ЕКОНОМІЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

АНАЛІТИЧНА ДОПОВІДЬ 2019

За підтримки

ІНСТИТУТ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПОЛІТИЧНИХ КОНСУЛЬТАЦІЙ

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

ЕКОНОМІЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

АНАЛІТИЧНА ДОПОВІДЬ

КОМАНДА ПРОЄКТУ

Авторський колектив доповіді:

Ігор Бураковський, керівник проєкту, науковий редактор, Голова Правління Інституту економічних досліджень та політичних консультацій (ІЕД)
Євген Ангел, заступник наукового редактора, науковий співробітник ІЕД
Віталій Кравчук, старший науковий співробітник ІЕД
Оксана Кузяків, виконавчий директор ІЕД
Вероніка Мовчан, директор із наукової роботи ІЕД
Ірина Федець, старший науковий співробітник ІЕД
Тетяна Яблоновська, науковий радник проєкту, незалежний консультант

Організаційна та технічна підтримка реалізації проєкту:

Анастасія Гулік, асистент проєкту ІЕД
Вікторія Жовтенко, зв'язки з громадськістю та пресою ІЕД
Світлана Мазур, головний бухгалтер ІЕД
Віталій Різник, молодший науковий співробітник ІЕД

Команда проєкту висловлює щиру подяку:

Аліні Долі, фінансовому менеджеру ІЕД, **Андрію Бутіну**, старшому науковому співробітнику ІЕД, **Станіславові Юхименку**, молодшому науковому співробітнику ІЕД, **Катерині Фурманець**, науковому співробітнику ІЕД та **Юлії Базюченко**, фахівцю зі збору даних ІЕД.

Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь — Київ., 2019.

Аналітична доповідь присвячена аналізу місця та ролі культури в національній економіці, що має велике значення для розробки адекватної політики сприяння розвитку культури та креативних індустрій (ККІ) саме в економічному вимірі з урахуванням кращих міжнародних напрацювань, практик та оцінки можливостей їх використання в українському контексті.
Для цього сектор ККІ розглядається як окрема галузь економіки та аналізується політика інших країн щодо сприяння розвитку цієї сфери. Доповідь містить також опис основних економічних показників культури як галузі української економіки та завершується рекомендаціями щодо розбудови політики розвитку ККІ в Україні.

Цю публікацію було підготовлено в рамках проєкту «Економічна привабливість української культури», що впроваджується Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій за підтримки Українського культурного фонду. Позиція Українського культурного фонду може не збігатись з думками авторів.

Зміст

ВСТУП **4**

РОЗДІЛ 1. КУЛЬТУРА ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК СЕКТОР ЕКОНОМІКИ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД **8**

РОЗДІЛ 2. КУЛЬТУРА ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІКА ТА ПОЛІТИКА. **19**

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ В МІЖНАРОДНОМУ КОНТЕКСТІ **19**

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ: ДАНІ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ **22**

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОКРЕМИХ ГАЛУЗЕЙ СФЕРИ КУЛЬТУРИ **27**

КУЛЬТУРА: РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР **30**

ЗАКОНИ, СТРАТЕГІЇ ТА КОНЦЕПЦІЇ, ЩО СТОСУЮТЬСЯ ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ **40**

СФЕРА КУЛЬТУРИ В ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОГРАМАХ ОСНОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ СИЛ **48**

ФІНАНСУВАННЯ СФЕРИ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ **50**

БЮДЖЕТНІ КОШТИ **50**

ДОМОГОСПОДАРСТВА: ВИТРАТИ І УПОДОБАННЯ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ **52**

БЛАГОДІЙНІСТЬ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ КУЛЬТУРИ **57**

КОШТИ МІЖНАРОДНИХ ПРОГРАМ ПІДТРИМКИ КУЛЬТУРИ **58**

ПРИВАТНІ ІНОЗЕМНІ ДОНОРИ **61**

РОЗДІЛ 3. ФІНАНСУВАННЯ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ У СВІТІ. **62**

ПОЛІТИКА СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ККІ **62**

ФІНАНСУВАННЯ СФЕРИ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ **65**

ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ МСП, ЩО ДОСТУПНІ ПЕРВИННИМ ЕКОНОМІЧНИМ АГЕНТАМ ТА ПРЕДСТАВЛЯЮТЬ СФЕРУ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ **65**

ІНШІ ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ **68**

ПРИВАТНЕ ПОЗИКОВЕ ТА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ФІНАНСУВАННЯ **69**

РОЗДІЛ 4. ЯК СПРИЯТИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ: ЩО ТА ХТО МАЄ РОБИТИ. **71**

4.1. ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ККІ: ВИМІРИ ТА ЧИННИКИ. **71**

4.2. ДЕРЖАВА ТА РОЗВИТОК ККІ: ЗАГАЛЬНИЙ ПІДХІД **73**

4.3. ПРИНЦИПИ ТА НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ККІ. **74**

ВИСНОВКИ **82**

ДОДАТКИ **86**

ВСТУП

Ця аналітична доповідь підготовлена в рамках проекту «Економічна привабливість української культури», який реалізував Інститут економічних досліджень та політичних консультацій за фінансової підтримки Українського культурного фонду в рамках програми «Український культурний монітор». Проект мав на меті покращення політики сприяння розвитку культури в Україні саме в частині економічного стимулювання сектору. Інакше кажучи, ідеться про сферу культури як галузь національної економіки. При цьому, автори не аналізували зміст культурних процесів, які сьогодні розгортаються у світі та в Україні.

Нас цікавили місце та роль культури саме в економіці країни, адже без такого розуміння не можливо розробити рекомендації щодо необхідності адекватної політики сприяння розвитку культури саме в економічному вимірі з урахуванням кращих міжнародних напрацювань та практик, передусім у сфері фінансування культури (бюджетні кошти, залучення недержавного фінансування тощо), та адекватно оцінити можливості їх використання в українському контексті.

Ми не мали на меті описати всі наявні проблеми та запропонувати, так би мовити, їх однозначні та ефективні вирішення. Ми радше хотіли привернути увагу до необхідності «економічного» підходу до сфери культури, що на практиці означає розробку та реалізацію відповідної політики.

Ну а тепер кілька слів про те, що і як ми аналізували.

Культура як галузь національної економіки для цілей цього дослідження визначається як сукупність культурних та креативних галузей згідно з Regulation (EU) No 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020) and repealing Decisions No 1718/2006/EC, No 1855/2006/EC and No 1041/2009/EC Text with EEA relevance [1]. А саме, галузі культури включають у себе такі:

- культурна та природна спадщина (включаючи діяльність музеїв, території археологічних розкопок і пам'яток);
- художні виступи та святкування (включаючи театральну, танцювальну, оперну професійну діяльність);
- декоративно-прикладне мистецтво (включаючи фотографування, створення картин, скульптур, прикрас);
- книги та ЗМІ (усі види друкованих видань: книги, газети, періодичні видання; бібліотечна справа);
- аудіовізуальні та інтерактивні медіа (включаючи передачі на радіо та телебаченні, виробництво фільмів та відеоігор);
- послуги у сфері дизайну та креативні послуги.

Одразу зазначимо, що ми не ставили за мету написати класичне академічне дослідження, у якому б розглядалися фундаментальні проблеми економіки культури в цілому та креативних індустрій.

1 Regulation (EU) No 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020) and repealing Decisions No 1718/2006/EC, No 1855/2006/EC and No 1041/2009/EC Text with EEA relevance// http://data.europa.eu/eli/reg/2013/1295/oj

Водночас, ми активно використовували відповідні наявні напрацювання, присвячені глибинній економічній логіці розвитку культури.

Для аналізу економічних аспектів культури було використано виключно наявні офіційні статистичні дані. При цьому, ми стикнулись із тим, що в порівнянні з іншими країнами відповідна українська статистична база є досить обмеженою. Багато секторів культури досі залишаються недостатньо вивченими в кількісному та якісному планах.

Окремо зазначимо, що в Україні сьогодні також бракує аналізу культурних потреб та преференцій населення в різних вимірах, даних про благодійну діяльність у цілому та у сфері культури зокрема тощо.

Певні труднощі аналізу об'єктивно пов'язані з тим, що культура не є «однорідним» сектором економіки в традиційному економічному розумінні цього слова, про що, зокрема, свідчать дискусії щодо класифікації видів культурної діяльності за різними ознаками.

Окрему проблему складає брак статистичної інформації про розвиток окремих галузей культури та креативних індустрій (ККІ).

Слід окремо зазначити, що у сфері культури (і не тільки) Україна багато в чому стикається з тими ж викликами та проблемами, які мають вирішувати практично всі або більшість країн світу. Але при цьому слід розуміти, так би мовити, українську специфіку їх сприйняття та можливостей вирішення.

В аналітичну доповідь увійшли найважливіші, на нашу думку, висновки та матеріали.

При підготовці аналітичної доповіді були використані такі джерела даних:

- документи політики з питань розвитку культури в Україні загальнонаціонального та регіонального (місцевого) рівнів, документи політики з питань розвитку культури, розроблені країнами ОЕСР, ЄС та міжнародними організаціями;
- статистичні дані (загальнонаціональні та в розрізі областей), статистичні дані інших країн, міжнародних організацій та дослідницьких організацій;
- аналітичні огляди з окремих питань розвитку культури, економіки культури, культурної політики тощо, підготовлені українськими та іноземними експертами, міжнародними організаціями;
- академічні та прикладні дослідження з питань економіки культури;
- глибинні інтерв'ю з представниками основних зацікавлених сторін (стейкхолдерів);
- матеріали соціологічних досліджень із питань розвитку культури в Україні та інших країнах;
- результати моніторингу преси.

У процесі роботи над доповіддю було зібрано багато різних матеріалів та оброблено велику кількість різної інформації.

Логіку дослідження можна описати наступним чином:

1. Мета роботи – покращення політики сприяння розвитку культури в Україні (політика економічного стимулювання розвитку культури). Для цього розроблена низка відповідних рекомендацій щодо економічної політики стосовно культури в Україні.

2. Ми виходимо з того, що культуру можна розглядати в трьох вимірах, а саме:

1) як важливу частину середовища, в якому формується та розвивається особистість. І в цій якості культура є важливим чинником формування людського капіталу;
2) як сектор економіки, який використовує ресурси та генерує економічну активність. І в цій якості ми говоримо про вартість товарів та послуг, створених сектором (економічний ефект культури). Іншими словами, мова йде про сферу культури як про окрему сферу (галузь) економічної діяльності;
3) як суспільний інститут, який є як продуктом, так і одним з фундаментальних чинників розвитку суспільства. З цих позицій культуру слід розглядати як чинник державотворення в широкому розумінні цього слова та, відповідно, як інструмент політики.

3. Для цілей даного дослідження сфера культури обмежується виміром 2) (сектор економіки) та частково виміром 1) (частина середовища, в якому формується національний людський капітал). Зважаючи на це, суто в економічному плані розвиток культури можна представити як триєдиний процес, тобто три напрями культурної політики, а саме:

а) відновлення втраченої культурної спадщини (мова йде про реставрацію культурних пам'яток, відновлення ремесл тощо);
б) збереження культурної спадщини, тобто того, що маємо в рамках новітньої історії;
в) розвиток культури (розвиток нових культурних форм, об'єктів, видів мистецтва, креативних індустрій тощо).

Очевидно, що кожна функція має свій особливий механізм реалізації та, відповідно, інструменти фінансування. Саме в цих рамках і будується подальше дослідження.

4. Важливим елементом дослідження є глибинні інтерв'ю з представниками окремих креативних індустрій та SWOT аналіз сектору, що дало можливість більш точно оцінити його якісні параметри.

Аналітичний звіт побудовано таким чином. У Вступі наведено загальний опис логіки побудови доповіді з точки зору її змісту та структури викладу. Розділ 1 «Культура та креативні індустрії як сектор економіки: сучасний погляд» містить опис сфери ККІ як сектору економіки та основні взаємозв'язки з іншими секторами економічної діяльності. Фактично мова йде про сучасне бачення економічного потенціалу сектору культури в широкому розумінні цього слова. Розділ 2 «Культура та креативні індустрії в Україні: економіка та політика» містить опис основних економічних показників культури як галузі української економіки. Такий опис базується на наявних даних української статистики, що дають уявлення про ключові економічні характеристики й особливості галузі та місце сектору в економіці України. Цей розділ також містить огляд основних джерел фінансування культури в Україні, що дає уявлення про фінансові ресурси, які сьогодні доступні сектору. При цьому автори не ставили перед собою завдання якось оцінити потенційні потреби в коштах, необхідних для відповідних галузей. Розділ 3 «Фінансування культури та креативних індустрій: як це працює у світі» присвячений міжнародному досвіду фінансування цієї галузі як у розвинутих економіках, так і в країнах, подібних до України. Тут фактично мова йде про основні економічні інструменти сприяння розвитку сфери ККІ. Розділ 4 «Як сприяти розвитку культури та креативних індустрій в Україні: що та хто має робити» містить рекомендації щодо формування

та реалізації політики розвитку культури саме в економічному вимірі для України. На основі матеріалів попередніх розділів та міжнародного досвіду пропонується свого роду економічна ідеологія такої політики. Завершується доповідь висновками щодо ризиків та проблемних питань розвитку культури як галузі економіки, які необхідно враховувати для побудови ефективної політики економічного (фінансового) стимулювання розвитку культури в широкому сенсі цього слова.

До друкованої версії увійшли найбільш важливі, на думку авторів, матеріали та висновки.

РОЗДІЛ 1. КУЛЬТУРА ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК СЕКТОР ЕКОНОМІКИ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

Питання розвитку культури як сектору економіки є порівняно новою сферою економічних досліджень, яка останнім часом досить активно розвивається у світі. У цьому розділі ми коротко викладемо основні характеристики цього сектору національної економіки, скориставшись при цьому вже наявними напрацюваннями.

Це дозволяє:

- показати роль ККІ в економічному розвитку суспільства;
- охарактеризувати економічний потенціал галузі, яким може і повинна скористатись Україна;
- зрозуміти логіку, зміст та інструменти політики щодо сектору в тих країнах, де розвиток сфери ККІ став реальним пріоритетом розвитку;
- сформулювати свого роду ідеологію державної політики сприяння розвитку цього сектору в економічному вимірі для України.

Сьогодні узагальнений глобальний портрет сфери ККІ виглядає так (Вставка 1.1)

Вставка 1.1. Культура та креативні індустрії: глобальний портрет.

1. Економічні показники.

Культурні та творчі галузі генерують 2250 млрд. дол. доходів та 29,5 мільйона робочих місць. Це більше ніж доходи галузі телекомунікаційних послуг (1570 млрд. дол. США), ВВП Індії (1 900 млрд. дол. США). Найбільші доходи отримують телебачення (477 млрд. дол. США), образотворче мистецтво (391 млрд. дол. США) та преса (газети та журнали, 354 млрд. дол. США).

У сфері ККІ зайнято 1% активного населення світу, а найбільшими роботодавцями є образотворче мистецтво (6,73 млн.), книговидавництво (3,67 млн.) та музичне мистецтво (3,98 млн.).

2. Культурний та креативний світ є багатополярним.

Доходи сектору ККІ Азійсько-Тихоокеанського регіону становлять 743 млрд. дол. США (33% від загального обсягу продажів), а в секторі працює 12,7 млн. (або 43% всіх зайнятих у цій сфері у світі). Європа та Північна Америка - це другий та третій за розміром центри розвитку сфери ККІ. Латинська Америка та Африка, включаючи Близький Схід, займають відповідно четверте та п'яте місце, але мають досить значний культурний та творчий потенціал.

3. Культурно-творчий контент рухає цифрову економіку.

На сферу ККІ припадало близько 200 млрд. дол. США глобальних продажів цифрових товарів у 2013 році. З іншого боку, виробництво культурно-креативного контенту сприяло зростанню продажу цифрових пристроїв, обсяг реалізації яких у 2013 р. - 530 млрд. дол. США. Реклама товарів культурного призначення в Інтернет-ЗМІ та на безкоштовних веб-сайтах принесла цифровому сектору 21,7 млрд. дол. США доходу.

4. Культурна сфера: молодість, інклюзивність та підприємливість.

У країнах Європи у сфері культури більше людей віком 15–29 років, ніж у будь-якій іншій галузі. Особливістю сфери є домінування малих та середніх підприємств та самозайнятих професіоналів. Так більше половини (53%) канадських розробників ігор працюють як незалежні оператори.

5. Культура є важливим чинником привабливості міст.

Сьогодні розвиток ККІ став важливим інструментом політики розвитку міст та відновлення економічної активності на депресивних територіях.

6. ККІ: тіньовий сектор.

У країнах з ринковою економікою в процесі становлення обсяги тіньових продажів товарів та послуг культурного призначення оцінювались на рівні 33. млрд. дол. США, при цьому в тіньовому «культурному» секторі нараховувалось 1,2 мільйона робочих місць.

Джерело: Cultural times The first global map of cultural and creative industries. EU study. December 2015, pp.8-9.
https://www.cisac.org/CISAC-University/Library/Studies-Guides/Cultural-Times-The-First-Global-Map-of-Cultural-and-Creative-Industries

Ці дані досить повно характеризують економічні масштаби сфери ККІ та особливості цього сектору. Одразу зазначимо, що наведені цифри отримані за допомогою наявних на сьогодні методів оцінювання відповідних галузей із використанням національних даних, повнота та якість яких у різних країнах різна.

Що стосується попиту на товари та послуги сфери культурних індустрій, то його можна з певними застереженнями охарактеризувати таким показником, як витрати населення на відпочинок та культуру. Так, у цілому у 2017 році на відпочинок та культуру припадало 8,5% загальних витрат, що становило приблизно 710 млрд. євро або 6,6% ВВП ЄС, тобто 1400 євро на душу населення. Найбільше на відпочинок та культуру витрачали Данія (11.5%) та Швеція (11,0%), випереджаючи за цим показником Фінляндію (10,5%), Словаччину (10,4%), Нідерланди (10,1%) %) та Австрію (10,0%). Найменшими витратами характеризуються (4,6%), Румунія (5,8%), Ірландія та Люксембург (по 5,9% кожна), а також Кіпр (6,0 %).[2]

Окремо зазначимо, культурні товари та послуги відрізняються від інших економічних продуктів та послуг тим, що вони охоплюють «художні, естетичні, символічні та духовні цінності».[3]

******

У цілому сьогодні говорять про чотири основні моделі взаємодії культури та економіки (Таблиця 1.1).

[2] Household spending on recreation and culture
https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190111-2

[3] The UNESCO 2009 Framework for Cultural Statistics (FCS), p.22
http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf/

Таблиця 1.1. Культура та економіка: чотири моделі взаємодії.

Модель добробуту (Welfare model)	**Культура - це чиста економічна «плата», яку варто заплатити, оскільки її глобальний вплив на добробут має позитивний характер**, адже мова йде про виробництво культурних товарів високої цінності, які мають низьку ринкову вартість. **Державне втручання у формі культурної політики обґрунтовується або наявністю «публічних благ», або теорією «недосконалості ринку»**, згідно з якою ринок нездатний інтерналізувати культурну цінність блага (товару).
Конкурентна модель (Competitive model)	**Культура є одним із секторів економіки.** Тому зміни масштабів креативних індустрій змінюють економіку певною мірою. Сфера культури є структурно нейтральною, а тому її загальні динамічні ефекти в плані доходу, продуктивності такі ж, які генерують інші сектори. **З точки зору публічної політики, культура або заслуговує, або не заслуговує субсидій, як і інші види продуктивної діяльності.**
Модель зростання (Growth model)	**Креативні індустрії є таким же напрямом економічного зростання, як і промислові підприємства в 1950-80 рр.** При цьому вважається, що креативні індустрії породжують екстерналії, які так чи інакше впливають на продуктивність або конкурентоспроможність інших секторів або сприяють запровадженню нових ідей та технологій та підтримці високого науково-технічного рівня відповідних виробничо-комерційних процесів. **За таких умов у плані політики ці галузі потребують особливого ставлення, зважаючи на їхній вплив на інші сектори економіки.**
Інноваційна модель (Innovation model)	**Креативні індустрії не є сектором як таким, їх коректніше розглядати як складову частину національної інноваційної системи.** Культура змінює економічні процеси і вважається суспільним благом у динамічному сенсі. **За таких умов культура та креативні галузі стають об'єктом національної інноваційної політики з усіма відповідними наслідками.**

Джерело: Jason Potts and Stuart Cunningham. Four models of the creative industries // International Journal of Cultural Policy, Volume 14, 2008, Issue 3, pp. 233-247.

Фактично, усі ці моделі визнають зв'язок між економікою та культурою, хоча і в різних форматах. І кожна модель так чи інакше передбачає необхідність відповідної державної політики стосовно цього сектору. Зазначимо, що попри різні теоретичні оцінки (моделі) серед експертів та політиків домінує думка про те, що культура та креативні галузі є сьогодні важливим чинником економічного зростання, причому їхній вплив на розвиток національних економік тільки зростатиме, а форми та виміри такого впливу будуть постійно змінюватись.

Для цілей цієї роботи ми поділимо всі економічні ефекти, які генерує сфера культури та креативних індустрій, на прямі та непрямі (Таблиця 1.2).

Таблиця 1.2. Культура та креативні індустрії: прямі та непрямі економічні ефекти.

Прямі ефекти	**Непрямі ефекти**
Зайнятість Внесок в економіку (валова додана вартість, ВВП тощо). Добробут (заробітна плата, інші доходи). Платіжний баланс (експорт та імпорт відповідних товарів та послуг). Продуктивність. Підприємництво.	ККІ як чинник розвитку пов'язаних галузей (споживачів товарів та послуг сектору ККІ). ККІ як чинник розвитку галузей- постачальників товарів та послуг для сектору ККІ. Створення культурно-креативних кластерів може породжувати зовнішню економію на масштабах виробництва. Розвиток ККІ як чинник інвестиційної привабливості відповідної території. ККІ як чинник розвитку людського капіталу. ККІ як джерело досвіду управління проектами, формування мереж тощо. ККІ як чинник посилення міжгалузевих зв'язків та передачі знань.

Джерело: за матеріалами Drones and the Creative Industry Innovative Strategies for European SMEs. Virginia Santamarina-Campos,. Marival Segarra-Oña (Editors). p. 26. https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-95261-1.pdf; ESSnet-CULTURE. European Statistical System Network on Culture. Final Report, 2012, pp. 373-375. https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf 373-375

Одразу зазначимо, що сьогодні вже переконливо доведено, що сфера ККІ є чинником економічного зростання як на національному, так і на регіональному рівнях (Вставка 1.2). Водночас, слід зазначити, що макроекономічний ефект окремих креативних галузей та підгалузей може бути різним, але такий детальний аналіз різних моделей та окремих видів культурно-креативної діяльності виходить за межі нашого дослідження.

Вставка 1.2. Культура та креативні індустрії та динаміка ВВП.

1. Розрахунки свідчать про наявність причинно-наслідкового звязку між зайнятістю в крекативних індустріях (причина) та ВВП на душу населення (наслідок). Для регіонів ЄС коефіцієнт кореляції між ВВП на душу населення та відсотком зайнятих у креативних індустріях становив близько 0.64.

Джерело: Rausell Köster (coord), Pau; Abeledo Sanchís, Raül ; Boix Sempere, Rafael; Marco Serrano, Francisco; alli., et (2012) Culture as a factor for economic and social innovation, Tome 1 p.111-125. http://www.econcult.eu/wp-content/uploads/2015/09/Sostenuto_Volume1_ENG1.pdf

2. Ціла низка чинників, пов'язаних зі сферою культури, не тільки суттєво впливає на величину ВВП регіону, але й має стимулювати економічний розвиток сусідніх регіонів. Як сектор, розвиток якого базується на нематеріальному капіталі (культура, знання та творчість), культурні та творчі галузі характеризуються високою динамікою та широким колом споживачів. Спроможність генерувати відчутні побічні ефекти робить ці галузі важливим чинником розвитку регіональної економіки.

Джерело: Maoguo Wu & Qingshu Li. Impact of Cultural and Creative Industries on Regional Economic Development in China — A Spatial Econometric Approach // Research in World Economy, Vol. 9, No. 1; 2018. https://pdfs.semanticscholar.org/4473/ad6e1ccb37d45d1ebfd94ef13114c95944ce.pdf

Про важливість сектору культури свідчить той факт, що один з індивідуальних індикаторів, який враховується при розрахунку індексу конкурентоспроможності, а саме «Витрати на НДДКР», також враховує витрати на культуру. Цей показник у відсотках до ВВП включає «поточні та капітальні витрати (як державні, так і приватні), розробки та роботи, які систематично проводяться з метою підвищення рівня знань, включаючи знання про людство, **культуру** та суспільство та використання їх у нових сферах.[4]

Для ілюстрації прямих економічних ефектів функціонування сфери культури на національному рівні скористаємось відповідними статистичними даними ФРН (Таблиця 1.3). Такий вибір зумовлений кількома міркуваннями, а саме:

- Ця країна відрізняється високим рівнем соціально-економічного розвитку (а отже, і широкими фінансовими можливостями для реалізації різних програм підтримки розвитку тих чи інших економічних агентів);

- ФРН є одним із лідерів світової економіки (у тому числі у сфері торгівлі товарами та послугами культурного призначення);

- Як член ЄС, серед інших переваг, має доступ до різного роду програм підтримки окремих сфер та напрямків економічної діяльності;

- Країна має розвинуту систему врядування (ефективну систему захисту прав інтелектуальної власності, усталені механізми сприяння розвитку культури, систему креативних галузей, інновацій, МСБ тощо);

Відповідно до особливостей адміністративно-територіального устрою ФРН має великий досвід розвитку окремих регіонів (федеральні землі, міста) і, у тому числі, розвитку культури та креативних галузей на регіональному (місцевому) рівні тощо.

Фактично, мова йде про високорозвинену країну, на прикладі якої можна досить точно уявити роль та місце культури та креативних галузей, так би мовити, у чистому вигляді.

Таблиця 1.3. ФРН: ключові показники розвитку ККІ, 2009 – 2017 рр.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Зміна 2016/ 2017
ККІ (всього компаній)	238,5	239,5	244,3	245,8	246,4	247,0	250,4	254,5	254,7	0,07%
ККІ (% від загальної кількості компаній)	7,61%	7,57%	7,60%	7,56%	7,60%	7,62%	7,69%	7,79%	7,74%	

[4] The Global Competitiveness Report 2017-2018, APPENDIX D, Technical Notes and Sources: 12.08 R&D expenditures (Individual indicator) // http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/appendix-c-the-global-competitiveness-index-4-0-methodology-and-technical-notes/

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Зміна 2016/ 2017
Продажі (млрд. євро)										
ККІ (всього)	134,3	137,3	141,0	143,3	143,2	146,9	152,1	158,8	158,6	-0,15%
ККІ (% всіх продажів)	2,74%	2,62%	2,48%	2,49%	2,48%	2,50%	2,54%	2,61%	2,56%	
Зайнятість: основна робоча сила (тис.)										
ККІ (всього)	953,1	952,5	976,8	1011,7	1037,3	1056,0	1084,9	1120,1	1157,7	3,36%
ККІ (% від усіх зайнятих)	3,10%	3,06%	3,07%	3,11%	3,16%	3,16%	3,19%	3,23%	3,27%	
Валова додана вартість (млрд. євро)										
ККІ (всього)	74,2	78,4	82,9	86,6	88,8	90,6	94,6	100,4	102,4	1,98%
ККІ (% ВВП)	3,02%	3,04%	3,07%	3,14%	3,14%	3,08%	3,10%	3,18%	3,12%	
ВВП ФРН (номінальний)	2460,3	2580,1	2703,1	2758,3	2826,2	2938,6	3048,9	3159,8	3277,3	3,72%

Примітка: Основна робоча сила – підприємці, які сплачують податки та мають щорічний дохід не менше 17 500 євро, та працівники, які мають сплачувати внесок на соціальне страхування.

Джерело: BMWI. 2018 Cultural and Creative Industries Monitoring Report. Summary, October 2018, p. 7. https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3

Наведені дані свідчать про те , що:

- кількість підприємств у сфері ККІ помітно зростала, хоча їхня питома вага залишається практично незмінною;
- обсяг продажів відповідних підприємств постійно зростав, хоча питома вага сектору в обсязі загальних продажів залишається практично незмінною;
- валова додана вартість сектору ККІ суттєво зросла, хоча його питома вага зростала досить повільно.

Водночас, як свідчить цілий ряд досліджень, зайняті у сфері культури, мають у багатьох випадках вищий рівень компетенцій, ніж працівники інших галузей економіки (Таблиця 1.4).

Таблиця 1.4. Компетенції працівників сфери культури та творчих працівників.

Компетенції	Працівники сфери ККІ	Інші працівники	Перевага працівників сфер ККІ
Спроможність генерувати нові ідеї та рішення	5,59	5,36	0,23
Використання комп'ютерів та інтернету	6,02	5,82	0,21
Знання інших сфер та предметів	4,63	4,47	0,16
Схильність критично ставитись до власних ідей та ідей інших людей	5,57	5,42	0,15
Спроможність працювати під тиском	5,71	5,57	0,14
Спроможність ідентифікувати нові можливості	5,24	5,12	0,12
Знання власної сфери або предмету	5,49	5,38	0,11
Спроможність говорити та писати іноземними мовами	4,62	4,54	0,08
Спроможність публічно презентувати свої ідеї та напрацювання	4,99	4,93	0,05
Спроможність координувати діяльність	5,56	5,53	0,03
Спроможність набувати нові знання	5,70	5,67	0,03
Спроможність працювати з іншими людьми	5,68	5,65	0,02
Спроможність готувати доповіді та документи	5,44	5,43	0,01
Спроможність мобілізувати спроможність інших людей	4,97	5,00	-0,03
Спроможність бути зрозумілим	5,35	5,39	-0,04
Аналітичне мислення	5,37	5,41	-0,04
Спроможність ефективно використовувати власний час	5,37	5,42	-0,05
Спроможність вести перемовини (домовлятись)	4,58	4,65	-0,07
Спроможність реалізувати владні повноваження	4,57	4,67	-0,20

Джерело: Rausell Köster (coord), Pau; Abeledo Sanchís, Raül ; Boix Sempere, Rafael; Marco Serrano, Francisco; alli., et (2012) Culture as a factor for economic and social innovation, Tome 01, p.53. http://www.econcult.eu/wp-content/uploads/2015/09/Sostenuto_Volume1_ENG1.pdf

Наведені дані потребують окремого аналізу, тому ми лише зазначимо, що працівники сфери культури та творчі працівники поступаються представникам інших галузей за 5 показниками, а за 13 показниками мають вищий рівень компетенції. Але ці показники, на нашу думку, свідчать, про важливу роль сфери культури та креативних галузей у підвищенні якості національного людського капіталу.

Слід також зазначити, що сьогодні креативні працівники також працюють і в некреативних сферах (Таблиця 1.5).

Таблиця 1.5. Питома вага працівників із креативними компетенціями в некреативних галузях.

	Щонайменше 4	Щонайменше 5
Франція	20,80%	9,10%
Фінляндія	28,40%	15,50%
Бельгія	29,40%	14,80%
Норвегія	29,40%	17,00%
Нідерланди	33,80%	17,80%
Італія	34,40%	14,80%
Велика Британія	37,50%	21,10%
Швейцарія	37,90%	21,20%
Португалія	49,50%	30,70%
Німеччина	50,60%	29,20%
Австрія	54,40%	35,40%
У середньому за групою	34,30%	**18,60%**

Джерело: Rausell Köster (coord), Pau; Abeledo Sanchís, Raül ; Boix Sempere, Rafael; Marco Serrano, Francisco; alli., et (2012) Culture as a factor for economic and social innovation, Tome 01, p.54. http://www.econcult.eu/wp-content/uploads/2015/09/Sostenuto_Volume1_ENG1.pdf

Сфера ККІ відіграє троїсту роль у національному інноваційному процесі. По-перше, креативні індустрії за визначенням є головним джерелом інноваційних ідей та появи нових товарів і послуг.

По-друге, креативні індустрії пропонують послуги, які можуть бути ресурсом для інноваційної діяльності інших підприємств, які відносяться або не відносяться до креативного сектору.

По-третє, самі креативні індустрії інтенсивно використовують нові технології та досить часто вимагають від своїх контрагентів адаптування до змін ринкового попиту, запровадження технологічних змін, тим самим формуючи інноваційні імпульси для виробників технологій.[5] При цьому зазначимо, що масштаби, динаміка та особливості інновацій у цій сфері визначається специфікою сфери ККІ (Таблиця 1.6).

[5] Kathrin Müller, Christian Rammer, and Johannes Trüby. The Role of Creative Industries in Industrial Innovation. ZEW Discussion Paper No. 08-109, p. 2. // ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp08109.pdf

Таблиця 1.6. Культура та інновації.

Типологія інновацій	Опис та адаптація інновацій у секторі культури
Креативні «резервуари»	Креативні «резервуари» - набір суб'єктів, ідей, цінностей, знань, форм комунікації та соціалізації. Ці «резервуари» мають креативний потенціал, який значно перевищує спроможність підприємств та бізнесів, і фактично є новим ресурсом. В основі креативних «резервуарів» лежать організаційні моделі, які характерні для мережевих структур.
Креативні класи	Згідно з цією концепцією ключову роль відіграють креативні люди як автори інновацій. Професіонали, які працюють у секторі мають три властивості: технології, таланти та толерантність (tolerance).
Масова креативність та інновації (приховані інновації)	Мова йде про ситуацію, коли дослідження (пошук нових знань) та виробничі процеси відбуваються в самому суспільстві. Сфера культури впливає на три сфери життя суспільства: сприяння суспільному діалогу, широке використання нових технологій (сприяння через креативний контент) та потребу переосмислити національну освітню модель (розвиток творчих та креативних навичок, включення системи освіти, розвитку творчих навичок тощо).
Інновації, драйвером яких є споживачі	Взаємодія між виробниками та споживачами є фундаментальною рисою культурних організацій: ці організації в авангарді споживання відповідних товарів та послуг та трансформації укладів життя, вони мають схильність до пошуку нового та експериментів, а культура споживання має велике значення.
Соціальні інновації	Соціальні інновації – це розробка та імплементація нових ідей (товарів, послуг та моделей), які задовольняють відповідні потреби суспільства. На відміну від інших економічних агентів, організації у сфері культури, зазвичай, мають більш тісні зв'язки з територіями, де вони функціонують (місцевий розвиток), а їхня система цінностей інтегрована в процес соціальних змін.
Інституційні інновації	Культура відіграє важливу роль у сприянні появі та запровадженню інституційних інновацій через реалізацію програм міжнародної співпраці та специфічні види діяльності, спрямовані на модернізацію змісту та механізмів надання публічних послуг. Культура «виступає» як ресурс місцевого розвитку, його (розвитку) планування та менеджменту.

Джерело: Цит по: Rausell Köster (coord), Pau; Abeledo Sanchís, Raül ; Boix Sempere, Rafael; Marco Serrano, Francisco; alli., e Culture as a factor for economic and social innovation, Project report, Tome 01, 2012, p. 21. https://www.uv.es/soste/pdfs/Sostenuto_Volume1_ENG.pdf

Сучасні ІКТ надають широкі можливості великій кількості людей брати участь у культурних заходах в Інтернеті, таких як створення, завантаження та обмін культурним контентом, перегляд фільмів та відео в Інтернеті, трансляція концертів у прямому ефірі тощо. Це вимагає від культурних установ та інших постачальників культурних послуг постійно прагнути адаптувати

свою продукцію та послуги так, щоб вони відповідали запитам користувачів та йшли в ногу з новими технологічними розробками.[6]

Характерною рисою сфери ККІ є мобільність відповідних трудових ресурсів, причому розвиток такої мобільності вважається одним із пріоритетів політики сприяння розвитку цього сектору (Вставка 1.3).

Вставка 1.3. Мобільність як фундаментальна риса розвитку ККІ.

Мобільність - це соціально-економічний «формат» функціонування ККІ. Це розширює можливості збільшити як професійний потенціал сектору в цілому, так і потенціал зайнятості для професіоналів, які все частіше працюють у культурних мережах та групах однолітків на міжнародних ринках. Традиційні форми культурної мобільності розвиваються для того, щоб професіонали з CCS відповідали на економічні виклики та отримували нові навички. Нові моделі мобільності дозволяють їм навчатись нарощувати потенціал та мережу для міжнародної роботи.

Мобільність у системі культури та культурних індустрій також надає переваги містам та регіонам для розвитку яскравих культурних громад та креативного транскордонного середовища з міжнародним партнерством, довго -строковими економічними та торговими відносинами. Це сприяє європейській інтеграції та виховує почуття приналежності до спільного культурного простору, одночасно зміцнюючи міжкультурний діалог та взаєморозуміння.

Джерело: KEA 2018, Research for CULT Committee – Mobility of artists and culture professionals: towards a European policy framework, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels. http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617500/IPOL_STU(2018)617500_EN.pdf

У сфері культури домінують мікро-, малі та середні підприємства та самозайнятість. При цьому ці економічні агенти стикаються практично з тими ж викликами та проблемами, що й мікро-, малі та середні підприємства та самозайняті в інших сферах економіки (Вставка 1.4).

Вставка 1.4. МСП та мікробізнес у сфері культури: що поєднує цей сектор з традиційними МСП.

1. Усі МСП розвиваються на основі так званого «органічного» підходу.

2. Дефіцит бізнесових навичок та фінансової підтримки розвитку бізнесу та реалізації стратегій розвитку, низька якість фінансового планування та маркетингу.

3. Труднощі з адекватною оцінкою інтелектуальної власності в процесі мобілізації фінансових коштів.

4. Розвиток МСП традиційно залежить від різного роду схем державної підтримки підприємництва.

5. Представники ККІ меншою мірою (за окремими винятками) об'єднані в різного роду спілки, організації тощо. Це не дає їм можливості адекватно представляти інтереси своїх галузей перед урядом та іншими стейкхолдерами.

[6] Eurostat. Culture statistics - use of ICT for cultural purposes // https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_use_of_ICT_for_cultural_purposes

6. Більша залежність від талантів та креативності в складі робочої сили.

Джерело: KEA. The Economy of culture in Europe. Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture) October 2006, p. 188. https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf.

*****

Попри загальновизнану важливість сфери культури та індустрій, сьогодні відсутні точні оцінки економічних масштабів сфери ККІ у різних вимірах, що утруднює оцінку внеску цього сектору в національну економіку. Тому сьогодні на національному та міжнародному рівнях активно ведуться пошуки методів та інструментів таких оцінок. Сфера культури та креативних культурних індустрій характеризується порівняно високим рівнем тіньової діяльності, що також утруднює аналіз. При цьому слід заначити, що тіньова частина кожної галузі має різні масштаби та особливості. Слід також окремо зауважити, що й саме визначення сфери ККІ як економічної категорії також є предметом інтенсивних дискусій.

РОЗДІЛ 2. КУЛЬТУРА ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІКА ТА ПОЛІТИКА.

Основні тенденції розвитку сфери ККІ в Україні в цілому відповідають загальносвітовим процесам.

1. **У технологічно-економічному вимірі:**

   1.1. Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій робить культурні продукти та послуги більш дешевшими та доступними (за допомогою Інтернету можна завантажити майже будь-який фільм, «відвідати» музеї тощо).
   1.2. Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій полегшує та знижує бар'єри входу нових економічних агентів у галузь (наприклад, зараз набагато легше – і фінансово, і організаційно – створити власну телестудію).

2. **У сфері інновацій в Україні динамічно розвиваються стартапи, у тому числі у сфері ККІ. Мова йде про:**

   2.1. Проекти у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, які, у свою чергу, стимулюють появу нових проектів у сфері ККІ.
   2.2. Проекти у fashion-індустрії, виробництві прикрас тощо.
   2.3. Інші проекти, пов'язані з наданням певних «матеріальних» видів послуг (наприклад, послуги фотостудій).
   2.4. Розвиваються тренди «купуй українське» і «споживай грамотно», що безпосередньо мають вплив на сферу моди та дизайну.

3. **У сфері культурної політики Україна також багато в чому йде за світовими трендами.**

   3.1. Державна підтримка «національного культурного продукту».
   3.2. Підтримка української мови як офіційної та україномовного продукту зокрема.
   3.3. Розвиток креативних галузей є однією з пріоритетних цілей «Довгострокової стратегії розвитку української культури» до 2025 року.[7]
   3.4. Розвиток українського кінематографу є одним із пріоритетів у рамках просування національного культурного продукту.

*****

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ В МІЖНАРОДНОМУ КОНТЕКСТІ

Дослідження за методикою ЮНЕСКО, у якому були використані дані ДССУ за 2014 рік, оцінило внесок галузі культури до ВВП України на рівні 4,04%, а зайнятість у культурних закладах на рівні 3,17%, що відповідає європейським показникам.[8]

Класифікація ЮНЕСКО передбачає поділ на так звані основні та допоміжні культурні сфери, на які, відповідно, припадає 44% і 56% загального внеску культури до ВВП (Таблиця 2.1). Значна частка цього внеску припадає на архітектурну та інженерну діяльність та пов'язані з ними

[7] Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури - стратегії реформ. КМУ. Розпорядження від 1 лютого 2016 р. № 119-р // https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80#n7

[8] Індикатори впливу культури на розвиток. ЮНЕСКО: короткий аналітичний огляд щодо України. 2017, с. 4 // https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf

технічні консультації (15,5% від внеску культури до ВВП), реклама (13,1%) та телебачення в частині створення програм та мовлення (6,8%). Серед допоміжних сфер культурної діяльності головну роль зіграли бездротові та дротові телекомунікації (26,3% та 11,9% відповідно).

Таблиця 2.1. Структура внеску культури і креативних галузей у ВВП України.

Основні культурні сфери, у т. ч.:	44%
Архітектурна та інженерна діяльність	15,5%
Реклама	13,1%
Телевізійна діяльність зі створення програм та мовлення	6,8%
Інші види діяльності	8,6%
Допоміжні культурні сфери, у т. ч.:	56%
Бездротові телекомунікації	26,3%
Дротова телекомунікаційна діяльність	11,9%
Виробництво споживацької електроніки	6,1%
Друк	4,9%
Роздрібна торгівля аудіо- та відеообладнанням у спеціалізованих магазинах	4,7%
Інші види діяльності	2,1%

Джерело: на основі даних дослідження Індикатори впливу культури на розвиток. ЮНЕСКО: короткий аналітичний огляд щодо України. 2017.
https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf

За підрахунками української дослідниці Марії Проскуріної, частка культурних індустрій в українській економіці може коливатися в межах 5-7% від ВВП.[9] При цьому деякі види діяльності культури та креативних індустрій демонструють провідні позиції за темпами зростання серед інших видів економічної діяльності. Наприклад, сфера економічної діяльності «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» посідала другу позицію за зростанням доданої вартості у 2010-2014 роках. Ця ж сфера демонструвала високі темпи зростання заробітної плати, валового прибутку. В цілому, на думку дослідниці, сфера культури і мистецтва демонструє зростаючу роль та значний потенціал в економіці країни.[10]

Кількість зайнятих у галузі культури, за оцінками нашого дослідження, становила 573,4 тис. осіб. Цікаво, що хоча деякі підгалузі (зокрема пов'язані з обладнанням/допоміжними матеріалами) характеризуються домінуванням чоловіків, а деякі – домінуванням жінок (наприклад , бібліотекарі, соціологи, перекладачі), але в цілому зайнятість у галузі культури свідчить про дотримання принципу гендерної рівності.

[9] Проскуріна М. Державна політика економічного розвитку культурної індустрії. Дис. …д-ра екон. наук. 2018, с.333, https://nam.kiev.ua/files/tesis/dyss%20proskurina.pdf

[10] Проскуріна М. Державна політика економічного розвитку культурної індустрії. Дис. …д-ра екон. наук. 2018, с.301, https://nam.kiev.ua/files/tesis/dyss%20proskurina.pdf

Споживання культурних товарів та послуг оцінювалось на рівні 0,88% від загальних витрат домогосподарств (це менше порівняно з європейськими країнами).[11] Диспропорція між внеском галузі до ВВП (4,04%) і часткою у витратах домогосподарств (0,88%) дослідження пояснює тим, що:

1) деякі культурні товари та послуги в Україні є дешевими або надаються неприбутковими організаціями за цінами, які не є ринковими (наприклад, послуги музеїв, театрів, громадських бібліотек, безкоштовні громадські культурні заходи);

2) домашні господарства напряму не фінансують вагому частину витрат у сфері культури (наприклад, на дизайн та рекламу).

Щодо структури культурних витрат домогосподарств, то основні з них – це культурні послуги (38% загальних витрат на культуру), обладнання для обробки інформації (21%), обладнання для прийняття, запису та відтворення звуку та зображень (20,83%), ювелірні вироби, годинники настільні й наручні (7,74%) та книги (5,28%).

Таким чином, внесок культури у ВВП та масштаби зайнятості в цій сфері в Україні формально відповідають європейським показникам, але при цьому існує значний потенціал для зростання ролі цього сектору в економіці України (Вставка 2.1).

Вставка 2.1. ЄС: зайнятість у сфері культури

У 2017 році кількість зайнятих у сфері культури в ЄС сягала близько 8,7 млн. осіб, що становило 3,8% від загальної кількості зайнятих. У більшості країн ЄС цей показник коливався від 3% до 5% (нагадаємо, що в Україні цей показник становив 3,17%), причому в Румунії він становив 1,6%, а в Естонії до 5,5%.[12]

Практично в усіх країнах ЄС у сфері культури були зайняті переважно люди з вищою освітою. Також у 2017 році відсоток самозайнятих у сфері культури в ЄС був щонайменше вдвічі більшим ніж у середньому в економіці. У сфері культури і креативних індустрій частка молодих працівників є вищою ніж в інших галузях.

Внесок культури і креативних індустрій у ВВП оцінюється на рівні більше 4%, що співставно, наприклад, із сектором інформаційно-комунікаційних технологій. У ЄС сфера культури і креативних індустрій зростає швидше за економіку в цілому.

Джерело: Eurostat.Cultural employment 2017, https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190218-1; Eurostat.Culture statistics- Cultural employment https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_cultural_employment; Market analysis of the cultural and creative sectors in europe: a sector to invest in. European Investment Fund. https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-market-analysis-europe.pdf

[11] Індикатори впливу культури на розвиток. ЮНЕСКО: короткий аналітичний огляд щодо України.2017, с. 4 //. https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf

[12] Eurostat. Cultural employment 2017 // https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190218-1

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ: ДАНІ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ

Визначення галузі культури в статистиці ДССУ є більш вузьким, порівняно з визначенням ЄС, проте дає змогу говорити про деякі тенденції в секторі.

Частка мистецтва, спорту, розваг і відпочинку у ВВП України в першому кварталі 2019 року, як і за підсумками 2018 року, склала 0,6%. Починаючи з 2015 року, динаміка валового внутрішнього продукту в цій галузі гірша ніж в економіці в цілому (Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2. Зміна обсягу валового внутрішнього продукту (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	I кв. 2019
ВВП	4,1	5,5	0,2	0	-6,6	-9,8	2,4	2,5	3,3	2,5
Мистецтво, спорт, розваги і відпочинок	-11,5	9,2	25,8	14,2	-6,5	-13	-1,6	0,7	0,7	2,2

Джерело: ДССУ. Зміна обсягу валового внутрішнього продукту. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2004/vvp/ind_vvp/ind_vvp_u/arh_indvvp.html

Частка зайнятих у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку у 2018 році становила 1,2% (найближчий за цим показником сектор – фінансова та страхова діяльність з 1,3%). Середньомісячна заробітна плата штатних працівників у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку є на 14% меншою, ніж середня зарплата в Україні.[13]

Необхідно звернути увагу на порівняно високу питому вагу державного сектору у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (14% проти 8,9% в цілому в економіці). Зокрема порівняно висока частка державної власності помітна при аналізі кількості державних суб'єктів господарювання, обсягу активів та кількості працівників у галузі. Водночас, частка капітальних інвестицій держави в секторі є порівняно низькою, що вказує на недостатнє державне фінансування порівняно з іншими галузями (Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3. Частка державного сектору в економіці в цілому і у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку, 2018 р., %.

Питома вага державного сектору, у 2018 році, %		
	У всіх секторах економіки в цілому	У сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку
державного сектору економіки	8,9	14,0 ↑
кількості суб'єктів господарювання державного сектору економіки	0,6	1,8 ↑
чистого доходу (виручки) від реалізації продукції суб'єктів господарювання державного сектору економіки	8,2	6,8 ↓

[13] ДССУ. Зайняте населення за видами економічної діяльності у 2012-2018 роках ДССУ. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/rp/zn_ed/zn_ed_u/zn_ed_2013_u.htm; НБУ. Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності. https://bank.gov.ua/files/macro/Wages_y.xlsx

Питома вага державного сектору, у 2018 році, %		
середньої вартості необігових та обігових активів суб'єктів господарювання державного сектору економіки	15,2	33,3 ↑
середньої кількості працівників суб'єктів господарювання державного сектору економіки	12	24,4 ↑
капітальних інвестицій суб'єктів господарювання державного сектору економіки	8,3	3,6 ↓

**Стрілочками позначені значення, вищі (↑) та нижчі (↓) середнього по економіці.*

Джерело: МЕРТ. Частка державного сектору в економіці. http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=3f9cbf0b-24bf-48f8-8360-04d559e41d60&tag=UpravlinniaDerzhavnimSektoromEkonomikiIs?tmwjjqxbcojsrixs?gttmfihfbcvomfrp

Важливим елементом економіки ККІ є система захисту авторських прав. Ефективність функціонування цієї системи є запорукою отримання власниками таких прав відповідного доходу.

Вставка 2.2. Платежі, пов'язані з авторським правом.

Згідно з українським законодавством захист прав інтелектуальної власності здійснюють організації колективного управління. І хоча за законом вони мають працювати з усіма видами правовласників (музикантами, письменниками, художниками тощо), їхня діяльність є більш-менш помітною лише в контексті музичної продукції. Зокрема, у 2017 році в Україні було зібрано приблизно 85 млн. грн. у вигляді платежів, пов'язаних із правами авторів музичних творів. Більше 70% цієї суми зібрало державне Українське агентство авторських та суміжних прав, решту – приватні організації колективного управління. Якщо розділити цю суму на п'ять тисяч українських авторів (включаючи авторів тексту, музики, аранжування), то розмір середньої винагороди виходить дуже малим.

Експерти вважають, що нинішніх платежі, пов'язаних з авторським правом, могло би бути в 4-5 разів більше, якби закон був більш однозначним, а його виконання контролювалося би більш жорстко. Варто зазначити, що в Польщі суми аналогічних платежів вимірюються десятками мільйонів, а в Західній Європі – мільярдами євро.

Ще один нюанс, пов'язаний з роялті, – ставка для резидентів є вищою ніж для нерезидентів. Це підштовхує суб'єктів авторського права реєструватися як власникам авторського права в іноземній державі з міркувань економії. Таким чином, надаючи перевагу нерезидентам, уряд фактично гальмує розвиток креативних галузей усередині країни. Водночас, міжнародний досвід свідчить про тенденцію зниження ставки роялті для резидентів.

Таким чином, українські культурні діячі позбавлені суттєвого джерела доходу, а держава – відповідних податків. Як і в інших секторах, підприємці у сфері культури надають перевагу реєстрації в офшорах з метою зниження податкового навантаження.

Джерело: Гонченко Т. «Каждое кафе в Украине должно платить за музыку, даже если звучит радио: как это устроено». 22.05.2018. https://www.0564.ua/news/2046925/kazdoe-kafe-v-ukraine-dolzno-platit-za-muzyku-daze-esli-zvucit-radio-kak-eto-ustroeno;
Державна організація «УААСП» продовжує боротьбу за вкрадені мільйони авторів. УААСП. http://uacrr.org/gosudarstvennaya-organizatsiya-uaasp-prodolzhaet-borbu-za-ukradennyie-millionyi-avtorov/
Організації колективного управління авторськими та суміжними правами повинні пройти реєстрацію за новою

процедурою. 19.02.2019. https://www.kmu.gov.ua/ua/news/minekonomrozvitku-organizaciyi-kolektivnogo-upravlinnya-avtorskimi-ta-sumizhnimi-pravami-povinni-projti-reyestraciyu-za-novoyu-proceduroyu ;
Вишневецкий И. «Справедливое налогообложение роялти в Украине – миф?». Юрист&Закон. №18. http://uz.ligazakon.ua/magazine_article/EA011534

За даними Мінекономрозвитку за 2016 рік, організації колективного управління (ОКУ) майновими правами у сфері авторського права і суміжних прав зібрали лише 2,7 млн. євро роялті, а у 2017 році - 3,4 млн. євро. Такі суми зібраних винагород є незначними порівняно з іншими країнами. Наприклад, у Польщі у 2017 році лише одна організація колективного управління музичними правами зібрала 64 млн. євро. Низькі показники зборів є, зокрема, результатом недосконалості системи колективного управління правами, яка не забезпечувала захисту інтелектуальних прав музикантів, письменників та інших правовласників.[14] Слід окремо заначити, що у 2018 році Верховна Рада України прийняла новий закон про ОКУ, який запустив процес реформування цієї системи.[15]

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

Для розуміння зовнішньоторговельних потоків України, пов'язаних з культурою, необхідно аналізувати одночасно торгівлю товарами та торгівлю послугами, оскільки культурні продукти розпорошені між цими двома компонентами зовнішньої торгівлі. Наприклад, книжки продаються як товари, тоді як продаж авторських прав на публікацію відображається у торгівлі послугами.

Для аналізу цих зовнішньоторговельних потоків ми використали наробки ЮНЕСКО щодо системи статистики культури, зокрема коди Гармонізованої системи товарної номенклатури зовнішньої торгівлі для виокремлення товарів, які розглядаються як культурні та супутні товари, та категорії класифікації розширеного платіжного балансу для оцінки складових торгівлі культурними та супутніми послугами.[16]

У 2018 році зовнішня торгівля України товарами та послугами, пов'язаними з культурою, становила близько 3,6 млрд доларів США або 3% від загальної зовнішньої торгівлі товарами та послугами. Для торгівлі цими продуктами було характерно негативне сальдо зовнішньої торгівлі, яке розширилось порівняно з 2014 роком через скорочення експорту товарів культурного призначення. Водночас експорт послуг культури зростав завдяки розширенню комп'ютерних та інформаційних послуг, а також культурних послуг, які споживаються подорожуючими.

[14] Див. «Верховна Рада України ухвалила в першому читанні законопроект Мінекономрозвитку про організації колективного управління», Урядовий портал, 1 березня 2018 року, https://www.kmu.gov.ua/news/verhovna-rada-ukrayini-uhvalila-v-pershomu-chitanni-zakonoproekt-minekonomrozvitku-pro-organizaciyi-kolektivnogo-upravlinnya та «Уряд підтримав законопроект про організації колективного управління», Урядовий портал, 20 грудня 2017 р., https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-pidtrimav-zakonoproekt-pro-organizaciyi-kolektivnogo-upravlinnya.

