RES-POL

Фінансується Європейським Союзом

ІСТОТНІ ПИТАННЯ ПОЛІТИКИ: КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ

Базовий звіт

2024

DOI: 10.70719/respol.2025.23

RES-POL

Зміст

Вступ: цілі та методологія 3

Резюме 6

1. Креативні індустрії в Україні та світі 8

1.1 Креативні індустрії в ЄС 10

1.2 Креативні індустрії в Україні 13

2. Методологія досліджень 30

3. Істотні питання політик у креативних індустріях 31

3.1 Перелік істотних питань за їх критичністю 32

3.2 Опис істотних питань 33

Додаток 1 58

Додаток 2 60

RES-POL

Вступ: цілі та методологія

Цей базовий звіт розроблено в рамках проєкту RES-POL (Rapid Expert Support for Culture and Media Policies in Ukraine), що здійснює ГС «Центр "Регіональний розвиток"» **Агенції економічного розвитку** PPV за фінансової підтримки **Європейського Союзу**.

Проєкт RES-POL має на меті посилити функціональну спроможність Міністерства культури та стратегічних комунікацій і його відомств (Українського інституту книги, Українського культурного фонду, Державного агентства України з питань мистецтв та мистецької освіти й Українського інституту національної пам'яті).

Тривалість проєкту RES-POL – від січня 2024-го до червня 2025 року.

У фокусі проєкту RES-POL – чотири сектори (**Мистецтво та культура, Культурна спадщина, Креативні індустрії** та **Медіа**) і понад 20 підсекторів (індустрій та видів мистецької діяльності). Окремо RES-POL розглядає **10 істотних питань** розвитку культури (конкурентна оплата праці, ефективність державних підприємств у сфері культури, фінансування креативних індустрій, моделі фінансування культурних послуг, громади та культурна спадщина, інтеграція з ЄС та культурна політика тощо).

Методологія проєкту передбачає:

- **Визначити істотні питання політики в секторах та підсекторах і описати їх в аналітичних записках та базових звітах;**
- **Проаналізувати 10 істотних питань розвитку культури у фокусі проєкту й описати їх у базових звітах;**
- **Напрацювати й описати у стратегічних брифах пропозиції політик щодо істотних питань секторів та 10 істотних питань розвитку культури;**
- **Розробити секторальні стратегії й операційні програми для секторів у фокусі проєкту та дорожні карти їх втілення;**
- **Випрацювати зміни до кількох нормативно-правових актів та / або розробити концепції пілотних проєктів, щоб впровадити створені у проєкті політики;**

- **Проаналізувати європейський досвід планування та впровадження політик, оцінити деякі політики у сфері культури в Україні й інституційну спроможність відомств у сфері управління Міністерства культури та стратегічних комунікацій.**

Проєкт RES-POL активно залучає заінтересовані сторони на всіх етапах розроблення політик. Інформація про напрацювання проєкту доступна на сторінці RES-POL у Facebook.

> **Мета цього базового звіту** – визначити істотні питання політики сектору «Креативні індустрії».

> **Істотні питання політики** – це виклики та проблеми, з якими стикаються заінтересовані сторони і які заважають розвиткові сектору. Щоб розв'язати ці питання, може бути потрібне втручання на рівні держави.

Методологія підготовки базового звіту передбачає:

- **Опрацювати істотні питання політик у підсекторах на основі аналітичних записок (доступні на сторінці матеріалів RES-POL);**
- **Провести кабінетні дослідження аналітичних матеріалів про стан та динаміку розвитку сектору;**
- **Провести глибинні інтерв'ю із заінтересованими сторонами (учасниками ринку, представниками екосистем та середовищ, дотичними державними установами й організаціями);**
- **Сформувати списки істотних питань політики сектору разом з експертною командою RES-POL;**
- **Описати істотні питання політики, верифіковані із заінтересованими сторонами;**
- **Підготувати рекомендації для подальшого розроблення політик, які розв'язуватимуть визначені істотні питання.**

Автори аналітичної записки

Галина Шиян – ключова експертка з креативних індустрій;

Рецензент аналітичної записки:

Володимир Воробей – керівник групи ключових експертів RES-POL;

Анна Карнаух – експертка підсектору «Креативні хаби та простори», співзасновниця формації Lanka.pro;

Літературний редактор – Євген Редько;

Дизайнерка – Ольга Мацьків.

Команда проєкту висловлює щиру подяку усім представницям та представникам сектору, які взяли участь в опитуванні та глибинних інтерв'ю, за їхній час, готовність говорити про проблеми та спільно шукати їх вирішення.

При цитуванні тексту цієї аналітичної записки (повністю чи частково) необхідне пряме використання першоджерела з посиланням на нього.

Зміст цієї аналітичної записки є відповідальністю Громадської спілки «Центр "Регіональний розвиток"» і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу.

RES-POL

Резюме

> **Креативні індустрії** – відносно молодий сектор економіки, який поєднує унікальну людську творчість, інтелектуальну власність як основу творення, безперервний процес інновацій, нелінійні зв'язки між складниками ланцюжка вартості та можливість виявити культурну унікальність територій і спільнот.

Скрізь у світі приділяють дедалі більшу увагу потенціалу креативної економіки, адже вона генерує високу додану вартість, створює робочі місця, відносно легко адаптується до соціально-економічних змін і має низький поріг входження для молоді, жінок та незахищених соціальних груп.

Дослідження, проведене в **березні – листопаді 2024 року** в межах проєкту RES-POL, мало на меті визначити істотні питання політик – проблеми, які з погляду заінтересованих сторін стримують розвиток у різних галузях креативних індустрій. Ці проблеми спершу були верифіковані й ранжовані за пріоритетністю в кожному секторі, а потім синхронізовані в наскрізні для всього сектору креативних індустрій.

Наступний крок проєкту **RES-POL** – розробити політики, які могли б посприяти в подоланні визначених проблем на державному рівні або / і за допомогою операційних програм донорської підтримки.

Щоб дослідити різні галузі креативних індустрій, були залучені фахові експерти, а результати їхньої роботи викладені в аналітичних записках.

