.91	Діяльність інформаційних агентств								
70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю								

КВЕД	Назва виду економічної діяльності	Україна[1]	Велика Британія[2]		Німеччина[3]	Poland[4]	ESSnet-CULTURE[5] повністю/ переважно	Канада[6]	США[7]
		Креативні індустрії	Креативний сектор	Культурний сектор	Культурні та креативні індустрії	Креативні індустрії	Культура	Культура	Мистецтво і культура
71.11	Діяльність у сфері архітектури							Архітектура	Архітектура
72.2	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук								
73.11	Рекламні агентства							Реклама	Реклама
73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації								
73.2	Реклама								
74.1	Спеціалізована діяльність із дизайну							дизайн	дизайн
74.2	Діяльність у сфері фотографії							Фотографія	Фотографія
74.3	Надання послуг з перекладу							Переклад	
77.22	Прокат відеозаписів і дисків							Прокат відеокасет і дисків	
85.52	Освіта у сфері культури							Освіта та навчання (культура)	Освіта та навчання (культура), а також танцювальні школи, школи керамістів,
90.01	Театральна та концертна діяльність							Сценічне мистецтво: виконавські види мистецтва, фестивалі та святкування ; Оригінальне візуальне мистецтво, Художні репродукції, ремесла (текстиль, дерево, вироби з металу каміння	Сценічне мистецтво, ремесла: вироби зі скла, каменів, глини, ювелірні вироби , текстиль, для дому.
90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів								
90.03	Індивідуальна мистецька діяльність								
90.04	Функціювання театральних і концертних залів								
91.01	Функціювання бібліотек і архівів							Культурна спадщина та бібліотеки (архіви, бібліотеки, культурна спадщина,	
91.02	Функціювання музеїв								Музеї. Мистецькі та наукові центри, ботанічні сади, зоопарки, планетарій
91.03	Діяльність із охорони та використання пам'яток історії, будівель та інших пам'яток культури								

КВЕД	Назва виду економічної діяльності	Україна[1]	Велика Британія[2]		Німеччина[3]	Poland[4]	ESSnet-CULTURE[5] повністю/ переважно	Канада[6]	США[7]
		Креативні індустрії	Креативний сектор	Культурний сектор	Культурні та креативні індустрії	Креативні індустрії	Культура	Культура	Мистецтво і культура
91.04	Функціювання ботанічних садів, зоопарків і природних заповідників							природна спадщина)	
								Управління, фінансування та професійна підтримка (культура)	
									'Також включають роздрібну торгівлю товарів візуального мистецтва, ремесл, фотографії, постачання товарів для креативних індустрій (наприклад для візуального мистецтва, або тих, хто працює в галузі обладнання для фотомистецтва тощо), оренду костюмів, продаж квитків

Примітки:

1. *Розпорядження КМУ від 24.04.2019 № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій»*
2. *Department for Digital, Culture, Media and Sport (2019). DCMS Sector Economic Estimates Methodology https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/829114/DCMS_Sectors_Economic_Estimates_-_Methodology.pdf*
3. *Söndermann M et al, 2009. Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2009/gesamtwirtschaftliche-perspektiven-kuk.pdf?__blob=publicationFile&v=7*
4. *Statistics Poland, 2018. Cultural and creative industriess 2014-2016. https://stat.gov.pl/en/topics/culture-tourism-sport/culture/cultural-and-creative-industries-2014-2016,12,1.html*
5. *Туреччина базує статистику культурного сектору на основі звіту European Statistical System Network on Culture, 2012. Final Report. https://ec.europa.eu/eurostat/documents/341465/3199631/essnet-culture.pdf/a6518128-69b3-4d89-82b8-060a3ad0d1d5*
6. *Statistics Canada, 2011. North American Industry Classification System (NAICS 2007) national industry by Canadian Framework for Culture Statistics (CFCS) domain and sub-domain. https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/87-542-x/2011002/tbl/tbl1-1-eng.htm*
7. *Americans for the Arts, 2004. The Definition of the Creative Industries: The Standard Industrial Classification (SIC) Codes of the Nation's Arts-Related Businesses*