[15] Закон України «Про ефективне управління майновими правами правовласників у сфері авторського права і (або) суміжних прав» №2415-VIII від 15 травня 2018 року, https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2415-19

[16] Відзначимо, що українська статистика не дає достатнього рівня деталізації торгівлі послугами для точної оцінки обсягів зовнішньої торгівлі культурними послугами. Тому ми зробили припущення щодо можливої частки власне культурних послуг у більш загальній категорії торгівлі послугами. Зокрема, ми припустили, що культурні послуги складають 20% експорту та імпорту послуг, отриманих під час подорожі. Також ми припустили, що відеоігри та інші культурні послуги складають 25% комп'ютерних послуг та послуги реклами становлять близько 25% професійних та консалтингових послуг.

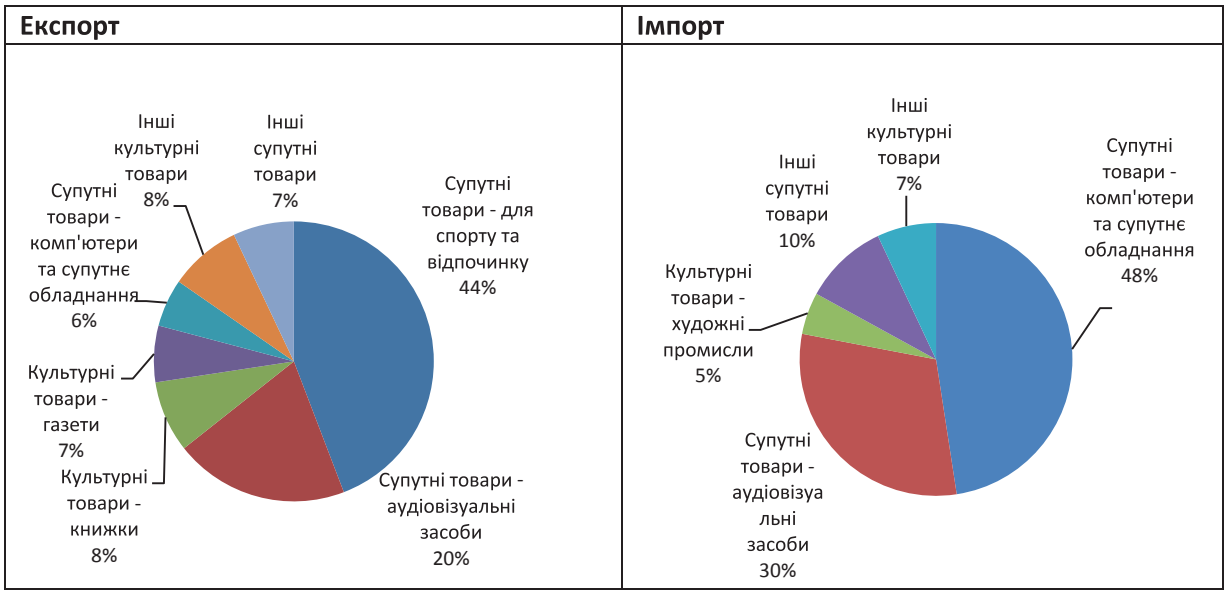
Таблиця 2.4. Зовнішня торгівля України товарами та послугами, пов'язаними зі сферою культури, 2014-2018

	Вартість, млн дол. США		Приріст, %		Частка від загального, %
	2014	**2018**	**2018/ 2014**	**2014**	**2018**
Експорт товарів та послуг, пов'язаних зі сферою культури	**1305**	**1206**	**-8%**	**100%**	**100%**
у тому числі					
Експорт товарів	527	234	-56%	40%	19%
Експорт послуг	778	971	24%	60%	81%
Імпорт товарів та послуг, пов'язаних зі сферою культури	**1923**	**2436**	**27%**	**100%**	**100%**
у тому числі					
Імпорт товарів	1096	1439	31%	57%	59%
Імпорт послуг	826	997	21%	43%	41%
Торгівля товарами і послугами, що пов'язані зі сферою культури	**3227**	**3641**	**27%**	**100%**	**100%**
у тому числі					
Торгівля товарами	1624	1673	31%	50%	46%
Торгівля послугами	1604	1968	21%	50%	54%

Джерела: власні розрахунки на основі даних ДССУ для послуг та WITS для товарів

Зовнішня торгівля України товарами, пов'язаними зі сферою культури, сфокусована переважно на торгівлі супутніми товарами. В експорті супутні товари склали 77% загальної вартості поставок у 2018 році, переважно це товари для спорту та відпочинку, а також аудіовізуальні засоби. Серед найбільший експортних товарів – книги та газети, але вони сукупно складають лише 15%. Частка сукупних товарів у імпорті – 88%, переважно це комп'ютери та аудіовізуальні засоби.

Рисунок 2.1. Структура зовнішньої торгівлі товарами, які пов'язані зі сферою культури, у 2018 році



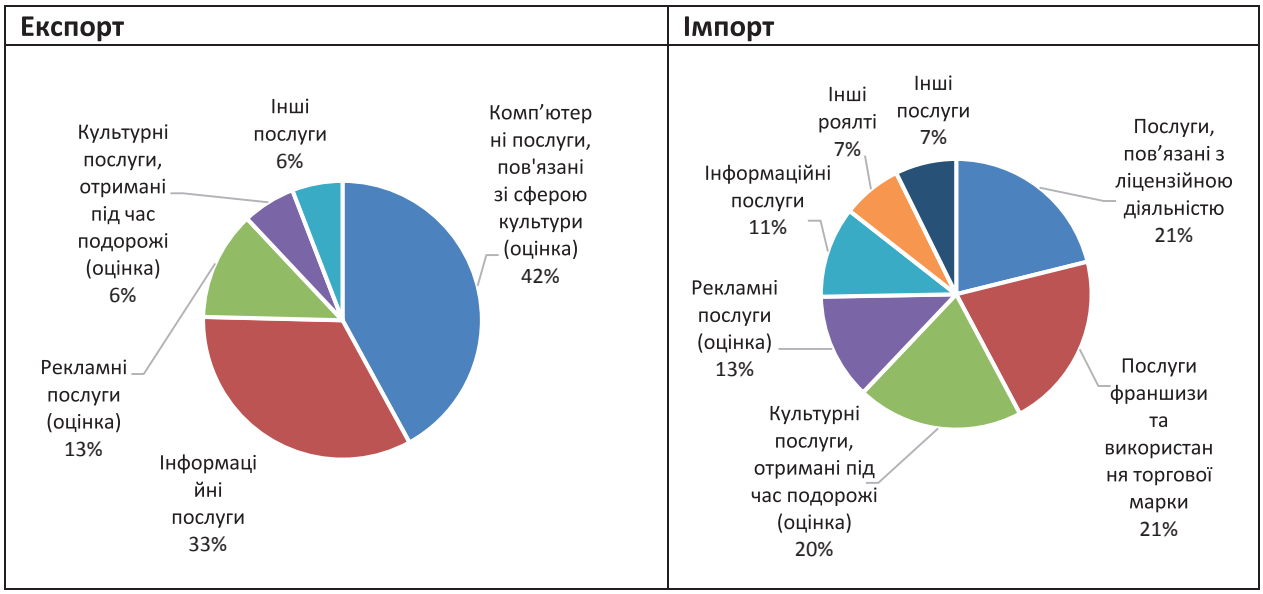
Джерела: власні розрахунки на основі даних WITS

У структурі експорту послуг домінують комп'ютерні та інформаційні послуги, що у 2018 році, за оцінкою, склали близько трьох чвертей загального експорту послуг, пов'язаних з культурою. Можливо, ця оцінка навіть занижена, бо базується на припущенні, що лише 25% загального експорту комп'ютерних послуг Україною пов'язані з культурою.

Важливо відзначити, що Україна майже не отримує доходів від інтелектуальної власності – частка роялті та інших платежів, які пов'язані з інтелектуальною власністю у сфері культури, склала лише 4%, що, ймовірно, віддзеркалює низьку спроможність української культури продавати свої продукти за кордон та / або захищати свої права інтелектуальної власності за кордоном.

Це разюче відрізняється від структури імпорту послуг, де саме платежі, пов'язані з інтелектуальною власністю, складають 49% загального імпорту, незважаючи на досі високий рівень «піратства» в Україні. Тобто за умови посилення рівня захисту прав інтелектуальної власності цей компонент імпорту зростатиме.

Рисунок 2.2. Структура зовнішньої торгівлі послугами, які пов'язані зі сферою культури, у 2018 році



Джерела: власні розрахунки на основі даних ДССУ

Культурні послуги, отримані під час подорожі, - це інший цікавий приклад контрасту між експортом, тобто доходами від іноземних туристів в Україні, та імпортом, тобто витратами українських туристів у інших країнах. Останні значно вищі, складаючи, за оцінками, близько 20% загального імпорту послуг.

Підсумовуючи, зовнішня торгівля України товарами та послугами, пов'язаними зі сферою культури, складає невелику частку загальної торгівлі країни, хоча розвивається достатньо динамічно. У торгівлі товарами головну роль відіграють так звані супутні товари, наприклад аудіовізуальні засоби, а не власно вироби культури. Це характерно як для експорту, так і для імпорту. В торгівлі послугам структура експорту та імпорту відрізняється принципово. Україна активно експортує комп'ютерні та інформаційні послуги, але майже не отримує платежі, пов'язані з інтелектуальною власністю, тоді як головна стаття імпорту – це власне такі платежі.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОКРЕМИХ ГАЛУЗЕЙ СФЕРИ КУЛЬТУРИ

Одразу зазначимо, хоча ДССУ і збирає певну статистику щодо сфери культури та окремих закладів культури (наприклад, Книжкової палати України) (Таблиця 2.5) , але якість та повнота цих даних не дає можливості адекватно та повно описати відповідні види культурної діяльності. Це стосується, передусім, таких галузей як декоративно-прикладне мистецтво та послуги у сфері дизайну, розробка ігор тощо. Та навіть статистика споживання певних культурних продуктів та послуг є неточною (Додаток 1).

Що стосується інфраструктури у сфері культури (ми маємо на увазі мережу музеїв, бібліотек, клубів, театрів, кінотеатрів, архівів, музичних та мистецьких шкіл тощо), то перевагою України є успадкована з радянських часів широка мережа культурних закладів (зокрема, майже в кожному населеному пункті є бібліотека та/або клуб). Останніми роками у великих містах також активно розвивається сучасна інфраструктура у сфері культури – коворкінги, галереї, багатофункціональні креативні простори (хаби), які самі розвиваються як приватний бізнес.

Водночас, потрібно сказати, що стан культурних закладів, успадкованих від радянських часів, часто є незадовільним. Зокрема, капітального ремонту потребує майже третина клубів і 9% бібліотек.

*Таблиця 2.5. Характеристики деяких підгалузей у сфері культури**

Підгалузь у сфері культури	Назва показника	Значення
Культурна та природна спадщина	Кількість пам'яток культурної спадщини станом на 1 січня 2016 року	130 тис.
	Кількість музеїв	574
	Кількість штатних працівників музеїв	12 659
	Кількість відвідувачів музеїв	16,4 млн.
Художні виступи та святкування	Кількість клубних закладів	17,1 тис.
	з них потребують капітального ремонту	31%
	Місць у клубних закладах	4,2 млн.
	Кількість театрів	113
	Кількість штатних працівників у театрах	14704
	Кількість глядачів на виставах	6,2 млн.
	Кількість концертних організацій	76
	Кількість працівників та постійних колективів концертних організацій та професійних творчих колективів	6738
	Кількість концертів (у межах і за межами своєї області)	14302
	Кількість слухачів на концертах	2,8 млн.
Книги та ЗМІ	Кількість бібліотек	16,8 тис.
	з них потребують капітального ремонту	9,4%
	Бібліотечний фонд (примірники)	248,0 млн.
	Наклад книжок українською мовою (2018)	38,1 млн. примірників
	Наклад книжок російською мовою (2018)	6,1 млн. примірників
Аудіовізуальні та інтерактивні медіа	Зайнятість у кінематографічній діяльності	15,6 тис.
	Внесок кінематографічної діяльності у ВВП	1,1 млрд. грн.
	Частка касових зборів, що припадає на українські фільми (2018)	8,2%

**Наведено дані станом за 2017 рік, якщо не вказано інше.*

Джерело: Складено за даними Індикатори впливу культури на розвиток. ЮНЕСКО: короткий аналітичний огляд щодо України. 2017. https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf; «У Держкіно повідомили, яку касу зібрали українські фільми у 2018 році»ю Сайт Главком. Новини.

14.11.2019. https://web.archive.org/web/20190118220055/https://glavcom.ua/country/culture/u-derzhkino-povidomili-yaku-kasu-zibrali-ukrajinski-filmi-u-2018-roci-562328.html; Заклади культури, фізичної культури і спорту у 2017 році. Статистичний щорічник. ДССУ, 2018. .http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_zkm_2017.pdf

КНИГОВИДАННЯ

За даними Книжкової палати України, 2018 рік був третім поспіль роком зростання в галузі книговидання. Після кризових для індустрії 2014 - 15 років, коли обсяги накладів значно зменшилися, книговидання досягло рівня 2014 року за кількістю назв (проте не за обсягом накладу).[17]

При цьому позитивною є тенденція збільшення кількості назв українською мовою (а також кількості перекладних назв). Цей процес розпочався 2016 року і сягнув свого піку у 2018 році за всі роки незалежності. Аналітики принаймні частково пов'язують це з початком фінансування від державного Українського інституту книги (його програма поповнення бібліотечних фондів профінансувала вихід 741 назви книжок від 92 видавців на 120 млн. грн.). Одночасно кількість видань російською мовою продовжує зменшуватися.

Індекс забезпечення книгарнями в Україні набагато нижчий за ЄС (в Україні на одну книгарню припадає 200 тис. мешканців, тоді як у Німеччині – 15 тисяч, у Польщі та Данії – 12 тисяч, Нідерландах – 10 тисяч, Фінляндії – 7[18] тисяч). Також великою проблемою залишається піратство (у сфері випуску та розповсюдження як електронних, так і паперових книжок).[19]

КІНЕМАТОГРАФ

За даними Держкіно, у 2018 році частка касових зборів, що припадає на українські фільми, зросла більш ніж удвічі, порівняно з попереднім роком, і склала 8,2%.[20] Касові збори українських фільмів, відповідно, становили 200 млн. грн., а кількість глядачів – 2,5 млн. (при цьому загальний бокс-офіс 2018 року склав 2,4 млрд. грн., а всього було продано 28,4 млн. квитків). При цьому більшість фільмів українського виробництва були створені за державної підтримки.

ІНШІ ПІДГАЛУЗІ

Дані ДССУ за окремими галузями ККІ сьогодні неповні або відсутні в силу цілої низки об'єктивних та суб'єктивних причин. Існують окремі експертні оцінки, водночас у зв'язку з низьким рівнем розвитку різного роду професійних асоціацій, це джерело даних сьогодні також практично відсутнє.

---

17 Хмельовська О. «Книговидання-2018: стоп-криза й перерозподіл лідерства». Сайт Української асоціації видавців та книго розповсюджувачів, 04.03.2019 // http://upba.org.ua/index.php/uk/vydavnytstva/item/75-knyhovydannia2018-stopkryza-i-pererozpodil-liderstva

18 Михайлова О. Ю. «Актуальні проблеми ринку книжкової продукції в Україні в контексті завдань гуманітарної політики». Національний інститут стратегічних досліджень. 2019. https://niss.gov.ua/en/node/143

19 Красовицький О. «Безкоштовні механізми впливу на книжковий ринок державою вичерпані. Потрібні революційні, а не еволюційні зміни» // https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2600479-bezkostovni-mehanizmi-vplivu-na-knizkovij-rinok-derzavou-vicerpani-potribni-revolucijni-a-ne-evolucijni-zmini.html

20 «У Держкіно повідомили, яку касу зібрали українські фільми у 2018 році». Сайт Главком. Новини. 14.11.2019 // https://web.archive.org/web/20190118220055/https://glavcom.ua/country/culture/u-derzhkino-povidomili-yaku-kasu-zibrali-ukrajinski-filmi-u-2018-roci-562328.html

Тому тут ми лише зазначимо, що серед дослідників існує думка, що «художній і антикварний ринки, сектор сучасного мистецтва, музична індустрія, видавничий і літературний сектори, мода при всій унікальності їхнього творчого продукту перебувають у нестійкому становищі».[21]

КУЛЬТУРА: РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

ЗАЙНЯТІСТЬ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

У сфері культури українська статистика обраховує зайнятість за допомогою двох основних інструментів. Першим інструментом є «комплексна оцінка шляхом інтеграції даних вибіркового обстеження населення (домогосподарств) із питань економічної активності, державних статистичних спостережень підприємств і адміністративної звітності», як вказується на офіційному сайті ДССУ. До дослідження не включаються з 2012 року дані АР Крим, а з 2015 – дані окупованих територій Донецької і Луганської областей.

У результаті цього дослідження визначається кількість зайнятого населення, до складу якого входять особи старше 15 років, що:

- працювали не менше однієї години протягом тижня, коли проводилось обстеження, за винагороду в грошовому або натуральному вираженні, або працювали безкоштовно на власному підприємстві чи підприємстві одного з членів домогосподарства;
- були тимчасово відсутні на робочому місці.[22]

Дані Таблиці 2.6 свідчать про спадну динаміку кількості зайнятого населення у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку. Економічне зростання України протягом 2016 - 18 років не сприяло збільшенню зайнятості в цих сферах.

Таблиця 2.6. Зайняте населення за видами економічної діяльності у 2012 - 2018 роках. (тис. осіб)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Усього зайнято	19261,4	19314,2	18073,3	16443,2	16276,9	16156,4	16360,9
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	225,6	226,5	221,2	207,9	201,6	199,8	196,9

Джерело: Зайняте населення за видами економічної діяльності та регіонами. ДССУ. http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/rp/zn_ed_reg/zn_ed_reg_u/arch_zn_ed_u.htm

Таблиця 2.7 містить більш розгорнуту статистику зайнятості за регіонами, яка також свідчить про скорочення кількості зайнятих у сфері культури в більшості регіонів України. Тільки у Вінницькій, Донецькій, Запорізькій, Кіровоградській, Одеській і Черкаській областях кількість зайнятих у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку зросла порівняно із 2016 роком.

[21] Див.детальніше Давимука С.А., Федулова Л.І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови. Львів. 2017.

[22] Методологічні пояснення, http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/rp/met_u.htm

Таблиця 2.7. Зайняте населення в мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку за регіонами (тис. осіб)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Україна	240,7	221,2	207,9	201,6	199,8	196,9
Автономна Республіка Крим	11,1					
Вінницька	**4,2**	**5,1**	**5,3**	**5,4**	**5,2**	**5,7**
Волинська	4,7	4,7	4,4	4,1	4,1	4,0
Дніпропетровська	12,2	12,3	12,4	13	11,9	10,6
Донецька	**24,3**	**20,6**	**10,8**	**8,8**	**8,7**	**9,1**
Житомирська	7	6,5	6,3	5,9	5,8	5,8
Закарпатська	6,2	5,8	5,6	4,5	4,2	3,9
Запорізька	8,9	8,8	8,5	7,5	8,6	8,6
Івано-Франківська	7,7	7,1	7,4	7,6	7,5	7,4
Київська	12,2	12,8	13,1	12,8	12,7	12,8
Кіровоградська	**6,2**	**5,9**	**5,5**	**5,5**	**5,6**	**5,7**
Луганська	8,8	7,2	2	2,6	2,6	2,6
Львівська	11	10,6	12,2	12,9	12,7	12,5
Миколаївська	5,4	5,5	5,7	5,5	4,8	4,8
Одеська	**12,6**	**12,2**	**12,4**	**11,9**	**12,4**	**12,2**
Полтавська	6,7	6,2	7	6,3	6,3	6,3
Рівненська	6,8	6,8	7	6,8	7	6,8
Сумська	5,6	5,5	5,5	5	4,7	4,7
Тернопільська	6,8	6,7	6,6	6,5	6,1	6,0
Харківська	11,5	14,6	14,5	15,1	15	14,8
Херсонська	8,2	8,3	8,2	7,7	7,7	7,7
Хмельницька	6,2	5	5	5,2	5,2	5,1
Черкаська	5,8	5,6	5,4	4,6	5,1	5,0
Чернівецька	4,3	4,3	4,2	3,8	4,1	3,8
Чернігівська	6,7	6,5	6,6	6,9	7	6,7
м. Київ	26,5	26,6	26,3	25,7	24,8	24,3

Джерело: Зайняте населення за видами економічної діяльності та регіонами. ДССУ. http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/rp/zn_ed_reg/zn_ed_reg_u/arch_zn_ed_u.htm

У Таблиці 2.8 використовується інший методологічний інструмент збору даних, а саме «Обстеження підприємств із питань статистики праці», у якому вибірково обстежуються юридичні особи і їхні підрозділи, у яких працює не менше 10 осіб. Відповідно до методології, вказаній у статистичному збірнику «Праця України»[23], з 2010 року обстежуються всі великі підприємства (50 і більше працюючих) і використовується вибірка для малих підприємств (10-49 працюючих), що забезпечує більш надійну оцінку результатів обстеження.

У результаті, відповідно до даних ДССУ можна спостерігати скорочення середньооблікової кількості штатних працівників, які займаються культурною діяльністю.

[23] Праця України у 2017 році. Статистичний збірник. ДССУ, 2018. http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_pu2017_pdf.pdf

Таблиця 2.8. Динаміка середньооблікової кількості штатних працівників за видами економічної діяльності (тис. осіб)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Усього	10263	10083	10123	9720	8959	8 065	7 868	7 679	7661
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, у т. ч.:	181	182	183	164	172	161	155	150	142
діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	94	97	95	81	89	85	84	84	80
функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	51	51	51	50	50	48	47	44	40

Джерело: ДССУ. Статистичні збірники «Праця України» за 2014-2017 роки. http://ukrstat.gov.ua/

Якщо говорити про заробітну плату робітників, що працюють у сфері культури, можна зробити висновок, що вона переважно фінансується за рахунок бюджетних коштів (Таблиця 2.9). З одного боку, це пояснюється тим, що в секторі домінують державні установи. З іншого боку, останніми роками ми спостерігаємо тенденцію до розвитку приватних ініціатив у сфері культури, але це не завжди знаходить відображення у статистиці, адже значна частина коштів, що обертається в секторі , проходить через ФОПів або залишається «в тіні».

Таблиця 2.9. Кількість працівників за джерелами фінансування та видами економічної діяльності (тис. осіб)

		Усього	**Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок**	*Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг*	*Функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури*
2014	Кількість штатних працівників	8959,4	172	89,5	50,5
	З них оплата праці яких фінансується за рахунок бюджетних коштів	3160,2	140	77,2	47,6
2015	Кількість штатних працівників	8064,7	161,4	85,2	48,2
	З них оплата праці яких фінансується за рахунок бюджетних коштів	2981,4	136,6	73,6	46,8
2016	Кількість штатних працівників	7868,1	154,9	84,4	46,5
	З них оплата праці яких фінансується за рахунок бюджетних коштів	2878	131	72,2	45
2017	Кількість штатних працівників	7679,4	150,3	83,7	43,7
	З них оплата праці яких фінансується за рахунок бюджетних коштів	2844,1	129,3	72,7	42,6

Джерело: ДССУ. Статистичні збірники «Праця України» за 2014-2017 роки. http://ukrstat.gov.ua/

ОПЛАТА ПРАЦІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

Оплата праці є одним із найбільш важливих показників для потенційних працівників при виборі своєї роботи. Ефективність праці у сфері культури достатньо часто залежить від творчого натхнення і її результат достатньо складно прогнозувати. Відносне скорочення заробітних плат через складну економічну ситуацію в країні і низьку купівельну спроможність потенційних покупців матиме наслідком скорочення кількості зайнятих, що ймовірно і відбувається у сфері культури. Зростання зарплати працівників галузі мистецтва, спорту, розваг і відпочинку відбувається нижчими темпами, ніж в економіці в цілому, що принаймні частково пояснює скорочення кількості зайнятих у цій сфері при економічному зростанні України протягом 2016 - 2018 років.

Найвищі зарплати у сфері культури – у Дніпропетровській, Донецькій, Запорізькій, Львівській, Одеській, Харківській областях і в місті Київ – тобто в тих регіонах, де традиційно спостерігаються найвищі рівні заробітної плати в цілому в економіці (Таблиця 2.10).

Таблиця 2.10. Середньомісячна заробітна плата штатних працівників у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку за регіонами (грн.)

	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Вінницька	2479	2159	2555	2920	4366	4966
Волинська	2351	2336	2726	3201	4611	5798
Дніпропетровська	**6068**	**7693**	**8879**	**5856**	**5691**	**6320**
Донецька	7084	9908	16849	28860	30431	32857
Житомирська	2042	2207	2633	3036	4715	5236
Закарпатська	**2587**	**2661**	**2937**	**3387**	**5061**	**5770**
Запорізька	2598	2742	3196	3853	5673	6574
Івано-Франківська	2363	2491	2694	3202	4663	5430
Київська	2354	2309	2593	3281	4919	5856
Кіровоградська	1964	2028	2403	2925	4353	4849
Луганська	2604	2938	2798	3693	4980	5805
Львівська	**3096**	**3134**	**3328**	**3860**	**5774**	**7135**
Миколаївська	2371	2375	2698	3218	4660	5429
Одеська	2766	2779	3194	3835	5677	6840
Полтавська	2123	2176	2214	2887	4427	5346
Рівненська	**2322**	**2502**	**2742**	**3234**	**4458**	**5367**
Сумська	2528	2485	2763	3585	4954	5816
Тернопільська	2148	2170	2270	2539	3585	4477
Харківська	3501	3223	2900	3207	5051	6405
Херсонська	2022	2062	2273	2704	4093	4723
Хмельницька	2225	2384	2815	3157	4572	5339
Черкаська	2276	2335	2581	3344	4590	5465
Чернівецька	2273	2242	2556	3034	4788	5371
Чернігівська	2151	1987	2325	2760	4180	4706
м. Київ	4352	4339	4734	5910	9355	10346
Україна	3343	3626	4134	4844	6608	7612

Джерело: На основі інформації облстатів «Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за видами економічної діяльності».

Середньомісячна заробітна плата штатних працівників у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку є меншою, ніж середня зарплата в Україні (див. Таблицю 2.11). Зокрема співвідношення заробітної плати в мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку до середньої заробітної плати в Україні у 2018 році становило 86%.

Разом із тим, потрібно зазначити, що порівняно невисокий рівень заробітної плати у сфері культури є типовим явищем навіть для розвинених країн. Зокрема, три чверті митців у Великій Британії отримують від своєї діяльності лише 37% від середньої заробітної плати в країні; у Канаді співвідношення доходів митців до середнього показника в економіці дорівнює 76%.[24]

Таблиця 2.11. Заробітна плата в галузі мистецтва, спорті, розвагах та відпочинку (грн.)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Середньомісячна заробітна плата (грн.)	3286	3626	4134	4844	6608	7612
Відношення середньомісячної заробітної плати в мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку до середньої заробітної плати по Україні	101%	104%	99%	93%	93%	86%

Джерело: Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності за період від початку року, http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/gdn/Zarp_ek_p/Zp_ek_p_u/arh_zpp_u.htm

КУЛЬТУРА ТА ВВП УКРАЇНИ

Темпи розвитку культури в різних регіонах України відрізняються через різні темпи та рівні економічного розвитку, географічні та політичні чинники. Валова додана вартість дозволяє в грошовому вимірі оцінити розвиток у галузі мистецтва, спорту, розваг і відпочинку і порівняти темпи зростання в різних регіонах України і їхню частку як у валовій доданій вартості мистецтва, спорту, розваг і відпочинку України (Таблиця 2.12), так і у валовій доданій вартості всіх видів економічної діяльності в регіоні (Таблиця 2.13).

Таблиця 2.12. Обсяги валової доданої вартості мистецтва, спорту, розваг і відпочинку за регіонами (в млн. грн.)

	2013	2014	2015	2016	2017
Україна	13344	12339	12357	13554	17376
Автономна Республіка Крим	481	…	…	…	…
Вінницька	235	253	262	294	412
Волинська	149	181	177	191	245
Дніпропетровська	480	488	556	885	927
Донецька	1166	657	523	654	824
Житомирська	211	195	183	210	296
Закарпатська	170	175	187	213	324
Запорізька	296	295	315	351	472

[24] Susan Jones,. Artists' low income and status are international issues.The Guardian. January 12th, 2015. https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/2015/jan/12/artists-low-income-international-issues

	2013	2014	2015	2016	2017
Івано-Франківська	279	267	231	276	367
Київська	336	323	353	390	666
Кіровоградська	166	150	136	170	189
Луганська	330	207	114	160	309
Львівська	525	538	544	620	860
Миколаївська	209	223	216	253	397
Одеська	552	497	501	620	762
Полтавська	300	271	285	328	486
Рівненська	178	188	199	216	268
Сумська	184	213	195	220	293
Тернопільська	181	173	172	178	226
Харківська	656	649	684	748	1203
Херсонська	203	185	187	208	269
Хмельницька	193	208	209	213	250
Черкаська	249	230	254	251	346
Чернівецька	148	160	146	157	177
Чернігівська	207	194	206	206	268
м. Київ	5101	5419	5522	5542	6540
м. Севастополь	159	…	…	…	…

Джерело: Валовий регіональний продукт у 2017 році. Статистичний збірник. ДССУ, 2019.
http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/04/zb_vrp_2017.pdf

Київ очікувано зайняв перше місце за часткою в загальному обсязі валової доданої вартості мистецтва, спорту, розваг і відпочинку, створивши більше третини доданої вартості у сфері культури у 2017 році. Також достатньо вагома частка ВДВ у сфері культури була створена в Дніпропетровській, Львівській та Харківській областях (не менше 5%). З 2015 року можна спостерігати скорочення частки Києва з 44,7% до 37,6% у 2017 році, що можна пояснити як скороченням прибутків великих компаній, зареєстрованих у Києві, так і більш активним розвитком культури в інших регіонах України.

Таблиця 2.13. Частка регіонів у загальному обсязі валової доданої вартості мистецтва, спорту, розваг і відпочинку

	2013	2014	2015	2016	2017
Україна	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Автономна Республіка Крим	3,6	…	…	…	…
Вінницька	1,8	2,0	2,1	2,2	2,4
Волинська	1,1	1,5	1,4	1,4	1,4
Дніпропетровська	3,6	3,9	4,5	6,5	5,3
Донецька	8,7	5,3	4,2	4,8	4,7
Житомирська	1,6	1,6	1,5	1,4	1,7
Закарпатська	1,3	1,4	1,5	1,6	1,9
Запорізька	2,2	2,4	2,5	2,6	2,7
Івано-Франківська	2,1	2,2	1,9	2,0	2,1
Київська	2,5	2,6	2,9	2,9	3,8
Кіровоградська	1,2	1,2	1,1	1,3	1,1

	2013	2014	2015	2016	2017
Луганська	2,5	1,7	0,9	1,2	1,8
Львівська	3,9	4,4	4,4	4,6	5,0
Миколаївська	1,6	1,8	1,7	1,9	2,3
Одеська	4,1	4,0	4,1	4,6	4,4
Полтавська	2,2	2,2	2,3	2,4	2,8
Рівненська	1,3	1,5	1,6	1,6	1,5
Сумська	1,4	1,7	1,6	1,6	1,7
Тернопільська	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3
Харківська	4,9	5,3	5,5	5,5	6,9
Херсонська	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6
Хмельницька	1,5	1,7	1,7	1,6	1,4
Черкаська	1,9	1,9	2,1	1,9	2,0
Чернівецька	1,1	1,3	1,2	1,2	1,0
Чернігівська	1,6	1,6	1,7	1,5	1,6
м. Київ	38,2	43,9	44,7	40,9	37,6
м. Севастополь	1,2	…	…	…	…

Джерело: Валовий регіональний продукт у 2017 році. Статистичний збірник. ДССУ, 2019 // http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/04/zb_vrp_2017.

Не зважаючи на номінальне зростання сектору культури, її частка у валовій доданій вартості як окремих регіонів, так і України в цілому, за даними ДССУ, скорочується (Таблиця 2.14). Це явище можна пояснити таким чином:

- інші галузі зростають набагато швидше. Як уже згадувалося раніше, у той час як економіка України у 2018 році в цілому зросла на 3,3%, зростання галузі мистецтва, спорту, розваг і відпочинку відбулось лише на рівні 0,7%[25].

- змінюється форма споживання культурного продукту. Наприклад, з'являється все більше можливостей дивитися кіно/виступи виконавців, слухати музику за допомогою Інтернету або телебачення, безкоштовно грати в комп'ютерні ігри за допомогою спеціальних сервісів тощо.

- більша за середню в економіці частка тіньового сектору у сфері культури.

Таблиця 2.14. Частка мистецтва, спорту, розваг і відпочинку у валовій доданій вартості за регіонами[26]

	2013	2014	2015	2016	2017
Україна	1	0,9	0,7	0,7	0,7
Автономна Республіка Крим	1,1	…	…	…	…
Вінницька	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5
Волинська	0,8	0,8	0,6	0,6	0,6

[25] Зміна обсягу валового внутрішнього продукту за 2018 рік. ДССУ. ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/vvp/ind_vvp/ind_2018xl_u.xls

[26] Валовий регіональний продукт у 2017 році. Статистичний збірник. ДССУ, 2019. http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/04/zb_vrp_2017.pdf

	2013	2014	2015	2016	2017
Дніпропетровська	0,4	0,3	0,3	0,5	0,4
Донецька	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6
Житомирська	0,9	0,7	0,5	0,5	0,5
Закарпатська	0,9	0,8	0,7	0,7	0,8
Запорізька	0,7	0,5	0,4	0,4	0,5
Івано-Франківська	0,9	0,9	0,6	0,6	0,7
Київська	0,6	0,5	0,4	0,4	0,5
Кіровоградська	0,7	0,6	0,4	0,4	0,4
Луганська	0,7	0,8	0,6	0,6	1,2
Львівська	0,9	0,8	0,7	0,6	0,7
Миколаївська	0,7	0,7	0,5	0,5	0,7
Одеська	0,9	0,7	0,6	0,6	0,6
Полтавська	0,6	0,5	0,4	0,3	0,4
Рівненська	0,9	0,7	0,6	0,6	0,6
Сумська	0,8	0,8	0,5	0,5	0,6
Тернопільська	1,1	0,9	0,7	0,6	0,6
Харківська	0,9	0,8	0,6	0,6	0,8
Херсонська	1,1	0,9	0,7	0,6	0,7
Хмельницька	0,8	0,7	0,6	0,5	0,5
Черкаська	0,9	0,7	0,6	0,5	0,6
Чернівецька	1,1	1,1	0,9	0,8	0,7
Чернігівська	0,9	0,8	0,6	0,5	0,5
м. Київ	1,9	1,7	1,4	1,2	1,1
м. Севастополь	1,5	…	…	…	…

Джерело: Статистичний збірник "Валовий регіональний продукт» // http://ukrstat.gov.ua/

ВИТРАТИ ДОМОГОСПОДАРСТВ НА ВІДПОЧИНОК І КУЛЬТУРУ

Культура, як і інші види бізнесу, залежить від попиту на її продукцію і від інших нагальних потреб. Для підвищення ефективності прогнозування для держави і бізнесу ДССУ періодично проводить вибіркове обстеження умов життя домогосподарств. Для такого обстеження проводиться репрезентативний відбір домогосподарств, які детально описують свої витрати протягом періоду дослідження. Відповідні дані наведені в Таблиці 2.15.

Через війну на Сході України та економічну кризу реальні доходи українців зменшувались, тоді як продовольчі продукти й оплата підвищених комунальних тарифів зайняли більшу частку в структурі видатків. Унаслідок цього протягом 2014 - 2016 років можна спостерігати за зменшенням частки витрат на відпочинок і культуру, що негативно впливало на доходи підприємств та закладів культури (Таблиця 2.15). У 2017 - 2018 роках частка витрат на відпочинок і культуру вже зростала, проте ще не досягла «докризового» рівня 2013 року.

Таблиця 2.15. Структура грошових витрат домогосподарств у середньому за місяць (грн.)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Всього грошових витрат	3494,58	3692,19	4448,66	4948,62	6223,62	7438,06
Споживчі грошові витрати, у т. ч.:	3120,45	3338,3	4086,2	4528,23	5682,05	6742,77
продовольчі товари	1760,5	1902,43	2365,09	2532,06	3106,49	3639,67
непродовольчі товари	801,54	858,74	1057,49	1237,66	1610,69	1930,51
Послуги	558,41	577,13	663,62	758,51	964,87	1172,59
Неспоживчі грошові витрати	374,13	353,89	362,46	420,39	541,57	695,29
Відпочинок і культура	76,95	69,76	75,16	79,41	113,35	142,41
Товари	46,53	41,52	41,53	42,54	56,02	69,45
Послуги	30,42	28,24	33,63	36,87	57,33	72,96
Середній розмір домогосподарства (осіб)	2,11	2,1	2,11	2,11	2,11	2,11

Джерело: Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичні збірники 2014-2018. ДССУ// http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publdomogosp_u.htm

Таблиця 2.15. Частка витрат на відпочинок і культуру в сукупних грошових витратах домогосподарства в середньому за місяць

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Всього грошових витрат	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Споживчі грошові витрати, у т .ч.:	89,3%	90,4%	91,9%	91,5%	91,3%	90,7%
продовольчі товари	50,4%	51,5%	53,1%	51,2%	49,9%	49,0%
непродовольчі товари	22,9%	23,3%	23,9%	25,1%	25,9%	26,0%
Послуги	16,0%	15,6%	14,9%	15,2%	15,5%	15,7%
Неспоживчі грошові витрати	10,7%	9,6%	8,1%	8,5%	8,7%	9,3%
Відпочинок і культура	2,2%	1,9%	1,7%	1,6%	1,8%	1,9%
Товари	1,3%	1,1%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%
Послуги	0,9%	0,8%	0,8%	0,7%	0,9%	1,0%

Джерело: Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичні збірники 2014-2018. ДССУ// http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publdomogosp_u.htm

На думку експертів (Додаток 1) низькі доходи також обмежують платоспроможний попит на товари та послуги культурного призначення. За даними компанії GFK, у 2019 році Україна посіла останню позицію в Європі за рівнем купівельної спроможності населення – 1830 євро на душу населення на рік. Водночас, середній по Європі показник становить 14739 євро, тобто у 8 разів більше. До трійки «аутсайдерів» також входять Молдова та Косово.[27]

[27] Europeans spend €14,739 per person in 2019. Press release as of October 21, 2019. https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/Global/documents/Press_Releases/2019/20191021_PR_GfK_Purchasing_Power_Europe_efin.pdf Див. r_Europe_efin.pdf

Особливу увагу при оцінці витрат на послуги культури варто приділити таким показникам як український споживчий кошик та прожитковий мінімум. Хоча теоретично вартість споживчого кошика має означати вартість мінімально необхідного для життя набору товарів і послуг, в Україні ці поняття давно відірвались одне від одного (Міністерство соціальної політики України навіть офіційно рахує фактичний розмір прожиткового мінімуму, який у січні 2019 року складав 4425,28 грн. для працездатної особи з урахуванням суми обов'язкових платежів при встановленому Державним бюджетом України прожиткового мінімуму в розмірі 1921 грн. для працездатних осіб[28,29]).

У фактичному прожитковому мінімумі на послуги культури, станом на січень 2019 року, припадало 1,55%, що складає 846,72 грн. на рік, які витрачаються на 6 відвідувань закладів культури (298,02 грн.) і придбання 6 книг (548,70 грн.).[30]

Частка витрат на послуги культури в прожитковому мінімумі протягом 2017 - 2019 років зберігається майже на одному рівні (Таблиця 2.16). Це можна пояснити тим, що споживання культурного продукту залежить, у першу чергу, від цінностей населення, які, як правило, змінюються дуже повільно.

Таблиця 2.16. Структура і динаміка прожиткового мінімуму на місяць (грн.)

	січень 2016	**січень 2017**	**січень 2018**	**січень 2019**
Фактичний прожитковий мінімум для працездатних (з урахуванням суми податку на доходи фізичних осіб)	2879,92	3497,23	4011,23	4425,28
Вартість продуктів харчування	1220,51	1329,41	1607,26	1748,03
Вартість непродовольчих товарів	401,59	524,2	578,59	631,27
Вартість набору послуг	923,61	961,66	1043,19	1183,05
з них на послуги культури	13,8	49,67	60,03	70,56
Частка витрат на послуги культури у фактичному прожитковому мінімумі	0,48%	1,42%	1,50%	1,59%

Джерело: Моніторинг прожиткового мінімуму. Сайт Федерації професійних спілок України. http://expert.fpsu.org.ua/monitoring-prozh-minimum

28 Моніторинг прожиткового мінімуму. Сайт Федерації професійних спілок України. http://expert.fpsu.org.ua/monitoring-prozh-minimum

29 Закон України «Про Державний бюджет України на 2019 рік». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2629-19

30 Моніторинг прожиткового мінімуму, http://expert.fpsu.org.ua/monitoring-prozh-minimum

ЗАКОНИ, СТРАТЕГІЇ ТА КОНЦЕПЦІЇ, ЩО СТОСУЮТЬСЯ ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ

ЗАКОНИ (РАМКОВІ І ГАЛУЗЕВІ)

У цьому розділі подається опис основних законодавчих актів, що визначають державну політику у сфері культури станом на момент підготовки нашого звіту.

1. Закон України від 14.12.2010 р. № 2778 «Про культуру»[31]

Рамковий для сфери культури закон визначає шляхи підтримки вітчизняних виробників у сфері культури:

- створення сприятливого режиму оподаткування та надання державою фінансової підтримки для виробництва і розповсюдження книг, фільмів та інших видів культурного продукту українською мовою в Україні та за кордоном;
- встановлення квот демонстрування та розповсюдження вітчизняного україномовного культурного продукту на телебаченні, радіо, у кіно- та відеомережі;
- здійснення заходів державної підтримки виробників в окремих галузях діяльності у сферах культури та мистецтв у порядку, передбаченому законами України та довгостроковими національно-культурними державними цільовими програмами.

Відповідно до Закону «Про культуру», Український культурний фонд здійснює підтримку вітчизняних виробників у сфері культури в порядку, встановленому Законом України «Про Український культурний фонд» (див. далі).

Вставка 2.3. Український культурний фонд у Законі України «Про культуру»

Український культурний фонд самостійно визначає проекти, яким надається підтримка в порядку, встановленому Законом України «Про Український культурний фонд». Такими проектами можуть бути, зокрема, проекти, пов'язані з організацією та проведенням виставок, ярмарків, симпозіумів, конгресів тощо, спрямованих на популяризацію української культури або пов'язаних з участю вітчизняних виробників у подібних заходах, що проводяться у зарубіжних країнах, якщо така участь є доцільною з точки зору популяризації української культури за кордоном, а відповідний проект відібрано Українським культурним фондом в порядку, встановленому Законом України «Про Український культурний фонд».

Джерело: Частина друга статті 14 Закону України «Про культуру»

2. Закон України від 25.04.2019 р. № 2704 «Про забезпечення функціонування української мови як державної»[32]

- Закон регулює функціонування і застосування української мови як державної у сферах суспільного життя, визначених цим Законом, на всій території України.

---

31 Закон України від 14.12.2010 р. № 2778 «Про культуру» https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17

32 Закон України від 25.04.2019 р. № 2704 «Про забезпечення функціонування української мови як державної». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19

- Дія цього Закону не поширюється на сферу приватного спілкування та здійснення релігійних обрядів.

3. Податковий кодекс містить такі положення стосовно культурного продукту та пільг для благодійників (останнє – для всіх секторів, не тільки в сфері культури)**:**

- З жовтня 2012 року у Податковому кодексі України (ст. 197) існує норма про звільнення створення, постачання, просування, реставрації і розповсюдження національного культурного продукту від ПДВ. Однак ця норма досі не діє, оскільки Кабінет Міністрів не затвердив відповідний порядок звільнення від податку, хоча це прямо передбачено Законом.

- Для юридичних осіб, що здійснюють пожертви Податковим кодексом (ст. 166) передбачена податкова знижка на суму коштів/майна, переданих платником податку на прибуток у вигляді пожертвувань або благодійних внесків неприбутковим організаціям. Однак обов'язковою умовою є те, щоб розмір допомоги не перевищував 4% суми загального оподатковуваного доходу за звітний рік.

- Для фізичних осіб: фізичні особи-платники податку, згідно із Податковим кодексом (ст. 166), мають право на податкові знижки. При цьому благодійна діяльність має бути підтверджена платіжними або розрахунковими документами.

Таким чином, щодо заохочень в сфері культури з точки зору податкової системи, звільнення культурного продукту від ПДВ в реальності не працює, а діяльність благодійників та використання ними відповідних пільг (як і свідчать результати глибинних інтерв'ю в рамках цього проекту) ускладнюються бюрократичними процедурами.

4. Закон України від 13.01.1998 р. № 9 «Про кінематографію»[33]

- Цей Закон визначає правові основи діяльності в галузі кінематографії та регулює суспільні відносини, пов'язані з виробництвом, розповсюдженням, зберіганням і демонструванням фільмів.

5. Закон України від 23.03.2017 р. № 1977 «Про державну підтримку кінематографії в Україні»[34]

- Цей Закон визначає засади державної підтримки кінематографії в Україні, що має на меті створення сприятливих умов для розвитку кіновиробництва, встановлення прозорих процедур здійснення фінансування державою проектів у сфері кінематографії.

- Державна підтримка кінематографії здійснюється в таких формах:

1) здійснення публічних закупівель товарів, робіт і послуг, необхідних для виробництва (створення) документальних, просвітницьких, анімаційних фільмів, фільмів для дитячої аудиторії (з урахуванням художньої та культурної значущості), фільмів художньої та культурної значущості (авторських фільмів) та фільмів-дебютів, в обсязі до 100 відсотків включно загальної кошторисної вартості виробництва відповідного фільму;

---

33 Закон України від 13.01.1998 р. № 9 «Про кінематографію». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-%D0%B2%D1%80

34 Закон України від 23.03.2017 р. № 1977 «Про державну підтримку кінематографії в Україні». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19

2) надання державної субсидії на виробництво (створення) фільму (ігрового, анімаційного тощо), обсяг якої не може перевищувати 80 відсотків загальної кошторисної вартості виробництва фільму;
3) надання державної субсидії на виробництво (створення) телевізійного фільму, телевізійного серіалу, обсяг якої не може перевищувати 50 відсотків загальної кошторисної вартості виробництва телевізійного фільму, телевізійного серіалу. Обов'язковою умовою надання такої субсидії є підтвердження заявником наявності у нього коштів, необхідних для фінансування виробництва телевізійного фільму, телевізійного серіалу, в обсязі не менше 50 відсотків загальної кошторисної вартості виробництва (створення) відповідного телевізійного фільму, телевізійного серіалу;
4) надання державної субсидії для повернення частини кваліфікованих витрат, здійснених суб'єктом кінематографії при виробництві (створенні) фільму в порядку, передбаченому цим Законом;
5) надання державної субсидії для закупівлі мобільних пересувних цифрових комплексів, транспортних засобів для забезпечення демонстрування національних фільмів у невеликих містах, селах, селищах з населенням не більше 250 тисяч мешканців або комплексів електронного кіно, обсяг якої не може перевищувати 50 відсотків вартості відповідних комплексів;
6) надання державної субсидії для фінансування фундаментальних та прикладних досліджень, а також освітньої діяльності у сфері кінематографії, у тому числі виробництва (створення) фільмів студентами, навчання в Україні та за кордоном тощо;
7) надання державної субсидії на розповсюдження та/або популяризацію національних фільмів шляхом повної або часткової оплати витрат на проведення творчих зустрічей, презентацій, прем'єрних показів, рекламування (незалежно від використаних рекламних засобів) та інших необхідних заходів, у тому числі за участю творчих груп фільмів;
8) надання державної субсидії для оплати заходів із збереження, відновлення, реставрації та популяризації національної кінематографічної спадщини, повернення її в Україну, якщо вона знаходиться за кордоном, а також для оплати виготовлення архівних комплектів вихідних матеріалів національних фільмів, що відповідають сучасним технологічним вимогам щодо тривалого консерваційного зберігання в Державному фонді фільмів України архівного комплекту вихідних матеріалів, вихідних матеріалів та фільмокопій усіх національних фільмів тощо.

- Наведений перелік форм державної підтримки кінематографії не є вичерпним. Додаткові форми державної підтримки кінематографії можуть встановлюватися Кабінетом Міністрів України.

- Об'єктами державної підтримки у формах, передбачених пунктами 1-3, виступають національні фільми, а у формі, передбаченій пунктом 4 частини першої цієї статті, – фільми, які пройшли культурний тест, умови якого визначені додатком 1 до цього Закону.

6. Закон України від 08.06.2000 р. №1805 «Про охорону культурної спадщини»[35]

- Фінансування охорони культурної спадщини здійснюється за рахунок коштів загального і спеціального фондів Державного бюджету України, бюджету Автономної Республіки Крим, місцевих бюджетів.

[35] Закон України від 08.06.2000 р. №1805 «Про охорону культурної спадщини». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14

- Джерелами фінансування заходів у сфері охорони культурної спадщини можуть бути кошти власників пам'яток чи уповноважених ними органів або осіб, які набули права володіння, користування чи управління пам'ятками, кошти замовників робіт, передбачених статтями 22 і 37 цього Закону, благодійні внески та пожертвування, у тому числі валютні, на охорону культурної спадщини та інші джерела, не заборонені чинним законодавством.

7. Закон України від 29.06.1996 р. № 249/95-ВР «Про музеї та музейну справу» [36]

- Фінансування музеїв залежно від форм власності здійснюється за рахунок коштів відповідно державного бюджету, місцевих бюджетів, благодійних внесків фізичних та юридичних осіб, інших джерел, не заборонених законодавством.

- Бюджетні призначення та кошти, одержані від додаткових джерел фінансування музеїв, не підлягають вилученню протягом бюджетного періоду, крім випадків, передбачених законом. Кошти, що надійшли з додаткових джерел фінансування, не впливають на обсяги бюджетного фінансування державних та комунальних музеїв.

- Сума витрат на забезпечення охорони музеїв обов'язково визначається в державному та місцевих бюджетах і вноситься до переліку захищених статей видатків загального фонду бюджетів.

- Додатковими джерелами фінансування музеїв є:

1) кошти, що надходять від господарської діяльності, надання платних послуг, у тому числі за відвідування музеїв і виставок;
2) кошти, одержувані за науково-дослідні та інші види робіт, які виконує музейний заклад на замовлення підприємств, установ, організацій, об'єднань громадян та громадян;
3) доходи від реалізації сувенірної продукції, предметів народних художніх промислів, видавничої діяльності, від надання в оренду приміщень, споруд, обладнання;
4) плата за кіно- і фотозйомки;
5 гранти, благодійні внески, добровільні пожертвування, грошові внески, матеріальні цінності, одержані від фізичних і юридичних осіб, у тому числі іноземних;
6) кошти, отримані державними і комунальними музеями як відсотки на залишок власних надходжень, отриманих як плата за послуги, що надаються ними згідно з основною діяльністю, благодійні внески та гранти і розміщених на поточних рахунках, відкритих у банках державного сектору;
7) інші джерела, у тому числі валютні надходження, відповідно до законодавства України.

8. Закон України від 24.12.1993 р. N 3814-XII «Про Національний архівний фонд та архівні установи»[37]

- Цей Закон регулює відносини, пов'язані із формуванням, обліком, зберіганням і використанням Національного архівного фонду, та інші основні питання архівної справи.

- Держава вживає заходів для поповнення Національного архівного фонду документами культурної спадщини України, що знаходяться за кордоном, та документами іноземного

[36] Закон України № 249/95-ВР від 29.06.1996 р. «Про музеї та музейну справу». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-вр

[37] Закон України N 3814-XII від 24.12.1993 р. «Про Національний архівний фонд та архівні установи» https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12

походження, що стосуються історії України, у пріоритетному порядку фінансує їх виявлення, взяття на облік, передавання, придбання або відтворення в копіях.

9. Закон України від 27.01.1995 р. № 32/95-ВР «Про бібліотеки і бібліотечну справу»[38]

- Основою державної політики в галузі бібліотечної справи є реалізація прав громадян на бібліотечне обслуговування, забезпечення загальної доступності до інформації та культурних цінностей, що збираються, зберігаються та надаються в тимчасове користування бібліотеками. Держава:

1) підтримує бібліотечну справу та її розвиток шляхом гарантованого фінансування бібліотек, пільгової податкової, кредитної та цінової політики;
2) фінансує створення інформаційних мереж і телекомунікаційних систем для інформаційного обміну, входження у світові глобальні комп'ютерні мережі, об'єднання та забезпечення доступності розподілених бібліотечних ресурсів.

10. Закон України від 31.05.2005 р. № 2605-IV «Про театри і театральну справу»[39]

- Закон регулює суспільні відносини в галузі театральної справи, що виникають у зв'язку зі створенням, публічним виконанням та публічним показом театральних постановок, визначає правовий статус театрів, форми їх державної підтримки, порядок їх створення і діяльності та спрямований на формування і задоволення творчих потреб та інтересів громадян, їх естетичне виховання, збереження, розвиток та збагачення духовного потенціалу Українського народу.

11. Закон України від 21.12.1993 р. № 3759 «Про телебачення і радіомовлення»[40]

- Закон регулює відносини, що виникають у сфері телевізійного та радіомовлення на території України, визначає правові, економічні, соціальні, організаційні умови їх функціонування, спрямовані на реалізацію свободи слова, прав громадян на отримання повної, достовірної та оперативної інформації, на відкрите і вільне обговорення суспільних питань. Закон визначає обов'язковий (мінімальний) обсяг мовлення державною мовою для телерадіоорганізацій окремих категорій мовлення.

СТРАТЕГІЧНІ ДОКУМЕНТИ

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» та Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року

Документ було затверджено Указом Президента України № 5/2015 від 12.01.2015 року.[41] В рамках Стратегії було передбачено реалізацію 62 реформ в рамках 4 векторів розвитку. Зокрема в рамках вектору гордості було передбачено такі реформи, які мали б сприяти розвитку культури:

---

38 Закон України № 32/95-ВР від 27.01.1995 р. «Про бібліотеки і бібліотечну справу» https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80

39 Закон України № 2605-IV від 31.05.2005 р. «Про театри і театральну справу». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2605-15

40 Закон України від 21.12.1993 р. № 3759 «Про телебачення і радіомовлення». https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3759-12

41 Про Стратегію сталого розвитку «Україна - 2020». Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015. https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015

- Реформа державної політики у сфері культури;
- Програма розвитку національного кіновиробництва;
- Програма розвитку національної видавничої справи;
- Програма популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі;
- Програма розвитку туризму;
- Програма створення бренду «Україна».