- **Книговидання та книгорозповсюдження** – експертка Галина Шиян.
- **Музичний бізнес** – експертка Альона Дмуховська.
- **Креативні хаби та простори** – експертки Анна Карнаух, Катерина Кравчук, формація Lanka.pro.
- **Креативні агенції** – експертки Тетяна Ландесман, Іванна Скиба-Якубова.
- **Анімація, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірна комп'ютерна графіка (CGI), візуальні ефекти (VFX)** – експертка Анастасія Верлінська.
- **Дизайн** – експерти Володимир Воробей, Ярина Заяць, Марта Кобринович.

Щоб далі розробляти політики, обрано шість істотних питань політик, які професійне середовище внаслідок публічних обговорень та анкетування визначило як критичні проблеми з тривалою історією. Водночас ці проблеми сумісні з впровадженням швидких рішень, які сприятимуть їх послабленню та частковому розв'язанню, вкладаючись у горизонт планування проєкту, яким є 2027 рік.

До цих істотних питань політик належать:

- **Втрата і відтік людського капіталу.**
- **Обмежена міжнародна професійна присутність.**
- **Компетентнісний та фаховий голод.**
- **Недостатня ефективність і доступність інструментів підтримки та фінансування.**
- **Низька культура інтелектуальної власності.**
- **Непрацююча система управління правами.**

Розробляючи політики, команда RES-POL залучатиме юристів та професійне середовище. Результати цієї роботи будуть використані у створенні операційних програм, пілотних проєктів, нормативно-правових актів, запропоновані до розгляду та впровадження МКСК, міжнародним донорам та іншим заінтересованим сторонам.

Це, своєю чергою, сприятиме розвитку креативної економіки, яка мала б стати одним із пріоритетних напрямків для України вже зараз і в період повоєнного відновлення, адже в цій галузі створюють інноваційні та креативні рішення з високими доданою вартістю та експортним потенціалом. Креативну економіку у світі часто називають економікою майбутнього, і для України вона саме така.

RES-POL

1. Креативні індустрії в Україні та світі

> **Креативні індустрії** – відносно молодий сектор економіки як в Україні, так і у світі загалом. Проте його потенціалу приділяють дедалі більшу увагу, адже він генерує високу додану вартість, створює робочі місця й відносно легко адаптується до соціально-економічних змін.

Термін **«креативні індустрії»** понад двадцять років тому увійшов у вжиток для опису видів діяльності, які мають вагомий творчий складник, водночас деякі з них дуже давні, а деякі виникли лише з появою цифрових технологій. Багато з цих видів діяльності тісно пов'язані зі сферою культури, а термін **«індустрії культури»** дещо раніше позначав театр, танець, музику, кіно, образотворче мистецтво та культурну спадщину. Проте ставлення до нього було суперечливе, адже багато митців вважали зневажливим ототожнювати свої творчі роботи з індустрією.

Також у міжнародному середовищі часто вживають формулювання «культура та креативні індустрії» (ККІ), адже воно дає змогу ширше охопити складники цього сектору. У проєкті RES-POL ми послуговуємося терміном «креативні індустрії», проте в цьому звіті траплятиметься також і термін ККІ, якщо так зазначено в першоджерелі.

Модель класифікації ККІ ЮНЕСКО поділяє їх на дві основні підгрупи.

1. До першої підгрупи належать індустрії в ключових культурних галузях (Industries in core cultural domains), тобто ті сектори, продукція яких становить результат безпосередньої креативної та культурної діяльності.
2. До другої підгрупи натомість належать індустрії в розширених культурних галузях (Industries in expanded cultural domains), тобто ті, які відображають результат креативності та культурної діяльності і в певному сенсі їх обслуговують.

Щоб класифікувати креативні індустрії, Європейська комісія використовує Модель концентричних кіл Девіда Тросбі (2001 р.).



Зараз концепцію креативних індустрій та їхню важливість визнають майже всі уряди світу, розгортаючи їх у ширший концепт креативної економіки. Визначення галузей, які належать до креативних індустрій, різниться: у деяких країнах ця категоризація тісно пов'язана з мистецтвом і культурою, а в інших, наприклад, охоплює також гастрономію як економічно та культурно вагому галузь. Здебільшого до креативних індустрій зараховують такі розвинуті бізнеси, як IT, реклама, дизайн та книговидання. Багатьом країнам, зокрема і Великій Британії, нелегко визначити, яке відомство має опікуватися розробленням політик для креативних індустрій і чи ці політики економічні, промислові, культурні, освітні, а чи перебувають на межі й поєднують складники з різних сфер.

Сигналами, що в економіці XXI століття створення продукту, який є об'єктом прав інтелектуальної власності, значно цінніше за виробництво, можна вважати те, що серед цілей КНР оголошено перехід від моделі «зроблено в Китаї» до «розроблено в Китаї», а 2021 рік оголошено ООН Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку. У 2024 уряд Великої Британії зарахував креативні індустрії до 8 найбільших галузей економіки, а Міністерство культури Швеції у стратегії на 2024–2033 роки декларує, що культурні та креативні індустрії варто розглядати як новий тип первинної промисловості держави.

1.1 Креативні індустрії в ЄС

Культурні та креативні індустрії (ККІ) уже понад десять років інтегруються в політичні документи та програми ЄС. До цього спроможність сектору довго розглядали з погляду символічних, нематеріальних та освітніх аспектів, проте останнім часом дедалі більше розуміють, що він може безпосередньо чи опосередковано впливати на економіку, покращуючи показники та створюючи робочі місця, стимулюючи інновації та сприяючи соціальному й сталому розвитку. Дослідження й дані, зібрані в різних країнах світу, підтверджують це припущення. Зокрема, у звіті Creativity vs. Robots стверджують, що у Великій Британії та США приблизно 90 % робочих місць із високим рівнем креативності мають низький ризик заміщення штучним інтелектом. Згідно з показниками за 2011 рік, у ЄС частка основних креативних галузей у ВВП за доданою вартістю становила 558 млрд євро – приблизно 4,4 % від загального європейського ВВП. Ці галузі забезпечують приблизно 8,3 млн робочих місць в еквіваленті повної зайнятості, або 3,8 % від загальної кількості робочих місць у Європі. Статистика також демонструє, що в більшості ККІ частка молодих працівників вища, ніж у решті економіки, і цей сектор виявився дуже стійким порівняно з іншими під час економічної та фінансової кризи 2008 року в Європі. Глобальні економічні дані на 2013 рік засвідчують, що Європа – лідер у цьому секторі і стає каталізатором розвитку. На ККІ припадає 3 % світового ВВП (2 250 млрд дол. США доходів); вони забезпечують 29,5 млн робочих місць у всьому світі.