Додаток Б. Ключові економічні показники розвитку креативних індустрій України

Таблиця Б1. Валова додана вартість КІ за видами економічної діяльності

Код	Вид економічної діяльності	ВДВ, млн грн							ВДВ, % від загального ВДВ КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Разом	**30,835**	**33,254**	**34,341**	**55,154**	**81,863**	**96,998**	**117,244**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**
	IT														
58.21	видання комп'ютерних ігор	45	64	75	94	253	266	277	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
58.29	видання іншого програмного забезпечення	554	441	540	1,024	1,431	1,304	1,504	2%	1%	2%	2%	2%	1%	1%
62.01	комп'ютерне програмування	6,476	9,760	11,578	20,377	32,687	39,354	49,858	21%	29%	34%	37%	40%	41%	43%
62.02	консультування з питань інформатизації	2,951	2,614	3,194	5,709	7,600	9,441	12,083	10%	8%	9%	10%	9%	10%	10%
	Реклама, маркетинг, PR														
63.91	діяльність інформаційних агентств	49	53	68	81	142	138	207	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
70.21	діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	202	177	232	254	318	419	507	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%
72.20	дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	53	65	57	104	104	2,652	250	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
73.11	рекламні агентства	5,607	5,382	5,335	8,837	12,255	13,902	14,510	18%	16%	16%	16%	15%	14%	12%
73.12	посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	4,008	2,944	1,950	3,284	4,129	3,685	4,729	13%	9%	6%	6%	5%	4%	4%
	Аудіовізуальне мистецтво														
59.11	виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	644	1,038	823	1,626	2,367	2,987	4,745	2%	3%	2%	3%	3%	3%	4%
59.12	компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	37	23	31	48	78	128	159	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Код	Вид економічної діяльності	ВДВ, млн грн							ВДВ, % від загального ВДВ КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
59.13	розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	171	221	286	511	451	741	1,171	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
59.14	демонстрація кінофільмів	379	428	522	812	1,137	2,094	2,532	1%	1%	2%	1%	1%	2%	2%
60.20	діяльність у сфері телевізійного мовлення	3,703	4,284	4,058	5,019	9,630	8,086	10,783	12%	13%	12%	9%	12%	8%	9%
Архітектура															
71.11	діяльність у сфері архітектури	1,475	1,636	1,281	2,548	2,454	3,206	4,068	5%	5%	4%	5%	3%	3%	3%
Література та видавнича справа															
58.11	видання книг	478	470	295	464	560	622	1,070	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
58.13	видання газет	732	560	615	569	626	659	749	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%
58.14	видання журналів і періодичних видань	679	833	884	703	630	730	786	2%	3%	3%	1%	1%	1%	1%
58.19	інші види видавничої діяльності	383	372	393	493	594	738	644	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
74.30	надання послуг перекладу	205	189	216	328	514	632	723	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Сценічне мистецтво															
85.52	освіта у сфері культури	28	28	35	58	99	149	к	0%	0%	0%	0%	0%	0%	к
90.01	театральна та концертна діяльність	892	651	759	668	1,442	1,759	2,031	3%	2%	2%	1%	2%	2%	2%
90.02	діяльність із підтримки театральних і концертних заходів	87	86	96	144	249	305	405	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
90.04	функціювання театральних і концертних залів	69	39	91	107	150	185	217	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Дизайн															
74.10	спеціалізована діяльність із дизайну	216	187	235	394	674	921	1,406	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Візуальне мистецтво															
74.20	діяльність у сфері фотографії	258	164	187	223	373	458	505	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
90.03	індивідуальна мистецька діяльність	24	37	43	91	141	254	356	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Аудіальне мистецтво															
59.20	видання звукозаписів	37	45	38	72	98	110	131	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
60.10	діяльність у сфері радіомовлення	99	221	167	206	227	134	291	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%

Код	Вид економічної діяльності	ВДВ, млн грн							ВДВ, % від загального ВДВ КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Мода															
32.12	виробництво ювелірних і подібних виробів	245	188	186	223	293	759	346	1%	1%	1%	0%	0%	1%	0%
32.13	виробництво біжутерії та подібних виробів	4	4	4	7	13	16	48	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Бібліотеки та пам'ятки культури															
91.01	функціювання бібліотек і архівів	24	26	29	41	64	84	70	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
91.02	функціювання музеїв	18	17	26	31	69	70	84	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Інше															
32.20	виробництво музичних інструментів	4	6	10	6	9	9	к	0%	0%	0%	0%	0%	0%	к

Таблиця Б2. Кількість суб'єктів господарювання КІ за видами економічної діяльності

Код	Назва виду економічної діяльності	Кількість СГ, тис.							Кількість СГ, % від загального Кількість СГ КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Разом	**97.1**	**123.9**	**125.7**	**134.7**	**149.5**	**175.3**	**205.5**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**
IT															
58.21	видання комп'ютерних ігор	0.6	0.6	0.5	0.6	0.6	0.8	0.9	0.6%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%
58.29	видання іншого програмного забезпечення	2.8	3.2	2.6	2.6	2.6	2.8	3.2	2.9%	2.6%	2.1%	1.9%	1.8%	1.6%	1.5%
62.01	комп'ютерне програмування	37.0	54.1	55.0	66.3	79.4	99.4	120.3	38.1%	43.6%	43.8%	49.2%	53.1%	56.7%	58.5%
62.02	консультування з питань інформатизації	15.8	20.0	19.4	20.5	22.2	24.3	27.3	16.3%	16.2%	15.4%	15.2%	14.8%	13.8%	13.3%
Реклама, маркетинг, PR															
63.91	діяльність інформаційних агентств	0.4	0.5	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%
70.21	діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	0.4	0.6	0.7	0.7	0.8	0.9	1.1	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%
72.20	дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	0.5	0.5	0.6	0.7	0.7	0.7	0.8	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%
73.11	рекламні агентства	9.3	10.0	10.5	10.0	10.2	10.8	12.4	9.6%	8.1%	8.4%	7.4%	6.8%	6.1%	6.1%

Код	Назва виду економічної діяльності	Кількість СГ, тис.							Кількість СГ, % від загального Кількість СГ КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
73.12	посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	1.8	1.9	1.7	1.5	1.4	1.4	1.6	1.9%	1.5%	1.3%	1.1%	1.0%	0.8%	0.8%
Аудіовізуальне мистецтво															
59.11	виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	1.5	1.7	2.1	1.9	2.0	2.5	3.1	1.5%	1.4%	1.7%	1.4%	1.3%	1.5%	1.5%
59.12	компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.3	0.4	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%
59.13	розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
59.14	демонстрація кінофільмів	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%
60.20	діяльність у сфері телевізійного мовлення	0.9	0.9	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	1.0%	0.7%	0.7%	0.6%	0.5%	0.4%	0.4%
Архітектура															
71.11	діяльність у сфері архітектури	4.1	4.4	4.3	4.3	4.8	5.4	6.0	4.2%	3.6%	3.4%	3.2%	3.2%	3.1%	2.9%
Література та видавнича справа															
58.11	видання книг	1.2	1.2	1.2	1.1	1.0	1.0	1.0	1.3%	1.0%	1.0%	0.8%	0.7%	0.6%	0.5%
58.13	видання газет	1.4	1.3	1.3	1.1	1.1	1.1	1.2	1.4%	1.0%	1.0%	0.9%	0.7%	0.6%	0.6%
58.14	видання журналів і періодичних видань	1.3	1.3	1.2	1.1	1.0	1.0	1.0	1.3%	1.0%	1.0%	0.8%	0.7%	0.5%	0.5%
58.19	інші види видавничої діяльності	1.8	1.8	1.6	1.4	1.3	1.2	1.2	1.8%	1.5%	1.3%	1.1%	0.9%	0.7%	0.6%
74.30	надання послуг перекладу	2.7	3.4	3.1	3.2	3.1	3.3	3.6	2.8%	2.8%	2.4%	2.4%	2.1%	1.9%	1.7%
Сценічне мистецтво															
85.52	освіта у сфері культури	1.0	1.2	1.1	1.1	1.2	1.4	1.6	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%	0.8%	0.8%	0.8%
90.01	театральна та концертна діяльність	1.1	1.4	1.5	1.5	1.3	1.4	1.5	1.2%	1.1%	1.2%	1.1%	0.9%	0.8%	0.7%
90.02	діяльність із підтримки театральних і концертних заходів	0.4	0.5	0.5	0.4	0.4	0.5	0.5	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
90.04	функціювання театральних і концертних залів	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%