Необхідно зазначити, що Стратегія не отримала плану заходів щодо виконання. В тексті документу більш детальна інформація представлена лише щодо 10 пріоритетних реформ та програм, у тому числі Програми популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Реалізація Стратегії «Україна – 2020» передбачала досягнення 25 ключових показників. **Зокрема, сфери ККІ стосувався лише один індикатор: 20 фільмів українського виробництва вийдуть у широкий прокат у 2020 році.**

Окрім Стратегії «Україна – 2020» були спроби розробки більш деталізованих документів, які б визначали сталий розвиток країни та відповідали цілям сталого розвитку ООН. Наприкінці вересня 2019 року Президент підписав **Указ «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року.** Указ фактично підтримує глобальні цілі розвитку до 2030 року, проголошені Генеральною Асамблеєю ООН, та адаптовані до української специфіки у Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна». Окремі питання розвитку культури входять до Цілі 11 «Сталий розвиток міст та громад» цієї доповіді. Мова йде зокрема про збереження культурної спадщини, розвиток туризму, рекреації та місцевої культури.[42] Указ Президента вказує, що цілі сталого розвитку мають бути для України орієнтирами при розробці програмних та прогнозних документів тощо.

2. Програма дій Уряду

У вересні 2019 року Уряд оприлюднив Програму дій, яка визначає цілі та пріоритети діяльності на наступні 5 років. Вже в жовтні ця програма була затверджена Верховною Радою.[43] Програма охоплює низку питань щодо розвитку економіки та людського капіталу, євроінтеграції, безпеки та низки інших питань. Зокрема Програма визначає цілі Міністерства культури, молоді та спорту (див. Таблиця 2.17). Запропоновані цілі стосуються розвитку культурного простору, попиту на культуру та туризму. Для вимірювання ефективності визначені відповідні показники. Окрім цього, опис кожної цілі містить також додаткові кількісні показники. Наприклад, заходи в рамках цілі 4.2 (покращення якості культурних послуг, державна підтримка проектів та програм, застосування механізмів державно-приватне партнерства та ін.) мають сприяти підвищенню частки культурного та креативного продукту, спорту і туризму до 12-14% ВВП.

42 Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна» (2017). МЕРТ. http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf.

43 Про затвердження Програми діяльності Кабінету Міністрів України. Постанова Верховної Ради України; від 04.10.2019 № 188-IX. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/849-2019-%D0%BF/card5#Links

Таблиця 2.17. Окремі цілі та показники ефективності Міністерства культури, молоді та спорту.

Цілі	Показники ефективності
Ціль 4.1. Громадяни України відчувають свою приналежність до єдиного українського культурного простору	• Більшість громадян розуміють, усвідомлюють та поділяють візію України (роль і місце України в світі, роль та відповідальність держави, роль та відповідальність громадян перед собою, перед іншими громадянами, перед державою, перед світом) • Індекс ідентичності: відчуття громадянами своєї приналежності до України із збереженням етнічного, релігійного та культурного різноманіття
Ціль 4.2. Люди мають вибір і можливість споживати доступні культурні послуги	• Збільшення вдвічі кількості людей, що відвідують культурні події як в цілому, так і секторально (візуальне мистецтво, театри, книжкові фестивалі, музейні проекти, музика, виставкові проекти тощо)
Ціль 4.5. Українець рідше стикається з маніпулятивними та фейковими новинами, повідомленнями та матеріалами	• Обсяг маніпулятивного контенту знизився вдвічі (індекс) • Споживання контенту держави-агресора знизилось вдвічі
Ціль 4.6. Люди активно подорожують Україною в цілях туризму	• Кількість закордонних туристів зростає як мінімум на 500 000 щороку • Кількість людей, що виїжджали до іншої області, зросла вдвічі

Джерело: Програма діяльності Кабінету Міністрів України.
https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/849-2019-%D0%BF/card5#Links
http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=66959

3. Довгострокова стратегія розвитку української культури – стратегія реформ

Стратегію розвитку української культури було затверджено розпорядженням КМУ № 116-р від 01.02.2016 року.[44] Вказується, що «метою Стратегії є створення умов для сприяння творчій активності громадянина і формування в Україні громадянського суспільства європейського рівня, що передбачає забезпечення реалізації політичних, громадянських, економічних, соціальних і культурних прав громадян, засвоєння та використання новітніх знань і технологій, збереження безцінної культурно-духовної спадщини».[45] Всього стратегія визначає 5 стратегічних напрямів реформ, які передбачають посилення ролі культури в соціально-економічному розвитку країни,

[44] Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури - стратегії реформ. Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 лютого 2016 р. № 119-р. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80

[45] Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури - стратегії реформ. Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 лютого 2016 р. № 119-р.. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-p

удосконалення та модернізацію механізмів підтримки культури, підтримку інновацій та креативних індустрій та ін. (Див. Вставка 2.4).

Вставка 2.4. Стратегічні напрями реформ відповідно до Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегія реформ

Стратегічними напрямами реформ є:

- визнання центрального місця культури в загальнонаціональному розвитку та винятковості національної ідентичності, що спирається на українську культуру; посилення ролі культури в соціально-економічному розвитку України шляхом взаємодії і посилення відповідальності державних органів та громадянського суспільства. Залучення якнайширшого представництва заінтересованих сторін до процесу формування та реалізації державної культурної політики;

- удосконалення та модернізація правових, структурних і фінансових інструментів підтримки культури;

- забезпечення доступу до культури через традиційні та нові форми культурної діяльності; забезпечення державної підтримки культурного розмаїття України: всі громадяни України незалежно від місця проживання, статусу, приналежності до певної соціальної чи етнічної групи; незалежно від майнового статусу, походження, статі мають рівні права на формування власної культурної ідентичності та її вираження, доступ до національного і світового культурного надбання, участь у культурному житті;

- забезпечення державної підтримки національного культурного продукту і провідної ролі митців та менеджерів культури у створенні, поширенні та збереженні національного культурного продукту; формування попиту і споживача сучасного культурного продукту і культурних послуг, культурної політики та ринкових умов; вдосконалення культурної освіти; формування цілісного інформаційно-культурного простору;

- підтримка інновацій, нових знань, креативних індустрій, що відповідають викликам XXI століття.

4. Концепція реформування системи забезпечення населення культурними послугами[46]

Схвалена розпорядженням КМУ від 23 січня 2019 р. № 27-р. Відповідно до концепції, основним завданням реформування системи забезпечення населення культурними послугами є:

1) затвердження мінімальних стандартів забезпечення громадян культурними послугами;
2) реформування фінансового забезпечення системи надання культурних послуг;
3) впровадження політики модернізації наявної інфраструктури для надання культурних послуг;
4) створення умов для формування якісного (висококваліфікованого) кадрового забезпечення системи надання культурних послуг;
5) розроблення системи здійснення моніторингу та оцінки якості культурних послуг.

[46] Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.01.2019 р. № 27-р «Про схвалення Концепції реформування системи забезпечення населення культурними послугами». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/27-2019-%D1%80#n10

Заплановано також створення нової моделі фінансування, яка передбачає:

1) чіткі та прозорі гарантії держави щодо переліку та обсягу культурних послуг, які безоплатно надаються громадянам;
2) впровадження проектного підходу до формування конкурентних ринків культурних послуг та їх фінансування;
3) залучення у сферу культури бюджетних коштів через такі інструменти, як субвенції, кошти Державного фонду регіонального розвитку тощо;
4) створення умов для залучення у сферу культури позабюджетних коштів для ревіталізації культурного ресурсу регіонів і окремих громад, створення нових закладів культури та культурних просторів.

Відповідно до Концепції, було розроблено і у травні 2019 року затверджено **план заходів щодо її реалізації.**[47]

5. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. № 333-р «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні»[48]. Згідно з Концепцією, до основних повноважень органів місцевого самоврядування базового рівня зокрема належить забезпечення розвитку культури та фізичної культури (утримання та організація роботи будинків культури, клубів, бібліотек, стадіонів, спортивних майданчиків).

СФЕРА КУЛЬТУРИ В ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОГРАМАХ ОСНОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ СИЛ

Ми проаналізували програми партій, що пройшли до парламенту на позачергових виборах 2019 року, щодо їхніх позиції у сфері культури. З п'яти партій, що пройшли до Верховної Ради, найбільше про культуру говорилося в програмах партій «Європейська солідарність» та «Батьківщина», найменше – у програмі партії «Опозиційна платформа за життя». Пропрезидентська партія «Слуга народу» та партія Святослава Вакарчука «Голос» у своїх програмах дають нечіткий опис бачення політики в питаннях культури. Нижче подано позиції цих партій щодо сфери культури (партії подано в порядку відповідно до їхнього рейтингу за результатами виборів).

Пропрезидентська партія **«Слуга народу»** у своїй програмі зазначає: «Запровадимо гуманітарну політику, яка сприятиме культурному, громадянському та духовному об'єднанню громадян України. Створимо систему підтримки української мови та культури за допомогою фіскальних стимулів і пріоритетного державного фінансування».

Партія **«Опозиційний блок»** робить акцент на мовному питанні, вважаючи його основним у сфері культури. У програмі йдеться про надання повної свободи в питаннях культури, релігії, мови: «Ми є прихильниками повної свободи в питаннях мови, релігії, історії, культури». Також у партії наголошують на важливості розвитку багатьох культур на території України: «Наша мета – мирна, процвітаюча країна, у якій люди різних національностей, культур, релігій відчувають себе комфортно та безпечно». Найменш зрозумілою є теза про «мовну, гуманітарну та культурну децентралізацію».

---

47 Розпорядження КМУ № 355-р від 22.05.2019 р. «Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції реформування системи забезпечення населення культурними послугами» https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/355-2019-%D1%80

48 Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. № 333-р «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80

З програми партії Юлії Тимошенко **«Батьківщина»** можна зробити висновок, що питання культури є одним із пріоритетних напрямків майбутньої роботи партії в парламенті, зокрема щодо збереження видатків на фінансування культури. У програмі партії зазначено: «Буде збережено позитивні тенденції збільшення видатків на фінансування культури». Також у партії вважають за необхідне продовжити «практику виділення достатніх коштів на фінансування українського кіно, книги, контенту на радіо і телебаченні».

Окремим важливим питанням у програмі партії є питання зарплат працівників культури: «за п'ять років буде поступово доведена до європейського рівня». «Батьківщина» пропонує також прийняти закон про меценатство, який на її думку зменшить навантаження на державний бюджет і зробить систему фінансування культури гнучкішою.

Окрім того, Юлія Тимошенко заявляла, що будуть започатковані спеціальні програми з відновлення замків України та старовинних церков, зокрема дерев'яних. Двома головними функціями культури Юлія Тимошенко вважає освітню та репрезентативну. На її думку, «виховання українців має відбуватися в дусі поваги та глибоких знань справжньої, а не спотвореної історії». А завдання культурної дипломатії – бути потужним провідником України у світі.

Партія Петра Порошенка **«Європейська солідарність»** у своїй програмі зазначає, що «мають бути задіяні і дипломатичний корпус, і можливості культурної дипломатії, і активність українських експортерів, і підтримка української діаспори». З цього можна зробити висновок про плани щодо залучення закордонних ресурсів в економіку. Важливим питанням у сфері культури «Європейська солідарність» вважає збереження і відновлення пам'яток, підтримку локальних і національних культурних проектів. Утім, напевно, найбільш цікавим пунктом у програмі і таким, що виділяє цю програму з-поміж інших, є запровадження моди на «українське» та Україну у світі.

Загалом, партія Порошенка «Європейська солідарність» притримується позиції, що Україна має зберігати власну ідентичність, національну самобутність та духовні традиції українського народу. Розвиток національного культурного продукту в партії вважають пріоритетом культурної політики держави. Необхідність залучення коштів на розвиток вітчизняного кіно та книговидання, запровадження податкових стимулів для виробників та розповсюджувачів національного культурного продукту – такими є пріоритети партії. Також у партії вважають, що держава має фінансувати або співфінансувати виробників українського культурного продукту. Розподіл державних коштів на культурні програми і проекти має відбуватися через прозорі відкриті конкурси. До дослідження та захисту української історії, на думку представників партії, повинні активно залучатися громадські організації, активісти, експертні середовища.

Окремим завданням у партії вважають надання Кримському півострову - історичній батьківщині кримськотатарського народу - статусу національно-територіальної автономії у складі України, яка посилить можливості для захисту і розвитку його культури та самобутності. Також, цікавим є бачення партії щодо так званої деімперіалізації – це повернення вкраденої історії, відновлення реального бачення місця України-Руси, замість насаджених візій Російської імперії/СРСР.

Партія Святослава Вакарчука **«Голос»** зазначає у свої програмі, що: «В Україні мають постати й зміцніти нові, сучасні культурні традиції, що остаточно об'єднають українську націю, цементуючи її ідентичність». Чітко прописаної стратегії щодо того, як саме партія збирається об'єднувати націю за допомогою культури, у програмі немає

ФІНАНСУВАННЯ СФЕРИ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

Успішний розвиток будь-якої галузі економіки та, зокрема, культури залежить від наявності відповідних ресурсів та умов доступу до них. У контексті цього дослідження йтиметься переважно про наявність та доступ до фінансових ресурсів. У цілому в цьому розділі мова йде про чотири основні джерела фінансування культури, а саме:

1) бюджетні кошти (державний бюджет, місцеві бюджети);

2) витрати на культуру домогосподарств;

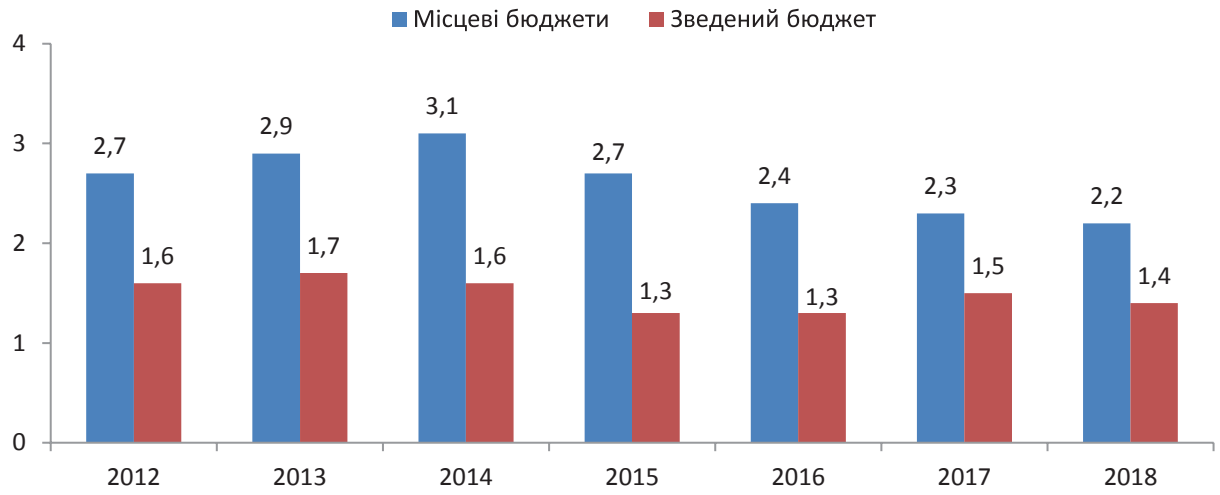
3) приватні витрати (благодійність);

4) кошти міжнародних програм підтримки культури.

БЮДЖЕТНІ КОШТИ

У 2018 році видатки у сфері культури становили 1,4% видатків зведеного бюджету і 2,2% місцевих бюджетів в Україні.[49] Після зменшення у 2015 році частка цієї сфери в українському бюджеті у 2016 - 2018 роках залишалася майже без змін. Водночас, фінансування сфери культури займає значно більшу частку в бюджетах більшості країн ЄС, і, у тому числі, і в країнах ЦСЄ (Рисунок 2.3 та Рисунок 2.4).

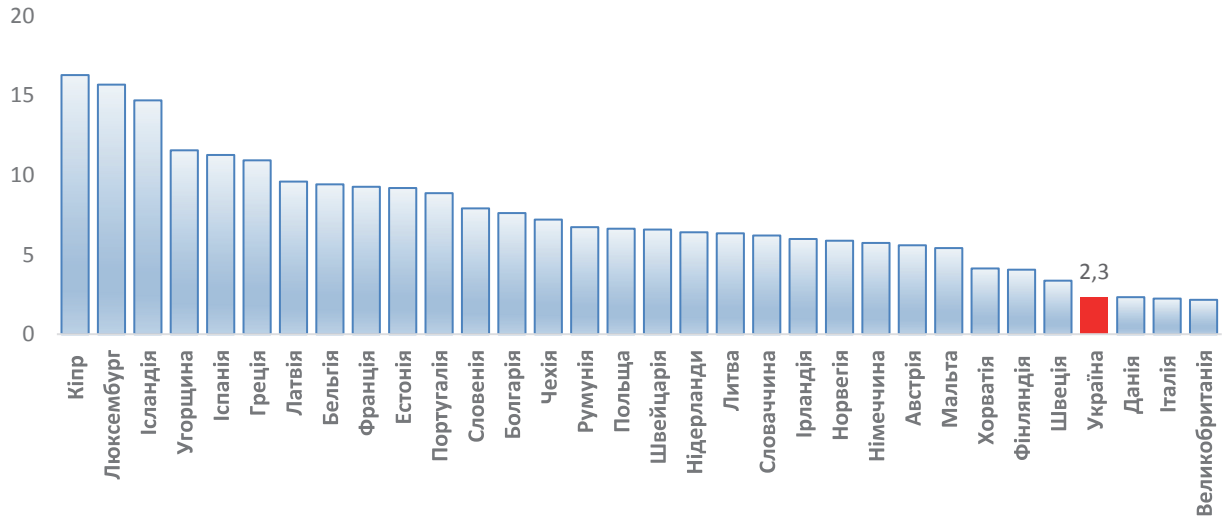
Рисунок 2.3. Державні видатки у сфері культури у структурі відповідних бюджетів, %



Джерело: Держказначейство, дані Міністерства культури

[49] В Україні немає нормативів на кшталт «N відсотків бюджету має іти на культуру», і, як свідчать дані країн ЄС, на рівні кожної європейської країни це також вирішується індивідуально. При цьому потрібно зазначити, що в Україні фінансування окремих програм у сфері культури залежить від запиту відповідного розпорядника бюджетних коштів і його переконливості, коли він надсилає бюджетний запит до Міністерства фінансів. На місцевому рівні вибір напрямків фінансування у сфері культури відбувається згідно з бажаннями місцевих органів влади.

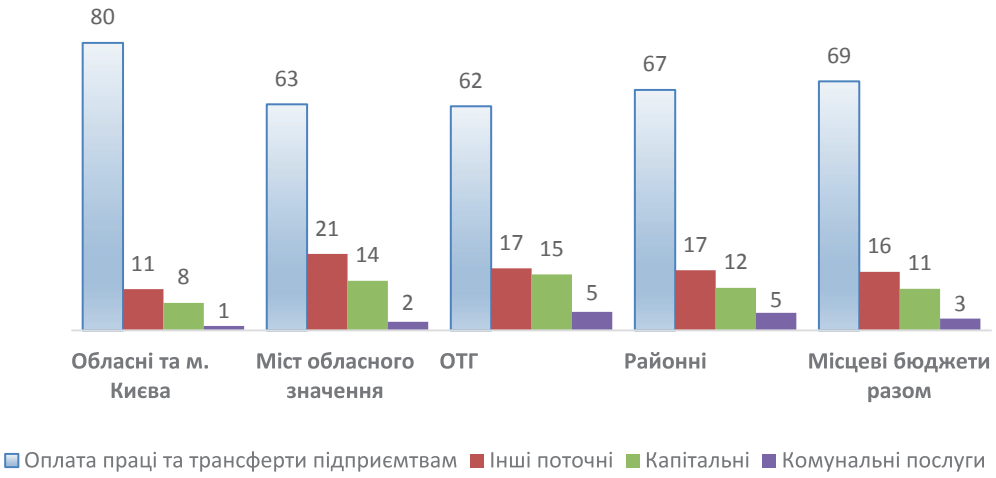
Рисунок 2.4. Державні видатки у сфері культури, % місцевих бюджетів (2017)



Джерела: Eurostat, Держказначейство.

Також не дуже обнадійливою є структура видатків місцевих бюджетів у сфері культури, де переважну більшість складають оплата праці та інші поточні видатки, тоді як капітальні видатки становлять лише 11% (Рисунок 2.5).

Рисунок 2.5. Структура видатків місцевих бюджетів на сферу культури за економічною класифікацією



Джерело: Держказначейство. дані Міністерства культури

Експерти у сфері культури вказують на те, що, починаючи з 2015 року, ситуація з державним фінансуванням погіршилась: до кінця 2014-го базові видатки на культуру належали до видатків, які враховувалися при визначенні міжбюджетних трансферів. Таким чином, коли видатки на культуру не покривалися власними доходами місцевого бюджету, то місцевий бюджет отримував дотацію з державного бюджету, завдяки чому можна було гарантувати однаковий базовий обсяг культурних послуг. З 2015 року компенсаторні механізми для культури були скасовані, що спричинило недофінансування на місцевому рівні.[50]

[50] Дубок І.П. Джерела фінансування сфери культури в Україні та напрями їх розширення. Вісник НАДУ. – 2015. – № 2. http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2015/06/10.pdf

Такі особливості державного фінансування відображаються на стані культурної інфраструктури. Як уже зазначалося, за даними ДССУ, капітального ремонту потребує майже третина клубів і 9% бібліотек. Ці дані підтверджуються дослідженням, яке проводила Асоціація сприяння самоорганізації населення у 2018 році.[51] Мова йде про опитування основних стейкхолдерів у шести об'єднаних територіальних громадах Одеської області, які виявили такі проблеми у сфері культури на місцевому рівні:

- аварійний стан закладів культури;
- брак фінансів на розвиток культури;
- брак кваліфікованих спеціалістів і водночас проїдання бюджетних коштів через працівників, які не виконують своїх обов'язків на своїх посадах;
- пасивність місцевого населення;
- потреба бібліотек в оновленні книжкових фондів, комп'ютеризації та підключенні до Інтернету;
- незадовільний стан транспортної інфраструктури як у межах, так і за межами громади.

Таким чином, попри позитивні зрушення у сфері державного фінансування культури, що відбулися за останні роки (зокрема, мається на увазі створення таких інституцій як Український культурний фонд та Український інститут книги та їхня активна діяльність), необхідність у якісних змінах механізмів державного фінансування сфери культури залишається. Про це, зокрема, говориться в проекті Концепції реформи фінансування системи забезпечення населення культурними послугами[52], яка наголошує на тому, що ресурси мають бути спрямовані на задоволення культурних потреб населення, а не на механістичну підтримку існуючої інфраструктури. Про це говорять також учасники глибинних інтерв'ю. Ну а в контексті децентралізації виникає питання, як місцеві громади будуть планувати видатки та використовувати кошти, призначені для розвитку культури.

ДОМОГОСПОДАРСТВА: ВИТРАТИ І УПОДОБАННЯ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ

Як зазначалось раніше, якщо частка витрат домогосподарств на культуру в Україні, за оцінками ЮНЕСКО, склала 0,88% у 2014 році, то в країнах ЄС цей показник становив 2,8% (2015).[53] Відсоток витрат на культуру для різних країн ЄС коливався від 1,6% до 5%. Рекордсменами за часткою витрат домогосподарств на культуру серед країн Центральної та Східної Європи є Чехія та Естонія (3,8% та 3,7% відповідно, причому їхні показники дуже близькі до показників Німеччини та Австрії, тоді як у Румунії та Болгарії цей показник є досить низьким (1,9% та 1,6% відповідно; ці країни перебувають в одній ваговій категорії з Кіпром, Португалією та Італією).

---

51 Баласанян В., Богдан О. та ін. Стан та перспективи розвитку соціокультурної інфраструктури в ОТГ. http://samoorg.com.ua/blog/2019/05/30/prezentatsiya-doslidzhennya-stanu-ta-perspektiv-rozvitku-sotsiokulturnoyi-infrastrukturi/

52 Концепція реформи фінансування системи забезпечення населення культурними послугами. Офіційний сайт Міністерства культури України. http://mincult.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=245502679

53 Eurostat. Culture statistics - household expenditure on culture. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_private_expenditure_on_culture#Household_cultural_expenditure

Якщо мова йде про попит населення на культурний продукт, то згідно з даними всеукраїнського опитування, яке проводилось у 2018 році «Асоціацією сприяння самоорганізації населення» спільно з Київським міжнародним інститутом соціології, половина дорослого населення України не відвідали жодного культурного заходу протягом останнього року.[54] Лише 1% опитаних відвідували культурні заходи настільки часто, наскільки бажали. 79% респондентів відвідували б культурні заходи частіше за певних обставин. Основні перепони для більш активного культурного життя – нестача грошей і вільного часу (50% і 45% відповідей). Цікаво, що 19% опитаних зазначили, що відвідували б культурні заходи частіше, якщо б ті були розташовані ближче до місця проживання або роботи (у селах цей показник становить 30%). Тільки 9% респондентів зовсім не цікавляться культурними подіями. Таким чином, маємо великий потенціал для залучення населення до участі в культурних заходах, який можна реалізувати за умови політики, спрямованої на: 1) розвиток культурної та транспортної інфраструктури в регіонах; 2) стимулювання споживання культурних товарів та послуг, у тому числі шляхом проведення відповідної політики.

Найбільш розповсюдженими подіями в культурному житті населення є відвідання бібліотеки або книгарні, кінотеатру, музичного концерту та публічне святкування особливої дати – такі місця/події хоча б раз упродовж останнього року відвідали 15-23% дорослого населення (Таблиця 2.18). Згідно з цим же дослідженням 60% дорослих українців за останній рік не читали жодних книжок і не відвідували бібліотек чи книгарень, тоді як 23% відвідали бібліотеку або книгарню хоча б один раз протягом останнього року.

Таблиця 2.18. Частка дорослого населення, що відвідали культурний захід за упродовж останнього року.

Сфера культури	Культурний захід	% дорослого населення, що відвідали захід протягом останнього року
Культурна та природна спадщина	Виставка картин, скульптур або інших мистецьких творів	6,6
Вистави та святкування	Публічне святкування особливої дати	**15,4**
	Музичний концерт	**15,3**
	Театральна вистава	9,6
	Публічне вшанування пам'яті певної людини або історичної події	6,6
	Етнофестиваль	3,7
	Гумористичний концерт	3,1
	Публічна лекція	2,4
	Літературний/поетичний вечір	1,6
	Балет	1,5
	Опера	1,5
Візуальне мистецтво та ремесла	Виставка картин, скульптур або інших мистецьких творів	6,6

[54] Богдан О. Деякі аспекти культурних практик і культурної інфраструктури України: результати всеукраїнського опитування (за даними Київського міжнародного інституту соціології) / Одеса: ВГО «Асоціація сприяння самоорганізації населення», 2019. https://drive.google.com/file/d/1d1WQkvZ69QuLg9vxMjgKV6k2pXbNNsFX/view

Сфера культури	Культурний захід	% дорослого населення, що відвідали захід протягом останнього року
Книги та преса	Бібліотека або книгарня	**23,2**
	Книжковий ярмарок	4,2
Аудіовізуальні та інтерактивні засоби	Фільм у кінотеатрі	21,5

Джерело: Богдан О. Деякі аспекти культурних практик і культурної інфраструктури України: результати всеукраїнського опитування (за даними Київського міжнародного інституту соціології) / Одеса: ВГО «Асоціація сприяння самоорганізації населення», 2019. https://drive.google.com/file/d/1d1WQkvZ69QuLg9vxMjgKV6k2pXbNNsFX/view

Ситуація очікувано є кращою, якщо розглядати лише міське населення. За даними дослідження GfK Roper Reports (тоді було опитано 1000 міських жителів старше 15 років у липні 2014 року, опитування охоплювало територію всієї України за винятком Криму), в українських містах є як мінімум 11 - 15% активного, з точки зору культури, населення, що хоча б раз на місяць відвідують кіно або музеї та виставки, або концерти (Таблиця 2.19).

Таблиця 2.19. Як часто Ви…

	Раз на тиждень і частіше	Щонайменше раз на місяць	Рідше ніж раз на місяць	Ніколи
Прослуховуєте музику	63,1	13,6	10,7	12,6
Читаєте книги	29,7	23,3	22,4	24,6
Граєте в електронні, відео або комп'ютерні ігри	21,8	12,6	8,2	57,4
Ходите в кіно	4,6	10,2	28,9	56,3
Відвідуєте музеї або художні виставки	4,2	6,9	25,0	64,0
Ходите на концерти, сценічні вистави або шоу	4,0	9,2	31,7	55,1

Джерело: GfK Roper Reports (2014)

За даними ДССУ, після падіння у 2014 році рівень відвідування музеїв, театрів, концертів зростав протягом 2015 - 2017 років, фактично наблизившись до рівня 2013 року (Таблиця 2.20). Цікаво, що зростання відвідувань почалося ще до того, як відновила зростання реальна заробітна плата. Водночас, у період зростання доходів на початку 2010-х років рівень відвідування культурних закладів фактично не змінився. Можна припустити, що відвідування культурних заходів залежить не тільки і не стільки від фінансового стану та наявності часу (як заявляють українці під час відповідних опитувань), але й від цінностей населення, які, як правило, змінюються дуже повільно.

Таблиця 2.20. Кількість відвідувань закладів культури і реальна заробітна плата

		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість відвідувань закладів у розрахунку на 100 осіб населення*	музеїв	41	42	44	43	33	35	37	39
	театрів	14	15	15	15	13	13	14	15
	концертів	9	9	10	9	6	6	6	7
Індекс реальної заробітної плати, %		110,2	108,7	114,4	108,2	93,5	79,8	109	119,1

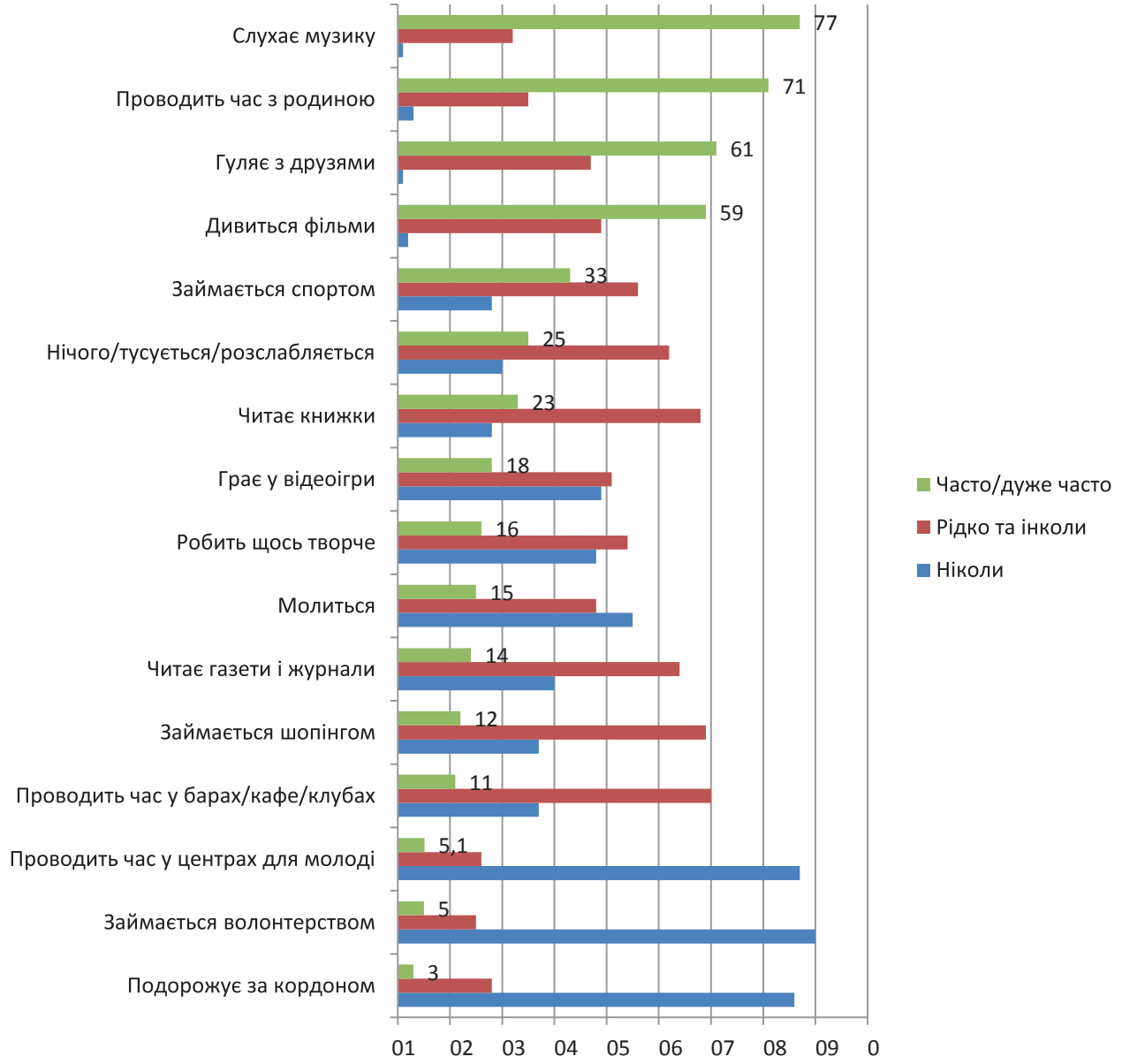
**У розрахунку використано дані про середньорічну чисельність наявного населення*
Джерело: ДССУ

Якщо брати показник відвідувань культурних закладів у розрахунку на кожні 100 осіб населення, то лідерами серед регіонів були (окрім Києва)[55]:

- щодо відвідувань музеїв – Чернігівська, Львівська, Черкаська, Закарпатська області;
- відвідування театрів – Одеська, Чернігівська, Миколаївська, Херсонська і Львівська області;
- відвідування концертів – Чернігівська, Львівська, Житомирська, Черкаська і Чернівецька області.

[55] Заклади культури, фізичної культури і спорту України у 2017 році. Статистичний збірник. ДССУ, 2018. http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_zkm_2017.pdf

Рисунок 2.6. Як проводить дозвілля українська молодь



Джерело: Украинское поколение Z: ценности и ориентиры. Результаты общенационального опроса. Авторы: Д. Гайдай, К. Заремба и др.; под ред. К. Заремба. Киев, 2017. http://neweurope.org.ua/analytics/ukrayinske-pokolinnya-z-tsinnosti-ta-oriyentyry/

Вставка 2.5. Як проводить дозвілля українська молодь

Згідно з дослідженням, проведеним 2017 року Центром «Нова Європа» спільно з GfK Ukraine за підтримки Фонду ім. Фрідріха Еберта[56], молоді люди віком 14 - 29 років проводять дозвілля, переважно слухаючи музику (77%), відпочиваючи з родиною (71%) та друзями (61%), переглядаючи фільми (59%). Якщо порівнювати з результатами попередніх опитувань, то пріоритети в проведенні вільного часу дещо змінились.

Зокрема, у 2003 році молодь найбільше проводила вільний час перед телевізором (76%), зустрічалась з друзями поза домом (54%), ходила в гості або приймала гостей (46%) та слухала

[56] Украинское поколение Z: ценности и ориентиры. Результаты общенационального опроса. / Авторы: Д. Гайдай, К. Заремба и др.; под ред. К. Заремба. – Киев, 2017. http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_rus_inet.pdf

радіо (41%). Згідно з результатами дослідження дозвілля для молодих українців є тим, заради чого вони працюють, тобто для цього покоління дозвілля, а не робота, стає життєвим пріоритетом. Також треба зазначити, що для них особливе значення мають здоров'я та фізична активність (третина опитаних регулярно займаються спортом). Лише п'ята частина української молоді досить часто читає книжки , тоді як 18% сказали, що ніколи їх не читають.

При цьому українська молодь живе онлайн: 86% молодих українців мають постійний доступ до Інтернету (щодня або безперервно), 91% користуються соціальними мережам.

З огляду на споживання молоддю культурного продукту (Рисунок 2.6), можна припустити, що попит на культурний продукт з боку молоді буде розвиватися паралельно з розвитком Інтернету, пристроїв та додатків для прослуховування музики, перегляду фільмів та комп'ютерних ігор. Також можна говорити про те, що споживча поведінка молоді у сфері культури є позитивним сигналом для розвитку виробництва української музики і кіно.

Джерело: Украинское поколение Z: ценности и ориентиры. Результаты общенационального опроса. / Авторы: Д. Гайдай, К. Заремба и др.; под ред. К. Заремба. Киев, 2017. http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_rus_inet.pdf

БЛАГОДІЙНІСТЬ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ КУЛЬТУРИ

Згідно з опитуванням серед благодійних організацій, проведеним компанією Corestone Group та GfK Ukraine, культура та мистецтво перебувають на п'ятому місці серед найбільш популярних сфер, у яких працюють українські благодійники. Лише 12% опитаних благодійних організацій зазначили культуру та мистецтво серед сфер своєї діяльності, тоді як діяльність у сфері охорони здоров'я зазначили 23% опитаних, освіту та/або наука 21%, допомогу малозабезпечених сім'ям та пенсіонерам 18%, дітям-сиротам - 13%.[57] Усього, за даними Державної фіскальної служби, витрати на благодійність у 2016 році становили 6,5 млрд. грн.

Згадане вище дослідження підтверджує, що сфера благодійності є дуже непрозорим сектором в Україні: за офіційними даними, усього в Україні зареєстровано майже 18 тис. благодійних організацій, проте, за оцінками аналітиків Українського форуму благодійників, «більшість благодійних організацій існує лише «на папері», а весь основний благодійний бюджет України складають 500 - 1000 організацій». Також, за оцінками експертів Українського форуму благодійників, на топ-100 благодійних фондів припадає дві третини всіх благодійних витрат, при цьому біля третини витрат забезпечує перша п'ятірка – МБФ «Альянс громадського здоров'я», БФ Ріната Ахметова «Розвиток України», БО «Мережа», БО БФ «Квітучий край», МФ «Відродження».

Цікаво, що опитування, проведене Українським форумом благодійників 2009 року, засвідчило, що, на відміну від попередньої хвилі дослідження у 2005 році, відсутність необхідної кількості коштів відійшла на друге місце серед проблем при здійсненні благодійної діяльності, тоді як на перше місце вийшов «спротив» державних інституцій при впровадженні благодійних програм. При цьому більшість компаній планували збільшувати (73%), а не зменшувати (27%) обсяги благодійної допомоги.[58]

---

57 Діяльність українських благодійних організацій (2017). Звіт за результатами дослідження. CORESTONE GROUP, GFK UKRAINE. https://zagoriy.foundation/charity_funds_report.pdf

58 Практика благодійної діяльності бізнес-компаній в Україні: сучасний досвід (звіт за результатами дослідження) / Автори: А. Гулевська-Черниш, Д. Непочатова, Л. Паливода, С. Шендеровський; за заг. ред. А. Гулевської-Черниш. – К.: Салютіс, 2010. https://ufb.org.ua/uploads/brosh_blago_fin.pdf

БЛАГОДІЙНІСТЬ З БОКУ НАСЕЛЕННЯ

За результатами опитування, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова, відсоток людей, які здійснюють грошову або іншу матеріальну допомогу, сягнувши максимуму після Революції гідності (47%), поступово знижувався - з 41% у 2017 році до 38,5% у 2018 році. Проте сума благодійних внесків дещо зросла: у 2017 році близько половини респондентів жертвували від 50 до 300 гривень на рік, тоді як у 2018 році – від 100 до 500 гривень. Основними мотивами зробити благодійні пожертви є віра в те, що допомога дійде до тих, кому вона потрібна, особисте знайомство з людьми, що потребують допомоги, гострота проблеми, прозорість роботи і звітності благодійних організацій.[59]

У міжнародному контексті ситуація з благодійними пожертвами від населення виглядає обнадійливою. Згідно з індексом схильності до благодійності, який враховує частку жителів, що допомагають незнайомим людям, перераховують гроші на благодійність та займаються волонтерською діяльністю Україна зайняла 81 місце серед 144 країн, відзначившись передусім високою схильністю перераховувати гроші на благодійність (58 місце за цим показником). При цьому наша країна добре виглядає на фоні сусідів з Центральної та Східної Європи: Україну випереджає лише Словенія (47 місце), тоді як решта країн регіону розташувалися на нижчих сходинках рейтингу (Словаччина – 88 місце, Польща – 112-те, Угорщина – 120-те, Чехія – 125-те).[60]

КОШТИ МІЖНАРОДНИХ ПРОГРАМ ПІДТРИМКИ КУЛЬТУРИ

Протягом 2018 року в Україні реалізовувалось більше 600 проектів міжнародної технічної допомоги (МТД) загальною вартістю 6,6 млрд. дол.[61] При цьому порівняно з іншими роками, у 2018 році було зареєстровано найбільшу кількість нових проектів МТД – на загальну суму біля мільярда доларів. На жаль, існуюча статистика щодо МТД не дозволяє чітко виділити напрямок підтримки ККІ. У Переліку проектів МТД, що реалізуються в Україні та пройшли державну реєстрацію (перереєстрацію) у Мінекономрозвитку, немає відповідної окремої категорії (сектору). Станом на жовтень 2019 року, Міністерство культури є бенефіціаром лише одного проекту МТД під назвою «Культурні мости» (Culture Bridges), метою якого є зокрема сприяння розвитку культурного сектору та сектору креативних індустрій (1,4 млн євро від ЄС). Таким чином сферу культури навряд чи можна назвати пріоритетом МТД.[62] (Перелік секторів МТД та кількість проектів див. Таблицю 2.21)

---

59 Громадська активність громадян України. Загальнонаціональне дослідження Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва та Центру Разумкова з 19 по 25 грудня 2018 року. https://dif.org.ua/article/gromadska-aktivnist-gromadyan-ukraini?fbclid=IwAR0Sr6hu9_wEUyBDbs32cOOEnOiRRfylCxSvI0Bmr76AAh9ve8pjAKIE-iU

60 CAF World Giving Index 2018. . A global view of giving trends. October 2018. https://www.cafonline.org/about-us/publications/2018-publications/caf-world-giving-index-2018

61 Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні за результатами проведеного Мінекономрозвитку моніторингу проектів у 2018 році. http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=1c637dbb-c6ee-439a-9cf9-2090e8d020c0&title=InformatsiiaSchodoMizhnarodnoiTekhnichnoiDopomogi-SchoNadatsiaUkrainiZaRezultatamiProvedenogoMinekonomrozvitkuMonitoringuProektivU2018-Rotsi&isSpecial=true

62 Перелік проектів міжнародної технічної допомоги за підтримки країн-донорів, що реалізуються в Україні та пройшли державну реєстрацію (перереєстрацію) у Мінекономрозвитку, https://data.gov.ua/dataset/04fa817d-5c92-4e0d-b1b5-2dcf720adc36.

Таблиця 2.21. Кількість проектів міжнародної технічної допомоги у 2018 році

Сектор	Кількість проектів
Урядування та громадянське суспільство	103
Освіта і наука	81
Енергетика та енергоефективність	73
Регіональний розвиток	59
Національна безпека та оборона	55
Ядерна безпека	48
Відновлення Донбасу та ВПО	34
Навколишнє середовище	30
Охорона здоров'я	29
Економічний розвиток і торгівля	21
Банківський та фінансовий	17
Аграрний	16
Промисловість та МСП	16
Транспорт та інфраструктура	15
Соціальна інфраструктура та послуги	7
Комунікації та ІКТ	4
Загалом	**608**

Джерело: Мінекономрозвитку.

Однак, моніторинг МТД від МЕРТ містив описи окремих проектів, які належать сфери культури, надані в рамках розвитку транскордонної співпраці та підтримки розвитку громад. Також можна припустити, що сектор культури може в цілому виграти від міжнародної допомоги в сфері регіонального та економічного розвитку та МСП.

Для прикладу, у 2018 році Уряд ФРН в рамках проекту «Зміцнення спроможності українських територіальних громад до прийняття внутрішньо переміщених осіб в Україні» профінансував ІТ обладнання та меблі для бібліотек та будинків культури у Харківській, Дніпропетровській та Запорізькій областях. Окрім цього, на відновлення Донбасу було спрямовано кошти проекту «Підтримка згуртування та розвитку громад, що зазнали наслідків конфлікту на Донбасі» (за підтримки Уряду Японії). Зокрема, у 2018 році, відремонтовано 5 об'єктів соціальної інфраструктури (бібліотеки, будинки культури).[63]

Підтримка культурних проектів також здійснюється в рамках транскордонної співпраці за рахунок Європейського інструменту сусідства. Зокрема програма Програма транскордонного співробітництва ЄІС Польща-Білорусь-Україна 2014-2020 виокремлює чотири тематичні цілі та відповідні пріоритети. Зокрема, тематична ціль «Спадщина» передбачає підтримку двох пріоритетів: популяризація та збереження природної спадщини і популяризація місцевої культури

[63] Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні за результатами проведеного Мінекономрозвитку моніторингу проектів у 2018 році. http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=1c637dbb-c6ee-439a-9cf9-2090e8d020c0&title=InformatsiiaSchodoMizhnarodnoiTekhnichnoiDopomogi-SchoNadatsiaUkrainiZaRezultatamiProvedenogoMinekonomrozvitkuMonitorin

та історії. У 2018 році було запущено другий конкурс заявок на отримання малих грантів (конкурсу мікропроєктів вартістю від 20 тис. до 60 тис. євро) з бюджетом 5,2 млн євро.[64]

Допіру у моніторингу МТД за першу половину 2019 року ми бачимо опис проектів за напряком «Історична спадщина. Культура». Зокрема, станом на серпень 2018 року за підтримки ЄС впроваджувалося 11 проектів, спрямованих на розвиток прикордонного, культурного, історичного та природного потенціалу, транскордонного туризму. Загальна сума вказаних проектів становила 13,6 млн євро. Однак, ці ж проекти також включено до напрямку «Децентралізація, сприяння регіональному розвитку, підтримка муніципалітетів». Це підкреслює місце культури в загальній схемі розподілу МТД під секторами: проекти культурного розвитку є додатковим інструментом в рамках більш широких ініціатив. Наприклад, так само в освітньому секторі декілька проектів були спрямовані на переклади літературних творів, поширення європейських цінностей в літературі тощо.[65] Бенефіціарами таких проектів є прикордонні обласні державні адміністрації.[66]

В контексті технічної допомоги окремо необхідно згадати про створення у 2015 році Офісу просування експорту (з листопада 2016 року був у статусі консультативно-дорадчого органу МЕРТ). Фінансування діяльності Офісу відбувалося за рахунок донорських коштів. У грудні 2018 року Офіс почав самостійну роботу як державна установа.[67] Підтримка креативних індустрій знаходиться у фокусі діяльності Офісу. Зокрема Офіс пропонує секторальну освітню програму для українських креативних підприємців та експортерів «Creative Export Ukraine: Pro". Програма фінансується Міністерством закордонних справ Естонії (Проект з питань розробки співробітництва та гуманітарної допомоги).[68] Офіс також традиційно поширював і поширює інформацію про пошуки партнерів на закордонному ринку, проводить вебінари, практикуми та інші заходи для експортерів, що представляють креативні індустрії.

Також у культурному просторі помітні донорські програми ЄС (зокрема програма "Креативна Європа", що була продовжена до 2027 року[69], House of Europe, Erasmus+), а також програми таких країн як США, Франція, Чехія, Румунія.За даними ОЕСР, підтримка культури культури іноземними офіційними донорами становила 19 млн дол. США у 2013-2017 роках.[70]

---

64 Програма транскордонного співробітництва (ТКС) Польща-Білорусь-Україна. https://www.pbu2020.eu/ua/pages/251

65 Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні за результатами проведеного Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України моніторингу проектів у першому півріччі 2019 року. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=f5b9bbfd-cd9f-40a3-abeb-bc0a30bb72a3&title=InformatsiiaShchodoMizhnarodnoiTekhnichnoiDopomogi-ShchoNadatsiaUkrainiZaRezultatamiProvedenogoMinisterstvomRozvitkuEkonomiki-TorgivliTaSilskogoGospodarstvaUkrainiMonitoringuProektivUPershomuPivrichchi2019-Roku

66 Див. Перелік проектів міжнародної технічної допомоги за підтримки країн-донорів, що реалізуються в Україні та пройшли державну реєстрацію (перереєстрацію) у Мінекономрозвитку. https://data.gov.ua/dataset/04fa817d-5c92-4e0d-b1b5-2dcf720adc36.

67 Уряд прийняв рішення про створення Державної установи «Офіс з просування експорту України».28.03.2018. https://epo.org.ua/pro-nas/,https://www.kmu.gov.ua/ua/news/uryad-prijnyav-rishennya-pro-stvorennya-derzhavnoyi-ustanovi-ofis-z-prosuvannya-eksportu-ukrayini

68 Експортний тур: офіційний запуск освітніх програм у Києві. Державна установа "Офіс з просування експорту» України Див. https://epo.org.ua/eksportnyj-tur-ofitsijnyj-zapusk-osvitnih-program-u-kyyevi/

69 Гранти у сфері культури: у столиці відбувся Другий міжнародний ярмарок https://www.prostir.ua/?focus=hranty-u-sferi-kultury-u-stolytsi-vidbuvsya-druhyj-mizhnarodnyj-yarmarok

70 OECD. Query Wizard for International Development Statistics. https://stats.oecd.org/qwids/#?x=1&y=6&f=2:182,4:1,7:1,9:85,3:72,5:3,8:85&q=2:182+4:1,2+7:1+9:85+3:51,72+5:3+8:85+1:2+6:2013,2014,2015,2016,2017,2018.

ПРИВАТНІ ІНОЗЕМНІ ДОНОРИ

Важливо також зазначити внесок недержавних іноземних фондів. Хоча суми підтримки з їхнього боку менші за обсяги міжнародної технічної допомоги, вони часто підтримують ініціативи, які не входять до пріоритетів міждержавної підтримки. За даними бази даних грантів приватних фундацій США Foundation Directory Online в 2003-2019 роках було виділено 189 грантів в сфері мистецтва і культури, що стосувались України, на загальну суму $6927898. З них 3,9 млн дол. США (в рамках 3 грантів) на розкопки і збереження пам'яток Херсонесу в Україні та Мелопонте в Італії. 1,27 млн. дол. США (94 гранти) було залучено на підтримку Music Mission Kiev -насамперед на підтримку оркестру та хору духовної музики. Лише 1,7 млн дол. США було виділено на інші цілі.[71] Зокрема сучасна культура є серед пріоритетів роботи австрійського фонду ERSTE, міжнародний культурний обмін – серед пріоритетів німецького Фонду Роберта Боша, польська програма RITA, серед іншого, підтримує проекти, що стосуються культурної спадщини. Помітним проектом у сфері культури минулих років, де були задіяні приватні іноземні донори, був грант «Фонд Білла і Мелінди Гейтс» Українській бібліотечній асоціації розміром 25 млн. дол[72]. Гранти, надані бібліотекам у результаті конкурсу, пішли на створення в них комп'ютерних класів і забезпечення безкоштовним доступом до Інтернету.

*****

У 2015 - 2018 роках частка державних витрат на культуру в держбюджеті фактично залишалася на одному рівні (водночас, фінансування сфери культури займає значно більшу частку в бюджетах країн ЦСЄ).

Капітальні видатки становлять малу частку від видатків у сфері культури на місцевому рівні, що призводить до деградації культурних закладів.

Частка витрат домогосподарств на культуру, хоч і зростає, проте залишається низькою порівняно країнами ЦСЄ. Попит населення на культурний продукт можна оцінити як низький: половина дорослого населення України не відвідала жодного культурного заходу протягом останнього року. З одного боку, є об'єктивні обмеження у вигляді браку грошей, вільного часу та поганої культурної і транспортної інфраструктури. З іншого боку, тільки 9% населення зовсім не цікавляться культурними подіями. Тобто, дані вказують на потенціал попиту з боку населення за умови подолання згаданих обмежень.

Споживання культурного продукту залежить не стільки від фінансового стану, наявності часу та стану культурної і транспортної інфраструктури в регіонах, скільки від цінностей населення. Таким чином, важливе місце в державній політиці має відводитися пропаганді та комунікаціям, спрямованим на підвищення попиту і, відповідно, витрат на культурний продукт серед населення. Культура та мистецтво на п'ятому місці серед найбільш популярних сфер, у яких працюють українські благодійні організації. З точки зору державної політики, важливо, як мінімум, прибрати «спротив» державних органів при впровадженні благодійних програм.

Порівняно високий, за міжнародними мірками, індекс схильності до благодійності в Україні та те, якими мотивами при цьому керується населення, говорять про можливість (спів)фінансування яскравих місцевих культурних проектів під керівництвом лідерів, яким довіряє громада.

---

71 Див. Foundation Directory Online. https://fconline.foundationcenter.org/.

72 «Билл Гейтс дал денег украинским библиотекам». UBR. https://ubr.ua/ukraine-and-world/technology/ill-eits-dal-deneg-ukrainskim-bibliotekam-25270

3. ФІНАНСУВАННЯ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ У СВІТІ.

Розвиток сфери ККІ визначається багатьма чинниками, деякі з яких згадувалися раніше. Очевидно, що внесок кожного з них є різним, а тому для вироблення та реалізації відповідної державної політики ці чинники слід пріоритезувати за ступенем важливості. Для цілей цієї роботи ми скористаємось оцінкою важливості різних факторів, розрахованою для дванадцяти країн-членів ЄС.[73] Ці розрахунки допоможуть краще зрозуміти зміст та інструментарій сучасної політики сприяння розвитку сфери ККІ та будуть слугувати певним орієнтиром для України при прийнятті відповідних рішень.

Найбільший вплив на розвиток сфери ККІ мають приватні видатки в різних формах. Тобто, мова йде про те, що саме приватні кошти є порівняно найважливішим джерелом фінансування розвитку цього сектору. І це не дивно, адже значна частина видів діяльності у сфері ККІ має значний ринковий потенціал.

Такі фактори, як державні витрати на культуру, кількість патентів, кількість зайнятих у сфері науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських розробок, кількість студентів, які вивчають мистецтвознавчі та гуманітарні науки, так званий індекс толерантності мають середній вплив на розвиток сфери ККІ. Автори цитованого дослідження, у тому числі посилаючись на роботи інших дослідників, зазначають, що більш відкриті та толерантні громади легше та швидше сприймають зміни та адаптуються до них, що, серед іншого, може сприяти розвитку креативних індустрій.

Найменшим впливом на розвиток сфери ККІ відзначаються такі фактори, як зайнятість у креативному секторі економіки, експорт товарів та послуг, що продукують креативні індустрії, державні витрати на НДДКР та кількість людей із вищою освітою.[74]

На нашу думку, така класифікація факторів розвитку сфери ККІ має досить велике значення як свого роду орієнтир для вироблення відповідної політики та оцінки її ефективності. Але при цьому слід пам’ятати, що важливість одних і тих самих факторів для різних галузей ККІ може бути різною.

*****

ПОЛІТИКА СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ККІ

Питання державної підтримки тих чи інших секторів національної економіки в цілому та сфери культури й креативних індустрій зокрема сьогодні досить активно обговорюються всіма зацікавленими сторонами на національному та міжнародному рівнях. Зважаючи на тему роботи та той факт, що кожна країна має власну систему державної підтримки сфери ККІ, ми зупинимось на найбільш важливих елементах чинних систем такої підтримки.

Аналіз політики сприяння розвитку сфери культури та креативних галузей дозволяє виокремити такі особливості.