У 2021 Європейський інститут інновацій та технологій (The European Institute of Innovation and Technology) запустив Спільноту знань та інновацій EIT Culture & Creativity, яка сфокусована на фундаментальних змінах у європейських культурних і креативних індустріях, спрямованих на створення й підтримку робочих місць, зміцнення здатності бізнес-екосистеми до масштабування й посилення їхньої конкурентоздатності. До 2027 року EIT Culture & Creativity має на меті підтримати приблизно 500 проєктів. Стратегічний план організації на 2024-2027 роки зосереджений на підтримці освіти, інновацій та засновуванні бізнесів у п'яти пріоритетних напрямах: мода, архітектура, культурна спадщина, аудіовізуальні медіа та ґеймінг.

Креативні індустрії в політиках ЄС

Культурні та креативні індустрії наскрізно є в горизонтальних і вертикальних політиках ЄС, а також у політиках державних, регіональних і локальних. ККІ міждисциплінарні, а їхні сектори дуже неоднорідні, тож потрібно зважати на широкий спектр їхніх потреб.

Інтереси різних секторів ККІ відображені у таких політиках ЄС:

- **Зелена книга Європейської комісії про розкриття потенціалу культурної та креативної індустрій** (The European Commission Green Paper on unlocking the potential of cultural and creative industries), 2010;
- **Про сприяння розвитку культурного та креативного секторів як джерел зростання та забезпечення робочих місць у ЄС** (The Communication Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU), 2012;
- **Резолюція Європейського парламенту про сприяння культурному та креативному секторам як джерелам економічного зростання та забезпечення робочих місць** (The European Parliament Resolution on promoting the European cultural and creative sectors as sources of economic growth and jobs), 2013;
- **Шлях до комплексного підходу до культурної спадщини в Європі** (The Communication Towards an integrated approach to cultural heritage for Europe), 2014;
- **Стратегія єдиного цифрового ринку** (The Digital Single Market Strategy), 2015;
- **Резолюція Європейського парламенту про узгоджену політику ЄС щодо культурних і креативних індустрій** (The European Parliament Resolution on a coherent EU policy for cultural and creative industries), 2016
- **Новий європейський порядок денний у культурі** (A New European Agenda for Culture), 2018;

  У 2007 році ухвалено Європейський порядок денний у культурі, а у 2018-му документ оновили з огляду на розвиток культурного сектору. Новий порядок денний – це рамковий документ для співпраці на рівні ЄС, який фокусується на позитивному впливі культури на європейське суспільство, економіку й міжнародні зв'язки. Порядок денний також окреслює вдосконалені методи роботи для країн-членів, громадянського суспільства та міжнародних партнерів. Новий порядок денний має три стратегічні напрями: соціальний, економічний та зовнішній.

- **Директива про аудіовізуальні та медіапослуги** (Audiovisual Media Services Directive), 2018;
- **Директива ЄС з авторського права** (The Copyright Directive (EU), 2019;
- **Акт про цифрові послуги** (The Digital Services Act), 2022;
- **Акт про цифровий ринок** (The Digital Markets Act), 2022;

Підтримка креативних індустрій у ЄС

Програма «Креативна Європа» (Creative Europe Programme)

Головна програма фінансової підтримки культури, креативних індустрій та аудіовізуального сектору доступна для заявників із країн ЄС, Європейської економічної зони та країн Східного партнерства. Різні лоти програми підтримують кіно, музику, перформативні мистецтва, літературу, візуальне мистецтво.

«Креативна Європа» 2021–2027 (бюджет **€ 2.4 млрд**) має три основні напрями:

- **Культурна співпраця:** підтримує співпрацю між культурними та креативними організаціями Європи.
- **Підтримка аудіовізуального сектору:** підтримує європейську кіноіндустрію, дистрибуцію та промоцію європейського кіно.
- **Глобальна співпраця:** допомагає представникам європейського креативного сектору вийти на глобальний рівень.

Інвестиційний фонд ЄС – вікно для МСП (InvestEU Fund – SME window)

Сприяє в доступі до фінансування, посиленні співпраці та створенні ділової екосистеми для МСП, які становлять кістяк сектору креативних індустрій.

1.2 Креативні індустрії в Україні

Стан креативних індустрій в Україні

В Україні поняття креативних індустрій вперше з'являється на законодавчому рівні у 2018 році. Закон України «Про культуру» дає їм таке визначення:

> *«Креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та / або креативне вираження».*

Базові види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, визначені розпорядженням КМУ «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій». До них зараховують 34 види економічної діяльності. Водночас значний внесок у креативну економіку роблять і суміжні сфери (діяльність у сфері зв'язку, друк, туризм тощо). Це додаткові види економічної діяльності, які надають підтримку, полегшують, обслуговують та / або уможливлюють створення, виробництво й розповсюдження продукту, який генерується креативними індустріями. Фактично креативні індустрії – це мистецтво, яке приносить гроші, синергія творчості та підприємництва.