Код	Назва виду економічної діяльності	Кількість СГ, тис.							Кількість СГ, % від загального Кількість СГ КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Дизайн															
74.10	спеціалізована діяльність із дизайну	2.8	4.0	3.8	4.1	4.3	5.1	6.3	2.9%	3.2%	3.0%	3.0%	2.9%	2.9%	3.1%
Візуальне мистецтво															
74.20	діяльність у сфері фотографії	4.5	5.2	7.1	4.8	4.3	4.2	4.3	4.6%	4.2%	5.7%	3.5%	2.9%	2.4%	2.1%
90.03	індивідуальна мистецька діяльність	0.9	1.2	1.2	1.4	1.4	1.8	2.2	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	0.9%	1.0%	1.1%
Аудіальне мистецтво															
59.20	видання звукозаписів	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
60.10	діяльність у сфері радіомовлення	0.4	0.4	0.5	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4%	0.3%	0.4%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%
Мода															
32.12	виробництво ювелірних і подібних виробів	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	1.0	1.0	1.2%	1.0%	0.9%	0.8%	0.7%	0.6%	0.5%
32.13	виробництво біжутерії та подібних виробів	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
Бібліотеки та пам'ятки культури															
91.01	функціювання бібліотек і архівів	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
91.02	функціювання музеїв	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Інше															
32.20	виробництво музичних інструментів	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

Таблиця Б3. Зайнятість КІ за видами економічної діяльності

Код	Назва виду економічної діяльності	Кількість працівників, тис.							Кількість працівників % від загальної зайнятості КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Разом	**252.3**	**265.1**	**248.5**	**262.6**	**283.3**	**309.4**	**351.9**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**
ІТ															
58.21	видання комп'ютерних ігор	0.9	0.8	0.7	0.9	1.0	1.1	1.2	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
58.29	видання іншого програмного забезпечення	4.8	4.9	4.1	4.1	4.2	4.4	5.1	1.9%	1.9%	1.6%	1.5%	1.5%	1.4%	1.4%
62.01	комп'ютерне програмування	57.6	77.1	74.2	86.0	100.1	122.0	146.8	22.8%	29.1%	29.9%	32.8%	35.3%	39.4%	41.7%
62.02	консультування з питань інформатизації	25.3	28.5	27.3	28.7	31.2	33.7	38.1	10.0%	10.8%	11.0%	10.9%	11.0%	10.9%	10.8%

Код	Назва виду економічної діяльності	Кількість працівників, тис.							Кількість працівників % від загальної зайнятості КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Реклама, маркетинг, PR															
63.91	діяльність інформаційних агентств	1.3	1.1	1.3	1.4	1.4	1.5	1.6	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
70.21	діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	1.0	1.6	1.0	1.2	1.2	1.3	1.6	0.4%	0.6%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%
72.20	дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	0.8	1.0	0.9	1.0	1.0	1.1	1.2	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.4%	0.3%
73.11	рекламні агентства	28.5	28.1	24.9	27.2	27.7	27.5	32.0	11.3%	10.6%	10.0%	10.4%	9.8%	8.9%	9.1%
73.12	посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	7.6	5.8	5.3	4.7	5.0	4.7	5.1	3.0%	2.2%	2.1%	1.8%	1.8%	1.5%	1.5%
Аудіовізуальне мистецтво															
59.11	виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	7.4	7.2	6.6	8.6	8.5	9.5	11.7	2.9%	2.7%	2.6%	3.3%	3.0%	3.1%	3.3%
59.12	компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	0.7	0.7	0.3	0.4	0.4	0.8	0.8	0.3%	0.3%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%
59.13	розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	0.8	0.7	0.7	0.7	0.5	0.6	0.6	0.3%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
59.14	демонстрація кінофільмів	4.7	4.0	3.7	4.1	3.9	4.5	5.3	1.9%	1.5%	1.5%	1.6%	1.4%	1.4%	1.5%
60.20	діяльність у сфері телевізійного мовлення	16.3	13.7	14.3	13.7	19.5	18.1	16.4	6.5%	5.1%	5.7%	5.2%	6.9%	5.8%	4.7%
Архітектура															
71.11	діяльність у сфері архітектури	24.1	22.1	18.7	18.5	18.1	16.9	19.0	9.6%	8.3%	7.5%	7.0%	6.4%	5.5%	5.4%
Література та видавнича справа															
58.11	видання книг	4.9	4.5	3.8	3.6	3.5	3.3	4.0	2.0%	1.7%	1.5%	1.4%	1.2%	1.1%	1.1%
58.13	видання газет	12.5	10.3	8.6	7.4	7.1	6.8	6.3	5.0%	3.9%	3.5%	2.8%	2.5%	2.2%	1.8%
58.14	видання журналів і періодичних видань	7.8	7.8	6.3	5.8	5.0	4.8	4.6	3.1%	2.9%	2.5%	2.2%	1.8%	1.6%	1.3%
58.19	інші види видавничої діяльності	6.1	5.4	4.1	3.8	3.7	3.7	3.8	2.4%	2.0%	1.7%	1.5%	1.3%	1.2%	1.1%
74.30	надання послуг перекладу	4.1	4.8	4.2	4.4	4.4	4.6	5.1	1.6%	1.8%	1.7%	1.7%	1.6%	1.5%	1.4%
Сценічне мистецтво															
85.52	освіта у сфері культури	1.2	1.3	1.3	1.3	1.5	1.7	2.2	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%