---

[73] Eugenija Martinaitytė, Rusnė Kregždaitė. The Factors of Creative Industries Development in Nowadays Stage. Economics & Sociology, Vol. 8, No 1, 2015, p. 68. // https://www.economics-sociology.eu/files/05_Martinaityte.pdf

[74] Дивись детальніше: Eugenija Martinaitytė, Rusnė Kregždaitė. The Factors of Creative Industries Development in Nowadays Stage. Economics & Sociology, Vol. 8, No 1, 2015, p. 68. // https://www.economics-sociology.eu/files/05_Martinaityte.pdf

1. Як правило, національна політика підтримки сприяння розвитку сфери культури та креативних галузей традиційно складається з чотирьох компонентів (Таблиця 3.1).

Таблиця 3.1. Національна політика сприяння розвитку сфери культури та креативних галузей: чотири складові.

Складові	Зміст (цілі) політики
1. Політика стимулювання попиту на відповідні товари та послуги.	Стимулювання споживання товарів та послуг культурно-креативного сектору в цілому та окремими соціальними групами зокрема.
2. Політика стимулювання пропозиції відповідних товарів та послуг.	Державна підтримка галузей та сфер із політичних (відновлення та збереження культурного спадку) та економічних міркувань (складність залучення приватних коштів тощо).
3. Системоутворююча політика.	Посилення зв'язків між економічними агентами, які оперують у секторі (наприклад, система ваучерів для придбання певних специфічних товарів та послуг).
4. Політика розвитку людського капіталу.	Забезпечення потреб сектору кадрами відповідної кваліфікації (освіта). Стимулювання розвитку науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок у сфері культури та креативних галузей та суміжних галузях.

Джерело: Benavente, José Miguel; Grazzi, Matteo Public Policies for Creativity and Innovation: Promoting the Orange Economy in Latin America and the Caribbean. IDB,September 2017, pp. 33-36. https://publications.iadb.org/en/public-policies-creativity-and-innovation-promoting-orange-economy-latin-america-and-caribbean

Ця схема дає досить точне уявлення про те, якою має бути політика сприяння розвитку сфери ККІ суто у функціонально-технічному плані. При цьому зазначимо, що всі складові мають бути узгоджені між собою. Що стосується змісту (цілей) політики, то тут треба зауважити таке. По-перше, на нашу думку, до першої складової слід також віднести й просування національних культурно-креативних товарів та послуг за кордоном. По-друге, реалізація тих чи інших заходів вимагає певних коштів. По-третє, реалізація кожної з цілей може мати різний соціально-економічний ефект, і цю обставину слід враховувати при формулюванні очікуваних результатів та механізмів їх досягнення. І наостанок. Ця схема може бути використана для планування та аналізу політки не тільки на національному, але й на місцевому рівні.

2. Політика сприяння розвитку сфери культури та креативних галузей розглядається в тісному зв'язку з політикою розвитку МСП та інноваційною політикою. Як ми писали раніше, у секторі культури та креативних галузей домінують мікро-, малі та середні підприємства, самозайняті професіонали, а вони стикаються практично з тими ж проблемами, що й «звичайні» МСП. Що стосується інновацій, то йдеться про максимізацію інноваційного внеску сфери культури та креативних галузей в економіку та адаптацію інновацій сферою культури та креативними галузями.

3. Зростання ролі регіонів та міст у розвитку сфери культури та креативних галузей і, відповідно, важливості регіональної (місцевої) політики. Це пояснюється тим фактом, що регіони та міста розглядають сферу культури та креативних галузей як важливий інструмент регіонального (місцевого) розвитку в цілому та відновлення економічної активності депресивних регіонів.

Як зазначається в Зеленій книзі ЄС, «розкриття потенціалу креативних індустрій», «потенціал ККІ (2010) усе більше та більше замінюються креативними громадами, ресурсами яких є спроможність «уявляти, винаходити, творити».[75]

4. Визнання важливості ефективної співпраці між владою (перш за все місцевою) та громадянським суспільством у процесі формування відповідної політики та реалізації ініціатив громадських активістів.

5. Узгодження загальнонаціональної політики зі створення єдиного регуляторного поля з регіональною (місцевою) політикою, яка враховує місцеві чинники та особливості розвитку сфери ККІ на конкретній території та безпосередньо взаємодіє з економічними агентами.

6. Сприяння формуванню культурних та креативних екосистем як мета політики.

7. Державна політика, як правило, спрямована на створення умов для адекватного фінансування потреб розвитку сфери культури і використовує різні інструменти політики в залежності від джерела коштів (державне фінансування, приватні кошти, власні доходи економічні агенти).

8. Сьогодні практично всі **країни концентрують свої зусилля на створенні умов для залучення приватних коштів** (інвестицій) та **стимулюванні закладів культури, безпосередньо залучаючи кошти благодійників та збільшуючи власні доходи.**

9. Якщо в Європі (передусім у ЄС) головним агентом політики фінансової підтримки сфери культури та креативних галузей є держава (уряд), то в США значно більше уваги приділяється ринковим механізмам підтримки та фінансування сектору.

10. Удосконалення методів статистичної та економічної оцінки стану та динаміки розвитку сфери ККІ.

11. Як свідчить практика, **більшість звернень за позиками мають на меті закрити фінансові розриви** (на період очікування інших коштів – субсидій, тощо) отримання коштів для попереднього фінансування тих чи інших проектів. Водночас, сфера культури та креативні індустрії мають обмежений доступ до середньо- та довгострокового фінансування.[76]

12. У багатьох країнах світу представники сфери ККІ можуть скористатися програмами підтримки МСБ, схемами венчурного фінансування тощо. Інакше кажучи, ідеться про використання, так би мовити, горизонтальних інструментів політики.

13. Країни ЄС можуть скористатися програмами підтримки сфери ККІ, що реалізуються на рівні інтеграційного об'єднання, причому доступ до них за певних умов можуть мати і треті країни.

14. Важливим елементом політики сприяння розвитку сфери ККІ є заходи імміграційної політики з тим, щоб залучити відповідних фахівців та професіоналів з-за кордону (конкуренція за таланти).

---

75 Див. детальніше: EU Commission. Green Paper "Unlocking the potential of cultural and creative industries". Brussels, 27.4.2010 COM(2010) 183 final // https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-en

76 EU. Survey on access to finance for cultural and creative sectors. Evaluate the financial gap of different cultural and creative sectors to support the impact assessment of the creative Europe programme. October 2013, page 7 // https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/access-finance_en.pdf

ФІНАНСУВАННЯ СФЕРИ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Кожна країна має власну систему сприяння розвитку ККІ у цілому та фінансування цього сектору зокрема. Ці особливості полягають у тому, як використовуються стандартні прямі та непрямі інструменти підтримки та які саме специфічні джерела фінансування має та чи інша країна.

У Таблиці 3.2 наведено всі джерела фінансування сфери ККІ у галузевому розрізі на прикладі Франції.

Таблиця 3.2. Джерела фінансування окремих галузей ККІ (Франція)

% респондентів	Образотворче мистецтво	Виконавські види мистецтва	Культурна спадщина	Видавничий сектор	Аудіовізуальний сектор	Ремесла	Загальна кількість підприємств культурних	Підприємства інших секторів
Банківські позики	8,09	19,69	39,39	20,44	23,29	27,9	19,14	27,48
Залучення зовнішніх коштів	6,37	15,69	0	9,78	11,64	13,52	10,43	9,12
Публічне фінансування	29,29	20,92	21,21	30,66	31,57	47,42	31,92	27,13
Субсидії	2,33	4,00	9,09	4,38	2,85	6,01	3,71	1,96

Примітка: ця таблиця складена на основі опитування представників відповідних галузей.

Джерело: GREFFE, X. SIMONNET,V. "Les Enterprises Culturelles sont-elles Soutenables?"// Revue d'Economia Politique, 2010/1 Vol 120. Pag 57-86

Ці дані потребують окремого аналізу, який би враховував особливості саме Франції (історичні, економічні, політичні, культурні тощо), але вони досить добре ілюструють структуру саме отриманого фінансування відповідними галузями культури та креативними індустріями.

ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ МСП, ЩО ДОСТУПНІ ПЕРВИННИМ ЕКОНОМІЧНИМ АГЕНТАМ ТА ПРЕДСТАВЛЯЮТЬ СФЕРУ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ

До переліку цих інструментів традиційно відносяться гранти та ваучери, податкові пільги, кошти, зібрані шляхом цільових податків, та деякі специфічні інструменти, які застосовуються в окремих країнах ЄС.

Гранти є формою прямого надання бюджетних коштів із метою реалізації певних цілей державної політики. Зазвичай, такі гранти призначені для збільшення конкурентоспроможності певних секторів чи компаній і часто видаються на конкурсній основі через національні культурні фонди, мистецькі ради (Arts Councils) або інші подібні організації.

Слід зазначити, що національні культурні фонди в країнах Центральної та Східної Європи переважно фінансуються за державний кошт, тоді як аналогічні структури в Західній Європі можуть отримувати фінансування з декількох (у тому числі) і приватних джерел.[77]

Окремо слід зазначити, що гранти можуть надаватися для покриття частини витрат (часткова участь держави), тобто передбачається пропорційне фінансування проекту одночасно з двох-трьох джерел, серед яких, окрім державних коштів, можуть бути, наприклад, і власні доходи, кошти спонсорів або пожертви.

Ваучери (у деяких країнах – креативні, інноваційні або підприємницькі ваучери) – це фактично фінансовані державою невеликі гранти, які надаються урядом малому і середньому бізнесу для придбання певних послуг. Наприклад, ваучери можуть бути використані для оплати послуг з маркетингу та e-commerce (включаючи розробку та підтримку веб-сайтів, онлайн-магазинів, мобільних додатків, реклами онлайн), консультацій щодо бізнес-стратегії, прав інтелектуальної власності, управління, дизайну тощо.

Досвід застосування ваучерних схем доводить, що успішність їх використання багато в чому залежить від комунікації про типи проектів, які планується підтримувати в рамках цієї схеми. До того ж, важливим стимулом ефективного використання цих схем бенефіціарами є нагородження тих, хто реалізував особливо вдалі проекти. Таке стимулювання є інструментом позитивної пропаганди відповідних схем та розробки й реалізації проектів на стику між креативними та традиційними галузями.[78]

Ще одним варіантом застосування ваучерів є їх роздача певним категоріям населення для придбання культурного продукту або послуги з тим, щоб заохотити людей більше цікавитись культурою в широкому розумінні цього слова та стимулювати споживання відвідних товарів та послуг культурного призначення.

Слід зазначити, що ваучерні схеми можуть застосовуватись у різних форматах, а саме:

1. aws Creative Industries Voucher/Kreativwirtschaftsscheck (Австрія). Ваучер Creative Awards видається у вигляді грантів на суму до 5000 євро та дає змогу МСП з усіх галузей скористатися послугами креативних агентств у рамках інноваційного проекту. Мета схеми – стимулювати інновації, особливо в традиційних секторах, через співпрацю з креативними індустріями.

З початку реалізації цього ваучерного проекту у 2013 році більше 1 200 компаній скористалися цим ваучером, а Міністерство економіки надало для цього 6 млн. євро. Наприклад, за допомогою такого ваучера «традиційна» кондитерська розробила сучасний інтернет-магазин та інструмент для розробки покупцями власного дизайну тортів та інших солодощів. Постачальником творчих послуг стала компанія DiCube, що спеціалізується на технологічних веб-додатках та графічному дизайні. DiCube також допоміг з інтернет-маркетингом та ноу-хау в електронній комерції. Тепер покупці можуть створити власний торт і замовити його через Інтернет з доставкою по країні поштою.[79]

---

77 Financing the Arts and Culture in the European Union: Study. 2006. http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL-CULT_ET%282006%29375309

78 Towards more efficient financial ecosystems. Innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS) : good practice report. Study. 2016. https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f433d9df-deaf-11e5-8fea-01aa75ed71a1

79 Там же.

6. Міністерство культури Словаччини видавало ваучери (кожен вартістю приблизно 6 євро) на відвідання певних культурних закладів школярам та шкільним викладачам.[80] У списку культурних закладів, які брали участь у проекті, були переважно державні організації, але також і певна кількість приватних установ. Схема полягала в тому, що держава відшкодувала закладам вартість ваучерів, якими розраховувались їхні власники у відповідних закладах культури.

Ця схема також відноситься до інструментів стимулювання попиту на товари та послуги культурного призначення.

Практично всі країни використовують такий інструмент підтримки сфери ККІ як **податкові пільги**. Податкові пільги включають у себе зниження або встановлення нульової ставки податку або звільнення від сплати податків. Ці пільги мають на меті стимулювати первинних економічних агентів займатись певною діяльністю протягом визначеного періоду, тобто йдеться про стимулювання пропозиції.

Ці пільги бувають таких видів:

- податкові пільги (звільнення від сплати податку або сплата податку за зниженою чи нульовою ставкою) для підприємств, установ або самозайнятих осіб, що працюють у сфері культури (наприклад, пільга для податку на прибуток підприємств);
- податкові пільги та податкові кредити для компаній та фізичних осіб, що надають або інвестують кошти в культурну сферу (наприклад, зменшений податок на спадщину в західноєвропейських країнах);
- зменшена ставка ПДВ на культурні продукти та послуги.

Кошти, отримані від цільових податків, зазвичай спрямовуються на підтримку окремих культурних сфер (наприклад, на збереження культурних пам'яток). Зокрема, такий податок стягується в Польщі, де ті виробники літературних, музичних, художніх, фотографічних та картографічних продуктів, які за законом не повинні сплачувати жодних зборів, пов'язаних з авторськими правами (за строком давності), замість цього сплачують 5% валового доходу у Фонд підтримки художньої творчості. Цей Фонд надає стипендії, субсидії для публікацій та гранти людям творчих професій.[81]

Приклади подібних схем працюють у різних країнах Західної Європи (виняток становить податок на торгівлю книжками). Так, податок на прибуток нових телевізійних каналів, у тому числі кабельного й супутникового телебачення, спрямовується на підтримку кіно-, аудіо-, відеопродукції; податок із театрально-концертної діяльності – на підтримку театрального мистецтва тощо.[82]

Слід окремо зазначити, що податкові пільги, які надаються сфері ККІ, можуть набувати двох функціональних форм: стимулювання виробництва культурних продуктів та послуг та стимулювання приватних інвесторів вкладати кошти у відповідні сектори.[83]

---

80 Encouraging Private Investment in the Cultural Policy. Sector Study. 2011. http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/460057/IPOL-CULT_ET%282011%29460057_EN.pdf

81 Encouraging Private Investment in the Cultural Policy. Sector Study. 2011. http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/460057/IPOL-CULT_ET%282011%29460057_EN.pdf

82 Дубок І. П. Джерела фінансування сфери культури в Україні та напрями їх розширення / І. П. Дубок // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. - 2015. - № 2. - С. 63-70. http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2015/06/10.pdf

83 Promoting Investment in the Cultural and Creative Sector: Financing Needs, Trends and Opportunities Report prepared for ECCE Innovation – Nantes Métropole, p. 6.

ІНШІ ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ

У деяких європейських країнах, крім названих раніше інструментів, існує так званий «Закон одного відсотка» (або «Закон двох відсотків»), згідно з яким фізичні особи можуть спрямовувати відповідно 1-2% усіх сплачених податків за попередній рік на підтримку неурядових організацій, що працюють у різних сферах, включаючи сферу культури.[84] Такий принцип особливо розповсюджений у країнах Центральної та Східної Європи (зокрема він діє в Угорщині, Польщі, Словаччині, Словенії, Румунії, Литві), але також трапляється і в інших європейських країнах (зокрема в Італії).[85]

У Великій Британії в рамках схем UK's Enterprise Investment scheme та Seed Enterprise Investment Scheme пропонуються **податкові пільги венчурним інвесторам**, які купують нові акції малих та середніх підприємств, у тому числі і нещодавно створених. Традиційно від таких податкових пільг виграють МСБ, які працюють у сфері кіновиробництва, розробки комп'ютерних ігор та програмного забезпечення. Додатково до податкових пільг уряд Великої Британії також пропонує податкові кредити для окремих сфер культури, таких як кіновиробництво, створення високоякісних телевізійних, розважальних та дитячих програм, створення відеоігор та підтримку оркестрів.

Внески, що підлягають відшкодуванню (repayable contributions), або «субсидія + кредит», є інструментом, який використовується в Іспанії з метою збільшення зайнятості у сфері культури та збільшення аудиторії культурних проектів. Проект отримує фінансування, сума якого складається з субсидії та внеску, який має бути повністю або частково повернутий, залежно від результатів діяльності в період використання такої фінансової допомоги.

На відміну від грантів така схема стимулює компанію-бенефіціара концентруватися на економічних параметрах проекту, включаючи окупність інвестиційних витрат та рентабельність. Недоліком цього інструменту є обов'язкове надання гарантії (як варіант – особистої) на певну частку суми, яку отримує бенефіціар.

Організації, які пропонують широкий спектр інструментів за принципом «єдиного вікна». Це спеціалізовані інституції, які пропонують різноманітні портфелі фінансових інструментів у різних країнах ЄС. Серед таких організацій слід назвати Creative England (Велика Британія), Cultuur & Ondernemen (Нідерланди), Hamburg Kreativ Gesellschaft (Німеччина).

У цілій низці європейських країн **кошти, отримані від державних лотерей**, є важливим джерелом фінансування культури (при цьому в кожній країні по-своєму вирішують, у яку саме підгалузь і в якому обсязі спрямувати відповідні надходження).[86]

В окремих країнах ЄС **міська влада зобов'язує будівельні компанії відраховувати 1% вартості проекту** на мистецький компонент у певному будинку або біля нього.

---

84 http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2006/375309/IPOL-CULT_ET(2006)375309_EN.pdf

85 Encouraging Private Investment in the Cultural Policy… http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/460057/IPOL-CULT_ET%282011%29460057_EN.pdf

86 Financing the Arts and Culture in the European Union … http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2006/375309/IPOL-CULT_ET(2006)375309_EN.pdf

ПРИВАТНЕ ПОЗИКОВЕ ТА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ФІНАНСУВАННЯ

Останнім часом національні уряди приділяють усе більше уваги залученню приватних позикових та інвестиційних коштів у сферу ККІ. Але поки що, крім окремих винятків, цей процес розвивається досить повільно. Це пояснюється цілою низкою факторів (Таблиця 3.3).

Таблиця 3.3. Приватні інвестори та сектор ККІ: що заважає співпраці

Приватні інвестори	**Сфера культури та креативні індустрії**
Низька спроможність культурно-креативного сектору адекватно аналізувати ризики та можливості.	Нерозуміння культурно-креативними компаніями особливостей функціонування фінансового ринку та упереджене ставлення до приватних інвесторів.
Відсутність можливостей компаній забезпечити необхідні гарантії (застава тощо).	Неспроможність культурно-креативного сектору узгодити свої базові інтереси та спільно відстоювати їх.
Обмеженість (відсутність) достовірної інформації про стан та перспективи розвитку певного сектору в цілому та окремих компаній зокрема.	Недостатня поінформованість про наявні фінансові можливості та практики залучення приватних коштів.
Високий рівень залежності окремих секторів (компаній) від державної підтримки, що дестимулює пошуки приватного фінансування.	Обмеженість фінансових інструментів, якими могли б скористатися представники сфери ККІ.
Низький рівень розуміння приватними інвесторами галузі ККІ як сфери інвестування.	Брак відкритої інформації про доступність коштів
Складність адекватно оцінити ринкові перспективи того чи іншого продукту, адже, зазвичай, про них можна говорити лише після виходу продукту на ринок.	

Джерело: Promoting Investment in the Cultural and Creative Sector: Financing Needs, Trends and Opportunities Report prepared for ECCE Innovation – Nantes Métropole, p. 6.

Очевидно, що цей момент слід врахувати при розробці відповідної політики для України.

*****

Загалом, використання інструментів державної підтримки розвитку сфери ККІ можна охарактеризувати таким чином:

1. Зазвичай використовується комбінація з прямих (наприклад, гранти, ваучери) та непрямих (наприклад, податкові пільги) інструментів підтримки.

2. Ці стандартні інструменти, у свою чергу, в окремих країнах можуть поєднуватись із різного роду інноваційними інструментами фінансування та зі специфічною для такої країни мобілізацією коштів для розвитку сфери ККІ («закон одного відсотка», комбінація «субсидія + кредит», кошти лотерей тощо).

3. Досить часто державна допомога надається на конкурсній основі.

4. Порівняно нові інструменти фінансування стимулюють підприємців у сфері культури приділяти

особливу увагу економічним параметрам діяльності та/або паралельно шукати альтернативні джерела фінансування.

При цьому, міжнародний досвід показує, що, коли держава бере на себе роль посередника (самостійно або за допомогою бізнес-інкубаторів або разом з іншими посередниками), то це допомагає нівелювати інформаційну асиметрію, що властива для взаємин між сферою культури та креативними індустріями з одного боку та фінансовими ринками з іншого.

Використання тих чи інших інструментів фінансування залежить від стадії розробки культурного продукту. У Таблиці 3.4 наведено орієнтовний перелік інструментів фінансування, якими можуть скористатися первинні економічні агенти на різних етапах створення відповідного товару чи послуги. У цьому випадку мова йде переважно про продукти та послуги, які виробляються або надаються та споживаються в масових масштабах.

Таблиця 3.4. Основні інструменти підтримки проектів у сфері ККІ на різних стадіях розробки культурного продукту або послуги.

Стадія проекту	Найбільш розповсюджені фінансові інструменти		Очікуваний результат
Розробка ідеї	Гранти/ субсидії	• Мікрофінансування • Краудфандинг з винагородою • Краудфандинг з використанням власного капіталу • Ваучери	Розуміння підприємцем того, чи проект є життєздатним (ідею можна матеріалізувати до форми продукту чи послуги, цей продукт чи послуга має свого споживача тощо)
Розробка продукту/ послуги		• Краудфандинг • Бізнес-ангели • Венчурні інвестиції/інкубатори • Позики • Внески, що підлягають відшкодуванню • Гарантії	Готовий продукт або послуга з уточненими характеристиками
Реалізація проекту		• Позики • Внески, що підлягають відшкодуванню • Гарантії	Запуск проекту в масове виробництво
Подальший розвиток проекту			Підтримка та розвиток існуючого продукту/ послуги

Джерело: власна розробка.

РОЗДІЛ 4. ЯК СПРИЯТИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ: ЩО ТА ХТО МАЄ РОБИТИ.

4.1. ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ККІ: ВИМІРИ ТА ЧИННИКИ.

В ідеалі політика у сфері культури повинна мати чотири основні виміри, а саме: соціальну інклюзивність, економіку, навколишнє середовище та культуру.[87] Кожний із цих вимірів має конкретний економічний зміст. Але, зважаючи на тему роботи, у цьому розділі ми обмежимось сферою економічної політики.

Національні уряди розробляють та реалізують відповідні політики з тим, щоб максимальною мірою реалізувати економічний потенціал сфери ККІ цієї галузі. Аналіз такого досвіду дає можливість визначити основні тренди втручання держави в розвиток сфери ККІ та сформулювати рекомендації щодо відповідної політики. Водночас, кожна країна має свої особливості стимулювання розвитку сфери ККІ. Скориставшись цими напрацюваннями, ми сформулюємо бачення (ідеологію) відповідної політики з урахуванням специфіки України.

Національні системи сприяння розвитку сфери ККІ та відповідна система інституцій, які розробляють та реалізують відповідну політику, створювались протягом певного часу. При цьому слід зазначити, що застосування тих чи інших інструментів такої політики ставало реально можливим за певних об'єктивних умов, причому деякі з цих умов не можна створити виключно засобами економічної політики.

У практичному плані це означає, що формування системи сприяння розвитку сфери культури та креативних індустрій як галузі економіки потребує певного часу та послідовної політики і не може бути здійснено вольовим рішенням згори. До того ж, такі системи не створюються раз і назавжди, а постійно перебувають у процесі трансформації.

Прикладом цього є ситуація із запровадженням державно-приватного партнерства в Україні: попри прийняття у 2010 році спеціального Закону України «Про державно-приватне партнерство», цей механізм співпраці «між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами ... та юридичними особами або фізичними особами-підприємцями (приватними партнерами)» поки що не отримав очікуваного розповсюдження.[88]

Одразу зазначимо, що ефективність політики сприяння розвитку сфери ККІ залежить від цілого ряду внутрішніх та зовнішніх чинників, серед яких слід назвати такі (нумерація не відображає важливості чинника):

1. Рівень економічного розвитку країни, який, серед іншого, визначає національну економічну спроможність у плані фінансування відповідної політики та рівень добробуту суспільства (фактично йдеться про платоспроможний попит населення, у тому числі на культурні товари та послуги).

2. Якість та особливості національної системи врядування (інституційна спроможність уряду, процеси та процедури прийняття відповідних рішень, розподіл владних повноважень між центральним урядом та регіонами тощо).

---

87 Див. детальніше UCLG. Culture and sustainable development: examples of institutional innovation and proposal of a new cultural policy profile. 2009 // http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/en/z_report_4_full_report.pdf

88 Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, N 40, ст.524)

3. Рівень та особливості інтеграції країни в міжнародні потоки товарів, капіталів, послуг, робочої сили та міжнародні системи регулювання тих чи інших сфер (міжнародні зобов'язання країни, участь у роботі відповідних міжнародних організацій тощо).

4. Особливості розвитку національного банківського сектору та ринку фінансових послуг (потенційні можливості недержавного фінансування сфери ККІ).

5. Коротко-, середньо- та довгострокові пріоритети соціально-економічного розвитку країни (ідеться про реальне місце, яке займає розвиток сфери ККІ в системі національних пріоритетів, що реалізуються через відповідні стратегії).

6. Загальносвітові тенденції розвитку сфери ККІ культури та національні політики сприяння розвитку цього сектору в інших країнах світу. Мова йде про необхідність адекватного реагування на відповідні виклики та проблеми в такий спосіб, щоб максимально повно скористатись потенціалом сфери ККІ в цілому та, зокрема, посилити національну конкурентоспроможність у цій сфері.

7. Особливості національної культурної спадщини в широкому розумінні цього терміну.

8. Політична ситуація та безпека в країні, в регіоні та у світі. Для України таким чинником є анексія Криму та російська агресія на Сході країни.

9. Особливості демографічної ситуації в країні, етнонаціонального складу населення тощо.

10. Географічне розташування країни.

11. Цифрова революція, яка веде до фундаментальної трансформації зміни сфери культури в широкому розумінні цього терміну. Діджиталізація впливає як на споживання, так і на виробництво культурних продуктів та послуг.

12. Глобалізація як чинник зростання відкритості національних економік, взаємодії національних культурних процесів та міжнародної мобільності талантів та працівників сфери, передусім у сфері культурних індустрій. Важливим наслідком глобалізації є посилення міжнародної конкуренції у сфері культури та креативних галузей як за споживача культурних товарів та послуг, так і за приватні інвестиції для комерційно привабливих та іміджевих культурно-креативних проектів та таланти.

13. Зважаючи на серйозну увагу урядів до розвитку сфери ККІ, ми можемо говорити про свого роду **конкуренцію відповідних політик та регуляторних режимів.**

14. В Україні лише формуються системи підтримки розвитку МСБ та інноваційної діяльності в цілому (інституції та інструменти), тому держава має обмежені можливості підтримувати сферу культури та креативні галузі в такий спосіб, як це роблять розвинуті країни.

При цьому зазначимо, що деякі з цих чинників та їхній вплив мають постійний (незмінний) характер, а деякі змінюються з часом, тому механізм та наслідки дії кожного з них потребують постійного аналізу.

4.2. ДЕРЖАВА ТА РОЗВИТОК ККІ: ЗАГАЛЬНИЙ ПІДХІД.

Розвиток ККІ має стати реальним загальнонаціональним пріоритетом державної політики, реалізація якого здійснюється як на загальнонаціональному, так і на регіональному (місцевому) рівні. Це означає:

а) **при розробці відповідних документів політики** слід завжди враховувати їхній вплив на розвиток ККІ з тим, щоб максимальною мірою реалізувати їх економічний потенціал (розвиток ККІ як свого роду горизонтальний пріоритет);

б) **розбудову інституційної спроможності** на центральному та регіональному (місцевому) рівнях влади адекватно реагувати на виклики та проблеми, пов'язані з розвитком ККІ з метою отримання відповідних соціально-економічних ефектів;

в) **розробку системи фінансування** розвитку ККІ, яка б органічно включала державне та приватне фінансування та доходи відповідних економічних агентів від власної виробничо-комерційної діяльності;

г) **створення умов на національному та регіональному рівнях** для залучення іноземного капіталу у сферу ККІ та підвищення привабливості України як майданчика для реалізації міжнародних проектів у сфері ККІ.

На нашу думку, суто в технологічному плані (тобто з позицій сприяння розвитку ККІ) у сфері розвитку ККІ держава повинна виконувати такі функції (Див. Таблиця 4.1).

Таблиця 4.1. Культура та креативні індустрії: роль держави.

1. Адвокація та публічне просування сектору	Мова йде про утвердження сприяння сфери розвитку ККІ як загальнонаціонального пріоритету. Адвокація політики створення сприятливих умов для розвитку ККІ. Адвокація вигід інвестування в цей сектор.
2. Економічна оцінка сектору ККІ	Оцінка внеску сфери культури в економічний розвиток країни та регіонів, економічних процесів, які відбуваються в секторі.
3. Створення та розвиток регуляторного середовища	Створення норм та правил, які регулюють функціонування культурно-креативної сфери та суміжних галузей економіки.
4. Розробка та реалізація програм підтримки розвитку ККІ	Цільова підтримка відповідних секторів ККІ з метою реалізації відповідних суспільних політичних, соціальних та економічних інтересів.
5. Сприяння розвитку обміну кращими практиками	Держава як агент розповсюдження кращого досвіду та знань (ментор та оператор відповідних інформаційних потоків).
6. Розвиток діалогу між усіма зацікавленими сторонами	Держава як модератор та активний учасник дискусій із ключових питань розвитку ККІ.
7. Участь у міжнародних механізмах регулювання розвитку сфери культури та креативних галузей	Представництво інтересів України в міжнародних організаціях, участь у виробленні відповідними організаціями правил та процедур, які так чи інакше стосуються розвитку та функціонування сфери ККІ (Україна як активний розробник правил та процедур (rule-maker), а не тільки виконавець відповідних домовленостей (rule-taker).

4.3. ПРИНЦИПИ ТА НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ККІ.

1. Суспільні інтереси як центр політики. Державна політика у сфері ККІ в кінцевому підсумку має бути спрямована саме на суспільство, а не культурну індустрію, творців (митців) чи культуру як таку.[89]

2. Комплексний підхід. Державна політика має так чи інакше охоплювати весь, так би мовити, технологічний цикл культурно-креативної діяльності, а саме: творчість (creation), виробництво продукту (production), розповсюдження – торгівля (dissemination-trade), збереження (preservation) та освіта – професійна підготовка – менеджмент (education-training-management).[90] На кожному етапі держава може використовувати прямі та непрямі інструменти сприяння розвитку ККІ.

3. Зв'язок з іншими політиками. Політика розвитку ККІ має бути тісно пов'язана з державними галузевими політиками у сфері розвитку МСБ, освіти та професійно-технічної підготовки, розвитку інновацій та політики державної допомоги.

Вставка. 4.1. Експортна стратегія України («дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки

У грудні 2017 року уряд схвалив Експортну стратегію України на 2017-2021 роки та план завдань і заходів з її реалізації на відповідний період.

Експортна стратегія також визначила перспективні сектори економіки для розвитку експорту. Серед них були названі креативні індустрії та туризм. Ще однією пріоритетною сферою було названо також сектор інформаційних та комунікаційних технології, який тісно пов'язаний із функціонуванням окремих креативних індустрій.

У стратегії зокрема вказано, що наразі сектори креативних індустрій та туризму перебувають на етапі формування і потребують комплексної інституційної підтримки для того, щоб стати конкурентоспроможними на зовнішніх ринках. План заходів із реалізації Експортної стратегії передбачав розробку і затвердження спеціальних стратегій для названих галузей. У 2018 році тоді ще Мінекономрозвитку провело три раунди національних консультацій із розробки відповідних експортних стратегій. Але ця робота поки не отримала свого логічного завершення, а виділення ККІ мало «випадковий» характер.

Джерело: Розпорядження, КМУ від 27 грудня 2017 р. №1017-р https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-р*;* http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=5f7b32e6-8a89-4615-aa16-8219bd511e8f&title=MinekonomrozvitkuRozpochaloPershiNatsionalniKonsultatsiiZRozrobkiSektoralnikhTaKrossektoralnikhEksportnikhStrategii*; Мінекономрозвитку проводить Треті національні консультації з розробки експортних стратегій. 13.11.2018.* http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=1b9a4ca2-c460-4398-8c37-04ea3c8fb9ac&title=MinekonomrozvitkuProvoditTretiNatsionalniKonsultatsiiZRozrobkiEksportnikhStrategii&isSpecial=true

4. Ефективність та узгодженість. Сучасний рівень розвитку української економіки обмежує можливості прямого державного фінансування сфери ККІ. Тому питання ефективності використання державних коштів, надання різного роду пільг має бути одним із вихідних принципів державної політики. З іншого боку, ці витрати мають бути пов'язані з державними витратами в інших дотичних до сфери ККІ секторів економіки.

---

89 Rausell Köster (coord), Pau; Abeledo Sanchís, Raül; Boix Sempere, Rafael; Marco Serrano, Francisco; alli., e Culture as a factor for economic and social innovation, Project report, Tome 01, 2012, p. 13 // https://www.uv.es/soste/pdfs/Sostenuto_Volume1_ENG.pdf

90 European Statistical System Network on Culture. Final Report, 2012, page 48 // https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf

5. Інституційний розвиток уряду в широкому розумінні цього слова. Мається на увазі розбудова інституційних спроможностей держави розробляти та реалізовувати відповідну політику щодо розвитку ККІ. Зокрема мова йде про чітке розмежування функцій вироблення та реалізації державної політики між різними органами державної влади.

6. Регулярний (бажано) незалежний моніторинг державної економічної політики у сфері ККІ (зокрема використання пільг тощо).

7. Адекватне усвідомлення динаміки й особливостей явищ та процесів, які відбуваються у сфері ККІ.

Ефективність політики багато в чому залежить від того, наскільки адекватним є розуміння змістовних та економічних процесів, які відбуваються у сфері ККІ, а це потребує цілого ряду досліджень, зокрема:

- сфера ККІ: оцінка тіньової виробничо-комерційної діяльності;
- приватне благодійництво у сфері ККІ: масштаби, тенденції та особливості в різних секторах та регіонах;
- інструменти підтримки у сфері ККІ: оцінка ефективності;
- зайнятість у сфері ККІ України: масштаби, форми, тенденції;
- попит на культурно-креативні товари та послуги: преференції українського суспільства;
- Україна: динаміка та особливості експорту товарів та послуг, які виробляються у сфері ККІ;
- сфера ККІ: розробка політики та її реалізація на регіональному (місцевому) рівні;
- сфера ККІ: регіональний вимір.

Вставка 4.2. Індустрія розвитку ігор в Україні: аналіз ринку приватними компаніями.

У 2018 році дві компанії UNIT.City (перший інноваційний парк в Україні) та Achiever's Hub (платформа для інді-команд, інвесторів, паблішерів та професіоналів геймдева), провели перше дослідження сектору розробки ігор. Дослідження Game Development in Ukraine: Industry Guide 2018 базується на аналізі даних більше 70 найбільш активних українських компаній сектору, у якому сьогодні зайнято більше 20000 працівників.

Такого роду дослідження, які здійснюються самими учасниками ринку, є важливим джерелом інформації та свідчать про певний рівень самоорганізації галузі та появу і розвиток недержавних інституцій розбудови галузі розробки ігор.

Джерело: Game Development in Ukraine: Industry Guide 2018. https://42.unit.city/gamedev/guide2018

За певних умов такі дослідження могли б здійснюватися у співпраці із зацікавленими професійними організаціями та об'єднаннями, які працюють сьогодні у сфері культури.

4.3.1. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТАТИСТИКИ ККІ.

1. Стратегічна мета: створити повноцінну базу кількісних показників розвитку ККІ для використання в процесі розробки та реалізації відповідної політики. Водночас, статистика культури має також велике значення для оцінки розвитку інших галузей, які, у свою чергу, мають суттєве значення для розвитку культурно-креативного сектору економіки. Так, ЄС рекомендує своїм членам для оцінки використання ІКТ громадянами в культурних цілях налагодити регулярний збір даних щодо:

- відвідування новинних сайтів (газети або журнали);
- ігри в онлайн або завантаження через інтернет ігор, зображень, фільмів або музичних творів;
- прослуховування веб-радіо;
- створення вебсайтів або блогів;
- використання ресурсів ВІКІ.[91]

2. Уряд та бізнес мають спільно виробити кроки з тим, щоб підвищити рівень прозорості функціонування сфери ККІ, що дасть можливість, серед іншого, зробити їх більш привабливими саме як галузі національної економіки і для потенційних працівників (зміст та умови праці, перспективи), і для інвесторів (ризики).

3. Потрібно **запровадити практику періодичних оглядів** різних секторів ККІ.

4.3.2. ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: РОЗБУДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ТА МІЖНАРОДНО ВИЗНАНОЇ СИСТЕМИ.

Ефективна система захисту прав інтелектуальної власності має велике значення як для залучення інвестицій в Україну в цілому та сферу ККІ зокрема, так і як стимул для національних виробників розвивати бізнес саме в Україні, а не мігрувати за кордон. Іншим ефектом посилення захисту прав інтелектуальної власності стане збільшення надходжень від експорту відповідних товарів та послуг, роялті тощо.

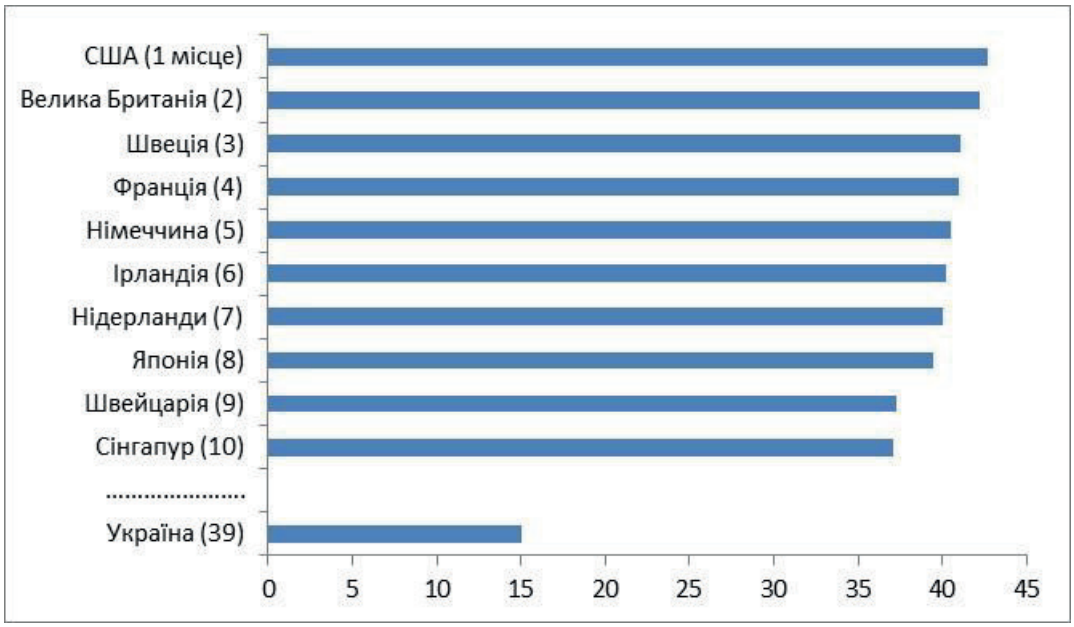
Необхідність реформ в Україні у сфері інтелектуальної власності підтверджують міжнародні рейтинги. Зокрема, у 2019 році Україна отримала 15,05 балів (зі 45 максимально можливих) і посіла 39 місце серед 50 розглянутих країн (див. Рисунок 4.1) у Міжнародному індексі інтелектуальної власності Торгової палати США (U.S. Chamber International IP Index. Такий результат майже у 2 рази нижчий від середнього показника для регіону та втричі нижчий ніж у топ-5 країнах. Індекс вказує на проблеми з охороною та захистом авторських і суміжних прав, зокрема через недостатній захист прав інтелектуальної власності в інтернеті.[92] Крім того, онлайн піратство може загрожувати отриманню винагороди українськими виробниками культурного продукту на рідному ринку.

---

[91] Culture statistics, 2016 edition. Eurostat, p. 138. https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7551543/KS-04-15-737-EN-N.pdf/648072f3-63c4-47d8-905a-6fdc742b8605

[92] Див. детальніше Inspiring Tomorrow. U.S. Chamber International IP Index. February 2019. https://www.theglobalipcenter.com/wp-content/uploads/2019/02/023593_GIPC_IP_Index_2019_Full_03.pdf

Рисунок 4.1 Міжнародний індекс інтелектуальної власності Торгової палати США, 2019, (бали, рейтинг)



Джерело: U.S. Chamber International IP Index, Sixth Edition, February 2018, https://www.theglobalipcenter.com/wp-content/uploads/2019/02/023593_GIPC_IP_Index_2019_Full_03.pdf
Примітка: в дужках після назви країни – позиція країни у рейтингу.

Так само Україна відстає в інших міжнародних рейтингах. Наприклад, за результатами Міжнародного індексу прав власності, у 2019 році Україна посіла 109 позицію зі 129. При цьому, країна займає 88 позицію за показником дотримання прав інтелектуальної власності.[93] Необхідно звернути увагу, що результати Міжнародного індексу прав власності використовуються для Індексу глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index, GCI).

Очевидно, що підвищенню названих рейтингів має приділятись така ж увага, як і місцю України в рейтингах глобальної конкурентоспроможності та «Doing business».

Сьогодні продовжується розробка Національної стратегії у сфері інтелектуальної власності на період 2020 - 2025 рр. Для розробки Стратегії Національний офіс інтелектуальної власності (НОІВ) створив робочу групу та опублікував проекти Стратегії. Цей проект, серед іншого, передбачає підтримку креативного сектору економіки, причому для цього пропонується біля двох десятків специфічних заходів.

4.3.3. ІНСТРУМЕНТИ ПОЛІТИКИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ККІ: ІНФРАСТРУКТУРА.

Створення інфраструктури передбачає тісну співпрацю між центральною та місцевою владою.

1. Сприяння створенню спеціальних культурно-креативних кластерів, у тому числі на засадах державно-приватного партнерства (Вставка 4.3.)

[93] Див. International Properte Rights Report 2019. Ed. by Lorenzo Miontanari. https://atr-ipri2017.s3.amazonaws.com/uploads/IPRI_2019_FullReport.pdf.

Вставка 4.3. Sweden Game Area – приклад успішного кластеру міжнародного рівня.

Кластер Sweden Game Arena було створено у співпраці з Skövde University у 2004 році. Сьогодні цей кластер нараховує більше 30 студій, які займаються розробкою ігор, до роботи залучено більше 500 студентів та 50 наукових співробітників. Протягом десяти років Ігровий інкубатор, який розвивався за підтримки уряду, став визнаним національним хабом у сфері розробки ігор та створення нових компаній у цій сфері та центром міжнародного розвитку компаній у Швеції.

*Джерело: Sweden Game Arena //*http://swedengamearena.com/

Попри велику привабливість ідеї кластерів як інструменту географічно-галузевого розвитку та великий масив відповідних досліджень і рекомендацій, слід пам'ятати, що відповідні кластери ефективніше створювати на основі наявних активів та потенціалу, ніж «будувати» їх з «нуля».[94]

2. Сприяння створенню бізнес-інкубаторів для підтримки новостворених компаній, які, серед іншого, займаються розробкою та реалізацією культурних проектів або працюють у сфері креативних індустрій.

Вставка 4.4. DMZ при університеті Райерсон (Ryerson University) в Торонто.

DMZ (колишня Діджитальна медіа зона - Digital Media Zone) вважається бізнес-інкубатором № 1 у світі, який спеціалізується на роботі з новоствореними компаніями або компаніями, які перебувають на початкових етапах свого розвитку. Цей бізнес-інкубатор було створено при університеті Райерсон (Ryerson University) у 2009 році. З 2009 року DMZ активно допомагає молодим IT компаніям, включаючи ті, які працюють у сфері розваг, розвивати свій бізнес. За час свого існування бізнес-інкубатор співпрацював з 430 компаніями, мобілізував коштів на суму 736 млн. дол. США, створив 3909 робочих місць, причому 71% компаній, які «пройшли» через інкубатор працюють і зараз.

Джерело: Ryerson University DMZ website: https://dmz.ryerson.ca/about/

Окремо зазначимо, що поява та успішне функціонування таких інкубаторів залежить від багатьох умов, які потребують окремого обговорення.

4.3.4. ІНСТРУМЕНТИ ПОЛІТИКИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ККІ: ФІНАНСУВАННЯ.

1. Оцінка фінансових потреб окремих сфер культури, ефективності окремих фінансових інструментів та інституцій, які надають кошти та пільги.

2. Розглянути можливості **створення спеціальної системи повного чи часткового гарантування позик, які надаються сектору ККІ.** Очевидно, що ця схема потребує чіткого розуміння фінансових потреб цієї сфери та відповідних ризиків, співпраці з обмеженою кількістю фінансових інституцій тощо.

3. Перегляд чинного законодавства та нормативних актів, які так чи інакше стосуються благодійництва, оподаткування сфери ККІ (зокрема в частині грантового фінансування).

[94] Див. детальніше зокрема Van Der Lind, C. The Demography of Clusters – Findings from the Cluster Meta-Study (2003) in In: Bröcker J., Dohse D., Soltwedel R. (eds) Innovation Clusters and Interregional Competition. Advances in Spatial Science. Springer, Berlin, Heidelberg

4. Проведення спеціальних інформаційно-адвокаційних кампаній із метою пропаганди благодійництва в цілому та у сфері культури зокрема.

5. Розробка та реалізація політики, спрямованої на **формування інституту культурного та креативного інвестора.**

6. Створення спеціальних інструментів, які б стимулювали культурні заклади, що фінансуються переважно державою, самим заробляти певні кошти (бонусне державне співфінансування певних проектів, прив'язане до суми власних доходів тощо).

7. Розвиток системи співфінансування ККІ Урядом проектів у сфері ККІ, які реалізуються на регіональному (місцевому) рівні та інших інструментів допомоги розвитку ККІ (консультування, навчання, адвокація тощо) особливо в невеликих містах, населених пунктах та сільській місцевості.

8. Фінансування сфери культури за рахунок доходів від грального бізнесу (у разі його запровадження) та лотерей.

9. Розбудова інституційних строможностей Українського культурного фонду, Українського інституту книги, Державного агентства України з питань кіно та Українського інституту з метою посилення їх ролі у фінановсій підтримці розвитку ККІ. При цьому важливо оптимізувати процедури співпраці цих організацій як з бюджетними установами, так і неурядовими організаціями та приватними економічними агентами в частині визгначення кваліфікаційних вимог до претендентів на допомогу, звітування тощо.

4.3.5 ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: ОСВІТА, НАУКА, РИНОК ПРАЦІ.

1. Реформування системи регулювання трудових відносин, зважаючи на зміни, які відбуваються на ринку праці в цілому та сфері ККІ зокрема.

2. Перегляд КВЕДу та Класифікатора професій у зв'язку зі змінами, які відбуваються в економіці в цілому (поява нових видів економічної діяльності), та ринку праці (види діяльності та професії).

3. Уточнення формування плати за навчання за спеціальностями, які відносяться до сфери ККІ, методики визначення обсягів державного фінансування в цій сфері.

4.3.6. СФЕРА ККІ: ЩО МАЮТЬ РОБИТИ ПЕРВИННІ ЕКОНОМІЧНІ АГЕНТИ.

1. Регулярні інформаційно-роз'яснювальні кампанії для банків та небанківських фінансових установ з метою ознайомлення їх з можливостями та вигодами інвестування коштів у розвиток сфери культури та креативних галузей. Такі кампанії, серед іншого, мають стимулювати банки та небанківські фінансові установи розвивати відповідні інституційні спроможності в цих сферах. Такого роду кампанії можуть проводитись у партнерстві між бізнесом та державою в особі різного роду інституцій.

2. Формування та розвиток нових професійних об'єднань (платформ) у сфері ККІ та інституційний розвиток чинних спілок (платформ), які б адекватно представляли інтереси своїх членів. Важливою функцією таких об'єднань має стати активна адвокація ідеї можливостей

інвестування приватних інвестицій у сферу культури та креативних технологій і активна співпраця з усіма зацікавленими сторонами з тим, щоб знизити ризики такого інвестування.

3. Розвиток співпраці з іноземними та національними компаніями, які сьогодні працюють за принципом «підписання, а не власність». Ці компанії сьогодні потребують продуктів креативних галузей для того, щоб наповнити змістом цифрові мережі, виправдати послуги (підписання) преміального рівня; створити відеобібліотеки для мобільних пристроїв; розвивати ігри та розваги, які будуються на використанні доповненої віртуальної реальності (augmented and virtual reality experiences).[95]

4.3.7. РОЗВИТОК СФЕРИ ККІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ (МІСЦЕВИЙ) ВИМІР.

1. Як і на національному рівні **ефективність політики на регіональному (місцевому) рівні) багато в чому залежить від того, наскільки адекватним є розуміння змістовних та економічних процесів,** які відбуваються у сфері ККІ, а це потребує цілого ряду досліджень, наприклад:

- дослідження внеску культури в місцевий та регіональний розвиток. Об'єктом аналізу є відповідні регіони (громади);
- оцінка спроможності регіональної (місцевої) влади розвивати сферу культури та креативні галузі. Мова йде про інституційну спроможність регіональної (місцевої) влади, наявність та якість відповідних ресурсів тощо;
- аналіз наявного досвіду розвитку сфери ККІ в окремих містах (регіонах). Мова йде про оцінку позитивного досвіду з позицій визначення чинників успіху та проблем, які потребували вирішення;
- стан та перспективи розвитку бізнес-інкубаторів, які, у тому числі, «працюють» у сфері ККІ. Мова йде зокрема про географічний вимір цього процесу
- проблеми та перспективи формування креативних кластерів та креативних міст.

2. Трансформація традиційних «місцевих» закладів культури (бібліотеки, музеї тощо). Як свідчить світовий досвід, зокрема публічні бібліотеки сьогодні в багатьох країнах стають багатофункціональними закладами, які, крім виконання традиційної просвітницької функції, також надають цілий ряд навчальних, інформаційних, культурно-розважальних та інших послуг місцевій громаді.

За інших рівних умов такі багатофункціональні заклади можуть фінансуватись за рахунок програм Державної служби зайнятості, доходів від надання платних послуг, приватних донорів, програм міжнародної допомоги.

3. Створення спеціальних інформаційних ресурсів (платформ), які містили б інформацію про наявні приміщення для проведення різного роду культурних заходів, хабів, культурно-мистецьких центрів, офісних приміщень спільного користування (co-working spaces), індустріальних та інноваційних парків тощо та їхні технічні параметри та умови використання.

[95] How to convince the creative investor? https://keanet.eu/convince-creative-investor/

4. Культурне брендування міст. Мова йде про «спеціалізований» розвиток, передусім, окремих сфер ККІ, та відповідне просування бренду типу місто Нешвілл (США) – місто музики. З цією метою Нешвіл зробив цілу низку кроків для «створення критичної маси талантів та розвитку малого бізнесу саме у сфері музики.”[96]

5. Політика сприяння розвитку ККІ має також враховувати потреби малих міст (містечок) і сільських районів та окремих громад.[97]

6. Планування розвитку міст у парадигмі креативного розвитку (інакше кажучи, визначення креативності як стратегічного фактору розвитку міста та вирішення його проблем).[98]

7. Безумовним елементом планування розвитку територій на регіональному (місцевому) рівні має бути **виділення територій (ділянок) для розвитку інфраструктури ККІ** та узгодження лише тих планів забудови, які реально передбачають створення умов для задоволення культурних потреб населення та розвиток ККІ в місцях такої забудови.

8. Підтримка центральним урядом розробки стратегічних планів розвитку сфери культури та креативних галузей, (спів)організація обміну кращими практиками міст та регіонів у глобальній конкуренції за залучення талантів та інвестицій тощо.

---

96 Peter Bazalgett. Independent Review of the Creative Industries. September 2017 p. 70. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/649980/Independent_Review_of_the_Creative_Industries.pdf

97 UNCTAD Creative Economy Report 2010: Creative Economy: A Feasible Development Option, p 260. https://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf

98 Дивись детальніше: Charles Landry. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. 2nd Edition, 2008.

ВИСНОВКИ

Економічні процеси та явища, які відбуваються у сфері ККІ України, вимагають серйозних, глибоких та регулярних академічних та прикладних, якісних та кількісних досліджень, зважаючи на зростання важливості та динаміки названих секторів. Зрозуміло, що такі дослідження мають іти паралельно з аналізом змісту, форм та культурних процесів, що відбуваються в суспільстві. Без таких досліджень неможливо виробляти та реалізовувати адекватну державну політику.

Сьогодні у світі існує практично одностайне усвідомлення важливості ККІ у політичному, гуманітарному, соціальному й економічному вимірах, причому в багатьох випадках різні країни стикаються з однаковими викликами та проблемами. Водночас, нагромаджений ними практичний досвід реагування на ці виклики та проблеми вимагає його критичного осмислення через призму українських реалій, що є іще одним аргументом на користь необхідності зазначених вище досліджень та активної участі в міжнародному діалозі щодо розвитку ККІ.

Слід окремо зазначити, що сьогодні Україна потребує розбудови системи збору та аналізу статистичних даних, які характеризують розвиток сфери культури та креативних галузей, адже без такої інформації важко приймати усвідомлені політичні рішення.

Суто в економічному плані нагальної уваги сьогодні потребує аналіз експортного потенціалу української ККІ, а також залежності розвитку цього сектору від імпорту відповідних товарів та послуг. У більш загальному плані мова йде про вивчення стану та проблем інтеграції відповідних українських економічних агентів у внутрішні та міжнародні ланцюги створення вартості, що, серед іншого, дасть можливість проаналізувати внесок ККІ у розвиток та функціонування різних секторів (галузей) української економіки.

У цілому роль ККІ в економіці зростатиме, а галузі, які складають цей сектор, буть постійно трансформуватись, а це об'єктивно формує необхідність постійно переглядати зміст та інструментарій відповідної державної політики в цілому та в частині уточнення взаємодії між державою та бізнесом (виключна компетенція та відповідальність держави, виключна компетенція та відповідальність бізнесу (економічних агентів) та спільна компетенція та відповідальність держави та бізнесу).

Слід окремо зазначити, що сфера культури та креативні індустрії, на відміну від «традиційних» секторів (як, наприклад, енергетика, сільське господарство тощо), об'єднують досить різнорідних економічних агентів; державна політика в цій сфері об'єктивно вимагає високого рівня координації відповідних політик та дій різних органів державної влади. Це питання потребує окремого аналізу, зважаючи на ті зміни, які сьогодні відбуваються в рамках реформування системи влади. Очевидно, що за часів глобалізації Україна повинна мати власну чітко окреслену позицію з питань «економічної» гри у сфері ККІ (тобто, правил та стандартів регулювання відповідних сфер та галузей, які так чи інакше впливають на розвиток креативних індустрій), що формуються відповідними міжнародними організаціями, членом яких сьогодні є Україна, брати активну участь у відповідних міжнародних ініціативах та пропонувати відповідні ініціативи.