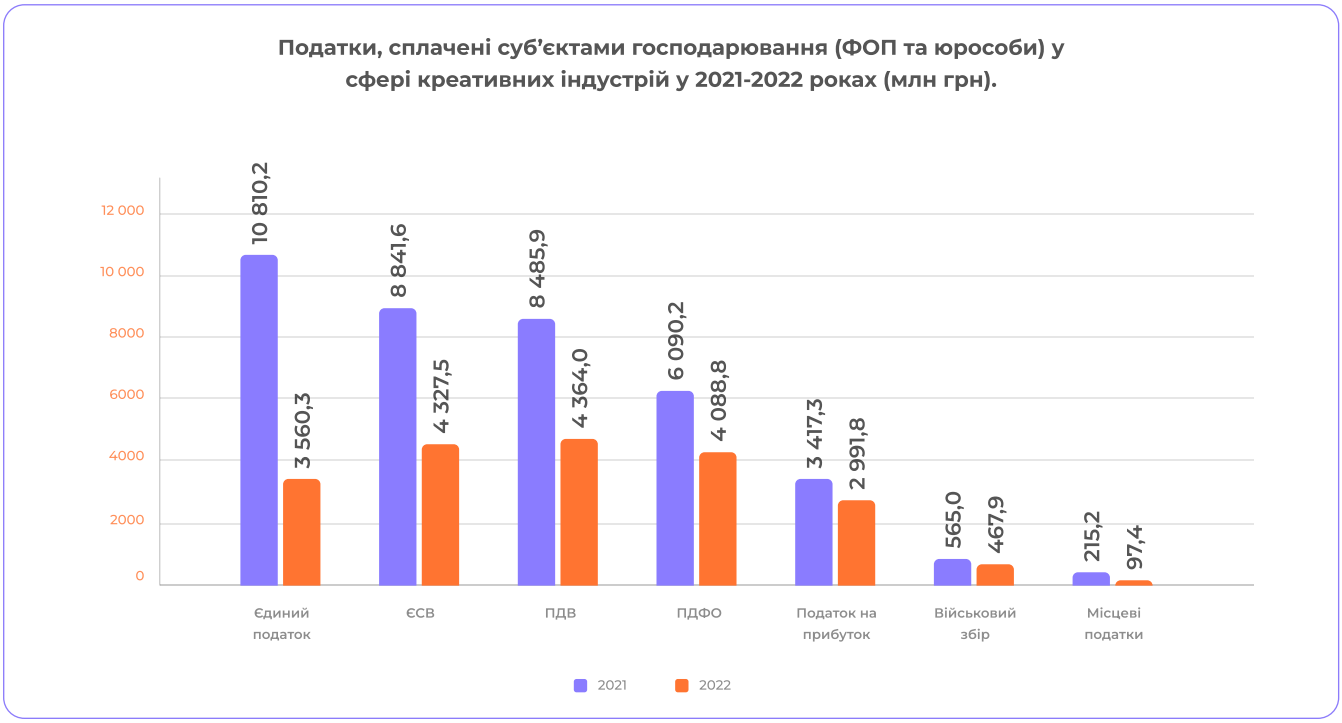
Глобальний індекс інновацій (GII) діє з 2007 року і, спираючись на 80 індикаторів, укладає щорічний рейтинг інновацій 133 економік світу відповідно до їх інноваційного потенціалу; Україна у ньому останніми роками посідала такі позиції:

- 2020 р. – 45 позиція;
- 2021 р. – 49 позиція;
- 2022 р. – 57 позиція;
- 2023 р. – 55 позиція;
- 2024 р. – 60 позиція.

До ключових факторів цього поступового зниження рейтингу належать пандемія і повномасштабне вторгнення.

За даними Українського центру культурних досліджень, усі сектори продемонстрували у 2022 році негативну динаміку, навіть ті, що зростали під час пандемії, як-от IT та дизайн. Найбільше падіння обсягу задекларованого доходу зафіксовано у візуальному

секторі (−73,4 %), рекламі (−65,7 %), аудіовізуальному секторі (−63,8 %), архітектурі (−59 %), дизайні (−56,9 %), перформативному секторі (−54,8 %), видавничій справі (−50 %).



Вплив війни на показники діяльності креативних індустрій (2021 - 2022 років), УЦКД

За підсумками досліджень «Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України» та «Основні економічні показники креативних індустрій в Україні» у 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2 % доданої вартості в Україні (132 млрд грн), забезпечили роботою 360 тисяч людей, або 4 % усіх зайнятих осіб. Найбільші креативні сектори за обсягом створеної доданої вартості – IT, реклама, маркетинг та PR, аудіовізуальний сектор, архітектура, видавнича справа. Проте важливо сприймати ці цифри обережно, адже індустрія IT офіційно належить до креативних індустрій, але насправді більшість фахівців IT – це інженери, а не представники креативних індустрій, та й дані про деякі креативні індустрії оцінні. Експорт креативних послуг у 2019 році сягав $ 5,4 млрд і становив 30 % загального експорту послуг (проте його значна частка – це, знову-таки, IT-послуги). Збільшення капіталу в секторах креативних індустрій на 1 грн приводить до збільшення загального ВВП на 1,9-2,2 грн.

За результатами звіту «Культура та креативні індустрії в Україні: стійкість, відновлення, інтеграція з ЄС» , були визначені такі потреби КІ в Україні:

- Постійне реагування на екстрені потреби інституцій культури, що зазнали руйнувань внаслідок війни або перебувають в окупації.

- Зміцнення потенціалу, забезпечення безперервності робочих процесів і підтримка команд провідних інституцій культури в період найбільшої нестабільності.
- Підтримка представників КІ, які живуть в Україні й повертаються в Україну, запровадження більшої кількості середньострокових програм в Україні, щоб заохотити представників КІ залишатися та працювати в країні.
- Потреба запровадити інституційне фінансування для організацій додатково до проєктного фінансування.
- Сприяння розвитку нових міжнародних партнерств: забезпечення наявності кваліфікованих кадрів і фінансування.
- Підтримка креативних індустрій як інструмента соціального примирення, інтеграції вразливих груп та місцевого економічного розвитку.
- Створення умов утримання талановитих кадрів у секторі ККІ.
- Розвиток платформ для популяризації та просування українських культурних продуктів і послуг за кордоном.
- Узгоджена державна політика щодо культурної спадщини.
- Посилення спроможності та сприяння сталій діяльності українських культурних інституцій.
- Підтримка диджиталізації сфери культури.
- Забезпечення безпеки культурних просторів.