Код	Назва виду економічної діяльності	Кількість працівників, тис.							Кількість працівників % від загальної зайнятості КІ						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
90.01	театральна та концертна діяльність	7.4	7.4	9.9	10.2	9.7	10.0	10.1	2.9%	2.8%	4.0%	3.9%	3.4%	3.2%	2.9%
90.02	діяльність із підтримки театральних і концертних заходів	1.3	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%
90.04	функціювання театральних і концертних залів	1.0	1.0	1.8	1.8	1.6	1.7	1.5	0.4%	0.4%	0.7%	0.7%	0.6%	0.5%	0.4%
Дизайн															
74.10	спеціалізована діяльність із дизайну	4.0	5.2	4.6	5.1	5.6	6.8	9.2	1.6%	2.0%	1.9%	1.9%	2.0%	2.2%	2.6%
Візуальне мистецтво															
74.20	діяльність у сфері фотографії	7.2	7.4	8.5	6.2	5.9	5.9	5.9	2.9%	2.8%	3.4%	2.4%	2.1%	1.9%	1.7%
90.03	індивідуальна мистецька діяльність	1.0	1.4	1.4	1.6	1.6	2.1	2.5	0.4%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%	0.7%
Аудіальне мистецтво															
59.20	видання звукозаписів	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
60.10	діяльність у сфері радіомовлення	1.9	1.6	1.6	1.7	1.5	1.4	1.6	0.8%	0.6%	0.6%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%
Мода															
32.12	виробництво ювелірних і подібних виробів	8.8	7.3	6.1	6.5	6.4	6.7	6.2	3.5%	2.7%	2.5%	2.5%	2.3%	2.2%	1.8%
32.13	виробництво біжутерії та подібних виробів	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
Бібліотеки та пам'ятки культури															
91.01	функціювання бібліотек і архівів	0.4	0.3	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
91.02	функціювання музеїв	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
Інше															
32.20	виробництво музичних інструментів	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	к	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	к

Додаток В. Використання даних проміжного споживання креативних індустрій Польщі для деталізації українських даних.

Розрахунки показані на прикладі КВЕД

- 90 Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг,
- 91 Функціювання бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури,
- 92 Організування азартних ігор,
- 93 Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг).

Державна служба статистики України надає дані проміжного споживання для цих видів економічної діяльності лише сукупно в категорії Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (90-93). Згідно з таблицею витрати-випуск за 2018 рік Галузь Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (90-93) при власному виробництві спожила товарів та послуг цієї ж галузі на 2241 млн грн. [14]

Таблиці витрати випуск Польщі дають більш деталізовані дані[15] (останні доступні за 2015 рік)

Таблиця В1. Проміжне споживання індустрій категорії «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» Польщі за 2015 рік, тисячі злотих

		Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	Функціювання бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	Організування азартних ігор	Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг
		90	91	92	93
Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	90	1434674	52624	3	145990
Функціювання бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	91	19630	65215	106	1416
Організування азартних ігор	92	0	0	369051	11840
Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг	93	35352	414	215	1484011

Загальний розмір проміжного споживання категорій «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» своєї ж продукції рівний 3 620 541 тисяч злотих (сума всіх клітинок таблиці В1. Наступних кроком розрахуємо коефіцієнти кожної галузі розділивши

[14] http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/vvp/virt_vip/vitr_vip_cs18xl_u.xlsx
[15] https://stat.gov.pl/en/topics/national-accounts/annual-national-accounts/input-output-table-at-basic-prices-in-2015,5,3.html

значення клітинок на загальну суму і отримаємо коефіцієнта в таблиці В2. Їх сума рівна 100%.

Таблиця В2. Розрахункові коефіцієнти проміжного споживання індустрій категорії «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» Польщі за 2015 рік, %

		Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	Функціювання бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	Організування азартних ігор	Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг
		91	92	93	94
Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	90	39.63%	1.45%	0.00%	4.03%
Функціювання бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	91	0.54%	1.80%	0.00%	0.04%
Організування азартних ігор	92	0.00%	0.00%	10.19%	0.33%
Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг	93	0.98%	0.01%	0.01%	40.99%

Дані проміжного споживання для України отримуємо помноживши коефіцієнти таблиці В2 на розмір проміжного споживання Галузі «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» (90-93) товарів та послуг цієї ж категорії (2241 млн грн). В результаті отримуємо наступні дані проміжного споживання

Таблиця В3. Розрахункові дані проміжного споживання індустрій категорії «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» України за 2018 рік, млн грн

		Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	Функціювання бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	Організування азартних ігор	Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг
		91	92	93	94
Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	90	888	33	0	90
Функціювання бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	91	12	40	0	1
Організування азартних ігор	92	0	0	228	7
Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг	93	22	0	0	919

Додаток Г. Таблиця витрати випуск та матриця соціальних рахунків для креативних індустрій України.

У додатку наведено таблицю витрати випуск та матрицю соціальних рахунків для України за 2018 рік, яка були використана для оцінки економічного впливу креативних індустрій. У таблицях є наступні умовні позначення

AGR	Сільське господарство
MIN	Добувна промисловість
IND	Переробна промисловість
SRV	Інші послуги
JWL	Виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів
PBL	Видавництво
VID	Аудіовізуальне та аудіальне мистецтво
PRG	Програмування
PRA	Зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама
ARC	Архітектура
DSG	Дизайн, фотографія, перекладацька діяльність
ART	Сценічне та інше мистецтво
LIB	Бібліотеки, музеї, архіви
LAB	Фактор робочої сили (Оплата праці найманих працівників)
CAP	Капітал (Валовий прибуток, змішаний дохід)
TIN	Непрямі податки (Податки на виробництво та імпорт)
SIN	Субсидії на виробництво та імпорт
TDT	Прямі податки
HOH	Домогосподарства
GOV	Сектор загальнодержавного управління
INV	Валове нагромадження основного капіталу
IVT	Зміна запасів
EXT	Зовнішній сектор (Експорт у стовпчику та імпорт у рядку)