Особливої уваги потребують питання захисту прав інтелектуальної власності в цілому, а зважаючи на багатонаціональний склад українського суспільства, такої уваги потребує, зокрема, захист традиційних знань та традиційних проявів культури.

Зважаючи на бурхливу «інтелектуалізацію» сучасних економічних процесів та, відповідно, зростання захисту прав інтелектуальної власності, Україна конче потребує посилення системи захисту таких прав в цілому та розбудови спеціальної системи консультування економічних

агентів (наприклад, у формі спеціального онлайн сервісу) з питань прав інтелектуальної власності, у тому числі для тих, хто працює у сфері ККІ.

Зважаючи на соціально-економічну роль культури та креативної індустрії в суспільстві та якісні особливості цього сектору, вироблення та реалізація відповідної політики вимагають особливо активного діалогу між владою та всіма зацікавленими сторонами. Важливим інструментом такого діалогу має стати регулярний випуск доповідей із питань розвитку ККІ.

Як свідчить світовий досвід, важливим джерелом коштів для фінансування окремих секторів культури є приватне та корпоративне благодійництво. На жаль, сьогодні цей сектор у силу певних причин недостатньо кількісно та якісно вивчений в Україні, але, на нашу думку, він має великий потенціал, реалізація якого вимагає розвитку культури благодійництва, корпоративної соціальної відповідальності та вдосконалення відповідної регуляторної бази.

Зважаючи на той факт, що сектор культури представлений значною мірою малими та середніми підприємствами, його розвиток багато в чому залежить від ефективності державної політики сприяння сектору МСБ як такого. У цілому не буде перебільшенням стверджувати, що створення сприятливого бізнес-клімату в країні є важливою запорукою розвитку сектору культури та креативних технологій як економічної галузі.

Однією з найбільш масштабних та просунутих реформ, які сьогодні відбуваються в Україні, є децентралізація. Взагалі ця проблема – децентралізація та культура – потребує окремого дослідження. Але вже зараз потрібно оцінити, як впливає сам процес децентралізації на культурно-креативну економічну карту України, та оцінювати можливі сценарії розвитку цього сектору на місцевому рівні вже після завершення процесу децентралізації. Фактично мова йде про дві взаємопов'язані проблеми, а саме: взаємодію між центром та регіонами (ідеться про центральну та місцеву владу) та формування й реалізацію політики сприяння розвитку ККІ на місцевому рівні.

Оскільки ризики та проблеми, з якими стикається сектор ККІ, досить детально описані в літературі, ми назвемо лише ті з них, які мають, так би мовити, політико-економічний вимір і, на нашу думку, є актуальними для України.

1. Відсутність реального усвідомлення того факту, що розвиток ККІ має стати реальним загальнонаціональним пріоритетом державної політики. Мова йде не тільки про ефективну координацію відповідних дій різних органів влади, але й про реалістичну оцінку впливу прийняття тих чи інших політичних рішень (ідеться, передусім, про економічну політику) на розвиток сектору ККІ.

2. Відсутність адекватного розуміння ролі держави (уряду) в сучасних процесах розвитку ККІ, що знижує ефективність відповідної політики. Фактично йдеться про визначення сфери виняткової відповідальності держави, сфери виняткової відповідальності бізнесу (приватних економічних агентів) та спільної сфери відповідальності держави та бізнесу.

3. Загальна економічна нестабільність з усіма відповідними наслідками для країни й окремих секторів економіки, зокрема для ККІ. І хоча, як зазначалось раніше, сфера культури та креативні індустрії є порівняно стійкими до економічних шоків, але кризові явища в економіці обмежують можливості фінансування витрат на культурні потреби та підтримку окремих сфер економічної діяльності, негативно впливають на купівельну спроможність населення (споживання товарів та послуги культурного призначення), стимулюють міграційні настрої тощо.

4. Несприятливий бізнес-клімат в цілому та в секторі розвитку МСБ зокрема. Оскільки у сфері культури домінують мікро-, малі та середні підприємства, створення нормальних умов для функціонування сектору МСБ є важливою запорукою розвитку відповідних галузей. При цьому, спеціалізоване сприяння розвитку сектору ККІ також повинно мати місце.

5. Дефіцит кадрів для сектору ККІ. Очевидно, що вирішення цієї проблеми визначається успішністю реформування сфери освіти в цілому та спроможності навчальних закладів адекватно реагувати на зміни попиту на трудові ресурси (кількість, якість, професійна підготовка тощо) з боку відповідних галузей зокрема.

6. Труднощі з отриманням банківського фінансування економічними агентами, які працюють у сфері ККІ. З одного боку, ця проблема породжується неефективністю розподілу та використання державних коштів. З іншого боку, частково це можна пояснити проблемами менеджменту закладів культури та підприємств креативних індустрій.

У цілому слід зазначити, що проблеми кредитування бізнесу сьогодні досить активно дискутуються в Україні. Але, як свідчить міжнародний досвід, банки багатьох країни не дуже охоче кредитують сферу ККІ, порівняно з іншими секторами економіки.

7. Відсутність чіткого та реалістичного щонайменше середньо- (а краще довгострокового) бачення розвитку сфери культури та креативних галузей. Зважаючи на високу динаміку сучасних політичних, культурних та соціально-економічних процесів, ідеться про стратегічне планування, яке встановлює певні орієнтири розвитку тих чи інших галузей економіки та шляхів досягнення таких цілей, але при цьому є відкритим для коригування. Послідовна реалізація цих цілей є важливим орієнтиром та чинником для формування їхніх відповідних виробничо-комерційних планів.

Суто в економічному плані мова йде про запровадження реального середньострокового бюджетного планування, в основі якого лежить чітке визначення цілей та пріоритетів бюджетної політики та графік їх реалізації, що дає змогу уряду сконцентрувати свої зусилля на вирішенні обмеженої кількості проблем протягом певного періоду часу. З іншого боку, це дозволить зробити політику більш передбачуваною для первинних економічних агентів.

8. Міжнародна мобільність робочої сили є характерною рисою процесу глобалізації в цілому, а міжнародна мобільність працівників сфери ККІ сьогодні вважається свого роду форматом розвитку відповідних галузей. А зважаючи на масштаби трудової міграції з України, політика у сфері ККІ повинна адекватно враховувати міграційний чинник як об'єктивну обставину.

9. Зважаючи на економічну важливість розвитку сфери ККІ, національні уряди сьогодні активно працюють над розробкою та вдосконаленням відповідних механізмів сприяння розвитку цього та суміжних секторів економіки. Не буде перебільшенням стверджувати, що **сьогодні ми маємо справу зі свого роду конкуренцією відповідних регуляторних режимів.** І це треба враховувати при розробці політики розвитку сфери ККІ в Україні.

10. Відсутність адекватного розуміння масштабів, природи та особливостей економічних процесів, які сьогодні відбуваються у сфері культури та креативних галузей, обмежує можливості держави розробляти та реалізовувати політику сприяння розвитку цього сектору. Заради справедливості зазначимо, що з проблемою адекватної економічної оцінки стикаються навіть розвинуті країни, а тому їхній досвід має велике значення для України.

*****

Ефективне використання економічного потенціалу сфери ККІ – це, безумовно, історичний виклик для України. Але Україна повинна і може адекватно відреагувати на нього за умови, якщо країна реально послідовно здійснюватиме політичні, економічні та соціальні реформи.

Додатки

Перелік додатків

Додаток 1. Звіт за результатами глибинних інтерв’ю представників зацікавлених сторін (стейкхолдерів)

Додаток 2. Матриця SWOT-аналізу сфери культури

Додаток 3. Перелік пільг з податків і зборів (обов'язкових платежів) із розрахунком втрат доходів Зведеного бюджету України від їх надання у 2019 році та прогнозом втрат на 2020 рік

Додаток 4. Інструменти підтримки культури в законодавстві

Додаток 5. Результати медіа-моніторингу регіональних і національних ЗМІ, проведеного в рамках проекту

Додаток 6. Бібліографія (список джерел)

Додаток 1. Звіт за результатами глибинних інтерв'ю представників зацікавлених сторін (стейкхолдерів)

Зміст

1. Методологія дослідження 88
2. Оцінка стану сфери культури як сектору економіки 89
2.1. Попит на культурні продукти 89
2.2. Пропозиція на ринку культурних продуктів 91
2.3. Чи вигідно працювати у сфері культури в Україні? 91
2.4. Оцінка стану окремих галузей сфери культури 92
Блок 1: Як розвивати культуру в регіонах? 94
3. Державна підтримка: оцінка засад і пріоритетів 97
3.1. Чи належить культура до пріоритетів держави? 97
3.2. Підходи до фінансування сфери культури 99
3.3. Недоліки державної політики у сфери культури 102
3.4. Якими повинні бути критерії для державної підтримки? 103
Блок 2: Закордонний досвід 105
4. Проблеми для сфери культури в Україні 108
4.1. Складні історичні умови 108
4.2. Несприятливе регулювання та митні процедури 109
4.3. Недостатнє фінансування і корупція 112
4.4. Брак професійних навичок і управлінських вмінь 114
4.5. Втрата кваліфікованих працівників 115
4.6. Незадовільна інфраструктура і сполучення 116
4.7. Обмежене розуміння ідентичності 117
4.8. Інші проблеми 117
5. Перспективи сфери культури в Україні: що нас чекає в найближчому майбутньому? 118
5.1. Потенціал сфери культури 118
5.2. Очікування від політиків 121
Блок 3: Як розвивати меценатство? 121
6. Рекомендації для сфери культури 123
6.1. Стратегічний підхід до розвитку культури 123
6.2. Вдосконалення законодавства і державного управління 124
6.3. Податкові і фінансові стимули 126
6.4. Розвиток культурної інфраструктури 127

6.5. Вдосконалення освіти у сфері культури....128
6.6. Українська культура у міжнародному вимірі....128
6.7. Протидія маніпуляціям і політичному впливу....129
6.8. Врахування рекомендацій при виробленні політики....129
Блок 4: Як донести культуру до неохоплених аудиторій?....130
7. Рекомендації для інших сфер....130
7.1. Економіка та бізнес....130
7.2. Інфраструктура та судова система....131
7.3. Синергія між культурою та іншими сферами....131
8. Висновок....133

1. Методологія дослідження

З метою оцінки місця та ролі сектору культури в економіці України та його економічного потенціалу, а також щоб розробити рекомендації щодо державного стимулювання розвитку культури, ІЕД провів опитування представників зацікавлених сторін методом глибинних інтерв'ю. Було проведено глибинні інтерв'ю з 21 респондентом. Польовий етап дослідження тривав два місяці: з 5 серпня до 4 жовтня 2019 року.

Глибинне інтерв'ю – це якісний метод дослідження громадської думки, який полягає у використанні стандартизованого інструментарію (ґайду), у якому містяться запитання, спільні для усіх респондентів. Водночас, ґайд залишає простір для додаткових запитань, отримання уточнень, прикладів та деталей від кожного окремого респондента. Перевагою глибинних інтерв'ю як методу досліджень є можливість детально вивчити думку респондентів, дізнатися, чому вони дотримуються певних поглядів і як пояснюють свою думку чи дії. Однак, як і інші якісні методи, опитування методом глибинних інтерв'ю не забезпечує репрезентативності через недостатню кількість респондентів та не дає можливість провести кількісні порівняння отриманих результатів.

Для того, щоб забезпечити присутність різних поглядів на ситуацію у сфері культури і на економічний потенціал цієї сфери, ІЕД обрав респондентів, які представляють різні зацікавлені сторони: діячів культури, експертів, споживачів культурних послуг і державних службовців, відповідальних за реалізацію політики у сфері культури. Це дає можливість розглянути ситуацію у сфері культури з різних сторін і, в результат, покращує об'єктивність і глибину аналізу.

Таблиця 1. Кількість респондентів за групами зацікавлених сторін

Категорія зацікавлених сторін	**Кількість респондентів**
Культурні діячі	11, у тому числі 4 директори державних культурних установ
Експерти	2
Громадські діячі	2
Споживачі культурних продуктів	1

Підприємці та меценати	3
Представники Міністерства культури/Міністерства культури, молоді та спорту України	2

Основну частину респондентів склали культурні діячі – це ті, хто працює у сфері культури та створює культурні продукти. У цій категорії респондентів (11 осіб) є представники театру, музейної сфери, книговидавництва, мистецтва, кіновиробництва, телебачення, радіо та інформаційного агентства. Серед цих респондентів варто виділити чотирьох, які очолюють державні культурні установи: театр, а також музей і музейні комплекси. Їхнє бачення ситуації у сфері культури важливе тим, що ці респонденти виконують управлінські функції у культурних установах, а отже відповідають за їх рентабельність та ринкову успішність.

Експерти та громадські діячі – це категорії зацікавлених сторін, що вивчають ситуацію у сфері культури, мають досвід проведення культурних проєктів та наукових досліджень і доносять свою позицію до державних органів. Опитані ІЕД експерти (2 особи) досліджують сучасне мистецтво в Україні та розробляють рекомендації для уряду України щодо розвитку культури. Громадські активісти, що взяли участь у цьому дослідженні, (також 2 особи) займаються впровадженням і донорським фінансуванням культурних проєктів у громадському секторі та організовують міжнародні зустрічі і форуми, що привертають увагу до проблем культури, а також працюють над популяризацією української культури серед широких верств громадян.

Усіх нас тією чи іншою мірою можна вважати споживачами культурних продуктів. Але респондентка, з якою було проведене глибинне інтерв'ю, брала участь у проєктах з відродження української культури і зараз активно слідкує за подіями у цій сфері. Її можна віднести до експертів з культурної тематики, але у цьому дослідженні її точка зору важлива саме як людини, яка може дати власну оцінку розвитку сфери культури з точки зору споживачів культурних продуктів.

Кожен представник категорії підприємців та меценатів, з якими ІЕД провів глибинні інтерв'ю, відрізняється від інших своєю роллю у сфері культури. Серед них є як людина, яка безпосередньо працює у сфері мистецтва, так і та, яка працює в іншій сфері, але власними коштами фінансує культурні проєкти, а також респондентка, що організовує культурні події як менеджер з боку підприємства-спонсором цих подій.

Польовий етап дослідження припав на період після дострокових парламентських виборів у липні 2019 року, коли відбувався процес формування Кабінету Міністрів і комітетів Верховної Ради України. Новообрані депутати, які ввійшли до складу Комітету ВР з питань гуманітарної та інформаційної політики, не відповіли на запити ІЕД щодо проведення інтерв'ю в рамках цього дослідження. Проте ІЕД провів інтерв'ю з двома представниками Міністерства культури, молоді та спорту України, до повноважень яких входить сфера культури. Їх точка зору важлива як людей, які мають вплив на формування і реалізацію державної політики у цій сфері.

Склад респондентів досить ґендерно збалансований: серед них 9 жінок і 11 чоловіків. Цитати респондентів подані з мінімальними правками, що усувають повторення і вставні слова чи фрази, які не містять змістовного навантаження. Деякі цитати перекладені з російської мови.

2. Оцінка стану сфери культури як сектору економіки

2.1. Попит на культурні продукти

Респонденти погоджуються, що в Україні існує значний попит на культурні продукти. За їх словами, люди цікавляться цими продуктами, особливо такими, які пов'язані з новими підходами і новими медіа. «[Попит] зростає, але щоб зростав, треба знайти нові методи

спілкування із публікою, яка приходить. – розповідає респондентка, яка представляє державний заповідник. – Сьогодні стандартна екскурсія ну малого кого вже задовольнить, ну правда. Тому приходиться видумувати якісь, застосовувати, вигадувати нові методи донести ту інформацію.»

Збільшується аудиторія навіть досить нішевих заходів, таких як джазові фестивалі. Респонденти відмічають зростання попиту на заходи, що мають репутацію високої культури. «Все, що торкається будь-якого фестиваля такого от проелітарного, – все розлітається моментально. В Театр на Подолі, наприклад вже зараз Ви квиток не купите», – говорить одна респондентка, експертка і споживачка культурних продуктів.

Пожвавлення участі у культурних практиках стало реакцією громадян України на трагічні і бурхливі події останніх років, вважає одна респондентка. «Особливо в ті важкі часи, які ми переживаємо останні п’ять років, тобто культура це єдиний порятунок. Ви ж подивіться, яким чином розвивається заповнення київських театрів. Тобто такого ніколи не було,» – говорить вона.

Водночас респонденти зазначають, що зростанню попиту на культурні продукти перешкоджає несприятлива економічна ситуація в країні. На відміну від продуктів першої необхідності, під час економічних труднощів споживачі швидше відмовляються від культурних продуктів. «Культура – справа така, що сильно залежить від економіки. І я не знаю сильної культури зі слабкою економікою», – говорить один з учасників дослідження, представник сфери книговидання.

«Економічно, культура – це галузь, в яку більше інвестують під час економічного зростання і найшвидше викачують гроші, або найбільше вирізають видатки на рівні домогосподарства під час економічного спаду», – пояснив ще один респондент. Інший учасник дослідження, представник інформаційного агентства, погоджується з цим. «Економічні умови дуже важкі і люди багато часу витрачають на виживання. Люди зайняті виживанням, у них не вистачає часу та можливостей занурюватися у культуру. І тому вона відходить на другий план», – вважає він.

В цілому респонденти часто вказують на невеликі розміри українського ринку і на недостатню платоспроможність громадян для споживання культурних продуктів. «Коли працюють добре економіка, лишається багато різних ресурсів економічних і багатьох, які вкладаються, звичайно, у мистецтво», – сказав один з учасників дослідження, експерт-мистецтвознавець.

На прикладі книговидання у дослідженні сказали, що український ринок культурних продуктів досить невеликий. Так, книжковий ринок не відповідає кількості населення України і перебуває на рівні сусідніх європейських країн: Литвою, Грузією, Румунією, повідомляють респонденти. Також респонденти порівнюють кінотеатральний та телевізійний (серіальний) ринок України з Республікою Кореєю (Південною Кореєю), де він набагато більший і створює значно більше робочих місць.

Крім невеликих розмірів ринку, низка респондентів вказують на його якісні характеристики, які вони оцінюють досить критично. За їх словами, в Україні переважно споживають такі культурні продукти, які можна отримати швидко і не докладаючи зусиль – а це, як правило, продукти не найкращої якості на зразок телесеріалів. До того ж, за словами окремих респондентів, українська публіка більше готова сприймати скандали, ніж аналітичну інформацію.

Одна респондентка відмітила брак поінформованості про сучасну українську культуру і літературу серед широких верств населення. «Давайте ми вийдем на вулицю, опитаємо перші-ліпші 20 людей. (…) Ми запитаємо, хто така Оксана Линів, (…) ми запитаємо, хто такий Андрій Курков, ми запитаємо, Людмила Монастирська хто така. Вам ніхто не відповість. Але Куркова перекладають 35-ма мовами в світі», – говорить вона.

Респонденти говорять про те, що попит знижує негативне сприйняття культурних закладів, зокрема музеїв, як нецікавих і застарілих. «[Музеї] сучасною людиною сприймаються як щось застаріле, неуспішне, таке, яке залишає в вас присмак бідності. Тобто, обов'язковості, офіціозу, все те, чого людина, ну чому людина не присвятить свій вільний час. Буде намагатися зробити щось інше», – розповідає одна з учасників дослідження, представниця державної культурної установи.

Також була висловлена критика в бік медіа, які, на думку деяких респондентів, не висвітлюють культурної тематики. «Для всіх топових каналів, приватних маю на увазі, новиною буде якщо не добре заграний концерт на скрипці, а коли цю скрипку стирять перед концертом. Тоді вони розтиражують», – скаржиться один респондент, експерт-мистецтвознавець.

З позитивних тенденцій – це діджиталізація, яка спрощує доступ до культури. Одна респондентка, експертка у галузі культури, описує це так: «Діджиталізація і оця мережева система організації інформації в світі затягнула до нас частину популярної культури, яка стала доступна тій частині населення, яка раніше нічого ніколи не дивилася, не бачила, не читала, просто не могла. Отже, з точки зору доступу до популярного продукту, мені здається, що доступ розширився надзвичайно.»

2.2. Пропозиція на ринку культурних продуктів

Якщо говорити про пропозицію на ринку культури, то за оцінками учасників дослідження, вона збільшується. Одна респондентка, експертка у сфері культури, зазначила: «Мені здається, що зараз культурного продукту більше. (…) Збільшилася кількість фестивалів, (…) інтенсифікується розвиток культурних і креативних індустрій.»

«Я страшенно тішуся, що є українське кіно, нарешті, це для мене величезне щастя, є українська книга. – повідомляє ще одна респондентка. – Я страшенно тішуся, що на українському радіо лунає українська музика, тому що ми, оце повітря, цю замкнену площину, бачите, як важко вона відкривалася, вона відкрилася і це заслуга і попередніх п'яти років, і це працює і діє.»

За словами одного респондента-мистецтвознавця, навіть у невеликих обласних центрах України зараз відкриваються галереї сучасного мистецтва і місцеві мешканці виявляють зацікавлення у таких закладах.

Разом з цим, саме поняття української культури переживає становлення. «Я думаю, дуже важко пояснить, що таке українська культура», – каже один респондент представник сфери телебачення і додає: «Це треба перевести в «осязаемое» російською мовою визначення, які би пояснили, що таке українська культура. Це вже далеко… ну ми слава Богу вже відійшли від цієї шароварщини. Вона пішла. А що нове з'явилося?»

Інша респондентка розповідає про те, що в Україні поширюється розуміння, що культура не обмежується лише культурними продуктами: «Європейська ж практика розуміння культури – вона значно ширша, і це не тільки продукти культури, але і сам процес. І от саме, розуміння того, що культура – це процес, а не наслідки – цього розуміння не було в Україні до останніх років, і воно тільки зараз починає з'являтись.»

2.3. Чи вигідно працювати у сфері культури в Україні?

Учасники цього дослідження представляють різноманітні сфери культури і оцінили фінансову життєздатність як окремих її галузей, так і цієї сфери в загальному.

Переважно вони відмічають низьку спроможність сфери культури забезпечити дохід належного рівня зайнятим у ній людям. Це особливо стосується працівників державних культурних установ, наприклад, бібліотек, музеїв, клубів. Часто їхня робота не потребує високих професійних навичок, а отже компенсація за неї низька. Це зменшує

конкурентоздатність сфери культури на ринку праці. «Загальна статистика, якою ми володіємо – середня зарплата по галузі на 28% нижче середньої в Україні, тобто в принципі це демотивуючий фактор», – пояснює учасник цього дослідження, який представляє уряд.

> «Середня зарплата по галузі [культури] – на 28% нижче середньої в Україні», – респондент, представник уряду.

Разом з цим, якщо йде мова про заклади культури державного рівня, то вони фінансуються краще і їхні працівники мають можливість отримувати досить високий дохід. За свідченнями цього ж респондента-представника уряду, зарплати у таких закладах можуть сягати від 30 до 70 тисяч гривень, а також передбачають надбавку за гастролі. «Щоб ви розуміли, виконавці в національних закладах культури – там, театрів, опери, балету – отримують заробітну плату вищу, ніж президент», – запевняє він.

Також окремі респонденти зазначають, що протягом останніх років зі збільшенням державного фінансування для сфери культури, зокрема через Український культурний фонд[99], у ній стало вигідніше працювати. Одна респондентка поділилася своїми спостереженням, що більша фінансова привабливість сфери культури виявляється у тому, що вона стає більше ґендерно збалансованою. «Гендерний баланс став більше перетинатись. Тобто більше чоловіків почали займатися культурою. А до цього такого тенденції не було. Жінки волонтерять більше. (…) Зараз в креативних індустріях з'являються все більше й більше чоловіків. І це теж така тема, бо це економіка. Вона стає цікавішою,» – говорить респондентка.

Респонденти звертають увагу на брак іноземних інвестицій у сферу культури в Україні. Культура сприймається інвесторами як невигідний сектор, на їхню думку. А у випадку медіа-проєктів, зокрема телебачення, брак інвестицій ускладнюється ще й тим, що навіть для вітчизняного бізнесу це збиткова сфера. Телеканали переважно субсидують їх власники, що розглядають їх як медіа-актив своїх фінансово-промислових груп. «Візьмемо медіа-сектор. Ні одної іноземної інвестиції. Ноль. Що це означає? Нема там ніякого бізнесу, такий щоб просто бізнес. Тому це серйозний сигнал для держави на предмет того, чи вони про це – вони це розуміють, що це означає?» – запитує один респондент.

Учасники дослідження повідомляли про те, що українським культурним ініціативам і підприємцям доступні ґрантові кошти, наприклад від Європейського Союзу. Але часто вони залишаються невикористаними через невеликий масштаб і недостатню організаційну спроможність таких ініціатив. Також, за словами однієї респондентки, у міжнародному контексті поширена така проблема, пов'язана з фінансуванням, як нерівномірна оплата праці українських та закордонних експертів. «До нас ставляться як до молодших, ненавчених, – ділиться вона. – Були такі випадки, коли ми пишемо бюджет, і експерти собі, британські наприклад, пишуть 500 фунтів, а нам платять 100 фунтів за місяць. А собі 500 фунтів за 1 лекцію, наприклад.»

2.4. Оцінка стану окремих галузей сфери культури

Відповідь на запитання про те, чи вигідно працювати у сфері культури, великою мірою залежить від того, про яку саме галузь у сфері культури йде мова.

Кількість видавництв в Україні постійно зростає, зазначають респонденти. Один з них, представник галузі книговидання, говорить: «2018 рік був рекордним за кількістю виданих

[99] Для довідки: Український культурний фонд фінансує проєкт, в рамках якого був написаний цей звіт.

книжок українською мовою в Україні. І, по-моєму, був один із найбільших років за кількістю виданих загалом книжок по кількості назв.»

Як повідомила одна респондентка, експертка у галузі книговидання, серед провідних комерційно успішних жанрів – дитяча і навчальна література та бестселлери. «Вигідно займатися певними сегментами літератури. Це – підручники, навчальна література, дитяча книга, а також автори бестселерів, різні автори бестселерів. Це може бути «висока полиця» як Андрухович, Жадан та Іздрик. А може бути Світлана Талан або російськомовні класні письменники (…). Це масова книжка, яка популярна у своєї аудиторії», – повідомляє вона. Розвитку книжкового ринку в Україні посприяла заборона на ввіз російських книг, додає ця респондентка.

Разом з цим, вона вказує на таку проблему у сфері книговидання, як порушення прав інтелектуальної власності. Через широке розповсюдження піратства в Україні видавати книги стає невигідно. «Люди читають, і це підтверджено економічно, але це переважно російські електронні книжки і піратські книжки, але здебільшого їх скачують безкоштовно. Тому з точки зору економіки – це нуль цілих, нуль десятих», – розповідає респондентка.

«Люди читають, і це підтверджено економічно, але це переважно російські електронні книжки і піратські книжки, але здебільшого їх скачують безкоштовно. Тому з точки зору економіки – це нуль цілих, нуль десятих», – респондентка, представниця сфери книговидання.

Респондент, що представляє інформаційне агентство, розповів, що ця сфера в Україні «виживає». Фінансової стабільності додає модель передплати, коли користувачі платять фіксовану суму за право доступу до інформаційних продуктів агентства. Але через те, що в Україні недостатньо розвинений фінансовий ринок, попит на оперативну інформацію, яку можуть надавати вітчизняні інформаційні агентства, набагато нижчий, ніж закордоном. Цей респондент приводить як приклад інформаційні агенства Блумберг і Ройтерс. «В них є джерело доходів – це ринок, – пояснює він. – Той же Блумберг, припустимо, він отримує значну частину своїх грошей від терміналів, які оставляють торговцям, трейдерам. Трейдерам (…) більше товарним, якщо казати про Блумберг, і фінансовим, якщо казати про Ройтерс. Вони (…) створюють інформаційну інфраструктуру, для фінансового ринку, як Ройтерс і товарного, як Блумберг. При чому, в світовому масштабі. А (…) в нас нема бірж. Зараз вони, може, з'являються і ми дуже раді цьому. А так їх немає. То, власне, у нас нема цього доходу.»

Респонденти наводять успішні приклади того, як державні культурні заклади змінюються для того, щоб надавати кращі послуги аудиторії. «Деякі бібліотеки зараз для того, щоб крутиться, щоб залучити читача – вони пенсіонерів вчать працювати з комп'ютерами і платити комуналку, – розповідає одна респондентка, представниця сфери радіомовлення. – Пенсіонер приходить платити комуналку на комп'ютері в бібліотеці, поспілкується, візьме книжечку, піде далі.»

Театр Оперети в Києві також є прикладом позитивних змін, вважає ця респондентка. «Візьміть Театр Оперети. Років десь так 15 тому, це було таке, начебто ми з Вами прийшли в провінційний якийсь театр десь в районному центрі, і подивились, як люди дригають ніжками. Зараз українська Оперета, національний театр Оперети, він зовсім інший. Там дуже багато сучасних постановок, і вони беруться за якісь складні речі», – порівнює вона.

Деякі українські музеї впроваджують спеціальні програми і технологічні інновації, щоб зацікавити аудиторію. «Ми дуже багато чого робимо, а особливо для молоді, яка дуже любить

гаджети, айті технології, ми їх зараз всі застосовуємо. (…) QR коди ми застосовуємо, лекції різними мовами. Дуже багато дитячих програм», – розповідає одна учасниця дослідження, яка представляє державний музей-заповідник.

Та навіть в одних і тих же галузях може бути різна ситуація з точки зору прибутковості. Наприклад, говорячи про книговидання, одна респондентка порівняла великі видавництва, які приділяють менше уваги якості виданих книжок, але видають більші наклади і успішні фінансово, у тому числі через співпрацю з державою у друкуванні підручників. Натомість інші видавництва, які хоча і виготовляють книжки кращої якості – з якісною верстkою, перекладом, науковою редакцією і на якісному папері – але при цьому отримують менші прибутки.

Подібна ситуація є і в сфері музики, зазначають респонденти. Тут є більш і менш успішні виконавці, а також різні жанри і заходи. «Якщо робити фестивалі, то це однозначно неприбутково, – розповідає одна респондентка. – Це завжди в мінус, потрібно залучати спонсорів. Музичні сфера, наскільки як знаю, якісь шоу, схоже на поп-формат, то це бізнес, якщо це камерна музика, симфонічні оркестри і т. д., це все дотації.»

Коли ж йдеться про телебачення, респонденти відмічають його роль як транслятора цінностей. Один респондент, який займає керівну посаду на українському телеканалі, описує роль телебачення таким чином: «Великі телеканали – вони впливають стратегічно, бо вони впливають на глибинні цінності: відношення до життя, повага, люди, як один з одним спілкуються, що таке гумор. Чи це смішно, чи це не смішно.»

При цьому постає питання політичного впливу телеканалів – адже вони формують громадську думку. Тому телебачення – це така галузь культури, яка в Україні не приносить прибутків своїм власникам, а в яку, навпаки, спрямовуються кошти – але з метою впливати на формування громадської думки. За словами цього ж респондента, «якщо [вкладаючи кошти в телебачення] ви очікуєте прямого повернення, то тоді це програшна історія. Якщо ви очікуєте опосередкованого повернення, то тоді ви правильно будуєте свою стратегію.» У цьому випадку опосередковане повернення – це суспільний вплив.

Виробництво кінофільмів та серіалів скоротило обсяги через падіння рекламного ринку, яке, у свою чергу, стало результатом економічної кризи 2014 року в Україні. Крім цього, через агресію Росії українське кіновиробництво, яке до цього випускало більше російськомовних продуктів, скоротило присутність на російськомовному ринку. «Коли ми звузилися до України, по-перше за рахунок мови – у нас з'явилося мовне розмежування, – по-друге, зрозуміло, через конфлікт – це був колосальний удар по кіноіндустрії, – розповідає один з учасників цього дослідження, представник сфери кіновиробництва. – З одного боку, це дуже сильно вдарила по нас економічно, з іншого боку це дуже сильно мотивувало нас до пошуку нових ринків.» Такими ринками, за словами респондента, стали Азія, зокрема, Корея та Китай, а також США.

Погіршення фінансового стану українських телеканалів також стало своєрідним поштовхом до розвитку власного виробництва замість закупівлі телевізійної продукції з-за кордону. «Не було б щастя, та нещастя допомогло, – розповідає один респондент, представник української медіа-групи. – Це теж стало великим поштовхом для індустрії з точки зору розвитку власного виробництва. Продукт власного українського виробництва отримав суттєвий поштовх. І всі медіа-групи почали розвивати і власне серіальне виробництво і, більшою мірою, стало розвиватися виробництво телевізійних шоу.» Разом з цим, цей респондент зазначає, що рекламний ринок почав відновлюватися і, за його словами, зараз росте темпами більш ніж 20% на рік.

Блок 1: Як розвивати культуру в регіонах?

В інтерв’ю респонденти часто піднімали таке питання, як доступність українських культурних продуктів та наявність відповідної інфраструктури у регіонах. Брак книгарень, кінотеатрів, сучасних бібліотек та інших закладів культури, на думку значної частини респондентів, обмежує доступ місцевих жителів як споживачів культури до її продуктів.

Одна респондентка, експертка у сфері культури, зауважила, що існує «страшенна ситуація в розриві між культурним споживанням в місті і в селі.» Інша респондентка вважає, що більша доступність культурних продуктів на місцевому рівні збільшила б зацікавленість аудиторії до культури. «І ми думаєм, да, що людина сидить в райцентрі, і дивиться «Сватів», того що їй подобається. А можливо, питання стоїть не так. Можливо, людина сидить в райцентрі і дивиться «Сватів» бо в неї нема книгарні. А, можливо, тому що в цей райцентр жодного разу жодний сучасний український письменник не приїжджав? Може, питання в цьому стоїть?» – запитує вона.

«І ми думаєм, що людина сидить в райцентрі, і дивиться "Сватів", того що їй подобається. А можливо, питання стоїть не так. Можливо, людина сидить в райцентрі і дивиться "Сватів", бо в неї нема книгарні», – респондентка, громадська діячка.

«Українських кінотеатрів у містах менших, чим 80 тисяч от – їх просто не існує», — скаржиться один респондент. Він зазначає, що кінотеатри виконують не лише розважальну роль, а й соціальну – зокрема, служать місцем відпочинку молоді, а також можуть стати місцем прокату українських фільмів, профінансованих державним бюджетом.

«Тобто зробить мережу маленьких кінотеатрів по всій Україні і підтримати оці українські фільми, які повипускалися, і підтримати їх, щоб вони по цій мережі тільки там показалися. І оце вам буде виховання української культури, — пропонує респондент. — Якщо ви три-п’ять років там прокрутите, ви виховаєте три-п’ять років прошарку молодих людей, які зараз тільки туди і ходять, і вони будуть думати по українськи про українську культуру. І не важливо, якою мовою вони будуть розмовляти: українською чи російською – вони будуть думати про Україну.» — підсумовує він.

Також у дослідженні вказали на те, що у регіонах, на відміну від Києва та великих міст, проводиться мало культурних заходів. У свою чергу, вважає одна респондентка, місцеві мешканці виявляють інтерес до таких заходів і відвідують їх, тоді як в Києві, за її словами, вони «перекормлені» подіями.

Респонденти пропонують проводити культурні заходи в маленьких містечках, щоб виходити за рамки великих міст. «Давайте в Ніжин виберемося, наприклад, да? – пропонує одна респондентка, представниця сфери радіомовлення. – І хай оці всі багаті товарищі поїдуть в Ніжин на концерт Монастирської. Вони попруться. Розумієте, вони попруться. Тому що, якщо там скажуть, що там буде президент, або ще що-небудь, і він зможе там щось поспілкуватися, то вони попхаються.»

«Хай оці всі багаті товарищі поїдуть в Ніжин на концерт Монастирської. Розумієте, вони попруться. Тому що, якщо там скажуть, що там буде президент або ще що-небудь, і він зможе там поспілкуватися, то вони попхаються», – респондентка, представниця сфери радіомовлення.

За словами одного респондента, який представляє уряд, якість стратегічних документів (стратегій розвитку) у регіонах досить низька, а їхні пріоритети подекуди визначаються не потребами місцевих мешканців, а політичними міркуваннями. Крім цього, він вказав на недостатнє лідерство на рівні органів місцевого самоврядування і патерналізм у деяких регіонах, який виявляється в очікуванні допомоги від держави замість власної ініціативи.

Виходячи з того, наскільки пріоритетною є сфера культури, на неї можуть виділятися різні розміри ресурсів. В середньому, згідно з цим респондентом, ці видатки складають 0,4% бюджету, а їхній обсяг може варіюватися від 0,1% до 17%. А обсяг фінансування впливає на можливості для розвитку сфери культури на місцевому рівні. «Де 17% – там капітальні видатки, там інвестиції, а де 0.1% – це просто знаєте, так щоб не вмерло остаточно. Воно там потихесеньку як зомбі доживає там, аби не вмерло», – пояснює він.

Респонденти наголошують, що у регіонах сфера культури потерпає від браку коштів. Як причину називають недостатнє фінансування на національному або на місцевому рівні. «У селах і селищах багато чого закривається, ті ж палаци культури для прикладу, інші заклади культури, бо туди гроші просто не доходять, – вважає один респондент, представник інформаційного агентства. – І люди, які живуть в райцентрі нічого не бачать. Потрібна розбудова культурної інфраструктури.»

Брак коштів на місцях респонденти називають наслідком того, що сфера культури не завжди входить до пріоритетів місцевої влади. Один респондент (представник уряду) розповідає про свій досвід обговорення політики у сфері культури в деяких об'єднаних територіальних громадах: «Ми читали багато стратегій, планів соціально-економічного і культурного розвитку громад і в мене вже традиційна фраза – культура знаходиться між молоддю і сміттям. Тобто там от якраз після PEST-аналізу[100] вони роблять стислий аналіз галузі і описують, що молодь виїжджає, клуби розвалилися, сміття багато. Оце в нас зазвичай три ключові фрази, після чого вони кажуть: «а тепер давайте попрацюємо з дорогами».»

«Вони роблять стислий аналіз галузі і описують, що молодь виїжджає, клуби розвалилися, сміття багато. Оце в нас зазвичай три ключові фрази, після чого вони кажуть: "а тепер давайте попрацюємо з дорогами"», – респондент, представник уряду.

[100] Для довідки: PEST-аналіз – це аналіз факторів зовнішнього середовища, які можуть вплинути на підприємство чи організацію. До цих факторів належать політичні (P), економічні (E), соціальні (S) та технологічні (T).

Недостатнє фінансування у регіонах призводить до такої ситуації, коли місто чи громада не може дозволити собі працевлаштувати потрібну кількість людей з необхідними навиками. Кошти спрямовуються на діяльність закладів культури, але їх бракує для повноцінної оплати праці. «В нас є центр народної творчості, де керівник одночасно завгосп, одночасно сторож, одночасно головний по сцені. (…) Ми фінансуємо не людей, а заклади», – ділиться своїми спостереженнями респондент з уряду. Звідси можна зробити висновок, що за умов браку фінансування талановиті працівники не мотивовані працювати на місцевому рівні, що призводить до ще більшого скорочення культурного сектору у таких громадах чи населених пунктах.

Скорочення і закриття культурних закладів може призвести до небажаних соціальних наслідків, застерігають респонденти. Особливо це може відбитися на молоді, яка втратить можливість проводити культурне дозвілля. Одна респонденка розповідає про будинки культури у невеликих населених пунктах: «Для мене це було відкриття, що вони досі працюють там, що діти ходять на хореографію, на циркове мистецтво, на малювання, на співи. Це соціально дуже необхідна річ. Бо інакше вони будуть на вулиці, бо інакше вони будуть пити, інакше вони будуть займатися чимось не тим.»

Тому респонденти наголошують на тому, що сфера культури повинна бути пріоритетною для регіонального розвитку.

Щоб забезпечити доступ людей у регіонах до сучасної української культури, потрібно подбати і про такі умови, як відповідна інфраструктура та транспортне сполучення, вважають респонденти. «Мені здається, що зусилля держави в тому, аби культура розвивалася не тільки в обласних центрах, пов’язане напряму з питаннями фінансування доріг, доїзду авторів і тому подібне. – повідомила одна респондентка, яка організовувала поїздки у регіони України для сучасник письменників. – Тому що в наших всіх проектах автори їздили своїм… практично своїм коштом на волонтерських засадах.»

3. Державна підтримка: оцінка засад і пріоритетів

3.1. Чи належить культура до пріоритетів держави?

Учасники дослідження говорять про те, що за часів незалежності України культурна політика переважно не входила до пріоритетів для держави.

Один з респондентів вважає, що відсутність відповідної гуманітарної політики в АР Крим і в окупованих частинах східної України була одним з факторів того, чому Росії вдалося окупувати ці регіони. Подібну думку висловив ще один респондент, експерт у галузі мистецтва: «Якби за років двадцять п’ять був пріоритет культурного якогось компоненту в державотворчості, я думаю, ми не мали б зараз війни.»

Ще одна респондентка зауважує, що значне пожвавлення державної політики відбулося з 2005 року, коли за президентської каденції В. Ющенка на державному рівні почали приділяти більше уваги українській ідентичності та історичній пам’яті.

За словами респондентів, за останні роки культура стала важливішою для держави, а державна політика у сфері культури покращилася. «Україна нарешті підбирається до цього розуміння, що культура не нахлібник, культура теж виробляє і інколи дуже серйозний культурний продукт, який виробляє додану вартість», – вважає одна респондентка, експертка у сфері культури.

Вона зазначає, що протягом останніх п'яти років було розроблено стратегію розвитку культури до 2025 року, яка містить цілі з розвитку освіти у сфері культури, державно-приватному партнерстві, демократичної і партнерської взаємодії у культурному середовищі.

Збільшення підтримки держави дає можливість українській культурі бути представленою у світі, повідомляє одна респондентка, представниця сфери книговидання. А це, у свою чергу, дозволяє донести до світової аудиторії інформацію про ситуацію в Україні, додає вона. «Держава почала підтримувати це, – говорить респондентка. – Ми почали більше їздити на міжнародні виставки. Це важливо, бо там збираються інтелектуали, журналісти, які пишуть про нас статті. Які нас оцінюють з політичної точки зору. Ми маємо можливість показати, що у нас є Сенцов, у нас є окупація. І нам потрібно заявляти на цих міжнародних виставках.»

Крім цього, у реалізації політики відбулися структурні зміни. Респонденти позитивно відзначають те, що з'явилися окремі урядові установи, відповідальні за розвиток певних галузей культури. «Це створення нових інституцій, – говорить одна респондентка, громадська діячка у сфері культури. – І ці інституції демонструють справжній public policy[101] в сфері культури, і це не може не тішити.»

«Те, що ми робимо зараз в Україні, – це Держкіно, агенції, (…) Інститут нацпам'яті, Інститут книги, Український культурний фонд. Це якраз той мейнстрім, де агенції беруть на себе основну роботу по роботі з стейкхолдерами. Ми як Міністерство більше фокусуємося на формуванні ключових таких напрямів і формуванні основ державної політики. Реалізація переходить на agency level[102]», – пояснює респондент, який працює в уряді. З цим погоджується ще одна респондентка, експертка у сфері культури. «За п'ять років відбувся як змістовний зсув в бік розуміння важливості культури, так і інституційний зсув», вважає вона.

Респонденти відмітили позитивні зміни, пов'язані із створенням Українського культурного фонду[103]. На відміну від попереднього підходу, коли, за словами однієї респондентки, рішення про виділення державного фінансування на культурні ініціативи залежало від особистих симпатій чи антипатій державних службовців, зараз ці рішення приймаються прозоро широким колом експертів. «Експерти можуть помилятися, – визнає вона. – Експерти можуть, не знаю, там робити неправильні висновки. (…) [Але] експерти точно діють поза межами корупційних схем, симпатій, антипатій. (…) Тому мені здається, це така прям тиха революція, яка відбулася, – не чиновники, але експерти розподіляють гроші.»

> «Експерти можуть помилятися. Експерти можуть робити неправильні висновки. Але експерти точно діють поза межами корупційних схем, симпатій, антипатій. Це така тиха революція відбулася, – не чиновники, але експерти розподіляють гроші», – респондентка, експертка у сфері культури.

Завдяки цим інституціям покращилась координація представлення України за кордоном. «Раніше, я пам'ятаю практику, що коли потрібно було групі митців поїхати на якийсь великий міжнародний захід, то ніхто не знав, ні хто приймає рішення, ні хто туди їде. – розповідає одна респондентка, громадська діячка. – Грубо кажучи, туди їхали ті, у кого є гроші, і ті в кого є можливість туди поїхати. Тепер є конкретна інституція (…), яка відповідає за те – Інститут книги

[101] Для довідки: public policy – державна політика.
[102] Для довідки: agency level – рівень агентств.
[103] Для довідки: Український культурний фонд фінансує проєкт, в рамках якого був написаний цей звіт.

– хто їде на Лондонську книжкову ярмарку, хто їде на Франкфуртську книжкову ярмарку представляти Україну.»

Держава приділяє більше уваги політиці пам'яті і представленні української культури закордоном, зауважують учасники дослідження. «Те, що Міністерство закордонних справ спромоглося через спротив, через велику кількість дискусій, створити все-таки Український інститут – це теж важливий крок, і будемо сподіватись, що він продовжить свою діяльність», – вважає ця ж респондентка.

Серед позитивних змін називають прийняття закону про конкурсні процедури, за яким керівні посади в культурних і мистецьких інституціях обіймаються через конкурс. «Це надзвичайний соціальний ліфт, – вважає одна респондентка, експертка у сфері культури. – Це обмежує вічні перебування на посадах вічних людей. Це дає можливість молоді посунутися.»

Респонденти зазначають, що з децентралізацією з'явилося більше можливостей розвивати культуру на місцевому рівні. При цьому одна респондента з іронією відмітила, що хоча буває, що сферу культури фінансують за так званим «залишковим принципом», при річному плануванні бюджетів це може принести певну користь: у цю сферу спрямовуються невитрачені кошти, що приносить позитивний результат. «В бюджетах місцевих виявився профіцит (…). Вони не встигли попіліть. І їм треба було терміново витрачати. І (…) залишковий принцип – він зіграв на руку культурі. Тобто, і вони сказали, що їм треба. І вони купили проектори. (…) Чи комп'ютери. І в бібліотеки стоять черги,» – описує вона.

> «В бюджетах місцевих виявився профіцит. Вони не встигли попіліть. І залишковий принцип зіграв на руку культурі. Вони купили проектори чи комп'ютери. І в бібліотеки стоять черги.» – респондентка, експертка у сфері культури.

Окремі респонденти говорили, що культура навіть зараз не є пріоритетом для держави. Один респондент вважає, що держава розглядає її, передусім, як сферу, яка потребує видатків, не розуміючи важливості культури. А деяким респондентам було важко сказати, чи сфера культури є пріоритетом для держави. Оскільки польовий етап проведення дослідження припав на період формування нового складу Парламенту і Кабінету Міністрів в Україні, відповіді частини респондентів характеризувалися невизначеністю – вони не могли спрогнозувати, якою буде політика держави у сфері культури.

3.2. Підходи до фінансування сфери культури

Більшість респондентів погоджується з тим, що держава повинна фінансувати сферу культури тією чи іншою мірою. Вони пояснюють це тим, що створення вартісних і конкурентоздатних культурних продуктів вимагає значних затрат часу і не гарантує, що на ці продукти в Україні буде платоспроможний попит.

Крім цього, державна підтримка культури, на думку респондентів, є запорукою розвитку суспільства. «Я вважаю, що три речі, які держава повинна підтримувати в першу чергу, – це освіта, наука і культура, – повідомив один з учасників дослідження. – Тому що якщо держава не буде цього підтримувати, то тоді ми отримаємо те, що у нас відбувається зараз. Це деградація, люмпменізація, маргіналізація і тому подібне.»

З цією думкою погоджується ще один респондент, експерт-мистецтвознавець. «Держава повинна давати якийсь мінімум, солідний мінімум, щоб, розумієте, науковці з інституту не

їздили за свої гроші на міжнародні солідні форуми представляти за свої гроші. При чому, їх ще заставляли, пишуть заяву за своїм рахунком», – розповідає він.

«Держава повинна давати якийсь мінімум, солідний мінімум, щоб науковці не їздили за свої гроші на міжнародні солідні форуми. При чому, їх ще заставляли, пишуть заяву за своїм рахунком», – респондент, експерт-мистецтвознавець.

Ще один респондент, представник інформаційного агентства, сформулював це так: «Є комерційна частина, а є частина некомерційна. І перша частина може жити самостійно, сама по собі. А інша потребує підтримки чи держави, чи спонсорів.»

При цьому при виділенні державної підтримки слід чітко визначитись з пріоритетами, вважає один з учасників дослідження, який представляє музейну сферу. «Держава має створити правила гри. І сказати, - от у нас є кілька зразкових проектів, більше ми не потягнем. Визначитись, що їй треба», – переконаний він.

Одна респондентка віднесла до галузей культури, які мають фінансуватися державою, літературу, театр та класичну музику – так звану високу культуру. «Як правило, ця творчість неокупна, – говорить вона. – Як правило, вона і не може бути окупною, тому що вона насправді про творення сенсів. (…) Творення великої культури, ціннісної, важливої фінансується державою. І держава здійснює свою культурну політику по відношенню до цього ціннісного ядра.» Навколо цього ціннісного ядра, як висловилася респондентка, створюються культурні або креативні індустрії, які передають і «запаковують» цінності. А ці індустрії, на її думку, мають заробляти самі на себе.

Ще одна респондентка, представниця державної культурної установи, каже, що у світі держави фінансують ключові культурні заклади національного рівня. «Коли йдеться про великі національні інституції – прикладів самоокупності навіть, не те шо прибутковості, немає. Навіть найбільші музеї світу, типу Лувр і Британський музей, найбільш відвідуваний, – вони, звичайно, є дотованими.»

Була висловлена ідея, що державна підтримка повинна спрямовуватись для проєкти, що втілюються початківцями в цій галузі і націлені на експерименти і пошук ідей. «Фінансування проектів-початківців, фінансування якихсь проектів, які допомагають створювати якісь новаторські продукти, допомагають створювати те шо ризиковано, ну, наприклад, знаходити нові ідеї», – такі рекомендації для державної підтримки висловила одна респондентка.

Також було запропоновано, щоб держава підтримувала великі «системні» чи багаторічні проєкти, зокрема, у співпраці з меценатами, або такі проєкти, які є важливими з точки зору державної інформаційної політики. «Я вважаю, що державна підтримка має бути на стратегічні напрямки, на процеси, і на державну політику, тобто ідеологічну, в першу чергу, роль, – пояснює одна респондентка. – А сфера, яка пов’язана з зароблянням грошей на культурі, – мені здається, що вона все-таки має самофінансуватися.»

Разом з цим, у дослідженні висловили ідею, що навіть закладам, які фінансуються державою, варто активніше співпрацювати зі спонсорами і залучати приватне фінансування. «[Потрібно] працювати над залученням партнерів. Є такі організації, як центр Довженка, Мистецький Арсенал, який працює над залученням партнерів, фінансових донорів. Завдяки цьому, Мистецький Арсенал робить фестивалі, книжкові виставки, які є досить успішними. Насправді,

бізнес бачить, що вкладати в культуру – це теж важливо», – говорить одна респондентка, представниця сфери книговидання.

Дехто з учасників дослідження вважає, що культурні проєкти повинні у перспективі стати самоокупними – але для цього в Україні потрібно продовжити їх фінансувати найближчим часом. «Тут треба таке – міксувати. Щоб людей готувати до того, шо їх проекти мають бути самоокупні. Але до цього якийсь такий інкубаційний період має бути», – вважає одна респондентка, експертка у сфері культури.

Один респондент, представник медіа-групи, також вважає, що з часом українська культура має перейти на самофінансування. «Ми, звичайно ж, повинні прийти в здорову модель. – говорить він. – Здорова модель - це коли все на самофінансуванні. І самофінансування ставати прибутковим бізнес-проектом. Щоб він був прибутковим у нього повинен бути високий попит.» Але для цього потрібно почати з ефективної державної політики і залучати приватне фінансування для професійних кадрів в уряді. «Попит не повинен бути справою держави. Щоб державні органи, починаючи від виконавчої влади, могли реалізовувати правильні ініціативи, повинні бути правильні сильні професійні кадри. На ці кадри потрібні, безумовно, гроші, яких може не бути в бюджеті. І тут потрібні меценати», – пояснює цей респондент.

Проте в дослідженні також були висловлені застереження щодо повного переходу сфери культури на самоокупність. Це, за словами одного респондента, що працює у сфері книговидання, попереджає, що за цих умов не знайдеться підтримки для важливих, але менш популярних культурних продуктів. «Якщо ми поставимо культуру як перший пункт на самоокупність – це буде масмаркет і досить примітивний. Ми це бачимо по книжкам. Тобто, ті книжки, які продаються, вони не завжди найрозумніші книжки», – говорить він.

Підходи респондентів до того, яким має бути обсяг державного фінансування, відрізняються. Один респондент запропонував схему 20%-30%-50%. 20% — це частка коштів, яку сектор культури заробляє самостійно, тобто це ті культурні продукти, які приносять дохід. 30% у цій моделі забезпечують меценати, а 50% — держава.

Ще одна респондентка, експертка і споживачка культурних продуктів, вважає, що за теперішніх умов держава має взяти на себе більшість витрат на сферу культури. «Якщо говорити про Україну, то це, мабуть, все ж таки 70% державна підтримка, державне фінансування, і 30% меценатство», – вважає вона. З часом, однак, цю пропорцію можна вирівняти, але це вимагає від держави усунення перешкод для підприємців. «Тому що бізнес теж не всесильний, – пояснює ця респондентка. – Бізнесу теж не дають працювати так само. Кожна влада, яка приходить, починає його висмоктувати, розумієте… Тому будемо реалістами. В ідеалі, як би я це бачила, звичайно 50/50 для України, хоча б років через п’ять.»

Моделлю для державного фінансування культурних ініціатив може бути часткове фінансування, що практикується одним благодійним фондом. Про цю модель розповіла одна учасниця дослідження, активістка громадської організації. Вона полягає в тому, що для отримання фінансування культурного проєкту потенційний реципієнт має зібрати половину його вартості від споживачів – і лише тоді благодійний фонд забезпечує другу половину суми.

«Ця ініціатива виникла саме з тієї думки, з того розуміння що споживач діяльності культури має її фондувати і має її «лайкати» гривнею. І тільки тоді вона має сенс», – пояснює ця респондентка. Але водночас, за її словами, цей благодійний фонд фінансує більш масштабні роботи, які не розраховані на широку аудиторію, але є важливими для української культури, з його точки зору.

«Споживач діяльності культури має її фондувати і має її "лайкати" гривнею. І тільки тоді вона має сенс.» – респондентка, громадська діячка.

Один респондент висловив думку, що кошти, які держава зараз спрямовує на культурні ініціативи, було б доречніше спрямувати на розвиток освіти у сфері культури, побудову відповідних освітніх закладів або оплату українським творцям культури освіти у західних країнах.