На сьогодні всі ці потреби залишаються актуальними, але війна, яка тривала увесь цей час, ускладнила ситуацію:

- Відтік людського капіталу стає дедалі відчутнішим у всіх секторах економіки, впливаючи на ефективність і продуктивність праці.
- Війна виснажує ресурси, розумові та емоційні здібності українців і породжує втому від України в Європі та за її межами.
- Посилюється різниця в умовах життя та діяльності на прифронтових територіях і на решті території України, що потребує застосування різних інструментів політик для різних регіонів.

- Є приклади неймовірних практик стійкості та гнучкості, продемонстрованих на багатьох рівнях, але бракує інфраструктури поглибленого рефлексивного навчання, щоб осмислити цей досвід та інтегрувати його на системному рівні.
- Поступово формується розуміння того, що процеси виживання й відновлення відбуваються одночасно, і ця невизначеність створює плутанину в стратегічному плануванні місцевих громад та інституцій.

Проте, зважаючи на вкрай складні обставини, все-таки можемо стверджувати, що українські креативні індустрії демонструють високий рівень стійкості та адаптивності. Зокрема, бачимо успішні приклади у книжковій індустрії та розробленні комп'ютерних ігор, про них можна докладно прочитати в секторальних аналітичних записках. Зараз на рівні державних політик і програм міжнародної підтримки необхідно докласти максимальних зусиль, щоб зберегти й розвивати креативні індустрії, адже вони становлять важливий складник стійкості воєнного часу, формують сучасну українську ідентичність, на яку є гострий запит, а також стають джерелом новітніх рішень в обороні та відбудові.

Щоб забезпечити стабільний розвиток креативних індустрій, потрібна правова база, яка визначає правила для учасників цієї галузі й регулює їхню діяльність. Нормативно-правові акти формують основу для функціонування сектору, встановлюючи права та обов'язки учасників, механізми захисту інтелектуальної власності, процедури ліцензування та інші аспекти, які впливають на їхню діяльність. Серед таких нормативно-правових актів:

- Закон України від 19.06.2018 № 2458-VIII «Про внесення змін до Закону України "Про культуру" щодо визначення поняття "креативні індустрії"», який визначає креативні індустрії як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та / або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості. Він також вказує на необхідність охорони, заохочення та підтримки культурного розмаїття як одного з найважливіших чинників сталого розвитку держави.
- Указ Президента України від 18.08.2020 № 329/2020 «Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму».

- Постанова Кабінету Міністрів України від 19.05.2021 № 501 «Про утворення Ради з розвитку креативної економіки».
- Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.12.2021 № 1677-р «Про Схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми розвитку народних художніх промислів на 2024–2027 роки» (назва розпорядження із змінами, внесеними згідно з Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 7-р від 06.01.2023).
- Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.04.2019 № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій».
- Наказ МКІП від 28.01.2021 № 44 «Про утворення Офісу розвитку креативних індустрій».

Креативні індустрії

Згідно з Національним класифікатором України ДК 009:2010, до креативних індустрій належать 34 види економічної діяльності (див. дод. 1), які групують у 12 секторів.

Класифікація

(Види економічної діяльності, що належить до креативних індустрій України)

Дизайн	Мода	Нові медіа та IT
Візуальне мистецтво	Аудіовізуальне мистецтво	Аудіальне мистецтво
Література, видавнича справа, друковані ЗМІ	Сценічне мистецтво	Народні художні промисли
Архітектура та урбаністика	Реклама, маркетинг, PR та інші креативні послуги	Бібліотеки, архіви, музеї, галереї

Проєкт RES-POL у секторі **«Креативні індустрії»** аналізує:

- книговидання та книгорозповсюдження;
- анімацію, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірну комп'ютерну графіку (CGI), візуальні ефекти (VFX);
- музичний бізнес;
- креативні хаби та простори;
- дизайн;
- креативні агенції;
- народні художні промисли;
- моду.

У секторі **«Мистецтво і культура»** він аналізує:

- візуальне мистецтво;
- сценічне мистецтво;
- літературу;
- бібліотеки;
- аудіальне мистецтво.

Помітність креативних індустрій на рівні держави

У 2018 році в Мінкультури утворили Директорат креативних індустрій, який відповідає за формування державної політики у сфері креативних індустрій. Серед основних функцій Директорату – стратегування (визначення пріоритетів і векторів розвитку креативних індустрій), координація (креативні індустрії мають міжсекторальний характер – економіка, закордонні справи, соціальна політика, освіта, – тож Мінкультури узагальнює та узгоджує інтереси й потреби інших ЦОВВ і державних інституцій у сфері креативних індустрій, забезпечує державно-приватне партнерство та взаємодію, представляє консолідовану позицію щодо розвитку креативної економіки в Україні), стимуляція (ініціює проведення досліджень, внесення змін до законодавства, запускає пілотні проєкти з підтримки креативних індустрій).

Також у сфері управління МКСК працює Український центр культурних досліджень (УЦКД) – державна установа, яка має збирати та аналізувати дані й проводити дослідження, щоб підтримувати ухвалення рішень і культурних політик та розкривати потенціал сектору креативних індустрій. Перше дослідження УЦКД було опубліковане у 2016 році.

З 2017 року МКІП та УЦКД проводили міжнародний форум «Креативна Україна», який позиціювали як найбільшу у Східній Європі платформу для обговорення державної політики у сфері культури та креативних індустрій. У 2021 році був створений Офіс розвитку креативних індустрій, який мав відігравати роль постійного консультативно-дорадчого органу при МКІП. До його завдань належали налагодження ефективної комунікації та взаємодії між МКІП і фаховою спільнотою у сфері креативних індустрій; проведення досліджень ринку, виявлення громадської думки, підготовка інформаційно-аналітичних матеріалів щодо розвитку креативних індустрій в Україні; проведення фахових консультацій, підготовка та подання на розгляд МКІП пропозицій та рекомендацій щодо ряду питань; сприяння організації та проведенню заходів з метою інформування широких кіл громадськості, представників бізнес-середовища з питань розвитку сфери креативних індустрій в Україні, а також можливостей залучення інвестицій та застосування державно-приватного партнерства для розвитку сфери культури, культурної спадщини та креативних індустрій; надання рекомендацій стосовно підготовки промоційної продукції та маркетингових матеріалів, що стосуються розвитку сфери креативних індустрій в Україні, а також можливостей залучення інвестицій та застосування державно-приватного партнерства для розвитку сфери культури, культурної спадщини та креативних індустрій. Офіс виконав кілька досліджень, які, проте, не були опубліковані; загалом про його діяльність та її результати інформація дуже обмежена. З 2022-го Офіс майже не провадить діяльність.