Таблиця Г1. Таблиця витрати-випуск КІ за 2018 рік, млн грн

		Проміжне споживання														Кінцеві споживчі витрати				Валове нагромадження капіталу						
		Сільське господарство	Добувна промисловість	Переробна промисловість	Інші послуги	Виробництво ювелірних виробів, біжутерії, муз. інструментів	Видавництво	Аудіовізуальне та аудіальне мистецтво	Програмування	Зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама	Архітектура	Дизайн, фотографія, перекладацька діяльність	Сценічне та інше мистецтво	Бібліотеки, музеї, архіви	Всього	Всього	Домашніх господарств	Некомерційних організацій, що обслуговують домашні	Загального державного управління	Всього	Валове нагромадження основного капіталу	Зміна запасів матеріальних оборотних коштів	Придбання за виключенням вибуття цінностей	Експорт товарів і послуг	Імпорт товарів і послуг	Використання продукції
		AGR	MIN	IND	SRV	JWL	PBL	VID	PRG	PRA	ARC	DSG	ART	LBR												
Сільське господарство	AGR	225539	414	215549	54591	4	0	0	0	9	1	13	180	7	**496305**	**248484**	244414	0	4070	**28200**	3221	24979	0	**277789**	**-53431**	**997347**
Добувна промисловість	MIN	6444	28484	289800	244795	3	16	3	3	13	39	0	208	195	**570005**	**39447**	30264	0	9183	**2601**	0	2601	0	**100230**	**-222175**	**490108**
Переробна промисловість	IND	197186	87330	854386	594916	555	3645	1328	4355	2186	1199	862	1024	137	**1749109**	**1526900**	1514763	3795	8342	**331941**	326306	5047	587	**870538**	**-1350633**	**3127855**
Інші послуги	SRV	193410	145404	960007	1003708	333	2547	2630	20092	7481	2367	4823	5219	599	**2348618**	**1351409**	626351	26958	698101	**291279**	291103	87	89	**280319**	**-256508**	**4015118**
Виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів	JWL	2	4	129	390	8	0	1	4	1	0	0	3	0	**543**	**1240**	1237	0	2	**63**	37	19	8	**337**	**-439**	**1744**
Видавництво	PBL	110	45	1507	8508	1	878	14	217	2843	37	149	148	63	**14519**	**1817**	1350	0	468	**0**	0	0	0	**435**	**-1760**	**15012**
Аудіовізуальне та аудіальне мистецтво	VID	6	9	2393	6040	0	75	9754	42	2645	0	53	425	8	**21452**	**5668**	4230	0	1438	**0**	0	0	0	**1072**	**-3244**	**24949**
Програмування	PRG	151	254	1751	24712	2	294	23	44114	2605	37	178	112	15	**74249**	**4605**	4605	0	0	**7323**	7323	0	0	**76429**	**-17065**	**145541**
Зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама	PRA	110	632	9585	32157	2	231	653	563	1678	1	27	276	15	**45931**	**4238**	2768	0	1470	**260**	271	-12	0	**4549**	**-4740**	**50237**
Архітектура	ARC	348	458	447	3503	0	0	0	11	1	47	5	7	1	**4830**	**32**	14	0	17	**35**	35	0	0	**1042**	**-631**	**5307**
Дизайн, фотографія, перекладацька діяльність	DSG	95	275	1852	6555	0	40	7	26	6	4	29	42	6	**8935**	**1133**	897	0	237	**0**	0	0	0	**1307**	**-1484**	**9892**
Сценічне та інше мистецтво	ART	8	9	226	1686	0	1	1168	70	139	1	6	906	28	**4248**	**24538**	8558	195	15785	**85**	0	0	85	**1331**	**-6331**	**23870**
Бібліотеки, музеї, архіви	LBR	10	4	50	626	0	42	1	0	35	1	0	11	30	**812**	**2160**	1012	30	1118	**15**	0	0	15	**238**	**-1138**	**2087**
ПРОМІЖНЕ СПОЖИВАННЯ		**623419**	**263321**	**2337681**	**1982186**	**908**	**7770**	**15582**	**69498**	**19642**	**3735**	**6147**	**8563**	**1103**	**5339555**	**3211671**	**2440464**	**30977**	**740231**	**661801**	**628296**	**32721**	**784**	**1615616**	**-1919578**	**8909066**
Оплата праці найманих працівників		74229	62668	231072	1189601	509	1779	5881	20121	12191	882	1027	9309	230	**1609498**											
Податки та субсидії на виробництво та імпорт		12568	10414	381283	-24818	28	4284	-412	12918	-2604	181	595	3767	654	**398856**											
Валовий прибуток, змішаний дохід		287131	153705	177819	868148	299	1179	3899	43005	21008	509	2123	2231	100	**1561157**											
ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ		**373928**	**226787**	**790174**	**2032932**	**836**	**7241**	**9367**	**76043**	**30595**	**1572**	**3745**	**15307**	**984**	**3569511**											
ВИПУСК		**997347**	**490108**	**3127855**	**4015118**	**1744**	**15012**	**24949**	**145541**	**50237**	**5307**	**9892**	**23870**	**2087**	**8909066**											

Джерело: власні розрахунки Київської школи економіки на основі таблиць «витрати-випуск» України по Польщі, статистики діяльності підприємств України, Державна служба статистики України, Statistics Poland

Таблиця Г2. Матриця для розрахунку непрямого та індукованого впливу КІ за 2018 рік, млн грн