3.3. Недоліки державної політики у сфери культури

Учасники дослідження вказали на деякі недоліки теперішньої політики держави у сфері культури, у тому числі – у її фінансовій підтримці.

Говорять, зокрема, про те, що держава не орієнтується на комерційну успішність фільмів, виробництво яких вона фінансує. Це за словами одного респондента, призводить до того, що продюсери не несуть особистої відповідальності за використання бюджетних коштів.

Один респондент озвучив таку проблему в державній підтримці сфери кіновиробництва, як її незавершеність. На прикладі фільмів українського виробництва він зазначає, що підтримка надається на етапі виготовлення культурних продуктів – зйомки фільмів, їх реклами. Але через проблему, яка виникає на етапі розповсюдження вітчизняних фільмів – неготовність самих кінотеатрів виділяти час для їх прокату, – вони не потрапляють до своєї цільової аудиторії – українських глядачів.

«Прекрасно. Багато є українських фільмів, які вже зробили. Де показувати? Десять ранку в Блокбастері. Ідіть, будь ласка, дивіться, хай хоч повилазять вам очі», – говорить респондент. Кінотеатри, за його словами, співпрацюють з іноземними кіностудіями на умовах контрактів, які змушують випускати в прокат фільми іноземного виробництва і не залишають часу для українського кіно. «Тому Україна зробила, але не доробила. Модель фінансування підтримки українського кіно – радянська. (…) Українські фільми виробляють – а показувати нема де.» — підсумовує респондент.

«Багато є українських фільмів, які вже зробили. Де показувати? Десять ранку в Блокбастері. Ідіть, будь ласка, дивіться», – респондент зі сфери телебачення

Деякі респонденти негативно оцінили художній рівень фільмів, що виробляються за державною підтримкою. На думку одного респондента, який працює у сфері кіновиробництва, низькі касові збори таких фільмів і брак глядачів на сеансах – це наслідки низької якості цієї продукції. «Подивіться всі патріотичні фільми – «Червоний», «Бандера» – вони ж всі провальні. Вони не просто провальні, вони не викликали ніякого інтересу з боку глядача. Глядач приходить і голосує грошима,» – вважає він.

Про незавершеність державної політики говорять також, коли йдеться про державні заклади культури, які вже почали оновлювати і вдосконалювати, але ці зміни, на думку окремих респондентів, ще не доведені до кінця. Зокрема, одна респондентка, експертка у галузі культури і споживачка культурних продуктів, так сказала про Мистецький Арсенал: «Це недобудована будівля, де нема ремонту. Яка недоведена до пуття. В якій зроблено тільки

одне крило. Пройшло 10 років. 24 серпня цього року було 10 років з часу відкриття Мистецького Арсеналу. Там велике фінансування. Державне. Розумієте, але вони нічого не роблять.»

Респонденти вказують на те, що бюджетні кошти не спрямовуються навіть на підготовку інфраструктури для проведення заходів, які фінансує приватний бізнес. Одна учасниця дослідження, представниця компанії, що фінансує і організовує культурні заходи, описує негативний досвід організації фестивалю, який проводиться у міському парку.

За її словами, органи місцевого самоврядування не виділили коштів на реставрацію парку, у якому цей фестиваль проводиться роками. Кожного року потрібно будувати літню сцену, підключати електроенергію, облаштовувати зручності для відвідувачів. Респондентка говорить про те, що місто не йде на зустріч організаторам і не фінансує робіт у парку, і держава також не долучається до фінансування супутніх потреб, навіть коли власне проведення фестивалю вже оплачене компаніями-спонсорами. «Не потрібно навіть фінансувати проект, – пояснює вона. – Потрібно включатися в ті моменти важливі, промо закордоном, просування, допомоги музикантів якихось там геніальних привезти.»

Брак документації виставок, що відбуваються на державному та міжнародному рівнях, – проблема для сучасного мистецтва. «Українського мистецтва не існує, – переконаний один респондент. – Його не існує в електронному, немає видань, в поліграфічному, тобто немає книжки, де там під однією корочкою, однією обкладинкою, де зібрались би від Шевченка, Рєпіна, Кандінського, Врубеля і сучасних художників. Тобто в нас ні в якому вигляді немає реєстру українського мистецтва.»

В інтерв'ю було висловлено і таку проблему, як недостатня присутність держави у медіапросторі. На думку одного респондента, політичним елітам в Україні не вигідна наявність об'єктивної та фінансово незалежної медійної компанії, такої як Суспільне. Цим, на його думку, пояснюється недостатнє бюджетне фінансування Суспільного. В результаті «держава як виразник очікувань людей сьогодні в медійному просторі або в боротьбі цінностей надзвичайно низько стоїть, вона майже не присутня», – переконаний респондент.

Пов'язана з цим проблема, на думку окремих респондентів, – це брак державного регулювання інформаційної політики телеканалів. Один з учасників дослідження висловив переконання, що якщо телеканал – збитковий, тобто не життєздатний на ринку, але тим не менше працює, це означає, що його фінансують з метою впливу на глядачів. «Ринок їсть – продавайте, не їсть – не продавайте. А телеканали, які не продають свій контент, але його хтось фінансує, то це вже не телеканал розважальний, інформаційний або ще якийсь, це телеканал – пропагандистський. То це не телеканал, а пропаганда.» – сказав респондент. На його думку, державі слід розглядати такі телеканали окремо від інших.

> «Ринок їсть – продавайте, не їсть – не продавайте. А телеканали, які не продають свій контент, але його хтось фінансує, то це вже не телеканал, а пропаганда» – респондент зі сфери телебачення.

3.4. Якими повинні бути критерії для державної підтримки?

Респонденти наголошують на тому, що державне фінансування сфери культури повинне базуватися на певних критеріях, а проєкти повинні бути оцінені – зокрема, з точки зору їхньої фінансової успішності.

«Мені б дуже хотілося, щоб все-таки держава займалася не просто килимовим бомбардуванням грошима, а все-таки якоюсь селекцією», – повідомив один респондент, що працює у галузі кіновиробництва.

«Мені б дуже хотілося, щоб все-таки держава займалася не просто килимовим бомбардуванням грошима, а все-таки якоюсь селекцією», – респондент, представник сфери кіновиробництва.

Окремі респонденти вважають, що передумовою для державної підтримки повинна бути успішна історія подібних проєктів. Якщо говорити про українське кіно, то це ті фільми, касові збори яких змогли оплатити вартість їхнього виробництва, вважає один з респондентів. «Я б підтримував тільки те кіно (…) від продюсерів, які себе зарекомендували. Ось зібрав твій фільм, хоча б в нуль вийшов, він заробляє собі плюс десять балів на наступний пітчинг», – пропонує він.

«Я б підтримував тільки кіно від продюсерів, які себе зарекомендували. Ось зібрав твій фільм, хоча б в нуль вийшов, він заробляє собі плюс десять балів на наступний пітчинг», – респондент, представник сфери кіновиробництва.

При цьому цей респондент застерігає від надто великих бюджетів для фільмів українського виробництва. За його словами, такі фільми будуть комерційно неуспішними і тому державі не варто виділяти мільйонні суми. «Є об'єктивна реальність: що українське кіно з бюджетом вище 500-600 тисяч доларів – це провал, – вважає він. – Воно не окупиться, воно не збере. Ось уже є досить чіткий і зрозумілий критерій. Коли приходять і кажуть: «Дайте нам п'ять мільйонів на який-небудь фільм»… Ну друзі, ну про що ви?»

Популярність серед аудиторії має служити вказівником для держави щодо того, які саме ініціативи варто підтримувати, вважає один респондент, який працює у сфері мистецтва. «Ви дивитися, що люди туди приходять, що вони там фотографуються, роблять і викладають селфі і це зроблено там, там і там. Якщо це потрібно, підтримайте це», – пропонує він.

Разом з цим, він попереджає, що цінність культурного твору не завжди вимірюється його популярністю, і тому успішність культурного продукту не повинна бути єдиним критерієм для державної підтримки. «Ми знаємо багато випадків, коли людина випереджувала свій час і те, що людина робила сьогодні, ставало потрібним і актуальним тільки декілька, а іноді через десятки сотні років», – розповідає він.

Перед виділенням державного фінансування респонденти закликають вивчити кількість та характеристики аудиторії культурних заходів, на які будуть спрямовані кошти. Одна респондентка, представниця компанії, що організовує і фінансує культурні події, пояснює це на прикладі спонсорування подій комерційними компаніями: «Мені здається що це маст – сходити подивиться на події, які успішні, для того, щоб розуміти, що відбувається і куди люди ходять. (…) Будь-яка комерційна організація, будь-яка компанія, бізнес-компанія, як я зустрічаюся з нашими спонсорами, вони мені говорять: «Яка у тебе аудиторія, які профайли в аудиторії, дослідження твоєї аудиторії?» Я зацікавлена це за свої гроші зробити. Потім вони всі

виїжджають на площадку, приходять на фестивалі і все перевіряють. От мені цікаво, держава, коли дає гроші, вона цікавиться, яка аудиторія буде профінансована?»

> «Як я зустрічаюся з нашими спонсорами, вони мені говорять: "Яка у тебе аудиторія, які профайли в аудиторії, дослідження твоєї аудиторії?" От мені цікаво, держава, коли дає гроші, вона цікавиться, яка аудиторія буде профінансована?», – респондентка, представниця компанії-спонсора культурних заходів.

Також ця респондентка рекомендує вимірювати ефективність державної підтримки. «Будь-який маркетолог вам порахує таким чином: одиниця контакту на долар чи на гривню, – наводить вона приклад. – Я не говорю, що це там правильна ефективність підрахунку, але будь-що потрібно спробувати, хоча б помірять ефективність. Виділяють гроші, не дивляться кому, потім не міряють ефективність.»

При відборі напрямків і проєктів для фінансування державі радять консультуватися з експертами. «Мають вирішувати експертні ради звичайно., – пояснює один респондент, представник інформаційного агенства. – Експертні ради при відповідних відомствах, які будуть опікуватися цими питаннями: куди і на що спрямовувати ресурси. Їх точка зору має бути врахована при ухваленні рішень.»

Респонденти наводять експертний відбір проєктів для фінансування Українським культурним фондом як приклад вдалого підходу до вибору напрямків державної підтримки[104]. «Мені подобається, як зробили в Українському культурному фонді – там є експерти, вони обирають, а потім наступний крок, наступний», – вважає один респондент. «Мені здається, що критерії УКФ[105] гарно прописані, і експертам потрібно довіряти», – говорить ще одна респондентка, представниця сфери книговидання.

У дослідженні було запропоновано оцінити потенційну комерційну успішність українських фільмів перед тим, як їх фінансувати, а також підтримувати ті українські фільми, які підуть в міжнародний прокат. «Якщо продюсер показує грамотну стратегію і робить кіно, яке буде демонструватися за межами України, його потрібно підтримувати», – вважає один респондент.

Один з респондентів висловив думку, що держава не повинна сама виробляти культурні продукти, а створити сприятливі умови, щоб це могли робити з приватної ініціативи. «[Державі] не треба будувати музеї, вирощувати художників, створювати якісь проекти. Державі потрібно єдине, що зробити, це створити умови законодавчі, щоб це було вигідно робити іншим. Держава не мусить виробляти інтелектуальний продукт, а вона мусить його абсорбувати», – вважає він.

Блок 2: Закордонний досвід

Учасники дослідження навели приклади позитивного досвіду інших країн у політиці у сфері культури. На їхню думку, Україна може скористатися прикладом цих країн для вдосконалення

[104] Для довідки: Український культурний фонд фінансує проєкт, в рамках якого був написаний цей звіт.
[105] УКФ – Українського культурного фонду.

розвитку культури, фінансування цієї сфери, побудови культурної інфраструктури в регіонах та інших заходів.

У сфері стратегічного управління і визначення державних пріоритетів у сфері культури пропонують брати приклад з США. «В 2015-му році це вже була прийнята загальнодержавна програма, яка розширює книжкові клуби, паперові видання, збереження газет, журналів, збільшення за шість років в шість разів музеїв в Сполучених Штатах, – розповідає одна респондентка. – І Вашингтон тепер буде музейною столицею, а не буде офіційною столицею. Офіс і державний апарат – це сервіс. Його навіть не повинно бути помітно.» За її словами, гуманітарна політика розглядається у США як така, яка має збалансувати суспільне життя в епоху цифровізації і зародження штучного інтелекту.

Активізувати участь громадян у культурних практиках можна за прикладом Сінгапуру, вважає один респондент, представник української медіа-групи. За його словами, у Сінгапурі було розроблено державну програму, де за ціль було поставлено збільшити рівень залученості людей у сферу культури. «Підвищити відсоток залученості населення в культурне життя країни. Це різні івенти, різні події, різні заходи, участь у громадському житті, небайдужість», – пояснює він.

Успішний досвід реформування бібліотек можна перейняти в Польщі, вважає один респондент, що працює у сфері книговидавництва. З простого місця, де можна отримати книгу, реформовані бібліотеки перетворилися на культурні центри, де можна провести вільний час. «Що зробили поляки – вони за десять років залили 100 млн євро і реформували 500 бібліотек за цей час. (…) І вони створили з них там соціокультурні або комунікаційні центри, в яких, це треба підкреслити, треба всім розуміти, що це не склад з видачою книжок, як зараз відбувається в нас в бібліотеках, і це не там, де люди стали більше читати, а там, де стало людей набагато більше, їм урізноманітнили дозвілля», – розповідає цей респондент.

Ще один позитивний приклад Польщі – це чітко виписане законодавство, яке легко розуміти і втілювати. «Якщо дивитися закон про охорону культурної спадщини в Польші, він там складається ну 20 листків мабуть, сторінок. Прозорий абсолютно, речі називає своїми іменами. Все просто, ясно. Він майже закон прямої дії. Підзаконних актів до нього там обмаль треба», – говорить одна учасниця дослідження, що представляє державний музей-заповідник.

Грузію наводять як приклад того, як через малі ґранти у сфері кіновиробництва держава розвивала цю галузь культури і значно підвищила професійний рівень тих, хто до неї залучений. «І в Грузії кілька років було, коли вони фінансували суто початківців, молоде кіно, невеличкі гранти зовсім маленькі. І через деякі роки люди стали на фестивалях вигравати», – розповіла одна респондентка, експертка у сфері культури.

Один респондент пропонує запозичувати досвід різних країн для політики у сфері культури у на різних рівнях: національному, обласному та місцевому. «Національний рівень – Франція, Британія. Такий обласний, регіональний рівень – це Канада. І місцевий рівень – це Швеція», – говорить він. З Франції можна взяти приклад того, як розвивати національну культуру як бренд країни, а Британія може послужити прикладом того, як фокусуватися на креативних індустріях і глобальних ланцюжках вартості, вважає цей респондент. Канада, на його думку, успішно розвиває культуру в окремих провінціях, а Швеція – на місцевому рівні, завдяки децентралізації і роботі з органами місцевого самоврядування.

Францію також наводять як приклад фінансування національного кіновиробництва. Один учасник дослідження розповів, що у цій країні діє модель, за якої певний відсоток касових зборів іноземних фільмів спрямовується на підтримку французьке кіно.

Про Швецію також говорили як про приклад того, як вивчення іноземних мов може відкрити країну для світу. Один респондент розповідає: «Вони були наче такими північно відсталеною,

ще в п’ятидесятих роках, якось так, країною. Абсолютно, влада, коли якось так в якомусь п’ятидесятому році прийшла до влади – вона сказала, шо друга мова в нас англійська. І що сталося, ну про що – дуже АББА зазвеніла на весь світ.»

З Естонії пропонують брати приклад відкритості і успішної міжнародної співпраці. Одна респондентка розповідає: «Естонія маленька, вона не може на собі заробляти. І тому вона просто відкрила кордони і сказала «я – класна в світі». І «ринок мій – світ».» Завдяки цьому, за словами цієї респондентки, в Естонії втілюються масштабні міжнародні проєкти із залученням великого фінансування.

> «Естонія маленька, вона не може на собі заробляти. І тому вона просто відкрила кордони і сказала "я – класна в світі". І "ринок мій – світ"», – респондентка, експертка у сфері культури.

Про Білорусь говорять як про приклад відновлення архітектурних пам’яток, що перетворюються на привабливі туристичні об’єкти і збагачують місцеві бюджети. «Мірський замок у Білорусі отримує 150 тисяч доларів чистого прибутку за рік. Завдяки своєму магазину, завдяки тому, шо вони закупають всю, весь собі устаткування магазину зі заробітку. Білорусь! Це Білорусь! Ну, а у нас купа замків і вони не мають ні магазинів, ні кафе, не заробляють ніяким чином на тому, шо до них їдуть туристи», – розповідає одна респондентка.

В інтерв’ю було згадано Німеччину як приклад успішного управління сферою культури на місцях, коли кожна громада на місці може самостійно приймати рішення щодо того, які культурні заклади їй потрібні і на які культурні ініціативи спрямовувати кошти. Досвід цієї країни може стати в нагоді в Україні у контексті реформи децентралізації, вважає одна респондентка-громадська діячка. Вона пояснює: «Уявимо ситуацію: в громади є майже не працюючий будинок культури, і в громаді є драматичний театр, з трупою, якій платяться зарплати, платяться комунальні платежі, а вони ніяк не розвиваються, не ставлять нових постановок, і крутять 25 років одне й те саме, і в 56 років актриса грає Джульєту. Ну я не думаю, що громаді це дуже цікаво. А от будинок культури, який треба полагодити, пустити туди митців, які зможуть працювати і розширювати спектр діяльності цього будинку культури, він би був набагато більш актуальним.»

Німеччину також наводять як приклад відродження історичного спадку, привернення уваги до пам’яток історії через складення історичних маршрутів, а також культурних проєктів, присвячних Другій світовій війні. «Відродження палаців, замкової культури, – розповідає одна респондентка, експертка і споживачка культурних продуктів, про культурні ініціативи в Німеччині. – У них був проект відродження озер для відпочинку людей. Тому що колись в тридцяті роки минулого століття вони славилися своєю бальнеологічною культурою на грязях і озерах. Вони це робили як культурний проект відродження. (…) Це є пласт, великий пласт культури. І тому Меркель вдалося стільки… бо вони це зробили. Відродження романтичного шляху. Це кілометри доріг, де німці і туристи подорожують таким чином від палацу до палацу, від історії Нібелунгів до історії (…) там їхніх королів.»

Про Швейцарію згадували у контексті проведення культурних подій світового рівня на місцевому рівні. Одна респондентка описала, як у невеликому містечку в цій країні щороку відбувається джазовий фестиваль, який відвідують сотні тисяч людей. Це створює робочі місця у цьому населеному пункті і підтримує його економіку.

Подібний досвід можна запозичити у міста Більбао в Країні Басків в Іспанії. Один респондент розповів, як завдяки залученню місцевого фінансування і спонсорської підтримки там вдалося відкрити багато культурних закладів і перетворити це місто на популярний напрямок для туризму. «З невеличкого містечка зробили культурний феномен, – говорить цей респондент. – [Воно] стало одним з туристичних центрів. Треба вивчити цей приклад. Як вони залучали митців, як створювали культурний продукт та залучали ресурси для цього. Це маленьке містечко: не Мадрид і не Барселона. Але туристів там зараз не менше.»

У проведених інтерв'ю прозвучала і така думка, що, навпаки, Україна може бути прикладом для інших країн і привабливою альтернативою на міжнародному ринку – за умови сприятливих законодавчих і податкових умов для сектору культури. «Нам не потрібно побудувати європейські моделі, так? Чи яку там намагаються побудувати? Американську, європейську, британську, от. Нам треба робити найкраще, краще, ніж в усіх і робити мистецький офшор, так? Тобто, в нас має бути податкова законодавча система краще, щоб французькі галереї, аукціони британські, німецькі зривались зі своїх країн, приїжджали сюди», – пропонує один респондент-підприємець. Цьому, на його думку, може посприяти те, що, на відміну від західних країн, законодавство у сфері культури в Україні ще до кінця не сформоване і його можна порівняно легко змінити.

4. Проблеми для сфери культури в Україні

За словами респондентів, сектор культури в Україні потерпає від браку державної підтримки, застарілого законодавства, недостатнього фінансування, відтоку кваліфікованих працівників та інших проблем.

4.1. Складні історичні умови

Респонденти звертають увагу на несприятливі історичні умови для розвитку української культури. Їхні корені сягають ще часів перебування України під владою Російської імперії. Один з учасників дослідження, представник театрального мистецтва, говорить: «Я вважаю, що театр несе досить відповідальну ношу. Тобто він повинен бути рупором демократії, рупором любові до Батьківщини. Він повинен бути рупором та мірилом моральності та справедливості. Не дарма український театр в царські часи закривали. Тому, що ця мова була, яка теж воювала проти царизму. І щоб знищити цю мову, виходили царські укази, щоб заборонити театрам грати вистави українською мовою.»

Радянський тоталітаризм приніс розстріли та фізичне винищення українських культурних діячів. Пізніше переслідування набуло форм ув'язнення і перешкоджання творчій діяльності. «Як Параджанова саджали в тюрму – це теж було знищення. Тобто, був тиск ідеологічний – це були люди, яких не брали на виставки, не брали замовлення, їх фізично і морально тиснули,» – розповідає один респондент, підприємець.

За часів тоталітаризму українська культура була відірвана від світової, що наклало негативний відбиток на її подальший розвиток, повідомляє цей респондент. А після здобуття незалежності Україною вітчизняна культура зіштовхнулася з такими проблемами, як брак реформ у цьому секторі та втрата мистецьких надбань цього часу. «Ми в 90-ті роки практично втратили цілий часовий проміжок, – повідомляє цей респондент. – В 90-ті роки не було колекціонерів українських, мистецтво коштувало дуже дешево, в нас не було документальної фіксації. Ми з 90-тих років не можемо знайти навіть фотографії, і всі роботи були вивезені. Цього відрізку 90-тих років в нас майже нема, тільки в приватних колекціях і то дуже мало. Тобто навіть, якщо ми зробимо зараз музей сучасного мистецтва, то нам 90-ті роки майже неможливо наповнити.»

«Ми в 90-ті роки практично втратили цілий часовий проміжок. Не було колекціонерів українських, мистецтво коштувало дуже дешево, в нас не було документальної фіксації. Ми з 90-тих років не можемо знайти навіть фотографії, і всі роботи були вивезені. Навіть якщо ми зробимо зараз музей сучасного мистецтва, то нам 90-ті роки майже неможливо наповнити», – респондент-підприємець.

Складна історія відбивається на тематиці українськи культурних продуктів, кажуть деякі респонденти. Через це тональність, наприклад, українських кінофільмів великою мірою трагічна і повна песимізму. Відображення історичних трагедій у фільмах також повинне мати місце, вважає один респондент, представник кіноіндустрії, – якщо воно зроблене якісно, але в загальному він радить Україні відходити від трагічної історичної тематики в кіно.

Десятиліття радянської влади призвели до браку власної ініціативи і розвитку патерналізму серед громадян, зазначає ще один учасник дослідження, що працює у галузі книговидання. «Сімдесят років радянської пропаганди, радянської влади, де просто з людей зробили худобу, які зараз дивляться на Міністерство, що давайте, спускайте нам програми, за якими ми будемо розвивати культуру. Так це не працює», – вважає він.

4.2. Несприятливе регулювання та митні процедури

Говорячи про законодавчі рамки, у яких працює сектор культури, респонденти вказують на несприятливі регуляторні умови та перешкоди, пов’язані з оподаткуванням та митним оформленням культурних продуктів, таких як твори мистецтва. Один респондент-підприємець описує створення музею подібно до започаткування будь-якого іншого бізнесу – з відповідними перешкодами. «Я просто працював з різними там меценатами і, коли вони починали робити музей, вони просто кидали цю затею, тому що вони ще нічого не зробили, а вони були вже винні за землю, за то, за сьо і так далі. Якщо ти будуєш музей, то значить ти багата людина, значить в тебе є вільні гроші, значить зараз треба тебе…» – ділиться досвідом він.

Цей же респондент звернув увагу на складність митного оформлення культурних цінностей, таких як твори мистецтва. На його думку, при цьому з громадян стягуються надто високі податки і таким чином держава не заохочує ввезення цих творів. «Законодавче поле – воно блокує все, блокує вільний перетин через кордон. Тобто свобода, має бути свобода пересування культури. Тобто я взяв виставку і перевіз, чи я купив якийсь твір мистецтва дев’яностих років, привіз сюди і з мене не здирають податки, а мене зустрічають з оркестром і дякують за те, що я повернув мистецтво, раритет, який Україна втратила. Цього не відбувається», – пояснює він.

Ще одна учасниця дослідження, представниця державної культурної установи, також говорить про те, що приватним колекціонерам і меценатам важко ввозити твори мистецтва в Україну. Це відбуваються через надто високі мита і невідповідні умови зберігання цих творів при перетині кордону. «[Меценати] мусять сплатити такі мита на кордоні, що це співмірно з тим, скільки коштують ці твори. В результаті ми маєм купу меценатів чи колекцій українських, які зберігаються закордоном. Крім того, вони мають її ще залишити на митниці в непристосованих умовах, без належної охорони, де її можна пошкодити, де температурний режим може пошкодити, де її можуть просто кудись покласти чисто случайно. Тобто, це

величезні ризики для і весь цей час мецената будуть підозрювати в тому, що він хоче здійснити контрабанду людей», – повідомляє ця респондентка.

> «Меценати мусять сплатити такі мита на кордоні, що це співмірно з тим, скільки коштують ці твори. Крім того, вони мають ще залишити колекцію на митниці в непристосованих умовах, без належної охорони, де її можна пошкодити, де її можуть просто кудись покласти чисто случайно», – респондентка, представниця державної культурної установи.

За оцінками респондентів, працювати у сфері мистецтва і створювати музеї – коштовно і складно через невідповідне і застаріле законодавство. Один респондент описує ситуацію у сфері мистецтва так: «Не вигідно займатись мистецтвом – не вигідно бути художником, не вигідно бути галеристом, не вигідно бути музейщиком, не вигідно бути теоретиком, не вигідно бути меценатом. Тобто, вся цепочка, невигідно бути куратором, да? (…) Тобто, інфраструктурно, законодавчо, адміністративно (…) це невигідно. Музеї не можуть бути музеями, освіта не може бути освітою, тому що вони знаходяться в законодавчому полі.» Згідно з цим респондентом, законодавче поле заважає музеям розвиватися, ставати більш сучасними, втілювати нові технології, такі як аудіоґайди, чи відкривати кафе.

«У нас крім морозива, води і там якогось напою ви нічого ніде не купите», – підтверджує ще одна респондентка, яка представляє державний музейний заповідник. Вона скаржиться на те, що законодавство заплутане і неефективне. «В нас дуже багато наліпили законів, нормативів, більшість їх не працює, один одному суперечать. І юристи користуючись цим, використовують ту нестиковку в законодавстві, в нормативних базах. (…) Не треба багато законів, треба один-два. Але вони мають працювати», – говорить ця респондентка.

Бюрократія і складність процедур перешкоджає українським культурним інституціям співпрацювати з міжнародними партнерами, вважає учасниця дослідження, яка очолює один з державних закладів культури. Вона розповідає: «Наприклад, щоб заплатити гонорар японському художнику, по-перше, цього художника треба довести до істерики, тому шо він має знайти сертифікат резиденції і сертифікат постійного місцепроживання і прислати його вам. А потім, договір має бути двомовний.»

За її словами, укладення договорів супроводжується значними транзакційними витратами. Крім цього, як зазначає респондентка, культурні установи побоюються звинувачень у порушеннях з боку правоохоронних органів. Вона розповідає: «Це вимагає таку кількість комунікацій, роботи, обурення з боку неназваного японського художника, проклять з боку його галереї, дзвінків до посла в Токіо і всіх інших речей, що коли ти врешті решт підписуєш цей договір на 1500 євро, це відчуття, що це просто перемога. І це, звичайно, дуже високі такі транзакційні витрати, котрі дуже стримують розвиток нових продуктів. Особливо нових продуктів, особливо державним інституціям і так кожен директор думає, що завтра до мене прийде прокуратура і мені буде кінець.»

«Щоб заплатити гонорар японському художнику, цього художника треба довести до істерики, тому що він має знайти сертифікат резиденції і сертифікат постійного місцепроживання. Це вимагає таку кількість комунікацій, роботи, обурення з боку японського художника, проклять з боку його галереї, дзвінків до посла в Токіо, що коли ти врешті-решт підписуєш цей договір на 1500 євро, це відчуття, що це просто перемога», – респондентка, представниця державної культурної установи.

Ще один респондент, який представляє музейну сферу, також говорить про тісні законодавчі рамки, які не дозволяють державним музеям вільно продавати продукцію. «Треба щось замовити, купити витратні матеріали, – розповідає він. – Та сама сувенірка. Є певні обмеження. Я не можу брати на реалізацію, бо в мене бюджетні обмеження стоять в бухгалтерії. Тому я маю закупити, ризикнути, прорахувати. А це теж господарча діяльність і велика проблема. Бо дуже часто люди кажуть, ми тобі дамо безкоштовно, а якщо окупиться, то ти… Я кажу, я не можу. В мене бухгалтерія проти. Мене ж тут всі перевірили: Рахункова, КРУ.» Він також повідомив, що музей не міг закупити комп'ютерне обладнання через певні бюджетні обмеження.

Учасники дослідження скаржаться на недостатній професійний рівень урядовців, що реалізують державну політику у сфері культури. «Коли юрист займається економікою. Значить, планує бюджет. Коли журналіст керує театрами, який рідко ходить в театри сам», – наводить приклади один респондент.

Інший респондент, підприємець і меценат, висловив схожу думку. «Тобто є якась велика прірва між чиновниками, від яких… яку я підтримку можу від них отримати? Ну яку я підтримку можу отримати, якщо вони не цікавляться високим мистецтвом? Ну ніяку. От, якщо у нас в країні постійні некультурні і не інтелігентні люди, от вони були при владі», – говорить він.

Крім цього, респонденти назвали окремі проблеми із законодавством, що стосується певних галузей культури. У сфері театру, зокрема, вказали на негнучку систему обліку робочого часу працівників культури, яка не враховує час, витрачений працівниками на репетиції і поїздки, а також надто високу плату за використання фонограм, навіть якщо вони недовго звучать у виставах.

У державному музеї сказали, що через урядову постанову, яка регулює максимальну кількість людей в штаті, цей заклад не може найняти додаткових працівників для певних проектів, навіть якщо для цього не потрібно додаткових видатків з бюджету.

А один респондент-митець висловив думку, що на відміну від європейських країн з усталеним законодавством, де культурні ініціативи зіштовхуються з потребою проходження довгих процедур для отримання погоджень, в Україні відносно легше отримати дозвіл на певні проєкти.

4.3. Недостатнє фінансування і корупція

Брак фінансування – це проблема, на яку часто вказували у цьому дослідженні. За словами окремих респондентів, причина низької фінансової спроможності сфери культури частково криється у специфіці цієї сфери. Вона працює з сенсами, вважають учасники дослідження, і відповідно, її представники не завжди задумуються над кількісними показниками чи можуть критично подивитися на ситуацію. «Це відокремлений від економічної діяльності, який займається самовідтворенням і самозбереженням, мало думаючи про додану вартість в цілому для суспільства» – так описує сектор культури один респондент, що представляє уряд. На його думку, можливість самовираження часто виступає важливішим мотивом для зайнятості у сфері культури, ніж фінансовий стан чи соціальний статус. Через це сфері культури в Україні бракує мотивації для розвитку і збільшення конкурентоздатності. «Вони сидять в своїх бульбашках і з бульбашок вилазити особливо не хочуть», – вважає цей же респондент.

> «[Культура] – це відокремлений від економічної діяльності [сектор], який займається самовідтворенням і самозбереженням, мало думаючи про додану вартість в цілому для суспільства», – респондент, представник уряду.

Подібної думки дотримується інша респондентка, представниця сфер книговидання. «Наші художники дуже складно підписують договори. Якщо письменники ще розуміють, то з художниками дуже складно. Вони думають, що це бухгалтерія, бюрократія не для них, але це творчі люди», – говорить вона.

«Люди, які займаються мистецтвом, перш за все, [для них] точно не на першому місці гроші. І їхня мотивація зовсім інша. Тобто, мотивація або якоїсь самореалізації, або мотивація служіння чому небудь», – вважає один з учасників дослідження, підприємець і меценат.

Ще одна респондентка зазначає, що роботу у сфері культури часто розглядають як покликання або цінують її за соціальний статус, який вона приносить. «Очевидно, там дуже серйозно цей фактор символічного капіталу, репутаційний фактор», – вважає вона. Це означає, що фінансова мотивація не завжди важлива для представників цього сектору.

Ще однією причиною браку фінансування сфери культури в Україні деякі респонденти назвали недостатньо розвинені права власності. Це не дозволяє українським творцям культурних продуктів отримувати з них відповідний дохід і в результаті – сфері культури бути економічно успішною. У цьому контексті один з опитаних респондентів висловив припущення, що «доки не створена екосистема належна для заробляння коштів культурною сферою, важко говорити про можливість і спроможність представників галузі працювати в режимі самоокупності.»

Один респондент, що представляє державний театр, повідомив про складнощі, пов’язані з тим, що такі культурні заклади працюють як державні підприємства. «У нас змішали бюджетну організацію з підприємством. Коли вигідно – нас вважать бюджетною організацією, а коли невигідно – підприємством», повідомляє він. За словами цього респондента, державні видатки на діяльність театру як бюджетної організації зараховуються до «дохідної частини» його бюджету, тоді як при отриманні прибутку театр сплачує податок, таким чином повертаючи частину коштів назад у бюджет. Це перешкоджає театру спрямовувати кошти на власний розвиток. «Якщо б ми були бюджетними організаціями, то тоді треба ці збитки покривати театру. А так ми є підприємство, то вони нам закидають у доходну частину, а коли ми щось більше заробимо, то у нас це забирають», – ділиться респондент.

«У нас змішали бюджетну організацію з підприємством. Коли вигідно – нас вважать бюджетною організацією, а коли невигідно – підприємством», – респондент, представник державного театру.

Вплив цієї проблеми частково зменшується завдяки фінансуванню від іноземних донорів. Однак, це фінансування, за словами респондентів, спрямовується переважно у сферу медіа. Один з учасників опитування, говорячи про USAID, зазначив, що їхній ґрант виділяється обмеженими сумами: «Вони сказали «тридцять п'ять мільйонів доларів даємо ґрант на Україну». Дали – і самі злякались. І сидять з цим тридцять п'ять мільйонів і так по трошки видають, бо не знають, що з цим робить.» Причиною цього може бути недостатня спроможність українських медіа-організацій та інших громадських чи культурних ініціатив використати отримані кошти відповідно з вимогами ґрантодавців.

Разом з цим, через недостатню організаційну спроможність в Україні не завжди можуть використати навіть доступні ґрантові кошти, які виділяють іноземні донори. За словами однієї респондентки, експертки у сфері культури, українським культурним діячам бракує впевненості у собі і вміння працювати в команді. «Є страх некомпетентності якоїсь, – вважає вона. – Люди не можуть об'єднатися. І, наприклад, з'їсти пиріг разом більший. І цей пиріг просто тхне, пропадає, і його забирають з нашого стола. (…) Тому шо я чую про ці гранти величезні, які ми просто не освоюємо.»

З іншого боку, у дослідженні прозвучала думка, що насправді на сферу культури спрямовується достатньо грошей, але вони неефективно або нечесно витрачаються. «В мистецтві надзвичайно багато грошей і виділяється дуже багато грошей, просто дуже багато розпилюють і неефективно витрачають. Тобто, грошей дуже багато, ну надзвичайно багато, це просто стала така от теза, що культурі бракує грошей,» – вважає один респондент-підприємець.

Недоброчесні працівники державних інститутів дають дозвіл на забудову історичної частини міст всупереч встановленим нормам, розповідає одна респондентка, яка працює у музеї-заповіднику. «Вони продажні. Вони продають за гроші все. Свою історію, свою совість продають. І все на світі», – вважає вона. Це призводить до того, що поряд з пам'ятками архітектури виростають будівлі, які перевищують максимально встановлену висоту.

Ще одна респондентка описала проблему з корупцією у вітчизняних цирках, де працівники офіційно оформлені, але насправді, за її словами не працюють. «Схема така: працює цирк, а в ньому працює весь штат працівників. Але там немає артистів. Вони всі закордоном. Чому? Тому шо в цирку приїжджають гастролі, трупи, і все це здається в оренду. Це все просто мафіозна схема», – розповідає вона.

Про корупцію і монополію говорять і у галузі книговидання, а саме у виданні підручників. «Щодо навчальної книги, як незалежний експерт можу про це говорити, що є монополія на друк та протискання авторів, це реальні гроші, часто це корумповано», – сказала одна учасниця дослідження, що має досвід роботи у сфері книговидання.

Також респонденти повідомляють про таку проблему, як обмежені можливості для ведення бізнесу і монопольну економіку в Україні. Один респондент, меценат і підприємець., розповідає: «В країні взагалі в нас сьогоднішній стан економіки, в цілому, це монопольна держава. Тобто, є невелика купка груп, невелика кількість груп, там невелика кількість людей, які монополізували, власне кажучи, основні сектори економіки. (…) Доступ до капіталу

обмежений і монополізований, особливо за останні декілька років це погіршилось». Ця проблема може безпосередньо негативно впливати на культуру як сектор економіки, а також опосередковано – ускладнюючи ведення бізнесу в Україні, і відповідно скорочуючи можливості споживачів та меценатів фінансувати культуру.

4.4. Брак професійних навичок і управлінських вмінь

«Уявіть собі містичну ситуацію, що раптом, не знаю там, з'явилося 100 мільярдів доларів, які віддали на культуру. Хто ними буде управляти? – запитує одна респондентка. – Це величезний бізнес. Нема тих людей, які вміють ними управляти, поки що нема.» Брак відповідної освіти і професійних кваліфікацій часто називали перешкодою для розвитку та економічної привабливості української культури.

В той час як респонденти, як правило, позитивно оцінюють академічну освіту у сферу культури і мистецтва в Україні, дехто з них скаржиться на низький загальний рівень освіти громадян. «76% українців читають дуже рідко, або не читають взагалі. В країні за цей рік 53600 дітей не здали ЗНО з української мови. Хоча державним коштом 10 років хтось чомусь вчив,» повідомила одна респондентка, громадська діячка. Це негативно впливає на поінформованість громадян у галузі культури і на їхню зацікавленість культурними продуктами і практиками.

У дослідженні досить критично оцінили якість гуманітарної освіти в середній школі. За словами однієї респондентки, представниці державної культурної установи, «діти розбирають на уроці української мови суфікси і префікси, а не вчаться висловлювати незалежну думку в якийсь прийнятний літературний спосіб. Тобто, технологізується гуманітарний предмет. Розбивається на деталі, які можна, там, скласти конструктор. У результаті це призводить до нерозуміння взагалі всієї цієї культури.»

Серед проблем для сфери культури назвали також недостатнє знання іноземних мов.

Брак стратегічного менеджменту, візії і планування також називають однією з проблем сфери культури. «Люди просто не знають, як керувати командою, – говорить одна респондентка. – Просто не знають, що треба регулярно зустрічатися. Регулярно там конфлікти вирішувати. Вони йдуть по накопичувальному принципу. Вони не розуміють фінансові ризики, які випадають. Ну тобто ти бачиш, що це як гасіння пожеж.»

> «Люди просто не знають, як керувати командою. Просто не знають, що треба регулярно зустрічатися, регулярно конфлікти вирішувати. Вони йдуть по накопичувальному принципу. Це як гасіння пожеж», – респондентка, експертка у сфері культури.

Недостатня організаційна спроможність перешкоджає українським організаціям подавати заявки на фінансування своїх культурних проєктів донорськими організаціями. «Все починається з питання – скільки коштує твій проект? – розповідає респондентка, яка працює в громадській організації. – І людина не може відповісти на це запитання – вона ні разу в житті не складала грамотний бюджет. І не закладала туди податки, видатки на банківські послуги і купу всіляких нюансів. Тому вона звикла жити здебільшого за принципом «скільки дадуть».» За її словами, лише поодинокі організації в Україні вміють управляти великими проєктами і працювати з відповідними бюджетами.

В Україні не виділяють професій, пов'язані з управлінням культурними проєктами, повідомляють респонденти. «КВЕДУ в Мінсоцполітики «менеджер культурних проектів» або «куратор» немає. Є «індивідуальна мистецька діяльність» – все. А за обставин, коли на це не вчать, і немає такої професії, то виходить що і потреби немає», – сказала одна учасниця дослідження.

Брак фахівців, за словами іншої респондентки, експертки у сфері культури, призводить до того, що сфера культури недостатньо розвивається як сектор економіки. «Поки не виростимо покоління оцих спритних, розумних, фахових культурних менеджерів, так і будемо охати і ахати навколо культури, причитати про солов'їну мову і, не знаю шо ще, і дівчат у вінках. А управляти цим, робити це частиною індустрії – не навчимося», – вважає вона.

Серед проблем для сфери культури називають брак регулярності культурних подій, що не дозволяє їм збільшувати свою аудиторію, а також брак їх промоції. «Хромає промоція, відповідно немає розвитку аудиторій, і зрощування аудиторій. Немає регулярності подій. Вони всі хаотично: ну там виникло шось, там», – розповідає одна респондентка, експертка у галузі культури.

4.5. Втрата кваліфікованих працівників

Причиною недостатнього рівня управління культурними проєктами може бути низька кваліфікація кадрів, що працюють у сфері культури. Про це повідомляє частина учасників дослідження. Вони наголошують на тому, що через недостатнє фінансування сферу культури покидають талановиті і кваліфіковані працівники, які або переходять працювати в інші сфери, або виїжджають закордон.

«На Східній Україні (…) розказували про хореографа, дівчину, яка викладала, і чемпіонок України готувала, – розповідає про один з показових випадків одна з учасників дослідження. – Вона пропрацювала кілька років і потім пішла нарощувати вії. Бо в неї було півставки, півтори тисячі гривень. І вона не могла за це вижити.»

Інша респондентка, представниця сфери радіомовлення, розповідає про те, що українські культурні діячі знаходять для себе кращі можливості закордоном. «Фахівців української культури, таких справжніх представників української культури, в світі їх дуже багато. Їх дуже цінують в світі. Але вони тут нікому не треба, і вони їдуть», – говорить вона. Ця респондентка наводить приклади оперних співачок і співаків, всесвітньо відомої диригентки і талановитого піаніста з України, які отримали популярність і визнання у країнах Європи, де вони зараз працюють. «Вони теж хочуть заробляти гроші, годувати сім'ї, вони хочуть слави, а тут він буде собі сидіти, і його знати ніхто не буде», – коментує вона.

«Вони теж хочуть заробляти гроші, годувати сім'ї, вони хочуть слави, а тут він буде собі сидіти, і його знати ніхто не буде», – респондентка, представниця сфери радіомовлення.

Ще одна респондентка, представниця державної культурної установи, висловила подібну думку. «Ринок не може втримати професіоналів, – вважає вона. – Низька оплата праці, непривабливі робочі місця і ці, які найбільш талановиті, найбільш такі bright[106], – вони або підуть в інші сфери, що шкода, або закордон.»

[106] Для довідки: bright – розумний, здібний, тямущий.

Проблема еміграції торкається і представників циркового мистецтва. Одна респондентка, експертка у сфері культури, так описала цю ситуацію: «Всі артисти закінчують училище циркове, здають іспити, їх розкупають. І в нас прекрасна школа циркова, котра потроху вмирає. Але цирки це прибутковий бізнес у всьому світі. І він має працювати як прибутковий бізнес, а не дотаційним бути.»

З іншого боку, високий рівень еміграції свідчить про те, що українські митці чи виконавці мають достатній професійний рівень для того, щоб працювати закордоном. «Сказати, що галузь не конкурентноспроможна, теж важко, оскільки дуже багато митців виїздить закордон і займаються своєю безпосередньою діяльністю», – вважає респондент, який представляє уряд. Звідси можна зробити висновок, що українська культура може потенційно залучати таланти, які зараз шукають кращих можливостей закордоном, – за умови, що такі можливості буде створено в Україні.

До того ж, незадовільний стан культури у свою чергу є фактором, через який кваліфікована робоча сила виїжджає з країни, на думку одного респондента-підприємця. Він зауважив, що у сьогоднішньому глобалізованому світі люди можуть працювати у будь-якому куточку планети і обирають місце проживання з огляду на особистий комфорт, у тому числі на стан культури та соціальні стандарти. Тому для того, щоб конкурувати зі світом за таланти, Україні потрібно забезпечити їм сприятливе культурне середовище.

Для вирішення проблеми еміграції необхідні економічні реформи в Україні, вважає один респондент, представник сфери книговидання. «Якщо економіка слабка, зарегульована, монополізована – ну людям просто нема сенсу тут витрачати кошти, пов’язувати своє майбутнє і створювати – цей додатковий ВВП генерувати», – пояснює він. На прикладі Польщі він говорить про те, що українських професіоналів і підприємців приваблює за кордоном: проста система регулювання бізнесу і нижчий рівень корупції. «Тому що економічно там простіше, тому шо регулювання податкової системи там простіше, там більші податки, але там зрозуміла система, нема цих договорняків і так далі», – вважає цей респондент.

Крім цього, респонденти наголошують на тому, що для того, щоб професіонали залишались в Україні, потрібно, щоб фінансування з боку держави було не лише достатньо високим, а й постійним і передбачуваним. Одна учасниця дослідження, представниця державного музею, розповідає: «Розумієте, коли ми б платили реставраторам нашим навіть процентів 80 від того, що вони працюють в Польщі, Німеччині, навіть не 100, вони б всі вернулися сюди. Тому що тут житло, тут сім’я. (…) Але то, що немає стабільного фінансування реставраційних робіт, – отака от ситуація. І тоді набирають з вокзалів.»

4.6. Незадовільна інфраструктура і сполучення

Учасники дослідження часто згадували про низьку якість інфраструктури і сполучення в Україні як перешкоду для культурної мобільності всередині країни і донесення культури у регіони. «З моїх досліджень по Україні одною з ключових проблем для культури, розповсюдження і мобільності, є дороги, бо люди не можуть доїхати один до одного, транспортне сполучення жахливе, квитки дорогі», – описує цю проблему одна респондентка, експертка у сфері культури. За її словами, залізничне сполучення також не достатньо швидке і ефективне – подорож залізницею між обласними центрами, розташованими недалеко один від одного, може займати довгий час.

«Є регіони, в які не можна доїхати, – розповідає інша респондентка – громадська діячка, яка подорожувала Україною в рамках культурних проєктів. – Тому що туди не ходить, або дуже погано ходить транспорт. Туди не можна доїхати, бо там геть розбита дорога. І [складається] ситуація, в якій письменнику легше полетіти, наприклад, в Краків на презентацію, аніж доїхати в Ізмаїл.»

Ще одна респондентка говорить про брак туристичної інфраструктури у місцях культурної спадщини. «[Культурне багатство] не відкрите, – вважає вона. – До нього не можна привезти, принести, нема ресторанчику, нема вбиральні, нема дороги, нема готельчику, і так далі.»

4.7. Обмежене розуміння ідентичності

Говорячи про проблеми української культури, респонденти звертають увагу на традиційне уявлення про неї, обмежений набір сенсів і символів, якими оперують при визначенні української ідентичності. За спостереженнями однієї респондентки, на міжнародних подіях часто можна побачити, що українську культуру зображають за допомогою певних кліше – гопака, віночків – а не як сучасну культуру. За словами іншої респондентки, представниці компанії-мецената, ця проблема проявляється при представленні української культури закордоном. «Зупиніться робити промо країни, абсолютно не розуміючи, що ви промотуєте. То дівчата у нас красиві, то погода, то вареники», – говорить вона.

Один респондент бачить корені цього у минулому України як колонії великих імперій: «В нас українська ідентичність спрофанована і нав'язана нам імперіями, що українці – це от з оселедцями, у шароварах, сільські селяни, які на цих, запряжені волами, значить, їздять з сіллю і танцюють гопака. От тобто в нас зіпсоване саморозуміння, самосвідомість деформована, так?»

Поряд з цією проблемою респонденти говорять і про зосередженість української культури на власних проблемах і необізнаність з глобальними викликами, які накладають відбиток на теми і тенденції у сфері культури. Одна респондентка пояснює це так: «Ми вважаємо, що це класно, українське. І наші проблеми – вони самі класні у світі. А коли ти починаєш спілкуватися, їхати світом, ти розумієш, що крім наших, я не знаю, нашої революції, наприклад, є голодування, голод десь, або є десь відсутність освіти для дівчат в Пакистані. І ми сильно замкнені у своєму мисленні.»

Подібну думку висловив один респондент, що представляє музейну сферу. «Ми стали жити в такому національному гетто, який (…) сидить в своїй склянці, дивиться всередину і вважає, що це весь світ, і що вирішення мовного питання всередині склянки зробить культуру привабливою. З іншого боку, цю культуру ніхто не бачить, не знає, та й бачити не хоче, бо вона відрізана від сучасних речей», – вважає він.

4.8. Інші проблеми

Заклади культури у регіонах часто не відповідають потребам аудиторії і бувають тягарем для місцевої громади, повідомляють деякі респонденти. Одна учасниця дослідження, представниця державної культурної установи, так описує ситуацію з бібліотеками: «Ці бібліотеки могли би бути плюсом, але не факт, шо вони є плюсами, вони можуть бути обтяжними. Там застарілі колекції книжок. (…) Вони можуть поповнюватись, все залежить від людини, яка за це відповідає. А дуже часто це сприймається як півставки для дружини голови сільради чи ще щось таке.»

Деякі респонденти бачать загрозу через конкуренцію з боку іноземної культури для української культури. Один респондент висловив стурбованість тим, що міжнародні культурні тенденції набувають популярності серед громадян України, що, на його думку, загрожує витісненням української культури. «Вона як маленька дитина, українська культура – її ще треба піднімати, виховувати, щоб вона силу набирала, щоб вона могла протистояти міжнародним всім махінаціям. Бо ніхто нас там не чекає – ні в культурі, ні в бізнесі, нічим – з'їдять.» – вважає він. Як приклад респондент наводить поширеність свят на зразок Хеловіну.

«Вона як маленька дитина, українська культура – її ще треба піднімати, виховувати, щоб вона силу набирала. Бо ніхто нас там не чекає – ні в культурі, ні в бізнесі – з'їдять», – респондент зі сфери телебачення.

В Україні незахищені авторські права і це створює перешкоди для розвитку культури – вважають респонденти. Це особливо актуально для галузі книговидавництва. «Книговидання не хочуть давати права на книжки, тому що ми пірат №1», – розповідає одна респондентка, яка працює у цій сфері. «Купа речей не видані не тому, шо українські видавництва не хотіли, а тому шо вони мають права на все. І все. Велика наша проблема – неврегульовані авторські права. Це ціла, довга і складна штука, вона відбивається на всіх», – говорить про книговидання інша респондентка, представниця державної культурної установи.

Додатково про проблеми, з якими зіштовхується сфера культури в Україні, дивіться у розділі «SWOT-аналіз».

5. Перспективи сфери культури в Україні: що нас чекає в найближчому майбутньому?

5.1. Потенціал сфери культури

Українська культура має значний потенціал – такої думки дотримуються усі респонденти, що взяли участь в дослідженні. Часто саме потенціал сфери культури називають однією з її сильних сторін (додатково про сильні сторони української культури, виявленні у глибинних інтерв'ю з респондентами, дивіться у розділі «SWOT-аналіз»).

Деякі респонденти бачать цей потенціал на перетині культури і технологій. «Світ за останні десять років змінився і з'явилось нове поняття в економіці – креативна економіка, – зазначає один респондент, підприємець і меценат. – На стику мистецтва, технологій народжуються нові проекти. І тут Україна має величезний потенціал і, власне кажучи, різноманітні культурні проекти.»

Потенціал сфери культури розкриватиметься, на думку респондентів, завдяки новому поколінню, яке бачать як більш мобільне і обізнане з новими технологіями. «Буде більше професіоналів. І вони будуть знаходити більше можливостей. Тому шо вже нове покоління, яке почало їздити, користуватися новими медіа, новими можливостями, мову почали вчити англійську,» – прогнозує одна респондентка.

Респонденти зазначили, що Україна багата талантами у музиці і літературі. На їхню думку, є потенціал для розвитку кіно і театрального мистецтва. Одна учасниця цього дослідження висловила думку, що професійна музика і кіновиробництво – це дві галузі культури, які будуть розвиватися в Україні. «Я думаю, є дві сфери, які, на які дивлюся з надією. Це сфери професійної музики, вона традиційно сильна з радянських часів. (…). І друга сфера, на яку я дивлюсь з надією, це кіно. Тому що індустрія стала дуже швидко розвиватися. Коли розвивається індустрія – потрібні люди.»

Розвивається і сучасне мистецтво. «Українське мистецтво сучасне, воно презентоване тепер практично на кожному великому бієнале, так що казати, що ми не презентовані, нас не знають – це не правда», – вважає один респондент, експерт у галузі сучасного мистецтва.

Давня історія і географічне розташування України, а також багатство і різноманітність культури дають можливість зацікавити світову аудиторію і активізувати туризм, вважають респонденти. «Ми на перетині Європи і Азії, – говорить одна респондентка. – Нам піддатні елементи культури і розуміння різних сторін світу, на чому теж можна будувати неймовірну привабливість країни. (…) В нас територіально неймовірно красива держава. Цей елемент є по суті так само одним із величезних плюсів різноманітності, яка зараз відображена в потребі людини в світі. Людина хоче різноманітності. Коли зникають кордони, коли стираються можливості. Цей шанс побачити різне для особистості будь-якої сторони світу є дуже важливим.»

Те, що значна частина українців володіє російською мовою, можна розглядати як позитивний фактор, який розширює кругозір, вважає одна респондентка, представниця державної культурної установи. Вона пояснює: «Наша двомовність – це плюс. Попри те, шо я би звичайно воліла, щоби всі говорили українською. Але ця двомовність дає нам набагато більш гнучке поле смислове. Набагато ширший огляд якийсь. Тобто, це напевно плюс.»

Разом з цим, це може бути і загрозою для української культури, вважає вона. «Бо, наприклад, поляки не мають цієї самої проблеми через те, що вони не є двомовними, вони розвивають власні якісь речі. Так що, ви як бачите, під цим кутом зору це знову ж таки мінус. Домінування російської популярної культури – це для нас велика проблема», – розповідає ця респондентка.

До сильних сторін сфери культури відносять інноваційність, гнучкість і відкритість до навчання в Україні, а також «енергетичний запал» і бажання діяти. Респонденти підкреслюють сильну академічну освіту в галузі культури в Україні. Ця освіта, за їх словами, дозволяє українським культурним діячам успішно працювати закордоном.

Та навіть за умов браку формальної освіти в Україні знаходять можливість навчатися, повідомляє один респондент, представник сфери кіновиробництва. «Тому що, ось у мене люди сидять, це все самоучки. Ніякого, в принципі, ніякої освіти на цю тему немає. Тобто це все курси, це бажання дізнатися щось нове. І цей потенціал, він в країні є. Люди хочуть вчитися і хочуть дізнаватися», – говорить він.