У 2018 році за фінансової допомоги уряду Німеччини та у співпраці з Міжнародним торговельним центром і Громадською спілкою «Фонд підтримки реформ в Україні» для Мінекономіки була розроблена Експортна стратегія для сектору креативних індустрій на 2019-2023 рр., а отже, креативні індустрії – це сфера, де перетинаються інтереси кількох відомств, тож потрібна додаткова синхронізація заінтересованих сторін.

Державні інституції

Український культурний фонд – державна бюджетна установа, яка координується МКСК і надає фінансову підтримку проєктам у сфері культури та креативних індустрій. Створений у 2017 році й відтоді підтримав багато проєктів у різних секторах креативних індустрій. При УКФ діє українське представництво програми Creative Europe, де Україна стала повноправним членом у всіх програмах (у програмі MEDIA – з 2024 року). З 2025 року УКФ розширює взаємодію з іншими фондами та донорами в межах програми «Партнерство заради інституційного розвитку».

За час діяльності УКФ на сайті інституції подано звітність щодо підтриманих проєктів.

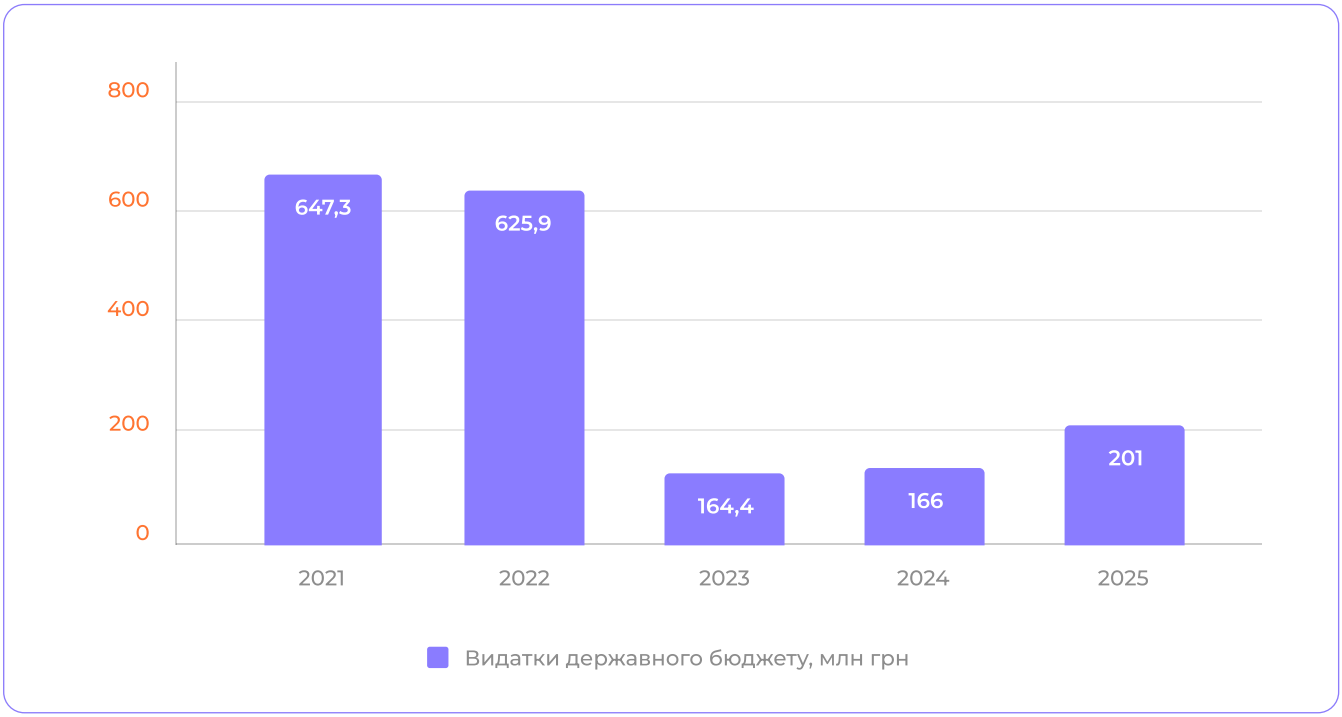
У 2018 році підтримано 293 проєкти на суму 139,4 млн грн, а у 2019 році уже 432 – на 497,9 млн грн за напрямами «Візуальне мистецтво», «Аудіальне мистецтво», «Аудіовізуальне мистецтво», «Дизайн та мода», «Перформативне та сценічне мистецтво», «Культурна спадщина», «Література та видавнича справа», «Культурні та креативні індустрії».

У 2020 році підтримано 1205 заявок на суму 847 млн грн, а у 2021-му – 542 проєкти на загальну суму 503,94 млн грн за програмами «Аналітика культури», «Інноваційний культурний продукт», «Навчання. Обміни. Дебюти. Резиденції», «Інклюзивне мистецтво», «Аудіовізуальне мистецтво», «Знакові події для української культури», «Мережі і аудиторії», «Культура. Туризм. Регіони», «Культура для змін», «Культурні столиці України», «Культура плюс», «Діти культури», «Стипендії», «Культура в часи кризи: інституційна підтримка», «Інноваційний культурний продукт», «Розвиток кінопроєкту».