		Сільське господарство	Добувна промисловість	Переробна промисловість	Інші послуги	Виробництво ювелірних виробів, біжутерії, муз. інструментів	Видавництво	Аудіовізуальне та аудіальне мистецтво	Програмування	Зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама	Архітектура	Дизайн, фотографія, перекладацька діяльність	Виконавське та інше мистецтво	Бібліотеки, музеї, архіви	Витрати кінцевого споживання домашніх господарств
		AGR	**MIN**	**IND**	**SRV**	**JWL**	**PBL**	**VID**	**PRG**	**PRA**	**ARC**	**DSG**	**ART**	**LBR**	
Сільське господарство	AGR	225539	414	215549	54591	4	0	0	0	9	1	13	180	7	244414
Добувна промисловість	MIN	6444	28484	289800	244795	3	16	3	3	13	39	0	208	195	30264
Переробна промисловість	IND	197186	87330	854386	594916	555	3645	1328	4355	2186	1199	862	1024	137	1514763
Інші послуги	SRV	193410	145404	960007	1003708	333	2547	2630	20092	7481	2367	4823	5219	599	626351
Виробництво ювелірних виробів, біжутерії, музичних інструментів	JWL	2	4	129	390	8	0	1	4	1	0	0	3	0	1237
Видавництво	PBL	110	45	1507	8508	1	878	14	217	2843	37	149	148	63	1350
Аудіовізуальне та аудіальне мистецтво	VID	6	9	2393	6040	0	75	9754	42	2645	0	53	425	8	4230
Програмування	PRG	151	254	1751	24712	2	294	23	44114	2605	37	178	112	15	4605
Зв'язки з громадськістю, маркетинг, реклама	PRA	110	632	9585	32157	2	231	653	563	1678	1	27	276	15	2768
Архітектура	ARC	348	458	447	3503	0	0	0	11	1	47	5	7	1	14
Дизайн, фотографія, перекладацька діяльність	DSG	95	275	1852	6555	0	40	7	26	6	4	29	42	6	897
Виконавське та інше мистецтво	ART	8	9	226	1686	0	1	1168	70	139	1	6	906	28	8558
Бібліотеки, музеї, архіви	LBR	10	4	50	626	0	42	1	0	35	1	0	11	30	1012
Оплата праці найманих працівників		74229	62668	231072	1189601	509	1779	5881	20121	12191	882	1027	9309	230	0
Випуск + імпорт		1050778	712283	4478488	4271626	2183	16771	28193	162606	54977	5938	11376	30201	3225	2781837[16]

Джерело: власні розрахунки Київської школи економіки на основі таблиць «витрати-випуск» України по Польщі, статистики діяльності підприємств України, Державна служба статистики України, Statistics Poland.

[16] Сума витрат кінцевого споживання домогосподарствами плюс сума сплачених прямих податків (Рахунки інституційних секторів економіки за 2018 рік, Рахунок вторинного розподілу доходу http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/vvp/nrzise/nrzise2018_u.xlsx)

Таблиця Г3. Матриця соціальних рахунків України для креативних індустрій за 2018 рік (млн грн)

	AGR	MIN	IND	SRV	JWL	PBL	VID	PRG	PRA	ARC	DSG	ART	LIB	LAB	CAP	TIN	SIN	TDT	HOH	GOV	INV	IVT	EXT
AGR	225539	414	215549	54591	4	0	0	0	9	1	13	180	7	0	0	0	0	0	244412	4070	3221	24979	277789
MIN	6444	28484	289800	244795	3	16	3	3	13	39	0	208	195	0	0	0	0	0	30267	9183	0	2601	100230
IND	197186	87330	854386	594916	555	3645	1328	4355	2186	1199	862	1024	137	0	0	0	0	0	2E+06	8342	326306	5634	870538
SRV	193410	145404	960007	1E+06	333	2547	2630	20092	7481	2367	4823	5219	599	0	0	0	0	0	653307	698101	291103	176	280319
JWL	2	4	129	390	8	0	1	4	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	1238	2	37	27	337
PBL	110	45	1507	8508	1	878	14	217	2843	37	149	148	63	0	0	0	0	0	1348	468	0	0	435
VID	6	9	2393	6040	0	75	9754	42	2645	0	53	425	8	0	0	0	0	0	4234	1438	0	0	1072
PRG	151	254	1751	24712	2	294	23	44114	2605	37	178	112	15	0	0	0	0	0	4606	0	7323	0	76429
PRA	110	632	9585	32157	2	231	653	563	1678	1	27	276	15	0	0	0	0	0	2769	1470	271	-12	4549
ARC	348	458	447	3503	0	0	0	11	1	47	5	7	1	0	0	0	0	0	15	17	35	0	1042
DSG	95	275	1852	6555	0	40	7	26	6	4	29	42	6	0	0	0	0	0	893	237	0	0	1307
ART	8	9	226	1686	0	1	1168	70	139	1	6	906	28	0	0	0	0	0	8750	15785	0	85	1331
LIB	10	4	50	626	0	42	1	0	35	1	0	11	30	0	0	0	0	0	1045	1118	0	15	238
LAB	74229	62668	231072	1E+06	509	1779	5881	20121	12191	882	1027	9309	230	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAP	287131	153705	177819	868148	299	1179	3899	43005	21008	509	2123	2231	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TIN	12568	10414	381283	1	28	4284	1	12918	1	181	595	3767	654	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SIN	0	0	0	-24819	0	0	-413	0	-2605	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TDT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	341373	0	0	0	0
HOH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1609499	1561156	0	0	0	0	0	0	0	0
GOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	426695	-27837	341373	0	0	0	0	0
INV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	357838	0	0	0	303963
IVT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	33505	0	0
EXT	53431	222175	1E+06	256508	439	1760	3244	17065	4740	631	1484	6331	1138	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Джерело: власні розрахунки Київської школи економіки на основі таблиць «витрати-випуск» України по Польщі, статистики діяльності підприємств України, Державна служба статистики України, Statistics Poland.

Додаток Д. CGE модель України

Спрощена схема моделі наведена у Розділі 4. У додатку Г наведені рівняння, що описують поведінкову реакцію економічних агентів.