«Знаходяться такі талановиті люди, які якимось незрозумілим чином отримали освіту, чи самостійно чи десь іншим чином навчалися самі або у дуже вузькопрофільному напрямку І роблять роботу на найвищому рівні, на рівні голівудських стандартів, я маю на увазі відео, музика, програмування і решта», – розповідає ще один учасник цього дослідження, який представляє сферу мистецтва.

До освіти у галузі культури долучається бізнес. Наприклад, кіностудії влаштовують власні курси і майстер-класи, а також співпрацюють з університетами, щоб розвивати своїх майбутніх працівників, повідомив один респондент. Це дозволяє підвищувати навички зайнятих у сфері культури.

Відмічають і можливості, пов’язані з відкритістю світу, мобільністю і готовністю європейських країн співпрацювати з Україною у сфері культури. «Є бачення країн, бачення світу в кордонах національних. А є бачення світу мандрівне. Коли кордони не важливі, ти мандруєш, приносиш знання. Як чумаки з сіллю», – так описує важливість мобільності одна респондентка.

Сфера культури в Україні може істотно зрости подібно до сфери інформаційних технологій – вважає один з респондентів: «А тому зараз отак як серед ІТ – от у нас була дуже потужна освіта в цій сфері, а потім ніхто їй не заважав, ніхто не звертав увагу, а вона от просто сама склалася і вибухнула. І в культури так само може буть. Ми ж це бачимо підтвердження весь час.» – розповідає він.

Як зазначив інший респондент, розвитку галузі культури сприятиме економічний ріст, який відбудеться за умов лібералізації економіки. «[Прем'єр-міністр] Гончарук говорить про 40% [зростання економіки], і він в це вірить, і вони зроблять максимум, щоби там відкрити ринок землі, щоби запустити [реформи] податків, митниці і так далі. Це потягне за собою попит на спеціалістів, а спеціалістам десь треба буде навчатися, і спеціалісти підуть в навчання, освіту, культуру. Тобто, це ось такі взаємодоповнюючі механізми спрощення уподаткування, регуляції процеси. Економіка підтягне за собою культуру», – вважає цей респондент.

Респонденти спостерігають зростання кількості подій, що відбуваються завдяки фінансуванню від бізнесу. «Я страшенно тішуся, що величезна кількість, вибухова, за останні п'ять-шість років фестивалів – а це один із маркерів розвитку культурного життя, насправді – він фінансований не державою. Тобто він фінансований бізнесом», – розповідає одна респондентка, експертка і споживачка культурних продуктів.

При цьому підтримка меценатів стає не просто частиною соціальної відповідальності компаній, а й своєрідною економічною інвестицією у зростання, вважає вона. Це відображається на видах культурних проєктів, які вони підтримують: пріоритети зміщуються у публічну площину, до подій на зразок фестивалів, що допомагають розвивати контакти. «Якщо раніше вони допомагали фондам, в тому числі музеям, в тому числі освіті, в тому числі ще якимось речам, то це був підхід виключно репутаційний, ну і плюс політичний. То зараз це все ж таки більше економічне включення, тому що вони розуміють, що фестивалі розвивають територію. Розвивають в першу чергу можливість інших зв'язків, інших комунікацій, інших інвестицій, розширення контактів, тобто розвиток територій, на якій вони працюють», – пояснює респондентка.

Ця респондентка додає, що для розвитку приватного фінансування потрібно боротися з явищами, такими як рейдерство, що стоять на перешкоді зростання бізнесу. «Як тільки їм дадуть можливість рухатись і розвиватися без перешкод, рейдерства, ризиків, які ми знаємо прекрасно: захоплення, відбирання бізнесу, особливо, якщо він стає публічним… Як тільки він трошечки стає публічним – вважайте, що бізнес стає під загрозу у нас в країні. І тут би звичайно, процеси пішли б набагато краще», – говорить вона.

«Як тільки їм дадуть можливість рухатись і розвиватися без перешкод, рейдерства, ризиків, які ми знаємо прекрасно: захоплення, відбирання бізнесу. І тут би звичайно, процеси пішли б набагато краще», – респондентка, експертка і споживачка культурних продуктів.

Потенціал для зростання і розвитку української культури респонденти бачать і в малих кроках – які потім розвиваються у більші. Такими кроками, на думку однієї респондентки, могли би стати невеликі культурні ініціативи, де учасники могли б отримати досвід і працювати над помилками, щоб пізніше створювати більш масштабні проєкти.

Поки український ринок не зросте, компанії, що працюють у сфері кіновиробництва, будуть працювати на іноземних ринках, вважає один респондент, що працює у цій сфері. Це дозволить платити зарплати відповідного рівня вітчизняним спеціалістам, вважає він, тому що за інших умов вони виїжджатимуть закордон.

Те, як буде розвиватися українська культура, залежатиме у тому числі від можливості громадян України брати участь у культурних практиках – зазначають респонденти. Адже, за словами одного з них, для цього потрібно не лише бажання, а і наявність відповідних ресурсів

та інфраструктури. «Тому що зазвичай – ми робили кілька опитувань – основна причина неучасті в культурі – це відсутність часу. Друге – це недостатньо грошей, третє – це обмеженість доступу до місць, де відбуваються ці всі культурні практики», – розповідає цей респондент. Тому однією з передумов збільшення участі громадян у культурному дозвіллі та інших культурних практиках є як їхній особистий фінансовий стан, так і доступність культурних продуктів у їхньому населеному пункті.

5.2. Очікування від політиків

Частина респондентів висловили сподівання, що Україна буде продовжувати політику у культурній сфері, яка була втілена протягом попередніх п'яти років. «Мені складно прогнозувати, що буде далі, – розповіла одна респондентка. – Якби лишилося як є, мені здається… не як є зараз, а те, як воно їде зараз, то це було би непогано.»

Політичні сили приділяють недостатньо уваги гуманітарній сфері і розвитку культури, вважають окремі респонденти. Один з них говорить: «В жодної політичної партії практично не почуєте, не побачите культурну стратегію і взагалі відношення до культури. Чи взагалі про якусь там гуманітарну проблематику.» Ще одна респондентка, представниця галузі книговидання, розповідає про результати аналізу політичних програм: «Ми аналізували передвиборчу програму. У Зеленського, на жаль, нічого не було ні про культуру, ні про книгу. Але я маю надію, що [Міністр культури, молоді та спорту України Володимир] Бородянський, який поговорив зі всім діячами культури, вибрав напрямки.»

Окремі респонденти вважають, що не варто покладатися на підтримку держави і бачать позитив у тому, що в Україні є досвід самостійного виживання і адаптації. «Сильні сторони – це наше вміння виживати без держави, яка заважає тільки», – сказала одна респондентка, що представляє компанію-спонсора культурних подій. «Ми вміємо працювати в різних середовищах. Ми вміємо підлаштовуватися під різні обставини. Це дуже хороша така штука. Називається agility[107]», – вважає інша респондентка, експертка у сфері культури.

Разом з цим, учасники дослідження застерігають від непродуманої політики у гуманітарній сфері, яка може мати негативні політичні наслідки. Один респондент припустив: «Простими, непродуманими рухами можна абсолютно завдати лихо і знову з'являться вже такі самі осередки, як в Донецьку і в Луганську – з'являться, скажімо, на Закарпатті. А чого це може не з'явитися, скажімо, біля берегів Польщі, там, на Волині, скажімо? А може таке статися.»

Блок 3: Як розвивати меценатство?

Приватне фінансування підтримує численні культурні заходи в Україні, які стають знаковими для країни і окремих міст чи регіонів, а також діяльність творців та закладів культури, творчих колективів та громадських об'єднань. Заохочення меценатства могло б посилити фінансування сфери культури і підвищити зацікавленість у культурних ініціативах в Україні.

У дослідженні лунали пропозиції заохочувати приватне фінансування податковими пільгами. Для цього, на думку респондентів, потрібно прийняти закон про меценатство. Один респондент, представник театрального мистецтва, пояснив: «Зараз конче необхідно прийняти закон про меценатів і надати їм пільги певні в оподаткуванні, як це відбувається на Заході, щоб вони були зацікавлені перераховувати на культуру.» Інший респондент-підприємець, який фінансує культурні проєкти, погоджується з цим. «Має бути закон про меценацтво, як в багатьох цивілізованих країнах. От, тому що, якщо ти щось підтримуєш, якісь проекти в Україні,

[107] Для довідки: agility – рухливість, спритність, гнучкість.

от, ну якби ти маєш, власне кажучи, мати якусь пільгу. По відношенню до податків.» – вважає він.

При цьому один учасник опитування закликає до створення спеціальної інституції-фонду, який буде пропонувати культурні проєкти для фінансування меценатами. Це, на думку цього респондента, потрібно для того, щоб навіть приватне фінансування було спрямоване на важливі, з точки зору держави, культурні проєкти.

Проте деякі респонденти застерігають, що недостатньо змінити законодавство. На їхню думку, потрібно починати від потреб та інтересів меценатів, тому що вони будуть підтримувати те, чим вони цікавляться. Тому ринок культурних продуктів має йти на зустріч тим, хто його фінансує. «Треба спитати меценатів, а чого вони хочуть. Треба спитати в бізнесменів, а чого вони хочуть. Розумієте? Тому шо тут палітра інтересів надзвичайно велика. А ми все зводимо до того – давайте приймемо закон про меценатство», – говорить один респондент, представник уряду. Він вважає, що мистецька та культурна діяльність має бути цінною для меценатів, тому для розвитку меценатства пропонує почати з вивчення ринку і потреб зацікавлених сторін: «От зараз, найближчим часом треба сфокусувати увагу, на мою думку, на додаткові дослідження аудиторій, додаткові дослідження всіх стейкхолдерів в сфері культурних відносин, які б могли формувати довгострокові ланцюжки, global value chains[108].»

До того ж, пільги для меценатів можуть збільшити тіньовий сектор економіки, попереджають окремі респонденти. «Є постійна дискусія, щодо того, чи треба звільнити від податків гроші, які спрямовані на культуру, спорт, мистецтво. (…) На перший погляд, звичайно так. Але ми знаємо, що у країнах, які пішли таким шляхом, почалися системні ухилення від сплати податків і виведення грошей у такий спосіб. І це може мати суперечливі наслідки», – вважає один з учасників дослідження, представник інформаційного агентства.

Меценатство варто заохочувати і за допомогою нефінансових стимулів, таких як визнання чи державні нагороди, вважає один респондент-підприємець. Він пропонує: «Мають бути соціальні механізми, коли людина, яка профінансувала там, сто мільйонів мистецтв, побудувала музеї, колекцію і так далі, вона отримувала якісь там нагороди, відзнаки. Тобто, держава може ще, ну, створювати психологічний мікроклімат для заохочування.»

«Мають бути соціальні механізми, коли людина, яка профінансувала сто мільйонів мистецтв, побудувала музеї, колекцію і так далі, отримувала якісь нагороди, відзнаки. Тобто держава може створювати психологічний мікроклімат для заохочування» – респондент-підприємець.

Цей підхід підтримує ще одна респондентка, яка представляє сферу радіомовлення. Про меценатів вона говорить: «До кожного з них підхід треба. Є серед них і такі, яким і не треба, щоб їх хвалили, от вони просто будуть давати на це гроші. А є такі, щоб треба щоб похвалили. Ну а чо б і не похвалить, якщо зробив гарну справу.»

Ця респондентка розповідає про приклади нефінансового заохочення меценатів в Україні: їм дають право першими прийти на виставки, пропускають без черги, дозволяють безкоштовно привести з собою декілька осіб. Вона підкреслює, що для музею, де вартість квитка може

[108] Для довідки: global value chains – світові ланцюжки вартості.

складати 50 гривень, безкоштовний вхід кількох осіб буде порівняно невеликими витратами на фоні коштів, пожертвуваних цим меценатом.

Ще одна респондентка навела приклад залучення меценатів у США, коли за пожертву вони отримують статус члена своєрідного клубу, що дає їм право використовувати приміщення архітектурної пам'ятки чи музею для проведення заходів. «В цьому магазинчику висить два великих табло на вході і варіанти меценацтва і членства в клубі. – розповідає вона про свій візит у замок, який став музеєм. – Тобто ти можеш використовувати цей музей під що завгодно. Під весілля, відкриття першого вересня, випускні в коледжах, приватні вечірки, дискотеки. Але для цього ти маєш внести спочатку плату на рік, або членство в залежності від того, якої складності та чи інша можливість. Тобто це живі проекти, які наповнені життям.» Також США навели як приклад розвиненої культури меценатства, де практика благодійних пожертв виховується змалку.

Важливою для заохочення приватного фінансування є і довіра до держави, вважає учасниця дослідження, яка представляє компанію-мецената. Однак, вона зазначає, що поки що такої довіри бракує через непередбачуваність державної політики. «Тут повинна бути хоча б довіра, повинен бути досвід. А для цього повинна бути готовність співпраці довгострокової. Зараз якщо прийде до мене Міністерство культури і скаже, шо ми визначили «ти для нас пріоритет», я повірю їм, якщо пройде три-п'ять років, і те, про що ми домовимося на папері, вона буде дотримуватися цього. Держава на переправі міняє, по сто раз може помінять свої пріоритети», – пояснює респондентка.

Та при цьому варто звернути увагу на те, хто фінансує культуру і які цінності при цьому пропагуються, – вважає один респондент, який представляє уряд. «Якщо у нас олігархи меценати, то відповідно акценти в сенсах будуть такі патерналістично-олігархічні. Якщо у нас будуть люди з правильними цінностями, які будуть фінансувати культуру в якості меценатів і їх запит буде на промоцію належних цінностей, тоді це вже зовсім інша справа», – переконаний він.

6. Рекомендації для сфери культури

Учасники дослідження надали власні рекомендації щодо кроків, які, на їхню думку, потрібно зробити для розвитку української культури і збільшення її економічної привабливості.

6.1. Стратегічний підхід до розвитку культури

Частина респондентів підкреслює, що політику у сфері культури потрібно проводити після всебічного аналізу і визначення стратегічних цілей. Один з учасників дослідження пропонує насамперед виконати всебічний аналіз, аудит сфери культури, на основі якого пізніше потрібно формувати рекомендації і визначити державну політику. «Ми розумієм, що [наша] країна бідна, того треба спочатку все виважити, все перевірити, подивитися і, я гадаю, якщо би це нормальні експерти, нормальні люди, можливо, запропонують якісь моделі інші. Абсолютно ми ж відкриті до того всього. От, і, але без такого докорінного аналізу, ну тоді немає чого», – каже він.

Подібної думки дотримується ще одна респондентка, експертка у сфері культури. Вона пропонує сформулювати бачення і цілі політики у цій сфері у програмних документах. «Має бути прописана така цілісна системна програма, – вважає вона. – Цінності, місія, візія – як в бізнесі. Да? Цінності, візія, місія. Сформовані секторальні програми. Культурні політики прописані. Що ми робимо? На що ми звертаємо увагу? Що для нас важливо? Як ми це робимо? Через які ресурси? Якими людьми? Якими інструментами?»

Така стратегія дозволить державі краще реагувати на культурні ініціативи і відбирати культурні проєкти для підтримки, вважає ця респондентка. Вона описує таку модель: «Ми, мистецьке середовище, пропонуємо продукт. Ми, держава, визначили, що для нас важливо. Маємо ресурси. І будемо ваші проекти, які відповідають нашій культурній політиці, втілювати в життя. Коли вони зійдуться, то мені здається, що відбудуться blossoming[109]. Розквіт української культури.»

Ще один респондент, представник медіа-групи, вважає, що культурна політика має бути частиною загальнонаціональної стратегії в Україні. «Ми дуже довго жили короткостроковими горизонтами., – говорить він. – І потрібно зараз зупинитися трохи і витратити зусилля на формування і формулювання ось цієї ось національної ідеї і національної стратегії. Яка включає, у тому числі, і культурологічний аспект, як якийсь фундамент.»

6.2. Вдосконалення законодавства і державного управління

Часто надані респондентами рекомендації стосуються змін, які, на їхню думку, потрібно здійснити в українському законодавстві і в державному управлінні. Законодавство у сфері культури пропонують змінити таким чином, щоб воно було спрямоване на розвиток культури. Один респондент, який представляє Міністерство культури (зараз – Міністерство культури, молоді та спорту) України, розповів, що законодавство сформульоване таким чином, щоб надати Міністерству повноваження заборонити закриття закладів культури – і при цьому втрачається важливість діяльності Міністерства для розвитку культури. «Ми забороняємо помирати закладам, – вважає цей респондент. – Тобто ми не говоримо, шо ми створюємо умови для розквіту української культури та промоції інших культур в Україні. Тобто орієнтація більше на блокування і протидію, ніж на розвиток».

На його думку, переорієнтація законодавства, яке визначає функції Міністерства, на підтримку культури буде позитивним сигналом, що засвідчить потенціал сфери культури.

> «Ми забороняємо помирати закладам. Тобто ми не говоримо, шо ми створюємо умови для розквіту української культури та промоції інших культур в Україні. Тобто орієнтація більше на блокування і протидію, ніж на розвиток», – респондент, представник уряду.

Учасниця цього дослідження, експертка у сфері культури, також підкреслила потребу змінити закон, що регулює сферу культури. «Сьогодні закон про культуру – це профсоюзний закон, профспілковий закон, – описує вона. – Там не про сенси, там не про сучасні механізми, там не про креативні індустрії і там не про культурну дипломатію. (…) [Це] такий господарсько-радянський закон, що пенсії треба платити, що звільнити з роботи не можна, що мережа – не можна закрити ці клуби.»

Також респонденти підкреслили необхідність прийняття спеціальних законів, що регулюватимуть окремі аспекти сфери культури. Серед них мають бути закон, який би забезпечив прозорий продаж квитків на культурні події, закон про правильну охорону і використання археологічних і історичних пам’яток, закон про гастрольну діяльність, закон про театр, а також закон про меценатство, вважає учасниця цього дослідження, експертка у сфері культури.

[109] Для довідки: blossoming – цвітіння, розквіт.

Вона також наголошує на тому, що Україні потрібно на законодавчому рівні боротися з порушенням авторських прав. «Треба боротися з піратством в цих сферах, – вважає респондентка. – Якщо ми не будемо, якщо ми будемо темною територією для всієї Європи, то Європа не прийме нас з нашим культурним продуктом.»

Ще одна учасниця цього дослідження підкреслює необхідність законодавчого регулювання інформаційної безпеки, частиною якої є культура. «Закон про інформаційну безпеку – просто дефініції. «Свати» закрили, «Свати» повернули. Російських співаків уже зараз кругом всі афіші. А ми вже закінчили війну? А ми вже очухались від цієї травми? А я не хочу бачити Мєладзе тут. Я не хочу бачити тут російських виконавців», – пояснює респондентка.

У дослідженні звучали пропозиції скоротити державний апарат. Зокрема, один респондент-підприємець не бачить потреби в Мінстерстві культури – він пов'язує державне регулювання сфери культури з корупцією і викривленнями при фінансуванні. «Я вважаю, в Україні не повинно бути Міністерства культури, – говорить він. – Тому що все, що в нас стосується держави, воно все потім іде як би «наліво». От, вся ця корупція. Або це просто починається, ну от як при минулій владі це було – перекоси якісь.»

На місцевому рівні в рамках децентралізації важливо забезпечити право громад розпоряджатися коштами і фінансувати ті культурні заклади чи ініціативи, які важливі для громади, пропонує одна респондентка. Вона говорить: «Щоб на загальнонаціональному рівні фінансувалися ті напрямки, які є ключовими і визначальними – діяльність Українського культурного фонду, Українського інституту, Держкіно, Інституту національної пам'яті; а на локальному рівні щоб питаннями інституцій і конкретних ініціатив займалися ті органи влади, які є на місцях.» Це дозволить ефективніше витрачати кошти місцевих бюджетів і спрямовувати у перспективні і справді потрібні напрямки діяльності, вважає респондентка.

На центральному ж рівні для ефективного втілення політики у сфері культури потрібні узгодження пріоритетів і співпраця між ключовими органами виконавчої влади, вважають учасники дослідження. «Чітка координація і синхронізація дій Міністерства економіки, Міністерства фінансів і Міністерства культури є ключовою для можливості розвитку культури в Україні», – зазначила одна респондентка.

Новостворені урядові агенції потребують посилення і відповідного фінансування, за словами респондентів. Ця ж респондентка говорить: «Нам потрібно посилювати інституції, які є. Якщо почитати положення про функції Інституту книги – це дві сторінки А4 дрібним шрифтом. Можливо просто треба створить умови, щоб ці функції можна було виконати. І дати такий бюджет, в якому можна виконати ці функції.»

Також їм потрібно чітко визначити сфери відповідальності, вважає ще одна респондентка, представниця сфери книговидання. Це потрібно для того, щоб державні органи не дублювали свої функції з підтримки і координації сфери культури. «Потрібна така якась стратегічна сесія між гравцями державного сектору, які працюють у культурі, щоб розподілити нормально функції і ролі, щоб не перетягували ковдри, просто розуміли, де хто і що», – рекомендує вона.

«Потрібна стратегічна сесія між гравцями державного сектору, які працюють у культурі, щоб розподілити нормально функції і ролі, щоб не перетягували ковдри, просто розуміли, де хто і що», – респондентка, представниця сфери книговидання.

6.3. Податкові і фінансові стимули

Респонденти пропонують розвивати сферу культури за допомогою пільг та зниження оподаткування у цій сфері. Були висловлені пропозиції не оподатковувати кошти, пожертвувані на культуру.

Представник державного театру пропонує дозволити таким закладам, які частково фінансуються бюджетом, користуватися отриманим прибутком і при цьому продовжувати фінансуватися бюджетом. «Найперше, що треба зробити, це зняти фактичну заборону на отримання прибутку. Бо що зараз держава робить? Якщо Ви більше заробили і у вас є прибуток, то на суму прибутку вона зменшує фінансування з бюджету», – пояснює він. На думку цього респондента, це дозволить театру розвивати матеріальну базу і формувати фонди соціального розвитку і матеріального заохочення.

Для стимулювання розвитку культури потрібно, щоб ця сфера не була у тіньовій економіці, вважають респонденти. Відповідно, для цього знову закликають створити сприятливі податкові умови. Один з учасників дослідження описує це так: «Треба, щоб був, з економічної точки зору, щоб був ринок по білому. Щоб була така система податку, щоб було вигідно офіційно робити ринок. Якщо ринок буде по білому, то в мистецтво буде залучено велику кількість капіталу, тому що можна буде страхувати, будуть офіційні ціни, можна буде інвестувати і так далі.»

«Треба, щоб був ринок по-білому. Якщо ринок буде по-білому, то в мистецтво буде залучено велику кількість капіталу, можна буде страхувати, будуть офіційні ціни, можна буде інвестувати і так далі», – респондент-підприємець.

Одним із варіантів фінансування сфери культури, висловленим респондентами, було відсоткове відшкодування від ігрового бізнесу, алкоголю і тютюну. Один респондент назвав це моделлю «інь-янь». Вона полягає у тому, що податкові надходження з продажів певних товарів або послуг, зокрема таких, що пов’язані зі шкодою для здоров’я чи розвитком залежності, – наприклад, цигарки, алкоголь та азартні ігри – спрямовуються на розвиток культури та спорту. «Якби я був прем’єр міністром, то я б міняв модель нашого бюджету. От наприклад, таку, знов таки, модель інь-янь,» – говорить цей респондент і пояснює: що більше люди будуть купувати ці товари чи послуги, тим більше коштів будуть отримувати сфери культури та спорту.

Як приклад, він називає пропорційність надходжень до дорожнього фонду відповідно до обсягу користування дорогами. За такої моделі, культура та спорт поступово можуть витіснити небажані соціальні явища, пов’язані зі зловживаннями і залежністю. «Тобто чим більше палять цигарки, тим більше грошей іде на здоров’я і спорт, а спорт розвивається і виштовхує це,» – вважає респондент.

Ще одна респондентка запропонувала спрямовувати частину коштів, отриманих державою в результаті можливої амністії капіталів, на фінансування сфери культури. «Я думаю що зараз, якщо говорять про амністію капіталів, і якщо хтось буде повертати ці гроші в Україну… можна сказали б, що один відсоток цих коштів міг би піти на розвиток культури… з податком. Тобто якщо там його будуть вертати під дев’ять відсотків, вісім хай йде на державні податки такі, а один відсоток цілеспрямовано на культуру», – описує вона цей механізм.

Серед рекомендацій, висловлених респондентами, звучало усунення корупційних схем у культурі і створення механізмів підтримки креативного сектору. Також було висловлено рекомендацію впровадити рібейти – компенсацію частини коштів іноземним кінофільмам, які зніматимуть в Україні. Верхована Рада України ухвалила відповідний закон у вересні 2019 року.

6.4. Розвиток культурної інфраструктури

Були висловлені рекомендації розвивати культурну інфраструктуру, створювати культурні заклад, яких, за словами деяких респондентів, бракує не лише в регіонах, але й у великих містах. Один респондент-підприємець зазначив: «Окрім музеїв, яких нам бракує, смішно говорити – в нас немає акустичного залу в Києві, в столиці. В нас немає сучасного театру, так? В нас єдиний сучасний театр – це театр на Подолі, так, але він маленький. Він а) маленький, б) не експериментальний. А нам потрібний сучасний експериментальний повноцінний театр.»

Ще один респондент, також підприємець і меценат, наголошує на потребі виділення об'єктів для проведення культурних закладів, які фінансуватиме бізнес. Він пропонує зробити це в рамках державно-приватного партнерства, за якого держава безкоштовно виділить такий заклад на тривалий час, а меценати візьмуть на себе обов'язок наповнювати цей простір змістом, тобто організовуати культурні події, слугувати платформою для розвитку нових контактів і проєктів. «А власне кажучи, от в чому приватне-державне партнерство? – пояснює він. – В тому, що зі сторони от підприємців, які працюють і пов'язані з мистецтвом, тобто, ми готові, ми інвестуємо і свої ресурси в тому числі, перш за все можливо грошові ресурси в контент, в створення самого культурного продукту. От, а власне кажучи, площа от квадратний метр це має бути, це має бути безоплатно для таких проектів. От, тобто місто, держава має давати як би в оренду там на двадцять п'ять, на сорок дев'ять років майданчики.»

Музеї можуть відігравати просвітницьку роль, вважають респонденти. Для цього їм потрібно трансформуватися в сучасні інституції, що будуть розповідати аудиторії про ключові моменти української історії та ідентичності. «Зробити таку потужну точку, куди усім молодим людям приїхати, своїх дітей возити в Києві. От нехай возять там, 15 років походять туда з маленьких, що таке українець, де він взявся – про що це Україна?» – запропонував один респондент.

Ще одна респондентка наводить приклад Музею сучасного мистецтва у Нью-Йорку як сучасного центру для ознайомлення з культурою і проведення культурних подій. «[MoMA[110]] – це мультикультурний центр. Це вже не музей, це мультикультурний центр. (…) Він дає стрижень ідентифікації, розуміння історії, доторку до історії. Тому, наприклад, в MoMA, я вже не кажу там про лекції, навчання, тренінги, майстер-класи – це все там проходить. Так само там величезний спектр всього, що можна робити в MoMA. Тобто ти можеш там проводити експерименти, замовити і зробити конференцію. Є підхід, наприклад, що можна провести ніч в музеї і ти за це платиш.»

Культурні заклади повинні бути комфортні для аудиторії і відповідати її запиту на мережевість, взаємопов'язаність, вважає одна учасниця дослідження, експертка у сфері культури. На її думку, це мають бути місця, де можна отримати інформацію і відчути себе частиною спільноти. «Є хороша теорія, дуже її люблю. Три Бі називається. Bricks, Bites and Behavior[111]. Bricks – мається на увазі цеглини, кірпічі. Треба створити правильний простір. Відремонтований, сучасний, привабливий, такий наповнений і вот модний, да? Люди схильні до цього. Bricks треба зробити. Bites – це інформація. Біти. От ми говоримо мегабайти, байти, біти. Треба, щоб була сучасна діджитальна інфраструктура, щоб були гаджети, щоб була мережа інтернет в цих бріксах, в цих цеглинах. І Behavior. Поведінка людей. Вот вони всі

[110] Для довідки: MoMA – Музей сучасного мистецтва у Нью-Йорку (Museum of Modern Art).
[111] Для довідки: bricks – цеглини, bites – байти, behavior – поведінка.

залежать одне від одного. Поведінка не зміниться, якщо нема середовища, нема оцієї сучасної мережевої приєднаності до світу», – пояснює респондентка.

6.5. Вдосконалення освіти у сфері культури

Серед пропозицій було названо створення освітньої програми з культурного менеджменту, яка б дала можливість вивчити широкий спектр питань: від філософії та історії мистецтва до менеджменту і маркетингу. Ця програма готувала б спеціалістів, які б могли професійно управляти культурними проєктами. Також було запропоновано включити курс з культури в шкільну програму, щоб ознайомлювати школярів з питаннями культури. «В кожній школі повинний бути окремий клас, де навчають, як робити, грубо кажучи, проекти для збереження культури», – сказала одна респондентка.

Говорячи про освіту, у дослідженні застерегли від закриття первинних осередків навчання: художніх та музичних шкіл. На думку одного респондента, ці школи допомагають розвивати культурні смаки громадян і забезпечують культурну комунікацію між поколіннями. «Питання складне, я розумію, що з бюджету воно бере багато грошей, це абсолютно все зрозуміло. Але, нажаль, на перспективу воно забирає в принципі потенційних людей які могли би, по-перше, передавати, якісно передавати, культурний досвід, це раз. По-друге, презентувати (…) Україну на світових теренах», – пояснює він.

Потребує змін і поточна вища освіта у галузі культури, вважають респонденти. Експертка у сфері культури, яка взяла участь у цьому дослідженні, закликає зробити вищі навчальні заклади сучасними, які б надавали якісну освіту і готували б кваліфікованих професіоналів. «Сфера культури має свої освітні інституції: консерваторія, театральний інститут, «Кульок» імені Поплавського, – перечислює вона. – Всі вони підпорядковані Міністерству культури. На них витрачаються величезні гроші, між іншим. (…) Значна частина бюджету йде [на] фінансування. Їх треба реформувати, їх треба зробити модерними, інноваційними, новітніми, перебудувати систему освіти.» При цьому респондентка закликає не скорочувати гуманітарні предмети в інших закладах вищої освіти.

Для того, щоб українські організації могли більш успішно використати ґрантові кошти, одна респондентка рекомендує іноземним донорам виділяти ці кошти меншими сумами, щоб фінансувати спочатку невеликі проєкти. А зі зростанням організаційної спроможності культурних ініціатив та організацій в Україні, на її думку, вони зможуть отримувати більше фінансування для проєктів. «Розбийте ці гранти на менші, – радить вона. – Не давайте мільйонні. Дайте там 100 тисяч. Дайте 200 тисяч. Нехай вони освоять їх за рік. Ще раз дайте на наступний раз 200 тисяч.»

6.6. Українська культура у міжнародному вимірі

Для популяризації української культури у світі потрібно розробляти впізнавані бренди, вважає один респондент. Такі персонажі, як вікінги, ковбої чи ніндзя, асоціюються з певними країнами, розповів він. Про них знімають фільми і анімовані серіали, виробляють товари, а дизайнери створюють лінії одягу. Для України такими персонажами-брендами могли б бути козаки чи мавка, вважає цей респондент.

Серед рекомендацій учасників дослідження – участь у культурних проєктах міжнародного рівня. «Що б хотілось побажати культурі – це реально якісь складні крос культурні проекти, щоб Україна була не такою провінційною, щоб не лише для себе це робила культуру, яка стає все кращою, але робила якісь такі крос культурні проекти. Цього дуже не вистачає», – говорить одна респондентка, що представляє сферу книговидання.

Культурна політика має бути чутливою до мовного питання і до мультинаціональності українського народу, вважає одна респондентка, експертка у сфері культури. Вона застерігає

від використання репресивних чи примусових методів і закликає до м'якого переходу культури, мистецтва, науки і літератури на українську мову. З цим погоджується інша респондентка, яка вважає, що національна політика повинна бути більш делікатною у питаннях мови, інакше вона відштовхуватиме людей. «Ми аналізували політику українізації за період Ющенка. (…) Вона була частково агресивною. Тобто нав'язуваною. І це дало маятник в іншу сторону, розумієте?» – говорить ця респондентка.

6.7. Протидія маніпуляціям і політичному впливу

Як було зазначено у попередніх розділах, в інтерв'ю прозвучала пропозиція впровадити окреме державне регулювання для фінансово збиткових телеканалів, що отримують фінансування від своїх власників. На думку одного з респондентів, вони повинні розглядатися як свого роду пропагандистські медіа, оскільки впливають на громадську думку відповідно до позиції власника. «Ви не можете не звертати увагу на пропаганду, бо Пінчук по своєму пропагандує, Коломойський по своєму, Фірташ по своєму, а американці через 35 млн – по своєму. А Україна де?» – запитує респондент.

Для того, щоб дати можливість Суспільному телебаченню бути політично незалежним, потрібно зробити його фінансово незалежним, вважає один з респондентів. Для цього, на його думку, Суспільне повинне фінансуватися не державним бюджетом, де обсяг фінансування можна зменшити політичним рішенням, а безпосередньо глядачами. «Не може Суспільне залежать від бюджету. Воно повинне працювати з людьми, повинна буть схема фінансування від людей. І люди будуть фінансувати Суспільне, а Суспільне буде працювати для людей.» – сказав цей респондент.

Культура відіграватиме важливу роль при реінтеграції тимчасово окупованих територій, переконана одна з учасників дослідження. Вона рекомендує розробити програму культурної реінтеграції мешканців окупованих територій: «Я не знаю, можливо є програма політичної і економічної реінтеграції, можливо є. Ніколи не зустрічала. Але те що нема програми культурної реінтеграції – це абсолютно точно.»

6.8. Врахування рекомендацій при виробленні політики

Разом з висловленням рекомендацій деякі респонденти попереджають, що в Україні бракує механізму врахування таких рекомендацій у державній політиці. «В усіх країнах є інституції, які уповноважені приймати рішення в галузі мистецтва і культури, – розповідає один респондент. – Тобто, є інституція або спільнота, там експертне середовище, або там громадські якісь організації, які виробляють якісь ідеї і є ліфт, який доставляє ці ідеї нагору. А в нас цього ліфта нема.» Політика у сфері культури, за словами цього респондента, розробляється у вузькому колі центральних органів влади і до цього процесу не залучають громадських експертів. Тому він рекомендує покращити систему вироблення політики у співпраці з експертами.

Інша респондентка також повідомила про потребу усунення недоліків організаційної структури органів влади і внутрішньої бюрократії, які ускладнюють отримання рекомендацій від громадськості. «Внести зміни [в програму] буде ну просто нереально складно. Тому що в Міністерстві економіки елементарно немає працівника, якому можна його віднести, і сказати, що оцей, оцей, і оцей пункт треба переробити», – наголошує вона.

Один респондент, підприємець і меценат, повідомив про відсутність реакції на його звернення до Офісу президента України. «Недавно написав звернення до президента тижні два назад, в цілому, ніякої реакції. Новому президенту. Так, тобто, від Офісу президента ну раніше там приходили якісь відписки, так, коли звертаєшся. А зараз взагалі просто, як говориться «нуль на масу»», – говорить він.

Блок 4: Як донести культуру до неохоплених аудиторій?

Частина респондентів відмічає, що потенціал для розвитку української культури є у тому, щоб розширювати коло споживачів культурних продуктів, залучаючи до нього тих, хто зараз не цікавиться культурою. «Треба зауважити, що у нас є різні категорії людей, тобто хтось більше зацікавлений культурою, хтось менше, тобто так звана звиклість до культурних практик. Тобто люди є різні, у них різні інтереси, хтось культурний, хтось не зовсім культурний, так скажімо.» – зазначив один респондент, який представляє уряд.

Ще один респондент, що працює у сфері книговидання, вважає, що для збільшення зацікавлення культурою в Україні потрібно, щоб змінилися глибинні парадигми мислення, які закладалися протягом радянських років: брак ініціативи, патерналізм, небажання чесно працювати, страх того, щоб відрізнятися від інших. «Ця парадигма мислення змінюється мабуть на базі якихось, назвемо це прикладами, людей, прикладів там self-made man[112], – вважає цей респондент. – Тобто люди, які самі себе створили. І справа в тому, що люди, які самі себе створили, вони купили квиток на Wizz Air і вилетіли спокійно в Польщу.» А щоб українські працівники і підприємці не виїжджали за кордон, потрібно дерегулювати економіку і дати можливість розвиватися бізнесу. На думку респондента, це призведе до економічного росту, збільшить активність громадян, відкриє для них нові можливості, і в результаті вони можуть більше зацікавитися культурними продуктами.

Іншою проблемою є брак доступу до культурних закладів через їхню невідповідність умовам інклюзивності. В той час заклади центрального рівня більше доступні для людей з обмеженими можливостями, на місцевому рівні ситуація гірша – не лише через брак фінансування, а й через брак усвідомлення необхідності кращої інклюзивності і, відповідно, збільшення доступності культурних продуктів для різних груп громадян. «В нас є Британська Рада, яка заохочує регіональних акторів до створення інклюзивних культурних продуктів. Створюються у великих обласних центрах якісь проекти інклюзивного типу, але це більше як реакція на гранти Українського культурного фонду, ніж усвідомлена приватна ініціатива», – повідомляє один з респондентів – представник уряду. Тому, на його думку, збільшення інклюзивності закладів культури повинне, насамперед, бути серед пріоритетів культурної політики на місцевому рівні.

Ще одна учасниця дослідження описала, які кроки для збільшення інклюзивності вживаються у національному музеї-заповіднику в Києві. Це екскурсії на смартфоні і мовою жестів, тактильні матеріали, написи шрифтом Брайля, 3D-моделі архітектурних пам'яток, влаштування ліфтів і підйомників.

7. Рекомендації для інших сфер

Сектор культури працює у середовищі, що складається з різних факторів: економічних, політичних, соціальних та інших. Розвиток та зростання економічної привабливості української культури відбувається під впливом цих факторів. Тому разом із рекомендаціями для сфери культури у цьому дослідженні ми попросили респондентів надати рекомендації для політики в інших сферах, які б в результаті позитивно вплинули на сферу культури.

7.1. Економіка та бізнес

У цьому випадку респонденти найчастіше говорили про необхідність реформ у сферах економіки, освіти та інфраструктури.

[112] Для довідки: self-made man – людина, яка сама себе створила.

На думку декількох респондентів, для розвитку культури потрібно, щоб економічна політика в державі була прозорою і ефективною, а також щоб містила стимули для культурних ініціатив. «Якщо створити умови, в яких там, я не знаю, зменшене оподаткування для креативних проектів, дуже прозора економіка. Якщо б економіка працювала, то проекти могли б конкурувати на рівні», – вважає одна респондентка, експертка у сфері культури.

Інша респондентка, експертка і споживачка культурних продуктів, підкреслила, що бізнес в Україні перебуває під загрозою рейдерською захоплення, і для його розвитку, а отже для підтримки і зростання сфери культури, потрібно подолати цю проблему. «Дайте бізнесу жити. Він вам підніме цю країну – взлетить просто. Ну що, в нас немає рейдерських захоплень без кінця?» – запитує вона. Також вона говорить про важливість приватизації, яка б дала фінансовий поштовх державному бюджету, і зменшення податкового навантаження на бізнес.

Ще одна учасниця дослідження наголошує на тому, що в Україні потрібно спростити митні процедури для перевезення творів мистецтва з інших країн. Вона вважає, що потрібні «цивілізовані правила гри для меценатів в тому числі, не говорячи про те, шо меценати мають могти цивілізовано привезти свої колекції закордону, для того, щоб показати їх безкоштовно всім іншим українцям.»

Один респондент, який представляє сферу книговидання, вважає, що держава має фінансувати такі проєкти у сфері культури, які не вигідні для бізнесу. Одним з таких проєктів, на його думку, може бути платформа для електронних книжок, але вона вимагає вагомих інвестицій, які в Україні окупляться нескоро. Однак, він вказує на недолік державного управління підприємствами – це брак інновацій і тому держава, ан думку цього респондента, повинна насамперед створити сприятливі умови для бізнесу.

«Я не знаю прикладів державного Ютубу чи державного Спотіфай чи Фейсбука. Тобто, держава має одразу спланувати, як цей продукт потім буде обслуговуватися максимально ефективно. Максимально ефективно – це бізнес, а не держава. Тому, тут дуже складна формула – держава має бути, але бажано створити такі правила гри, щоб бізнес, як максимально ефективний в економічній площині, створював продукт і інновації. Держава не створить інновації», – вважає він.

7.2. Інфраструктура та судова система

Якісна інфраструктура підвищить культурну мобільність в межах України – вважають респонденти. Одна респондентка наголошує: «Консультанти і всі, хто допомагає Україні останні років 20, вони завжди кричали – дороги. Перше – в усіх країнах, навіть в Югославії, які розпалися після війни – в першу чергу робились дороги. Тому що це зв’язки.»

Реформа судової системи була названа такою, що призведе до зменшення корупції в Україні і позитивно вплине на економіку – а це, у свою чергу позитивно відобразиться на сфері культури. «Як би мені колеги не казали, що культура першочергова, але без економічних змін, ти не можеш розвинути культури», – вважає одна респондентка, експертка у сфері культури.

Серед інших реформ, які допоможуть розвитку сфери культури, називали також децентралізацію і реформу охорони здоров’я.

7.3. Синергія між культурою та іншими сферами

Ініціативи у різних сферах можуть підсилювати одні одних – вважають деякі респонденти. Один з них наводить приклад діалогу і співпраці між екологічними та культурними активістами як способу досягати спільної для обох сфер цілі: сталого розвитку – як екологічного, так і культурного. «Екологи собі там шось говорять, але на них всі дивляться: «а, гіки». Тобто є культурні гіки, є екологічні гіки, а якби гіки поєдналися і там ще нормально з сильними інвесторами, зробили якісь там цільові меседжі», – пояснює він. За словами цього

респондента, завдяки такій співпраці можна було б ефективніше донести до суспільства важливість проблем, які будуть актуальними і для майбутніх поколінь: збереження навколишнього середовища, культурної спадщини, а також збереження ідентичності в умовах мультикультуралізму і глобалізації.

Одна респондентка вказує на те, що співпраця зі сферою культури може бути корисною для інших сфер, якщо вони працюватимуть і консультуватимуться з митцями і таким чином отримуватимуть від них нові ідеї чи певні стимули або провокації у позитивному сенсі цього слова. «Треба запросити різні напрямки і використати так званий spill over ефект, коли культура переливається в інші напрямки. Бо, наприклад, ті самі креативні люди, художники і музиканти, різні-різні креативні люди, можуть бути дуже корисні і в медицині, і в економіці», – переконана вона. Прикладом такої співпраці можуть бути соціальні проєкти, втілені бізнесом або громадськими організаціями. В той час як зараз буває, що ідеї для таких проєктів обмежуються тим, щоб «поставити лавочки» чи «створити хаби», за словами респондентки, культурні діячі можуть зробити ці проєкти творчими і нестандартними.

Наприклад, в Україні існують соціально-культурні проєкти, які за допомогою мистецьких засобів піднімають важливі соціальні питання. Одна респондентка розповіла про вистави, книги, есе і письменницькі навчальні програми, за допомогою яких привертають увагу до соціальних проблем та прав людини. Це, наприклад, театральна вистава «Оскар і Рожева пані», що розповідає про важливість паліативної допомоги, а також проєкт «Голоси війни» – школа публіцистики для ветеранів, де письмо виступає формою психореабілітації.

Іншим прикладом галузі, з якою культура може взаємовигідно співпрацювати, є туризм. Залучення туристів до історичних пам'яток може стати поштовхом для розвитку культури і наповнення бюджетів на місцевому рівні, вважають учасники дослідження. «Мені здається, для малих міст туристичний розвиток має стояти поруч з культурним розвитком. (…) Особливо для Західної України, а для Східної України там є багато маршрутів, які пропонуються. Таких індустріальних прогулянок», – ділиться ідеями одна респондентка, експертка у сфері культури.

З цим погоджується ще одна респондентка-експертка. «Замок розкішний, а до нього не прокладена дорога. Колекція прекрасна, але зберігається в таких умовах, що туди не можна привезти туристів», – описує вона ситуацію. На її думку, в Україні потрібно відновлювати історичну спадщину і створювати відповідну інфраструктуру, яка полегшить доступ до об'єктів цієї спадщини. «Це власне європейський тренд сьогодні, європейський тренд. Як ми ревіталізуємо спадщину. Як ми її робимо цікавою сучасному глядачеві, читачеві і так далі», – додає вона.

Приваблювати туристів можуть культурні події. Одна респондентка пояснює користь від проведення джазового фестивалю у Львові для цього міста: «Запитайте мерію Львова. (…) Їм краще провести один джазовий фестиваль, ніж Євро з футболу. Ви розумієте. Тому що на футбол приїхали вболівальники, які випили по стакану пива, побилися і на автобусах поїхали. А на джазовий фестиваль мінімум на три доби приїжджають люди, які витрачають гроші в готелях, які приїжджають з дітьми, які не б'ються, прибирають після себе сміття, і т. д. Відповідно тоді і місто може для себе визначать пріоритети.»

«Запитайте мерію Львова. Їм краще провести один джазовий фестиваль, ніж Євро з футболу. На футбол приїхали вболівальники, які випили по стакану пива, побилися і на автобусах поїхали. А на джазовий фестиваль мінімум на три доби приїжджають люди, які витрачають гроші в готелях, які приїжджають з дітьми, прибирають після себе сміття», – респондентка, представниця компанії-спонсора культурних заходів.

8. Висновок

Це дослідження, проведене шляхом глибинних інтерв'ю з респондентами, які представляють різні сфери культури, уряд і громадські організації, дало можливість оцінити проблеми, що обмежують економічну життєздатність української культури, порівняти і проаналізувати підходи до державної політики у сфері культури, а також отримати рекомендації щодо кроків, які дозволять спростити діяльність цього сектору і пришвидшать його зростання.

Респонденти відзначають зростання попиту на культурні продукти, але зауважують, що несприятлива економічна ситуація в Україні змушує частину споживачів економити на культурних продуктах.

Збільшується і пропозиція культурних продуктів. Особливо часто відмічають зростання секторів книговидання, кіновиробництва, а також музичних фестивалів. Тоді як в цілому сфера культури оцінюється респондентами як неприваблива економічно, окремі сфери, такі як видання підручників чи дитячої літератури, які сьогодні в Україні приносять порівняно прибуток тим, хто у них зайнятий.

Разом з цим, як і для інших галузей економіки, для сектору культури властива проблема еміграції, коли творчі люди виїжджають закордон, щоб реалізувати свої таланти. Серед інших проблем для сфери культури респонденти назвали несприятливе регулювання і обтяжливі умови ввезення творів мистецтва в Україні з-за кордону, бюрократію, низький професійний рівень управлінців у сфері культури.

Вони розповідали про те, як важко галереям укладати договори з іноземними художниками і як музеї не мають права облаштувати кафе для відвідувачів на своїй території. Говорили також негативний вплив радянського тоталітаризму, який фізично знищив численних представників української культури.

Через брак культурної інфраструктури – книгарень, кінотеатрів, бібліотек – багато культурних продуктів і заходів залишаються недоступними для мешканців невеликих населених пунктів.

Однією з причин цього називають те, що сфера культури не входить до пріоритетів місцевих громад і органів місцевого самоврядування. Погіршує ситуацію і низька якість дорожньої інфраструктури і транспортного сполучення – до регіонів не завжди легко доїхати.

Війна і економічна криза стали своєрідним поштовхом для розвитку певних галузей культури. У книговиданні заборона ввезення книжок з Росії підвищила попит на вітчизняні, телеканали

почали виробляти власні серіали, а у кіновиробництві почали співпрацювати з Китаєм, Кореєю і Голівудом.

Останнім часом держава почала приділяти культурі більше уваги, ніж у попередні роки після здобуття незалежності, вважають респонденти. Вони позитивно оцінюють створення інституцій для реалізації державної політики – тобто спеціальних агентств на зразок Інституту книги чи Державного агентства України з питань кіно.

Респонденти переважно погоджуються, що держава повинна брати на себе фінансування певної частки сектору культури. Як правило, вони рекомендують спрямовувати державну підтримку для продуктів та ініціатив, важливих з точки зору їхньої культурної цінності чи національної ідентичності, а також таких, що містять інновації чи експериментальний підхід.

У теперішньому підході держави до відбору проєктів для підтримки респонденти відмічають як позитивні аспекти – такі як оцінка проєктів незалежними експертами – так і деякі недоліки, наприклад те, що фінансування отримують фільми, неуспішні в прокаті.

Позитивний досвід інших країн може слугувати Україні прикладом того, як вдосконалити законодавство у сфері культури, відновлювати історичні пам’ятки, перетворювати бібліотеки в сучасні інформаційні хаби, визначати стратегічні пріоритети у сфері культури та проводити політику у цій сфері на місцевому рівні, вважають респонденти.

Потенціал української культури вбачають у багатій культурній спадщині, у перетині культури та технологій та у талантах людей, які мають бажання вчитися.

Ключові рекомендації, надані респондентами – це підходити до планування політики у сфері культури стратегічно, осучаснити і вдосконалити законодавство, розбудовувати культурну інфраструктуру і реформувати освіту, а також розвивати меценатство за допомогою податкових пільг і нефінансових стимулів.

У досліджені часто підкреслювали необхідність дерегуляції економіки і створення сприятливих умов для ведення бізнесу, оскільки це позитивно відіб’ється на культурі як секторі економіки, а також дозволить приватним підприємцям-меценатам спрямовувати більше коштів на підтримку культури.

Важливим питанням для респондентів є потреба налагодження системи врахування рекомендацій від зацікавлених сторін: діячів культури, меценатів і експертів – при виробленні політики у сфері культури. Вони наголошують на тому, що в Україні повинні діяти інституції і механізми, які дають змогу експертному і громадському середовищу донести свої рекомендації до уряду.

Додаток 2. Матриця SWOT-аналізу сфери культури

СИЛЬНІ СТОРОНИ:	СЛАБКІ СТОРОНИ:
• людський капітал (наявність значної кількості талановитих людей, психологічна гнучкість, динамічність, відкритість до навчання, інновацій) • великий за розміром ринок культури • потужна та унікальна культурна спадщина та історія; сильні традиції, що стимулюють розвиток культури • географічне розташування країни (конкурентоспроможність через географічне розташування країни та її природні ресурси) • створення нових інституцій, які займаються розвитком окремих сфер культури (Український культурний фонд, Інститут книги) • сплеск моди на українське («купуй українське») • здатність генерувати нові ідеї та бути в тренді, сильний творчий потенціал • наявність значної кількості інфраструктурних об'єктів • стрімкий розвиток ІКТ та стартапів, розвиток креативних індустрій • сильна академічна школа • мультикультурність та різноманітність "культурного продукту" • відповідність сучасним світовим тенденціям (українські митці у рухаються у світових трендах на одному рівні з іншими країнами) • використання волонтерської діяльності	• брак кваліфікованих кадрів в окремих сегментах, брак кваліфікованих менеджерів вищого та середнього рівня у сфері культури • низький рівень заробітної плати у сфері культури та плинність кадрів • трудова міграція спеціалістів сфери культури • законодавчі бар'єри та брак законодавчих стимулів для розвитку культури • брак культурного виховання споживачів культурних продуктів (низький відсоток населення, що цікавиться новими тенденціями в галузі) • глобальна освіта, спрямована на розвиток суспільства споживання • застарілі методи освітнього процесу та застарілі освітні програми • незадовільний стан інфраструктури, слабка транспортна інфраструктура • розвиток культури не став пріоритетом державної політики • відсутність сучасного реєстру пам'яток культурної спадщини, складність чинної процедури реєстрації • брак культури меценатства • брак впізнаваного бренду • відсутність органу, який би займався виключно сферою культури (об'єднання різних напрямків в одному Міністерстві (спорт, культура))

	• «недовикористання» потенціалу українського ринку культури (значно вужчий, ніж потенційний, ринок культурних продуктів через брак попиту й бідність населення)
МОЖЛИВОСТІ:	**ЗАГРОЗИ:**
• створення власної конкурентоспроможної моделі розвитку культури • розвиток власного бренду України • наявність невикористаних ресурсів: (а) нові сегменти на ринку культури, які потенційно можна освоїти; (б) нові сфери діяльності, в яких українська культура могла б бути конкурентоспроможною; • продовження обраного курсу реформ щодо розвитку нових інстутуцій в різних сегментах культури (на прикладі Українського культурного фонду, Інституту книги) • підвищення рівня зацікавленості населення культурою, підвищення рівня культурного виховання • забезпечення стабільного фінансування та конкурентного рівня заробітної плати в секторі культури, який підтримується державою • поглиблення співпраці бізнесу та держави, можливості для багатоканального фінансування • подальший розвиток креативних індустрій • удосконалення законодавства в питаннях розвитку культури та креативних галузей • успішна децентралізація • залучення молоді, підвищення привабливості традиційних сфер культури для молоді • відновлення традицій та втраченої культурної спадщини • встановлення гендерного балансу серед працівників культури • використання культури як важливого інструменту державотворення та консолідації українського суспільства	• політична ситуація, непередбачуваність державної політики • загрози щодо територіальної цілісності України (зокрема, й через прогалини державної політики у сфері культури) та брак програм реінтеграції окупованих територій • нестабільна економічної ситуації в країні та низький рівень життя населення; • порушення прав інтелектуальної власності • застарілість законодавства • поглинання української культури іншою культурою (русифікація) • брак об’єднуючої національної ідеї • «старіння» кадрів в державних закладах культури та погіршення умов праці • міграція професіоналів до великих міст, прискорення темпів трудової міграції населення закордон • глобалізація (втрата певних елементів української самобутності) • споживацькі настрої суспільства, які негативно впливають на ставлення населення до окремих культурних цінностей та сфер культури • зниження конкурентоспроможності продуктів української культури на зовнішньому ринку внаслідок низької якості товарів та послуг • зниження активності споживання продуктів української культури • неефективне використання коштів для розвитку культури на місцях (в процесі децентралізації)

• створення сприятливих умов для розвитку українського культурного продукту та контенту	• неефективний механізм ухвалення управлінських рішень в органах державної влади

Висновки до SWOT-аналізу сфери культури:

1. В цілому, за результатами проведення глибинних інтерв'ю більшість опитаних називали значно більшу кількість слабких сторін порівняно з іншими блоками SWOT-аналізу.
2. Найбільш критично налаштовані представники державних закладів культури.
3. Найчастішою відповіддю в процесі опитування щодо слабких сторін була проблема браку кадрів. Частково, ця проблема пояснюється трудовою міграцією та незадовільним рівнем освіти. Серед інших чинників, які відзначались респондентами, - низький рівень заробітної плати в окремих секторах сфери культури.
4. Практично всі учасники інтерв'ю говорили про брак культурного виховання споживачів культурних продуктів, а також про вплив «глобальної освіти», спрямованої на розвиток суспільства споживання.
5. Актуальним під час обговорення була тема браку кваліфікованих менеджерів вищого та середнього рівня у сфері культури, а також браку якісних освітніх програм для цієї професії.
6. Більшість відзначало відсутність розвинутих традицій меценатства, що, в тому числі, зумовлено низькою якістю відповідного законодавства.
7. Усі респонденти відзначали великий потенціал українського ринку культури, але наголошували на його «недовикористанні».
8. Переважна більшість опитаних наголошували на необхідності створення сучасного реєстру пам'яток культурної спадщини.
9. Усі підтвердили, що фактично культура не стала реальним пріоритетом державної політики України.
10. У переліку слабких сторін, також згадувалось про брак впізнаваного культурного бренду України.
11. В процесі обговорення часто лунали думки про те, що доцільно мати окремий орган, який би займався виключно сферою культури.
12. Традиційними відповідями на запитання щодо сильних сторін української культури були наступні: (1) людський капітал (наявність значної кількості талановитих людей, психологічна гнучкість, динамічність, відкритість до навчання, інновацій); (2) великий за розміром ринок культури; (3) потужна та унікальна культурна спадщина, історія та сильні традиції, що стимулюють розвиток культури; (4) географічне розташування країни (конкурентоспроможність через географічне розташування країни та її природні ресурси); (5) сильна академічна школа.
13. У контексті сучасних тенденцій найбільш згадуваними сильними сторонами української культури були наступні: (1) сплеск моди на українське («купуй українське»), (2) здатність генерувати нові ідеї та бути в тренді, сильний творчий потенціал; (3) стрімкий розвиток ІКТ та стартапів, розвиток креативних індустрій; (4) різноманітність "культурного продукту", мультикультурність; (5) відповідність сучасним світовим трендам (українські митці у рухаються у світових трендах на одному рівні з іншими країнами); (6) створення нових інституцій, які займаються розвитком окремих сфер культури (Український культурний фонд, Інститут книги).