У грантовому сезоні 2022 року до УКФ надійшло 3384 заявки на реалізацію культурних проєктів. Однак унаслідок повномасштабного вторгнення Росії на територію України фінансування у 2022 році було зупинене. Конкурсні програми грантового сезону 2022 року не були реалізовані згідно із запланованою процедурою. Водночас грантові програми, за якими провели експертне оцінювання ще до початку повномасштабного російського вторгнення, були пролонговані на 2023 рік. Грантові програми, за якими не провели експертного оцінювання, а також не почали приймати заявки, не відбулися, зокрема «Д.О.Р.С.» (ЛОТи 1–4), «Ґранд-подія» (ЛОТ 2), «Аудіовізуальне мистецтво» (ЛОТи 4–5), «Культурна спадщина», «Інноваційний культурний продукт», «Культура. Регіони», «Культурні столиці України». Позаплановий

ЛОТ 5 «Стипендія для відновлення культурно-мистецької діяльності» програми «Д.О.Р.С.» профінансований у повному обсязі.

У 2023 році Фонд проводив конкурс за трьома програмами: «Культура. Регіони», «Культурна спадщина», «Відновлення культурно-мистецької діяльності». Ще три програми – «Культура без бар'єрів», «Аудіовізуальне мистецтво» (ЛОТи 1–3) і «Ґранд подія» (ЛОТ 1) – були пролонговані з 2022 року через припинення фінансування у зв'язку з повномасштабним вторгненням. Загалом у 2023 році УКФ організував 6 програм на 15 лотів. Було підтримано 213 проєктів на 148,67 млн грн.



Український інститут книги – установа при МКСК, заснована 2016 року й покликана формувати державну політику в книжковій галузі, провадити промоцію книгочитання в Україні, підтримувати книговидавничу справу, стимулювати перекладацьку діяльність, популяризувати українську літературу за кордоном. На сайті установи можна ознайомитися з докладними щорічними звітами.

Серед результатів діяльності установи:

- поповнення бібліотечних фондів (2018-2021 рр., 2 млн примірників);
- гранти на переклад з української Translate Ukraine;

- мистецькі конкурси з видання книжок;
- промоція читання;
- національні стенди та програми на міжнародних книжкових подіях і популяризація української літератури за кордоном;
- державна підтримка на придбання книжок для українців, яким виповнюється 18 років;
- розроблення програми державних субсидій для книгарень на відшкодування витрат на оренду майна.

Український інститут – установа в підпорядкуванні Міністерства закордонних справ України, заснована 2017 року, яка розвиває культурну дипломатію й відповідно відіграє роль у просування за кордоном продуктів українських креативних індустрій: книговидання, музичного бізнесу, анімації, моди та народних промислів.

Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій – державна організація, що належить до сфери управління Міністерства економіки України й здійснює повноваження у сфері інтелектуальної власності, визначені законами та іншими нормативно-правовими актами України. Це важлива установа, яка може допомогти галузі боротися з піратством та контрафактом, а також розв'язувати складні питання, що стосуються авторського права. УКРНОІВІ почав виконувати функції Національного органу інтелектуальної власності 8 листопада 2022 року. До цього протягом 2018–2019 років у складі державної системи правової охорони інтелектуальної власності років функціонував «Національний офіс інтелектуальної власності», який відповідав за реалізацію меморандумів про співробітництво між Мінекономіки України та Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ, WIPO).

TISC (Центр підтримки технологій та інновацій) – міжнародний проєкт Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ), який реалізують в Україні Міністерство економіки України та IP-офіс з 2018 року на підставі Меморандуму про взаєморозуміння між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ) щодо створення Центрів підтримки технологій та інновацій в Україні від 26 липня 2018 р. Проєкт TISC від ВОІВ реалізують з 2009 року в понад 80 країнах світу. Регіональні TISCs надають широкий спектр інформаційно-консультаційної підтримки й послуг у сфері охорони прав інтелектуальної власності, комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності,

трансферу технологій та просування інновацій в Україні й за кордоном. Наразі Головний офіс TISC успішно взаємодіє з навчальними закладами, науковими установами, бізнес-інкубаторами, бізнес-акселераторами, винахідниками, інноваторами, авторами, креаторами, стартаперами та представниками бізнесу. На сьогодні в Україні відкрито 15 регіональних центрів переважно на базі закладів вищої освіти в Києві, Харкові, Тернополі, Львові, Дніпрі, Черкасах, Чернігові, Луганську та Вінниці.

Державне агентство України з питань кіно – створене відповідно до Указу Президента України від 09.12.2010 р. № 1085/2010 «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади» внаслідок реорганізації Міністерства культури і туризму України та ліквідації Державної служби кінематографії (постанова Кабінету Міністрів України від 28.03.2011 р. № 346). Положенням про Державне агентство України з питань кіно, затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України від 17.07.2014 р. № 277, визначено, що Державне агентство України з питань кіно утворено як центральний орган виконавчої влади, діяльність якого спрямовується й координується Кабінетом Міністрів України і який забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері кінематографії. З часу створення Держкіно суттєво збільшено державне фінансування кіновиробництва. Зокрема, у 2010 році фінансування українського кіно становило 24 млн грн, а у 2011 році – уже 111 млн грн. У 2012 році державне фінансування кіноіндустрії сягнуло 176 млн грн. У 2011 році в Держкіно пройшов перший пітчинг за новими правилами, згідно з якими держфінансування розподіляли після оцінювання експертами, яким презентували проєкти. Спочатку Держкіно профінансувало 10 короткометражних стрічок, а згодом почало нарощувати темпи й проводити пітчинг щороку, що простимулювало розвиток незалежного українського кіно й появу нових імен.

10 листопада 2021 року Постановою 1183 на виконання пункту 4 статті 1 Указу президента України від 10 вересня 2021 року № 464 Кабінет Міністрів відокремив Держкіно від МКІП і перевів у своє пряме підпорядкування. У тексті рішення зазначено, що це зроблено, щоб сприяти розвитку національної кіноіндустрії і покращити державну політику у сфері кінематографії. Держкіно почало самостійно приймати й реалізовувати рішення щодо українського кінематографа, зокрема проводити конкурси на виробництво й розповсюдження патріотичних серіалів.