Виробники. Використання факторів та проміжного споживання можна представити як двоступеневий процес. Так, допускаємо, що на першому етапі фірми намагаються максимізувати доход від використання факторів, які поєднуються через функцію з постійною еластичністю заміщення

$$Y_k = c_k \left(\sum_{j=K,L} \gamma_{j,k} F_{j,k}^{\rho_j} \right)^{1/\rho_j}$$

де Y_k- випуск *k*-ї фірми, p_k^y - ціна товару *k*-ї фірми, $F_{j,k}$ - фактори виробництва, c_k - початковий рівень виробництва (масштаб) *k*-ї галузі, $\gamma_{j,k}$ - частка *j*-го фактора у виробництві *k*-ї галузі, ρ_j- параметр заміщення, розв'язуючи наступну задачу:

$$\max_{Y_k, F_{j,k}} (\Pi_k^Y): \Pi_k^Y = p_k^y \cdot Y_k - \sum_{j=1}^{nf} p_{j,k}^f F_{j,k},$$

результат рішення якої можна представити через наступні виробничу функцію та попит на фактори виробництва:

$$Y_k = c_k \left(\sum_{j=K,L} \gamma_{j,k} F_{j,k}^{\rho_j} \right)^{1/\rho_j} \quad (1)$$

$$p_{j,k}^f = p_k^y \cdot Y_k \left(\sum_{j=K,L} \gamma_{j,k} F_{j,k}^{\rho_j} \right)^{-1} \gamma_{j,k} F_{j,k}^{\rho_j - 1} \quad (2)$$

На другій стадії фірми поєднують матеріали (проміжне споживання) та сукупний виробничий фактор через функцію Леонтьєва.

$$\max_{Z_k, Y_k, X_{i,k}} (\Pi_k^Z): \Pi_k^Z = p_k^Z \cdot Z_k - \left(p_k^y \cdot Y_k + \sum_{i=1}^{N} p_{i,k}^c X_{i,k} \right)$$

Z_k - випуск *k*-ї фірми $X_{i,k}$ - проміжне споживання, p_k^Z - ціна пропозиції *k*-го товару,p_k^c - ціна придбання *k*-го проміжного матеріалу відповідно до виробничої функції *k*-ї галузі:

$$Z_k = min \left(\frac{X_{1,k}}{\alpha_{1,k}^X}, \dots, \frac{X_{N,k}}{\alpha_{N,k}^X}, \frac{Y_k}{\alpha_k^Y} \right)$$

$\alpha_{i,k}^X$ - частка продукту {*i*,*k*} у випуску *k*-ї галузі α_k^Y - частка *j*-го сукупного виробничого фактора у виробництві *k*-ї галузі

Розв'язанням цієї задачі є функції попиту на проміжне споживання, сукупний виробничий фактор та одиничних затрат:

$$Xi_k = \alpha_{i,k}^X Z_k \tag{3}$$

$$Yk = \alpha_{i,k}^X Z_k \tag{4}$$

$$p_k^Z = p_k^Y \alpha_k^Y + \sum_{i=1}^N p_{i,k}^c \alpha_{i,k}^X \tag{5}$$

Декомпозиція на внутрішнє споживання та експорт. Вироблений продукт розподіляється на товари для споживання всередині країни та експорт відповідно до наступної функції трансформації

$$Z_i = \theta_i\left(\phi_i E_i^{\rho_i} + (1-\phi_i) D_i^{\rho_i}\right)^{\frac{1}{\rho_i}}$$

та задачі виробника

$$\max_{Z_i, E_i, D_i} (\Pi_i): \Pi_i = \left(p_i^E \cdot E_i + p_i^D \cdot D_i\right) - (1+\tau_i^z) p_i^Z \cdot Z_i$$

Розв'язанням є наступні залежності:

$$Z_i = \theta_i\left(\phi_i E_i^{\rho_i} + (1-\phi_i) D_i^{\rho_i}\right)^{\frac{1}{\rho_i}} \tag{6}$$

$$E_i = \left[\frac{\theta_i \rho_i \phi_i \left(1+\tau_i^z - sub_i^z\right) p_i^Z}{p_i^E}\right]^{\frac{1}{1-\rho_i}} \tag{7}$$

$$D_i = \left[\frac{\theta_i \rho_i (1-\phi_i)\left(1+\tau_i^z - sub_i^z\right) p_i^Z}{p_i^D}\right]^{\frac{1}{1-\rho_i}} \tag{8}$$

D_i, E_i - товар, вироблений для домашнього споживання та експорт, p_i^D , p_i^D - ціна домашньо виробленого товару та експорту, τ_i^z- ставка податку на виробництво, sub_i^z- ставка субсидії на виробництво, θ_i, ϕ_i, ρ_i- масштаб випуску, частка експорту та параметр заміщення функції трансформації.

Роздрібні фірми. На останньому етапі, товари, вироблені для домашнього споживання змішуються з імпортованими, що створює остаточний споживчий товар (до ціни якого згодом додається податок за вирахуванням субсидій та торгова націнка).

Роздрібна фірма оптимізує наступну задачу:

$$\max_{Q_i, M_i, D_i} \left(\Pi_k^Q\right): \Pi_i^Q = p_i^Q \cdot Q_i - \left(p_i^M \cdot M_i + p_i^D \cdot D_i\right),$$

а випуск товару здійснюється за функцією Армінгтона:

$$Q_i = \gamma_i\left(\delta_i^M M_i^{\eta_i} + \delta_i^D D_i^{\eta_i}\right)^{\frac{1}{\eta_i}},$$

Розв'язанням задачі є наступні вирази:

$$Q_i = \gamma_i\left(\delta_i M_i^{\eta_i} + (1-\delta_i)D_i^{\eta_i}\right)^{\frac{1}{\eta_i}} \quad (9)$$

$$M_i = \left[\frac{\gamma_i \eta_i \delta_i p_i^Q}{(1+\tau_i^M)p_i^M}\right]^{\frac{1}{1-\eta_i}} \quad (10)$$

$$D_i = \left[\frac{\gamma_i \eta_i (1-\delta_i) p_i^Q}{p_i^D}\right]^{\frac{1}{1-\eta_i}} \quad (11)$$

де Q_i - випуск споживчого товару, M_i - імпорт, τ^M - ставка імпортного податку, γ_i, δ_i, η_i - масштаб випуску, частка експорту та параметр заміщення функції Армінгтона.