14. У переліку сильних сторін української культури також згадувалось наявність значної кількості інфраструктурних об'єктів культури та використання волонтерської діяльності.

15. В результаті проведення глибинних інтерв'ю вдалося виявити ключові зовнішні та внутрішні загрози розвитку української культури. Вплив частини з цих загроз можна нівелювати за допомогою сильних сторін української культури. Слід відзначити, що, частково, відповіді респондентів щодо загроз перетиналися з відповідями про слабкі сторони української культури.

16. Більшість опитаних називали основними загрозами політичну ситуацію, непередбачуваність державної політики, загрози щодо територіальної цілісності України (зокрема, й через прогалини державної політики у сфері культури) та брак програм реінтеграції окупованих територій.

17. Практично всі респонденти відзначали загрози розвитку української культури у формі нестабільної економічної ситуації в країні та низького рівня життя населення.

18. Актуальним під час обговорення була тема загроз щодо управління сферою культури. Зокрема, це пов'язані з процесом децентралізації загрози щодо неефективного використання коштів на розвиток культури на місцях, а також неефективний механізм ухвалення управлінських рішень в органах державної влади.

19. У переліку загроз також згадувалось «старіння» кадрів в державних закладах культури та погіршення умов праці, міграція професіоналів до великих міст, порушення прав інтелектуальної власності, застарілість законодавства.

20. Серед глобальних загроз згадувались глобалізація (втрата певних елементів української самобутності) та поглинання української культури іншою культурою (русифікація), прискорення темпів трудової міграції населення закордон. Також наголошувалось на ризиках зниження конкурентоспроможності продуктів української культури на зовнішньому ринку внаслідок низької якості товарів та послуг.

21. В процесі обговорення часто лунали думки про брак об'єднуючої національної ідеї.

22. Окремі відповіді респондентів стосувалися загроз, пов'язаних зі споживанням культурного продукту населенням. Зокрема, мова йшла про загрози щодо зниження активності споживання продуктів української культури, а також про посилення споживацьких настроїв суспільства, які негативно впливають на ставлення населення до окремих культурних цінностей та сфер культури.

23. Заключним етапом у проведенні SWOT-аналізу сфери культури стало дослідження можливостей для розвитку цієї галузі. Виявлені в процесі глибинних інтерв'ю можливості можуть стати в нагоді при пошуку напрямів та шляхів розв'язання проблем, пов'язаних зі слабкими сторонами української культури.

24. Найчастішою відповіддю в процесі опитування щодо можливостей для розвитку української культури був розвиток власного бренду України та створення сприятливих умов для розвитку українського культурного продукту та контенту. Для цього необхідним є створення власної конкурентоспроможної моделі розвитку культури.

25. Центральною в рамках цього блоку аналізу була тема фінансування сектору культури. Найбільша кількість відповідей стосувалась забезпечення стабільного фінансування та конкурентного рівня заробітної плати в секторі культури, який підтримується державою; поглиблення співпраці бізнесу та держави, можливості для багатоканального фінансування. На думку опитаних, велику роль в цьому процесі має успішна реалізація реформи децентралізації.

26. Практично всі учасники інтерв'ю говорили про важливість використання наявних невикористаних ресурсів: (а) нові сегменти на ринку культури, які потенційно можна освоїти; (б) нові сфери діяльності, в яких українська культура могла б бути конкурентоспроможною.

27. Більшість опитаних підкреслили необхідність удосконалення законодавства в питаннях розвитку культури, продовження обраного курсу реформ щодо розвитку нових інстутуцій в різних сегментах культури (на прикладі Українського культурного фонду, Інституту книги) та подальший розвиток креативних індустрій.

28. Значна частина опитаних бачить можливості подальшого розвитку сфери культури у її використанні як важливого інструменту державотворення та консолідації українського суспільства.

29. Іншими можливостями для розвитку культури, якими варто скористатись, на думку респондентів, є наступні: (1) відновлення традицій та втраченої культурної спадщини; (2) залучення молоді (підвищення привабливості традиційних сфер культури для молоді); (3) підвищення рівня зацікавленості населення культурою, підвищення рівня культурного виховання; (4) встановлення гендерного балансу серед працівників культури.

Додаток 3. Перелік пільг з податків і зборів (обов'язкових платежів) із розрахунком втрат доходів Зведеного бюджету України від їх надання у 2019 році та прогнозом втрат на 2020 рік. Оцінка на базі звітних даних ДФС (форма № 2.1-В) щодо обсягів пільгового оподаткування (тис. грн)

Податкова пільга			Сума втрат бюджету у 2018 році	Очікувана сума втрат бюджету у 2019 році	Прогнозна сума втрат бюджету у 2020 році
		Всього	**1 895 353**	**1 970 404**	**2 135 917**
ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ					
14060435	**звільн від опод.**	**операції з постачання періодичних видань друкованих засобів масової інформації та книжок (крім видань еротичного характеру), учнівських зошитів, підручників та навчальних посібників вітчизняного виробництва**	1 074 550	977 244	1 035 878
14060463	**звільн від опод.**	**тимчасово, до 1 січня 2023 року, операції з постачання національних фільмів**	174 804	107 689	114 150
14060499	**звільн від опод.**	**операції з створення, постачання, просування, реставрація і розповсюдження національного культурного продукту в порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України**	4 791	6 216	6 589
		Всього пільг ПДВ	**24 559 265**	**27 749 477**	**29 127 611**
ПОДАТОК НА МАЙНО					
18010402	**звільн від опод.**	**сільські, селищні, міські ради встановлюють пільги з податку, що сплачується на відповідній території з об'єктів житлової та/або нежитлової нерухомості, що перебувають у власності фізичних або юридичних осіб, релігійних організацій України, статути (положення) яких зареєстровані у встановленому законом порядку, та використовуються для**	42 961	56 296	63 715

		забезпечення діяльності, передбаченої такими статутами (положеннями).			
18010510	**звільн від опод.**	**органи місцевого самоврядування встановлюють ставки плати за землю та пільги щодо земельного податку, що сплачується на відповідній території**	5 413 330	5 068 321	5 068 321
18010511	**звільн від опод.**	**звільняються від сплати земельного податку заклади культури, які повністю утримуються за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів.**	224 071	241 301	241 301
Всього пільг за податками на майно			**8 944 990**	**13 289 634**	**12 784 012**
		Всього пільг за продукцією культури /закладами культури (млн грн)	**1 478,22**	**1 332,45**	**1 397,92**
		Також пільг встановлених місцевими радами з податку на майно (потенційно в тому числі закладам культури)	5 456	5 125	5 132
Всього пільг (млн. грн.)			**35 507,8**	**43 153,5**	**44 201,4**
		Частка втрат бюджету від пільг закладам культури та продукцією культури у загальному обсязі втрат, %	4,2	3,1	3,2

Джерело: Матеріали проекту державного бюджету на 2020 рік

Додаток 4. Інструменти підтримки культури в законодавстві

Область культури	Назва сектору	Базовий закон	Інструменти підтримки
А. Культурна та природна спадщина	Діяльність ботанічних садів, зоопарків та природних заповідників	Закон України «Про природно-заповідний фонд України»[113]	Природні заповідники, біосферні заповідники, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, ботанічні сади, дендрологічні парки та зоологічні парки в разі розширення їх територій за рахунок земель сільськогосподарських, лісогосподарських та інших угідь, що є державною власністю, звільняються від відшкодування пов'язаних з цим втрат сільськогосподарського, лісогосподарського та іншого виробництва. (Стаття 49)
Б. Виступ та святкування	Творча, мистецька та розважальна діяльність	Закон України «Про культуру»[114] Закон України «Про професійних творчих працівників та творчі спілки»[115]	Стаття 14 - створення сприятливого режиму оподаткування та надання державою фінансової підтримки - встановлення квот демонстрування та розповсюдження вітчизняного україномовного культурного продукту
	Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність»[116]	Стаття 47. Фінансово-кредитні та податкові інструменти державного регулювання у сфері наукової і науково-технічної діяльності 1. Фінансово-кредитні та податкові інструменти 2. Звільнення від сплати ввізного мита та ПДВ
Г. Книги і преса	Діяльність бібліотек і архівів	Закон України «Про бібліотеки і бібліотечну справу»[117]	Звільнення від оподаткування доходів, отриманих від надання платних послуг. (Стаття 29)

[113] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12.
[114] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17.
[115] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554/97-%D0%B2%D1%80.
[116] Див. https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/848-19.
[117] Див. https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80.

	Видання книг	Закон України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні»[118]	Стаття 8 Український інститут книги на підставі делегованих повноважень здійснює такі функції: - створення і реалізація проектів та програм популяризації української літератури в Україні та за кордоном; - фінансування перекладів української літератури іншими мовами та іноземної літератури українською мовою; - реалізація національно-культурних державних цільових програм, пов'язаних з популяризацією української книговидавничої продукції в Україні та за кордоном, підтримкою книговидавничої справи, бібліотек і бібліотечної справи, популяризацією читання, створенням перекладів тощо; - організація та проведення конкурсів для визначення літературних творів, що отримують фінансування для їх видання за бюджетними програмами випуску книжкової продукції; - реалізація бюджетної програми "Випуск книжкової продукції за програмою "Українська книга" та інших бюджетних програм у сфері книговидання; - фінансування видання українських книг на умовах часткової участі держави та розподілу грошових зобов'язань з приватними замовниками видавничої продукції; - координація та організація національних і міжнародних заходів, виставок, ярмарків, семінарів, конференцій тощо; - реалізація програм резиденцій для митців; - ініціювання науково-дослідних проектів, здійснення моніторингу та експертизи, спрямованих на прогнозування напрямів розвитку книговидавничої сфери; - підтримка українських та іноземних видавництв, що видають книги українською мовою (консультації стосовно дотримання законодавства, допомога в одержанні необхідних ліцензій, інформування про наявні програми фінансування та іншої підтримки їхньої діяльності); - виконання окремих заходів програми діяльності центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв, з розвитку культури (далі - Програма діяльності з розвитку культури), виконання яких доручено органом управління; - координація діяльності суб'єктів видавничої справи, сприяння налагодженню ефективних комунікаційних зв'язків між видавцями вітчизняної книги та читачами; - розроблення заходів з популяризації вітчизняної книговидавничої продукції, співпраця із засобами масової інформації в питаннях популяризації читання, української книги, вітчизняної видавничої продукції;

			- здійснення заходів, спрямованих на розвиток мереж розповсюдження вітчизняної видавничої продукції та перетворення книгарень на центри популяризації вітчизняної видавничої продукції та читання; створення і підтримка електронних ресурсів для популяризації української літератури;
		Податковий кодекс України	Податок на додану вартість - Звільнення операцій від оподаткування (197.1.25)
		Закон України «Про видавничу справу»[119]	Пільги щодо сплати податків та зборів видавництвам. (Стаття 6) Пільгові тарифи на послуги поштового, телеграфного і телефонного зв'язку (Стаття 6) - Фонд для підтримки і розвитку видавничої справи (Стаття 7)
	Видання газет, журналів і інших періодичних видань	Податковий кодекс України	Звільнення операцій від оподаткування ПДВ (197.1.25)
	Роздрібна торгівля книгами, газетами та канцелярськими товарами в спеціалізованих магазинах	Податковий кодекс України	Звільнення операцій від оподаткування ПДВ (197.1.25)
Аудіовізуальні та інтерактивні засоби	Виробництво кінофільмів, відеопроду	Закон України «Про кінематографію»[120]	Надання грантів, субсидій кінематографії за рахунок коштів місцевих бюджетів, фізичних та /або юридичних осіб. (Стаття 9-3)

[118] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/601-15.
[119] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80.
[120] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-%D0%B2%D1%80.

	кції та телевізійних програм	Закон України «Про державну підтримку кінематографії в Україні»[121]	Державна підтримка кінематографії здійснюється в таких формах: 1) через публічні закупівлі товарів, робіт і послуг 2) надання державної субсидії на виробництво (створення) фільму 3) надання державної субсидії на виробництво (створення) телевізійного фільму, телевізійного серіалу 4) надання державної субсидії 5) відшкодування суб'єктам кінематографії процентів, сплачених за банківськими кредитами (Стаття 7)
	Радіомовлення	Закон України «Про телебачення і радіомовлення»[122]	Встановлення квот на національний аудіовізуальний продукт державною мовою. (Стаття 9)
Дизайнерські та творчі послуги	Архітектурна та інженерна діяльність та пов'язані з ними технічні консультації	Закон України «Про архітектурну діяльність»[123]	Держава забезпечує умови для здійснення архітектурної діяльності шляхом: - підтримки наукових досліджень, сприяння підготовці і підвищенню кваліфікації кадрів в галузі містобудування, архітектури і будівництва; - залучення інвестицій у проектування і будівництво об'єктів архітектури; - проведення містобудівних та архітектурних конкурсів на створення нових, реконструкцію та реставрацію існуючих об'єктів архітектури загальнодержавного значення; - захисту авторських прав і забезпечення свободи творчості архітекторів; - створення сприятливих організаційних, правових та економічних умов для діяльності творчих спілок архітекторів; - заохочення архітекторів, інших суб'єктів архітектурної діяльності за видатні досягнення у сфері містобудування та архітектури; - забезпечення участі України в міжнародних організаціях та заходах з питань архітектури, містобудування і охорони пам'яток архітектури; - сприяння діяльності самоврядних професійних організацій архітекторів та інженерів; - забезпечення безпеки будівництва, довговічності будинків та споруд, стимулювання заходів щодо заощадження енергії, захисту навколишнього природного середовища, створення безперешкодного життєвого середовища для осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп населення, а також забезпечення економічних та інших аспектів, важливих з погляду задоволення інтересів суспільства. (Стаття 2)

[121] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19.
[122] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12.
[123] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/687-14.

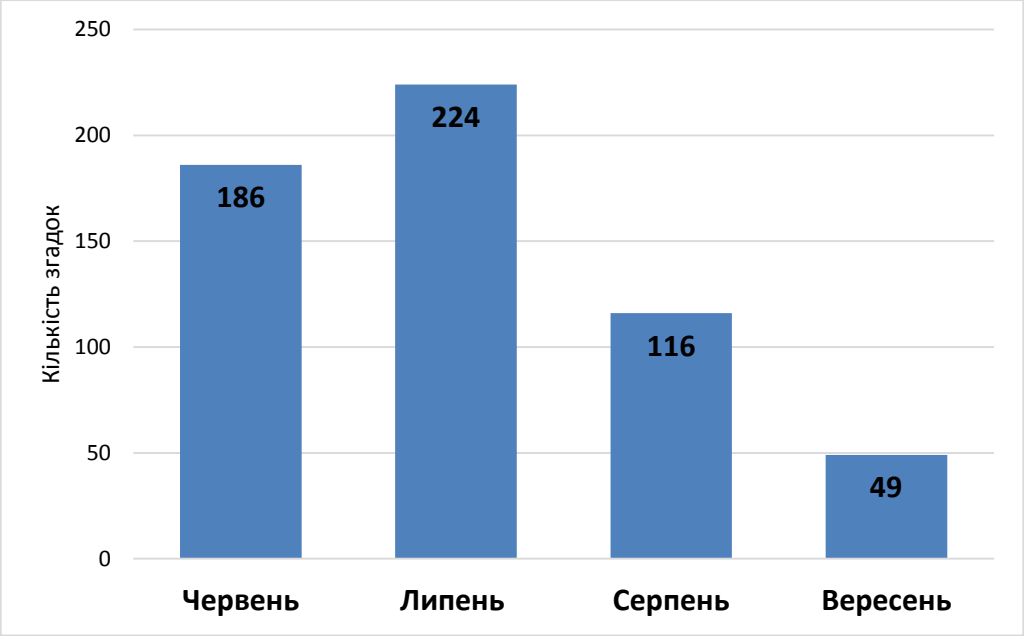
Наскрізні галузі	Освіта у галузі культури	Закон України «Про освіту»[124], Закон України «Про загальну середня освіту»[125], Закон України «Про вищу освіту»[126], Податковий Кодекс України	Звільнення операцій від оподаткування ПДВ (197.1.2)

Джерело: власна розробка на основі джерел.

[124] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19.
[125] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/651-14.
[126] Див. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18.

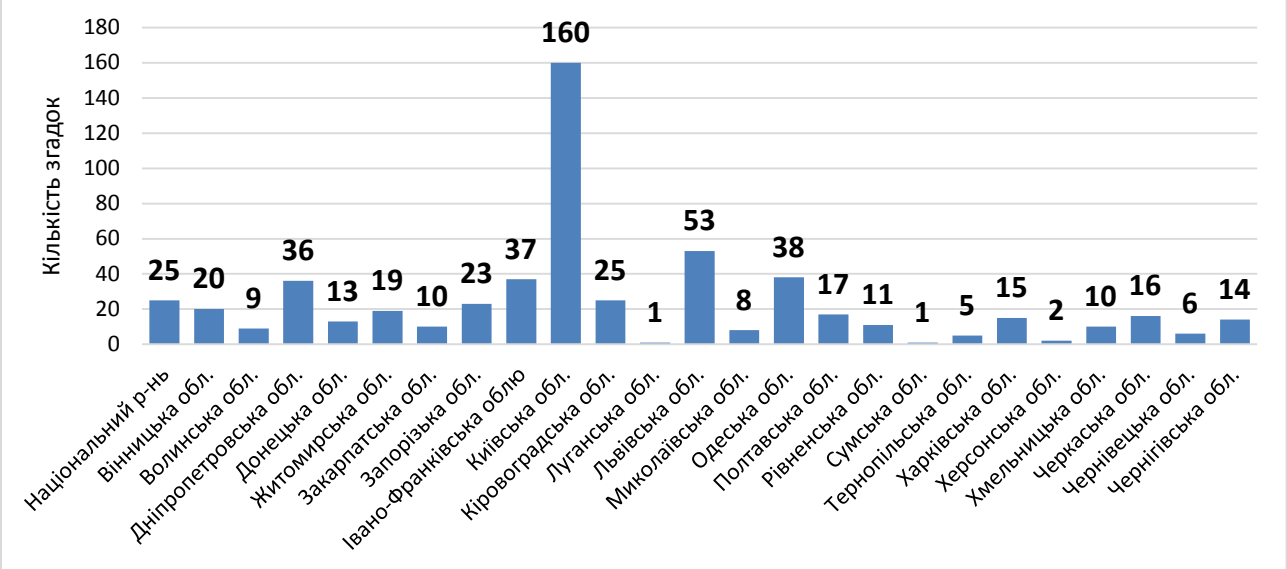
Додаток 5. Результати медіа-моніторингу регіональних і національних ЗМІ, проведеного в рамках проекту

Графік 1. Кількість згадок, пов'язаних з економікою української культури та культурним життям в українських медіа, по місяцях



Джерело: Медіа-моніторинг регіональних і національних ЗМІ, проведений в рамках проекту

Графік 2. Кількість згадок, пов'язаних з економікою української культури та культурним життям в українських медіа, по регіонах



Джерело: Медіа-моніторинг регіональних і національних ЗМІ, проведений в рамках проекту

Висновки за результатами медіа-моніторингу

У рамках медіа моніторингу було відібрано 574 згадки, пов'язаних з економікою української культури та культурним життям в українських медіа за період 1 червня – 30 вересня 2019 року. Моніторинг охопив національні та регіональні ЗМІ, що функціонують в усіх регіонах України. Тематично значна кількість новин присвячена фестивалям і локальним святам, а також – українському кінематографу.

Найбільшу кількість згадок було зафіксовано у липні 2019 року – 224 одиниці. Найменшу кількість – у вересні (49 одиниць). Таку незначну кількість повідомлень у ЗМІ, пов’язаних із економікою українською культури, можна пов’язати з початком роботи нової Верховної Ради та КМУ у вересні – політична тематика витіснила культурну.

Найбільше згадок про культурне життя припадають на ЗМІ в Київській (160 згадок), Львівській (53 згадок) та Одеській (38 згадок) областях. Невелика кількість згадок у регіональних ЗМІ Луганської (1 згадка), Сумської (1 згадка), Донецькій (13 згадка), Херсонської (2 згадки) областей вказують на можливу нерозвиненість культурного життя на Сході та Півдні України.

Додаток 6. Бібліографія (список джерел)

БІБЛІОГРАФІЯ (СПИСОК ДЖЕРЕЛ):

1. Закон України № 3759 від 21.12.1993 р. «Про телебачення і радіомовлення»[Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3759-12
2. Закон України N 3814-XII від 24.12.1993 р. «Про Національний архівний фонд та архівні установи». https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12
3. Закон України № 32/95-ВР від 27.01.1995 р. «Про бібліотеки і бібліотечну справу» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80
4. Закон України № 9 від 13.01.1998 р. «Про кінематографію» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-%D0%B2%D1%80
5. Закон України № 249/95-ВР від 29.06.1996 р. «Про музеї та музейну справу» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-вр
6. Закон України №1805 від 08.06.2000 р. «Про охорону культурної спадщини» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14
7. Закон України № 2605-IV від 31.05.2005 р. «Про театри і театральну справу» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2605-15
8. Закон України № 2404-VI від 01.07.2010 р. «Про державно-приватне партнерство» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17/
9. Закон України № 2778 від 14.12.2010 р. «Про культуру» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17
10. Закон України № 1977 від 23.03.2017 р. «Про державну підтримку кінематографії в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19
11. Закон України №2415-VIII від 15.05.2018 р. "Про ефективне управління майновими правами правовласників у сфері авторського права і (або) суміжних прав"[Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2415-19
12. Закон України № 2629-VIII від 23.11.2018 р. "Про Державний бюджет України на 2019 рік»[Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2629-19
13. Закон України № 2704 від 25.04.2019 р. «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19
14. Указ Президента України № 5/2015 від 12.01. 2015 «Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020"[Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015
15. Постанова Верховної Ради України № 188-IX від 04.10.2019 «Про затвердження Програми діяльності Кабінету Міністрів України» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/849-2019-%D0%BF/card5#Links
16. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 333-р від 01.04.2014 р. «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80
17. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 119-р. від 01.02.2016 р. Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури - стратегії реформ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80

18. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 1017-р. від 27.12.2017 р. Про схвалення Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-р
19. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 27-р від 23.01.2019 р. «Про схвалення Концепції реформування системи забезпечення населення культурними послугами» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/27-2019-%D1%80#n10
20. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 355-р від 22.05.2019 р. «Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції реформування системи забезпечення населення культурними послугами» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/355-2019-%D1%80
21. Наказ Державного комітету статистики України № 371 23.12.2011 “Методологічні положення зі статистики культури”. – К., 2011.
22. Рішення Чернівецької міської ради N990 від 08.12.2017 р. «Про Програму розвитку культури міста Чернівців на 2018 - 2020 роки "Чернівці - місто культури”.
23. Ужгородська міська рада. Стратегія розвітку міста «Ужгород - 2030» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://rada-uzhgorod.gov.ua/uploads/sites/2/2018/10/uzhgorod_final-Strategiya-Uzhgorod-2030.pdf
24. Харківська міська рада. Стратегія розвитку міста Харкова до 2020 року. Додаток до рішення 10 сессії Харківської міської ради 7 скликання «Про затвердження Стратегії розвитку міста Харкова до 2020 року» від 21.12.2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.city.kharkov.ua/assets/files/docs/zakon/strategy2411.pdf
25. Міністерство культури України. Концепція реформи фінансування системи забезпечення населення культурними послугами [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=245502679
26. Урядовий портал. Уряд підтримав законопроект про організацію колективного управління (дата опублікування 20.12. 2017). Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-pidtrimav-zakonoproekt-pro-organizaciyi-kolektivnogo-upravlinnya
27. Урядовий портал. Верховна Рада України ухвалила в першому читанні законопроект Мінекономрозвитку про організації колективного управління» (дата опублікування 01.03. 2018). Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.kmu.gov.ua/news/verhovna-rada-ukrayini-uhvalila-v-pershomu-chitanni-zakonoproekt-minekonomrozvitku-pro-organizaciyi-kolektivnogo-upravlinnya
28. Національний офіс інтелектуальної власності (НОІВ). Проект Національної стратегії у сфері інтелектуальної власності на період 2020-2025 рр. (станом на 26.09.2019) [Електронний ресурс].—Режим доступу: https://drive.google.com/file/d/11F4zJnU0NmwPibE_aP251CHj8B2_bBYA/view
29. Асоціація благодійників України. Зелена книга української доброчинності 2018 (дата опублікування 05.04.2019). – Київ, 2019 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://vboabu.org.ua/news/2675.html
30. Асоціація благодійників України. Стан розвитку доброчинності в Україні –2017 (учасники опитування – молоді люди віком від 14 до 35 років). Дослідження [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://vboabu.org.ua/img/forall/ZelenaMolodijna(1).pdf
31. Асоціація сприяння самоорганізації населення. Стан та перспективи розвитку соціокультурної інфраструктури в ОТГ. Аналітичний звіт (дата публікації 30.05.2019) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://drive.google.com/file/d/180oY78Z4uBZEUN-Nc8uU_VMM3GnREuVu/view

32. Богдан О. Деякі аспекти культурних практик і культурної інфраструктури України: результати всеукраїнського опитування (за даними Київського міжнародного інституту соціології) / Олена Богдан. – Одеса: ВГО «Асоціація сприяння самоорганізації населення», 2019. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://drive.google.com/file/d/1d1WQkvZ69QuLg9vxMjgKV6k2pXbNNsFX/view
33. Вишневецкий И. Справедливое налогообложение роялти в Украине – миф? Юрист&Закон. №18. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://uz.ligazakon.ua/magazine_article/EA011534
34. Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС). Охрана и поддержка родной культуры. Практическое руководство по вопросам ИС для коренных народов и местных общин», 2017 г. ВОИС, Женева.
35. Главком. Новини Культури. У Держкіно повідомили, яку касу зібрали українські фільми у 2018 році (дата опублікування 14.11.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://web.archive.org/web/20190118220055/https://glavcom.ua/country/culture/u-derzhkino-povidomili-yaku-kasu-zibrali-ukrajinski-filmi-u-2018-roci-562328.html
36. Гонченко Т. Каждое кафе в Украине должно платить за музыку, даже если звучит радио: как это устроено (дата опублікування 22.05.2018). Сайт города Кривой Рог. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.0564.ua/news/2046925/kazdoe-kafe-v-ukraine-dolzno-platit-za-muzyku-daze-esli-zvucit-radio-kak-eto-ustroeno
37. Давимука С.А., Федулова Л.І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова ; ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України". – Львів, 2017. – 528 с.
38. Державна установа "Офіс з просування експорту України". Експортний тур: офіційний запуск освітніх програм у Києві (дата опублікування 05.09.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://epo.org.ua/eksportnyj-tur-ofitsijnyj-zapusk-osvitnih-program-u-kyyevi/
39. Державна установа "Офіс з просування експорту України". Офіційний сайт [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://epo.org.ua/pro-nas/
40. Детектор Медіа. Українці дивляться українське кіно, але не в кінотеатрах – опитування КМІС (дата опублікування 22.03.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://detector.media/infospace/article/164343/2019-03-22-ukraintsi-divlyatsya-ukrainske-kino-ale-ne-v-kinoteatrakh-opituvannya-kmis/
41. Дубок І. П. Джерела фінансування сфери культури в Україні та напрями їх розширення / І. П. Дубок // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. - 2015. - № 2. - С. 63-70. - Режим доступу: http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2015/06/10.pdf
42. Індикатори впливу культури на розвиток — ЮНЕСКО: короткий аналітичний огляд щодо України. Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», 2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf
43. Кабінет Міністрів України. Уряд прийняв рішення про створення Державної установи «Офіс з просування експорту України» (дата опублікування 28.03.2018). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.kmu.gov.ua/ua/news/uryad-prijnyav-rishennya-pro-stvorennya-derzhavnoyi-ustanovi-ofis-z-prosuvannya-eksportu-ukrayini
44. Керн Ф. Огляд культурної політики України. Рада Європи. Звіт експертів. КЕА, 13-15 березня 2017 року.
45. Красовицький О. Безкоштовні механізми впливу на книжковий ринок державою вичерпані. Потрібні революційні, а не еволюційні зміни. Укрінформ (дата опублікування 13.12.2018). – Електронний ресурс. – Назва з екрану:

https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2600479-bezkostovni-mehanizmi-vplivu-na-knizkovij-rinok-derzavou-vicerpani-potribni-revolucijni-a-ne-evolucijni-zmini.html

46. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. – Посібник до Другої Всеукраїнської конференції «Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території» / заг. ред. І.В.Френкель [та ін.]; [упор. Ковальчук Ін. М., Ковальчук Ір. М.; відп. ред. Телеуця В. В., Снігирьова Л. М.]. – Вінниця: 2018, 152 с.
47. Михайлова О. Ю. Актуальні проблеми ринку книжкової продукції в Україні в контексті завдань гуманітарної політики. Національний інститут стратегічних досліджень. - 2019. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://niss.gov.ua/en/node/143
48. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна».–2017. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf
49. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Мінекономрозвитку розпочало Перші національні консультації з розробки секторальних та крос-секторальних експортних стратегій (Дата публікації 05.06.2018). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=5f7b32e6-8a89-4615-aa16-8219bd511e8f&title=MinekonomrozvitkuRozpochaloPershiNatsionalniKonsultatsiiZRozrobkiSektoralnikhTaKrossektoralnikhEksportnikhStrategii
50. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Мінекономрозвитку проводить Треті національні консультації з розробки експортних стратегій. (дата опублікування 13.11.2018). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=1b9a4ca2-c460-4398-8c37-04ea3c8fb9ac&title=MinekonomrozvitkuProvoditTretiNatsionalniKonsultatsiiZRozrobkiEksportnikhStrategii&isSpecial=true
51. Основні показники бюджету 2019. Інфографіка. Офіційний сайт КМУ. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/17-presentation-2018/12.2018/-%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0-2019-03.120000.pdf
52. Платформа «Громадський простір». Гранти у сфері культури: у столиці відбувся Другий міжнародний ярмарок (дата опублікування 04.07.2019).– Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.prostir.ua/?focus=hranty-u-sferi-kultury-u-stolytsi-vidbuvsya-druhyj-mizhnarodnyj-yarmarok
53. Практика благодійної діяльності бізнес-компаній в Україні: сучасний досвід» (звіт за результатами дослідження) / Автори: А. Гулевська-Черниш, Д. Непочатова, Л. Паливода, С. Шендеровський; за заг. ред. А. Гулевської-Черниш. – К.: Салютіс, 2010. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://ufb.org.ua/uploads/brosh_blago_fin.pdf
54. Програма транскордонного співробітництва (ТКС) Польща-Білорусь-Україна. Портал PL-BY-UA 2014-2020. Програма (дата останнього доступу 30.09.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.pbu2020.eu/ua/pages/251
55. Проскуріна М. О. Державна політика економічного розвитку культурної індустрії : автореф. дис. д-ра екон. наук : 08.00.03 "Економіка та управління національним господарством" / Проскуріна Марія Олегівна ; Нац. акад. упр. – Київ, 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://nam.kiev.ua/files/tesis/dyss%20proskurina.pdf
56. Результати загальнонаціонального Опитування. Українське “покоління Z”: цінності та орієнтири. Київ -2017. (заг .ред. Катерина Заремба). Центр «Нова Європа» (дата опублікування 22.11.2017). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_rus_inet.pdf

57. Сумська обласна державна адміністрація. SWOT-аналіз Сумської області (дата опублікування 07.07.2014). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://www.sm.gov.ua/ru/oda/2-uncategorised/6431-swot-analiz-sumskoi-oblasti.html
58. Українське агентство з авторських та суміжних прав. Державна організація «УААСП» продовжує боротьбу за вкрадені мільйони авторів. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://uacrr.org/gosudarstvennaya-organizatsiya-uaasp-prodolzhaet-borbu-za-ukradennyie-millionyi-avtorov/
59. УНІАН. Дослідження: більше третини українців готові платити за легальний контент в інтернеті (дата опублікування 18.09.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.unian.ua/lite/kino/10689816-doslidzhennya-bilshe-tretini-ukrajinciv-gotovi-platiti-za-legalniy-kontent-v-interneti.html
60. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. У Києві завершилися Другі національні консультації з розробки експортних стратегій (дата опублікування 10.09.2018). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.kmu.gov.ua/ua/news/u-kiyevi-zavershilisya-drugi-nacionalni-konsultaciyi-z-rozrobki-eksportnih-strategij
61. Урядовий портал. Мінекономрозвитку: Організації колективного управління авторськими та суміжними правами повинні пройти реєстрацію за новою процедурою (дата опублікування 19.02.2019).– Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://www.kmu.gov.ua/ua/news/minekonomrozvitku-organizaciyi-kolektivnogo-upravlinnya-avtorskimi-ta-sumizhnimi-pravami-povinni-projti-reyestraciyu-za-novoyu-proceduroyu
62. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні (2018). Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf
63. Федерація професійних спілок України. Моніторинг прожиткового мінімуму.– Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://expert.fpsu.org.ua/monitoring-prozh-minimum
64. Фонд «Демократичні ініціативи». Громадська активність громадян України. Загальнонаціональне дослідження проведено Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова з 19 по 25 грудня 2018 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://dif.org.ua/article/gromadska-aktivnist-gromadyan-ukraini?fbclid=IwAR0Sr6hu9_wEUyBDbs32cOOEnOiRRfylCxSvl0Bmr76AAh9ve8pjAKIE-iU
65. Хмельовська О. Книговидання-2018: стоп-криза й перерозподіл лідерства. Сайт Української асоціації видавців та книгорозповсюджувачів (дата опублікування 04.03.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану:http://upba.org.ua/index.php/uk/vydavnytstva/item/75-knyhovydannia2018-stopkryza-i-pererozpodil-liderstva
66. Юрчак О. Українська стратегія Індустрії 4.0 – 7 напрямів розвитку. Проект Стратегії розвитку «Індустрія 4.0». (дата опублікування 02.01.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://industry4-0-ukraine.com.ua/2019/01/02/ukrainska-strategiya-industrii-4-0-7-napriankiv-rozvutku/
67. CORESTONE GROUP, GFK UKRAINE. Діяльність українських благодійних організацій. Звіт за результатами дослідження (Дослідження на замовлення Фонду Родини Загорій). – 2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zagoriy.foundation/charity_funds_report.pdf

68. UBR - Украинский бизнес ресурс. Билл Гейтс дал денег украинским библиотекам (дата опублікування 02.10.2009). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://ubr.ua/ukraine-and-world/technology/ill-eits-dal-deneg-ukrainskim-bibliotekam-25270
69. UBR. Олиярник М. Взрослые забавы. Сколько зарабатывает игровая индустрия Украины (дата опублікування 07.01.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://ubr.ua/ukraine-and-world/technology/vzroslye-zabavy-skolko-zarabatyvaet-ihrovaja-industrija-ukrainy-3879337
70. ACHIEVERS HUB&UNIT. City. Game Development in Ukraine: Industry Guide - 2018. – Available at: https://42.unit.city/gamedev/guide2018
71. Baculakova, K., Harakalova, L. Creative industries in the EU: factors influencing employment, Economic Annals-XXI (2017), Issue 164(3-4), P.40-44.
72. Bakhshi Hasan, Hargreaves Ian, Mateos-Garcia Juan (2013). A Manifesto for the Creatlve Economy, Nesta.
73. Battelle Memorial Institute. SWOT analysis: Summary of Input on the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Treats. Facing the Art and Culture Sector in the Maricopa Region. Draft Report, Technology Partnership Practice, December 2003.
74. Bazalgette Peter (2017). Independent Review of the Creative Industries. Available at: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/649980/Independent_Review_of_the_Creative_Industries.pdf
75. Benavente, José Miguel (2017). Public policies for creativity and innovation: promoting the orange economy in Latin America and the Caribbean / José Miguel Benavente, Matteo Grazzi, Inter-American Development Bank. Available at: https://publications.iadb.org/en/public-policies-creativity-and-innovation-promoting-orange-economy-latin-america-and-caribbean
76. BMWI (2018). Cultural and Creative Industries Monitoring Report. Summary, Berlin, October 2018. Available at: https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3
77. Boccellaa Nicola, Salernob Irene (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Issue 223 (2016), P. 291 – 296.
78. Centre for Strategy and Evaluation Services. Study on the contribution of culture to local and regional development. Evidence from the Structural Funds. Case Studies Part 1, March 2010. Available at: http://www.kulturdokumentation.org/akt_proj/Annex_1.pdf
79. Charities Aid Foundation. CAF World Giving Index 2018. A global view of giving trends. October 2018. Available at: https://www.cafonline.org/about-us/publications/2018-publications/caf-world-giving-index-2018
80. Culture and Economic Development: A Guide for Policy-Makers (2014), Gabinete de Análise Económica – GANEC, funded by Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais Secretaria de Estado da Cultura.
81. Culture as a factor for economic and social innovation, Rausell Köster (coord), Pau; Abeledo Sanchís, Raül ; Boix Sempere, Rafael; Marco Serrano, Francisco; alli., et (2012), Tome 1. http://www.econcult.eu/wp-content/uploads/2015/09/Sostenuto_Volume1_ENG1.pdf
82. Dagnachew Nega. An Investigating the SWOT Analysis of Cultural Tourism Heritage for Sustainable Tourism Development: The Case of LALIBELA Rock Hewn Churches, World Heritage Site, Ethiopia// Journal of Tourism & Hospitality, 2018.
83. Drones and the Creative Industry Innovative Strategies for European SMEs. Virginia Santamarina-Campos,. Marival Segarra-Oña (Editors), 2018. Available at: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-95261-1.pdf

84. EASME (2016). Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs: Final Report for European Commission, Vienna, June 2016.
85. ERC Services Subcommittee Workgroup on Creative Industries, Creative Industry Development Strategy. Propelling Singapore's Creative Economy, September 2002.
86. Euromonitor International. Top 10 Global Consumer Trends (2019). ALISON ANGUS AND GINA WESTBROOK.
87. European Investment Fund. Market analysis of the cultural and creative sectors in europe: a sector to invest in (2018), Luxembourg. Available at: https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-market-analysis-europe.pdf
88. European Union Intellectual Property Office, Intellectual property rights intensive industries and economic performance in the European Union. Industry-Level Analysis Report, Second edition, European Patent Office, October 2016.
89. EY. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries, , December 2015. Available at: https://www.cisac.org/Media/Studies-and-Reports/Studies/Cultural-Times-The-First-Global-Map-of-Cultural-and-Creative-Industries
90. EY. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries, December 2015.
91. Foundation Directory Online. Available at: https://fconline.foundationcenter.org/.
92. GFK. Europeans spend €14,739 per person in 2019. Press release as of October 21, 2019. Available at: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/Global/documents/Press_Releases/2019/20191021_PR_GfK_Purchasing_Power_Europe_efin.pdf Див. r_Europe_efin.pdf
93. Global Innovation Policy Center. Inspiring Tomorrow. U.S. Chamber International IP Index. 7th Edition, February 2019. Available at: https://www.theglobalipcenter.com/wp-content/uploads/2019/02/023593_GIPC_IP_Index_2019_Full_03.pdf
94. Gordon John C., Beilby-Orrin Helen (2006). International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture, Statistics Directorate, Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.
95. Grefee, X. Simonnet, Les Enterprises Culturelles sont-elles Soutenables?// Revue d'Economia Politique, 2010/1 Vol 120. P. 57-86.
96. ICAEW. Creative industries – routes to finance. A guide to sources of funding and investment for arts, cultural and creative organisations (2015).
97. Jiang Yanfeng, Qian Qinglan, Zhang Xiaoling, Chen Yingbiao. Formation of Government-Oriented Creative Community and Its Driving Mechanisms: A Case Study of the 39◦ Space Art Creative Community in Foshan, China// Sustainability, Issue 11 (625), 2019.
98. Jones Susan. Artists' low income and status are international issues. The Guardian. January 12th, 2015. Available at: https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/2015/jan/12/artists-low-income-international-issues
99. KEA (2006). The Economy of culture in Europe. Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture) , October 2006. Available at: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
100. KEA (2010). Promoting Investment in the Cultural and Creative Sector: Financing Needs, Trends and Opportunities Report prepared for ECCE Innovation – Nantes Métropole, 2010
101. KEA (2015). Feasibility study on data collection and analysis in the cultural and creative sectors in the EU, (prepared for the European Commission), September 2015.
102. KEA (2018). Research for CULT Committee – Mobility of artists and culture professionals: towards a European policy framework, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels. Available at:

http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617500/IPOL_STU(2018)617500_EN.pdf

103. KEA. How to convince the creative investor? (published on Feb 28, 2019). Available at: https://keanet.eu/convince-creative-investor/
104. Kong, Lily (2010). Introduction: Culture, Economy, Policy: Trends and Developments. Geoforum, 31(4), 385-390. Available at: https://ink.library.smu.edu.sg/soss_research/1804
105. Laaksonen, A (2014). Arts Panorama: International Overview of Issues for Public Arts Administration, D'Art Topics in Arts Policy, No. 47, International Federation of Arts Councils and Culture Agencies, Sydney.
106. Landry Charles (2008). The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators, Routledge: 2nd edition.
107. Martinaitytė Eugenija, Kregždaitė Rusnė, The Factors of Creative Industries Development in Nowadays Stage. Economics & Sociology, Vol. 8, No 1, 2015. Available at: https://www.economics-sociology.eu/files/05_Martinaityte.pdf
108. Mercedes Giovinazzo, Williams Guy (2019). Culture for the Future Creativity, Innovation and Dialogue for Inclusive Development: International colloquium, European Commission, Brussels, 16-17 June 2019.
109. Ministry of Tourism, Culture and Sport. Environmental Scan of the Culture Sector. Ontario Culture Strategy Background Document, April 2016. Available at: https://d2khazk8e83rdv.cloudfront.net/books/mtcs_environmental_scan_of_the_culture_sector_en_0.pdf
110. Müller Kathrin, Rammer Christian, Trüby Johannes (2008). The Role of Creative Industries in Industrial Innovation ZEW Discussion Paper No. 08-109 // ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp08109.pdf
111. NEWZOO. Global Games Market Report (2018). Available at: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/700740/Reports/Newzoo_2018_Global_Games_Market_Report_Light.pdf
112. Northern Grampians Shire Council. Arts and Culture Audit and Opportunities Report (2016).
113. OECD. Financing and Investment Frameworks for Cultural and Creative Sectors. Innovation in Public Investment for Arts and Culture, Parallel Session C1. Discussion Note, 2018 OECD Conference on Culture and Local Development. Unleashing the Transformative Power of Culture and Creativity for Local Development 6-7 December 2018, Venice. Available at: http://www.oecd.org/cfe/leed/venice-2018-conference-culture/documents/C1-DiscussionNote.pdf
114. Organization of American States, Inter-American Council for Integral Development (CIDI). Study for Theme 1: Culture as an Engine for Economic Growth, Employment and Development (2004), Available at: http://www.oas.org/udse/english/documentos/tema1estudio.doc
115. Pioneer Valley Planning Commission. Town of Amherst Economic Development Plan. Task 3: SWOT Analysis, June 2018.
116. Potts Jason and Cunningham Stuart. Four models of the creative industries//International Journal of Cultural Policy, Volume 14, 2008, Issue 3, pp. 233-247.
117. Potts Jason and Cunningham Stuart. Four models of the creative industries //International Journal of Cultural Policy, Volume 14, 2008, Issue 3.
118. Power Dominic, Spilsbury Mark (2017). Putting people at the centre: Dynamic mapping of Norway's cultural and creative economy, Knowledge Works - Norwegian Knowledge Centre for Cultural Industries, Report No. 10-2017.

119. Property Rights Alliance. International Properte Rights Report 2019. Ed. by Miontanari Lorenzo. Available at: https://atr-ipri2017.s3.amazonaws.com/uploads/IPRI_2019_FullReport.pdf.
120. PwC. Culture, competitiveness and wealth. Executive summary, Presentation by PwC Greece, January 2019.
121. Ramocka Ma£gorzata. Culture as an economic growth factor, Ma£opolska school of Economics in Tarnow Research Papers Collection, Issue 2 (16), 2010.
122. Ryerson University DMZ website. Available at: : https://dmz.ryerson.ca/about/
123. Schneider Friedrich, Klingmair Robert (2004), Shadow Economies Around the World: What Do We Know? CESIFO Working Paper NO. 1167 Category 1: Public Finance.
124. Schneider Friedrich, Williams Colin C. (2013), The Shadow Economy, The Institute of Economic Affairs.
125. South African Cultural Observatory, Nelson Mandela Metropolitan University. Publication Report: Intellectual Property in the Cultural and Creative Industries (2017/2018).
126. Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats (SWOT) Analysis (Subject to change), Equity in Oakland, May 1, 2017.
127. SWOT Analysis. Status of the Creative Industries in Ljubljana, Institute for Economic Research, Ljubljana, December 2010.
128. Tu Wei, Zheng Jie (2017). The SWOT Analysis of the Intangible Cultural Heritage of Changle Story // Advances in Computer Science Research (ACSR), volume 73. 7th International Conference on Education, Management, Information and Computer Science (ICEMC 2017).
129. UCLG. Culture and sustainable development: examples of institutional innovation and proposal of a new cultural policy profile, 2009. Available at: http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/en/z_report_4_full_report.pdf
130. UNCTAD (2018). Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries. Available at: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf
131. United Nations (UNCTAD, UNDP). Creative Economy Report (2010). Creative Economy: A Feasible Development Option. Available at: https://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf
132. Van der Linde C. (2003). The Demography of Clusters—Findings from the Cluster Meta-Study. In: Bröcker J., Dohse D., Soltwedel R. (eds) Innovation Clusters and Interregional Competition. Advances in Spatial Science. Springer, Berlin, Heidelberg
133. Van der Pol H (2008). Key role of cultural and creative industries in the economy, UNESCO Institute for Statistics, Canada.
134. Washington County Arts Council. Developing an Arts, Entertainment and Education Cluster in Washington County, Maryland, Sage Policy Group, February 2012.
135. World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2017-2018, APPENDIX D, Technical Notes and Sources: 12.08 R&D expenditures (Individual indicator). Available at: http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/appendix-c-the-global-competitiveness-index-4-0-methodology-and-technical-notes/
136. Wu Maoguo & Li Qingshu. Impact of Cultural and Creative Industries on Regional Economic Development in China — A Spatial Econometric Approach // Research in World Economy, Vol. 9, No. 1; 2018. Available at: https://pdfs.semanticscholar.org/4473/ad6e1ccb37d45d1ebfd94ef13114c95944ce.pdf
137. EU (2017). New European Consensus on Development - 'Our world, our dignity, our future'. Joint statement by the Council and the representatives of the governments of the Member States meeting within the Council, the European Parliament, and the European Commission. Directorate-General for International Cooperation and Development

(European Commission), Luxembourg. Available at: https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/european-consensus-on-development-final-20170626_en.pdf

138. EU Commission. Green Paper (2010). Unlocking the potential of cultural and creative industries, Brussels. Available at: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-en

139. EU publication (2018). The role of public policies in developing entrepreneurial and innovation potential of the cultural and creative sectors, Report of the OMC (Open Method of Coordination) working group of Member States' experts – Study, April 2018.

140. EU. Survey on access to finance for cultural and creative sectors. Evaluate the financial gap of different cultural and creative sectors to support the impact assessment of the creative Europe programme. October 2013. Available at: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/access-finance_en.pdf

141. European Commission. Towards more efficient financial ecosystems. Innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS): good practice report – Study, 2016, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, Brussels. Available at: https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f433d9df-deaf-11e5-8fea-01aa75ed71a1

142. European Commission. Supporting cultural and creative sectors, Cultural and Creative Industries (CCIs) and related ecosystems. Available at: file:///Y:/2019/2019_CultureProject/Sources_Docs/Sources_Culture_Economy/Supporting%20cultural%20and%20creative%20sectors,%20Cultural%20and%20Creative%20Industries%20(CCIs)%20and%20related%20ec.html

143. European Commission (2010). Unlocking the potential of cultural and creative industries. Green Paper, Brussels.

144. European Parliament. Encouraging Private Investment in the Cultural Policy. Sector Study (2011), EU Directorate General for Internal Policies, Brussels. Available at: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/460057/IPOL-CULT_ET%282011%29460057_EN.pdf

145. European Parliament. Financing the Arts and Culture in the European Union: Study (2006), Directorate General Internal Policies of the Union, Brussels. Available at: http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL-CULT_ET%282006%29375309

146. Regulation (EU) No 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020) and repealing Decisions No 1718/2006/EC, No 1855/2006/EC and No 1041/2009/EC Text with EEA relevance. Available at: http://data.europa.eu/eli/reg/2013/1295/oj

147. Державна служба статистики України. Валовий регіональний продукт у 2017 році. Статистичний збірник. – 2019 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/04/zb_vrp_2017.pdf

148. Державна служба статистики України. Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичні збірники 2014-2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publdomogosp_u.htm

149. Державна служба статистики України. Головні управління статистики в областях Україні та м. Києві. Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за видами економічної діяльності— Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

150. Державна служба статистики України. Зайняте населення за видами економічної діяльності та регіонами [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/rp/zn_ed_reg/zn_ed_reg_u/arch_zn_ed_u.htm

151. Державна служба статистики України. Зайняте населення за видами економічної діяльності у 2012-2018 роках. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/rp/zn_ed/zn_ed_u/zn_ed_2013_u.htm
152. Державна служба статистики України. Заклади культури, фізичної культури і спорту у 2017 році. Статистичний щорічник. – К., 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_zkm_2017.pdf
153. Державна служба статистики України. Зміна обсягу валового внутрішнього продукту [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2004/vvp/ind_vvp/ind_vvp_u/arh_indvvp.html
154. Державна служба статистики України. Методологічні пояснення. Демографічна та соціальна статистика / Ринок праці / Зайнятість та безробіття [Електронний ресурс]. — Режим доступу: Назва з екрану: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/rp/met_u.htm
155. Державна служба статистики України. Праця України у 2017 році. Статистичний збірник. – 2018. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_pu2017_pdf.pdf
156. Державна служба статистики України. Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності за період від початку року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/gdn/Zarp_ek_p/Zp_ek_p_u/arh_zpp_u.htm
157. Державна служба статистики України. Статистичний щорічник України за 2017 рік, К. – 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm
158. Державне агентство України з питань кіно. Інформація про фільми, вироблені за державні кошти (дата останнього доступу 30.10.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://dergkino.gov.ua/ua/text/info_movies_public_funds.html
159. Єдиний державний веб-портал відкритих даних. Перелік проектів міжнародної технічної допомоги за підтримки країн-донорів, що реалізуються в Україні та пройшли державну реєстрацію (перереєстрацію) у Мінекономрозвитку (дата останнього доступу 30.09.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: https://data.gov.ua/dataset/04fa817d-5c92-4e0d-b1b5-2dcf720adc36.
160. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Питома вага державного сектору в економіці. – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=ukUA&id=3f9cbf0b-24bf-48f8-8360-04d559e41d60&tag.
161. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні за результатами проведеного Мінекономрозвитку моніторингу проектів у 2018 році (дата опублікування 21.03.2019/ дата останнього доступу 03.09.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=1c637dbb-c6ee-439a-9cf9-2090e8d020c0&title=InformatsiiaSchodoMizhnarodnoiTekhnichnoiDopomogi-SchoNadatsiaUkrainiZaRezultatamiProvedenogoMinekonomrozvitkuMonitoringuProektivU2018-Rotsi&isSpecial=true
162. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні за

результатами проведеного Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України моніторингу проектів у першому півріччі 2019 року (дата опублікування 12.09.2019 / дата останнього доступу 30.10.2019). – Електронний ресурс. – Назва з екрану: http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=f5b9bbfd-cd9f-40a3-abeb-bc0a30bb72a3&title=InformatsiiaSchodoMizhnarodnoiTekhnichnoiDopomogi-Scho NadatsiaUkrainiZaRezultatamiProvedenogoMinisterstvomRozvitkuEkonomiki-TorgivliTaSilskogoGospodarstvaUkrainiMonitoringuProektivUPershomuPivrichchi2019-Roku

163. НБУ. Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://bank.gov.ua/files/macro/Wages_y.xlsx
164. ESSnet-CULTURE. European Statistical System Network on Culture. Final Report, 2012. Available at: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf
165. Eurostat, Culture statistics - cultural employment (online data). Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_cultural_employment
166. Eurostat. Culture statistics - household expenditure on culture. Culture statistics - private expenditure on culture. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_household_expenditure_on_culture
167. Eurostat, Culture statistics - use of ICT for cultural purposes (Data extracted in August 2019). Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_use_of_ICT_for_cultural_purposes
168. Eurostat, Culture statistics. 2016 edition, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7551543/KS-04-15-737-EN-N.pdf/648072f3-63c4-47d8-905a-6fdc742b8605
169. Eurostat, Household spending on recreation and culture in 2017, Products Eurostat News. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190111-2
170. Eurostat. Guide to Eurostat culture statistics 2018, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018.
171. Eurostat, Products Eurostat News , 8.7 million people in cultural employment in the EU. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190218-1
172. OECD. Query Wizard for International Development Statistics. Available at: https://stats.oecd.org/qwids/#?x=1&y=6&f=2:182,4:1,7:1,9:85,3:72,5:3,8:85&q=2:182+4:1,2+7:1+9:85+3:51,72+5:3+8:85+1:2+6:2013,2014,2015,2016,2017,2018.
173. The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS). UNESCO Institute for Statistics, 2009. Available at: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf
174. UNESCO Institute for Statistics (2012). Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches, UNESCO Framework for Cultural Statistics Handbook No.1, Canada, ISBN 978-92-9189-118-4.
175. UNESCO (2014). The UNESCO Culture for Development Indicators: Methodology Manual, Paris, France.