Фінальна ціна товару для споживання включає в себе податки (за вирахуванням субсидій) та торгову націнку до ціни p_i^Q:

$$p_i^c = p_i^Q\left(1 + \tau_{Q_i} - sub_{Q_i} + \mathrm{tmrg}_i\right) \quad (12)$$

де τ_{Q_i}, sub_{Q_i}, tmrg_i - ставка податку, субсидії та торгова націнка відповідно.

Зовнішній сектор. Даний сектор включає в себе експорт, імпорт, зовнішні заощадження (поток капіталу), обмінний курс та зовнішні (екзогенні) ціни. Зовнішні ціни приймаються як дані, відповідно внутрішні ціни визначаються добутком зовнішніх цін та обмінного курсу:

$$p_i^E = S \cdot p^W E \quad (13)$$

$$p_i^M = S \cdot p^M E \quad (14)$$

Баланс експорту та імпорту збігається з зовнішніми екзогенними заощадженнями, що визначає величину обмінного курсу:

$$S \cdot p_i^M M_i = S \cdot p_i^E E_i + S \cdot SF \quad (15)$$

Домогосподарства. Задачею домогосподарств є максимізація корисності від споживання (U) (у формі функції Кобба-Дугласа):

$$\max_{X_i^{HH}} U: U = \prod_{i=1}^{N}\left(X_i^{HH}\right)^{\alpha_i},$$

де X_i^{HH} товари спожиті домогосподарствами, α_i - частка i-го товару у споживанні, відповідно до бюджетного обмеження:

$$\sum_{i=1}^{N} p_i^c \cdot X_i^{HH} = \sum_{j=K,L}\left(1-\tau_j^f\right)p_j^f FH_j + TRPG - S^{HH},$$

FH_j - фактори виробництва (виражені як заробітна плата та корпоративний прибуток), p_i^c, p_j^f - ціни товарів та факторів відповідно. S^{HH} - заощадження, τ_j^f - ставки податків на корпоративний прибуток та заробітну плату, $TRPG$ - трансферти від Уряду.

Розв'язанням задачі домогосподарств є наступна функція попиту:

$$X_i^{HH} = \frac{\alpha_i}{p_i^q}\left(\sum_{j=K,L}\left(1-\tau_j^f\right)p_j^f FH_j + TRPG - S^{HH}\right) \quad (16)$$

Заощадження домогосподарств визначаються наступним виразом (у разі якщо заощадження є первинним по відношенню до інвестицій):

$$S^{HH} = sr^{HH}\left(\sum_{j=K,L}\left(1-\tau_j^f\right)p_j^f FH_j + TRPG - S^{HH}\right)$$

де sr^{HH} - параметр частки заощаджень (0 для випадку замикання утвореного інвестиціями).

Уряд. Уряд збирає податки та неподаткові платежі, що визначає його доходи, та витрачає ресурси на споживання, інвестиції й трансферти домогосподарствам. Доходи бюджету формуються за рахунок податків та екзогенних неподаткових доходів:

$$R^G = \sum_{j=K,L}\tau_j^f p_j^f FH_j + \sum_i \tau_i^Q p_i^Q Q_i + \sum_i \tau_i^Z p_i^Z Z_i + \sum_i \tau_i^M p_i^M M_i + NTX \quad (17)$$

Видатки складаються зі споживання товарів та послуг, інвестицій, трансфертів домогосподарствам та неприбутковим організаціям:

$$E^G = \sum_i p_i^c X_i^G + \sum_i p_i^c X_i^{VG} + \sum_i sub_i^Z p_i^Z Z_i + \sum_i sub_i^Q p_i^Q Q_i + P_c \cdot TRpg + P_c \cdot TRng \quad (18)$$

Відповідно, різниця між доходами та видатками є заощадження Уряду (сальдо бюджету):

$$S^G = R^G - E^G \quad (19)$$

Ключовим є питання вибору принципів поведінки Уряду, традиційно розглядається 2 варіанти, перший - споживання є екзогенним:

$$X_i^G = g^{adj} X_0^G \quad (20)$$

X_i^G- споживання базового року, g^{adj} - фактор зміни споживання порівняно з базовим періодом. та ендогенне споживання в другому випадку:

$$X_i^G = \frac{\theta_i}{p_i^c} RG$$

Як показує огляд літератури щодо моделей для цілей конструювання заходів політики, перший варіант переважає.

Неприбуткові організації. Припускається, що вони фінансуються за рахунок Уряду ($TRng$), а їх попит формується аналогічно до попиту домогосподарств:

$$X_i^G = \frac{\theta_i}{p_i^c} TRng \quad (21)$$

Інвестиції. Одне з найважливіших питань моделі - це формулювання інвестицій. Традиційно допускається, що баланс інвестицій-заощаджень може бути

визначеним через інвестиції (тоді рівень заощаджень має пристосуватися) або через заощадження (відповідно, мають пристосуватися інвестиції). Традиційно обираються фіксовані інвестиції, відповідно, для того щоб заощадження відповідали рівню інвестицій, частка заощадження для приватних інституцій має змінитися на величину відповідну зміні інвестицій. Відповідно, вираз для інвестицій може бути записаний наступним чином

$$X_i^V = xvadjX_0^V \quad (22)$$

Зауважимо, що у другому випадку вираз виглядатиме подібно до інших (Уряду або домогосподарств) функцій попиту: $X_i^V = \frac{\mu_i}{p_i^c}(S^{HH} + S^G + S \cdot SF)$

Рівновага на ринках.

Ринок товарів, спожитих всередині:

$$Q_i = X_i^{HH} + X_i^G + X_i^{NG} + X_i^{INV} + \sum_j X_{i,j} \quad (23)$$

Ринок факторів:

$$\sum_k F_{k,j} = FF_k \quad (24)$$

Додатково формулюємо показник ВВП:

$$GDP_i = X_i^{HH} + X_i^G + X_i^{NG} + X_i^V + E_i - M_i \quad (25)$$

та показник шкали масштабу моделі - рівень цін для домогосподарств:

$$P^C = \sum_i \frac{\sum p_i^c X_i^{HH}}{\sum X_{i,0}^H H} \quad (26)$$