Політика та дії Держкіно в цей період гостро критикувало професійне середовище. Передусім це стосувалося реорганізації Довженко-центру, яка передбачала відокремлення Центру від колекції й передання її за непрозорою процедурою та розформування цілісної інституції, що багато років популяризувала українське кіно

всередині держави і за кордоном. Також зміна курсу Держкіно стосувалася відмови від широкої державної підтримки авторського кіно й надання переваги фільмам для масового глядача.

7 лютого 2025 року Кабінет Міністрів України ухвалив постанову № 138, якою надав Міністерству культури та стратегічних комунікацій повноваження щодо розроблення та реалізації державної політики в сфері кінематографа й повернув Міністерству повноваження координувати та спрямовувати діяльність Держкіно, а також вносити зміни в законодавство щодо кіно на розгляд Кабінету Міністрів.

Офіс з розвитку підприємництва та експорту – державна установа, яка відповідає за розвиток та підтримку українського підприємництва на внутрішньому й зовнішніх ринках. З травня 2021 спільно з Міністерством цифрової трансформації України реалізує проєкт Дія.Бізнес. Проєкт має дві складові: онлайн-портал та мережу центрів підтримки підприємців. Філософія проєкту – надихати створювати бізнес в Україні та впроваджувати інновації; навчати підприємництва, допомагати зі стартом підтримкою та розвитком власного бізнесу; сприяти впровадженню цифрових рішень, масштабуванню та інтернаціоналізації українського бізнесу, фокусуючись на підвищенні цифрової зрілості.

Поточні політики

- **Обмеження впливів російського культурного продукту**

З 2014 року Держкіно почало відмовляти в прокатних посвідченнях до показу в Україні російські та радянські стрічок, що прославляють силові структури Росії.

19 червня 2022 року Верховна Рада проголосувала внесення змін до деяких законів України щодо підтримки національного музичного продукту та обмеження публічного використання музичного продукту держави-агресора (7273-д від 29.05.2022 р.). Закон простимулював збільшення обсягів національного музичного продукту в культурному просторі, прискорення розвитку музичної індустрії, збільшення частки національного продукту в радіо ефірі, на телебаченні і в громадському просторі, фінансової підтримки музичних виконавців, зокрема через механізми грантування.

22 червня 2023 року Президент підписав закон № 2309-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь,

тимчасово окупованої території України». Оскільки до повномасштабної війни книжки з Росії займали від 50 % до 70 % українського ринку, цей закон став суттєвим стимулом для зміцнення українських видавців.

- **Спрощена система оподаткування**

Спрощена система оподаткування була запроваджена 1998 року для суб'єктів малого підприємництва на підставі Указу Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» № 746/99 від 28.06.99 р. , щоб стимулювати розвиток малого бізнесу та зменшити неформальну діяльність підприємств та неформальну зайнятість. Значна частина операторів креативних індустрій належить до категорії, яка можуть здійснювати діяльність як ФОП (фізичні особи – підприємці) 3-ої групи на спрощеній системі оподаткування за широким переліком КВЕД (кодів видів економічної діяльності).

Урядова програма «Доступні кредити 5-7-9 %» розроблена відповідно до Порядку надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 28 від 24 січня 2020 року. Ця програма реалізується Фондом розвитку підприємництва як складник урядової політики «Зроблено в Україні» для підтримки українських виробників. На сьогодні участь у програмі беруть 46 банків; тільки від початку 2024 року українські підприємці отримали 14 645 пільгових кредитів за програмою «Доступні кредити 5-7-9 %» на загальну суму 55,2 млрд грн.

- **Кешрибейти**

Державна підтримка кінематографії у формі державної субсидії для повернення частини кваліфікованих витрат, здійснених іноземними кінематографістами під час виробництва (створення) фільму, яка надається згідно із законом України «Про внесення змін до Закону України "Про державну підтримку кінематографії в Україні" щодо надання державної субсидії для повернення частини кваліфікованих витрат, здійснених іноземним суб'єктом кінематографії при виробництві (створенні) фільму в Україні» від 20.09.2019 р. №130-IX. Єдиним суб'єктом, який може претендувати на отримання кешрибейту, є іноземний суб'єкт кінематографії. Водночас обов'язковою умовою отримання субсидії для повернення частини кваліфікованих витрат є відсутність серед його власників (зокрема кінцевих бенефіціарних власників (контролерів)), учасників, акціонерів, а також посадових осіб резидентів України. З 1 січня 2021 року також додано вимогу, що отримувачі кешрибейтів мають бути на загальній системі оподаткування. Об'єктом державної підтримки у формі кешрибейту є фільми, які пройшли культурний тест.

- **Сертифікати «Є-підтримка»**

Наприкінці 2021-го, під час вакцинаційної кампанії проти коронавірусу, уряд запровадив програму грошових бонусів, які можна було використати на культурні послуги, ця програма стала суттєвою підтримкою для галузі.

- **Участь у міжнародних подіях**

Упродовж останнього десятиліття Україна брала участь у багатьох подіях за кордоном. Таку участь фінансують частково державним коштом, частково коштом донорів, проте з 2023 року помітна тенденція зменшувати міжнародну підтримку в цьому напрямі.

Мистецькі конкурси МКСК організовує, щоб реалізувати культурно-мистецькі проєкти в різних галузях, як-от книговидання, розроблення моделей інформаційних продуктів, відзначення пам'ятних дат, виробництво відеоінформаційної продукції тощо.

- **Центри підтримки креативної економіки**

Державною стратегією регіонального розвитку на 2021–2027 роки заявлена мета «Підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів», у межах якої передбачено поширення практики створення центрів розвитку креативної економіки в містах різного масштабу та з різними соціально-економічними умовами (бюджетна програма 2751510).

У державному бюджеті на 2021 рік на створення Центрів передбачили понад 110 млн грн. Кошти мали бути спрямовані, зокрема на будівництво (нове, реконструкцію чи капітальний ремонт) будівель, у яких створювали б центри креативної економіки, а також на виготовлення проєктної документації. У 2022 році програма мала продовжуватися й отримала фінансування у обсязі 200 млн грн. У березні 2023 року кошти програми були спрямовані до резервного фонду державного бюджету.

Відкриття центру креативних індустрій реалізували в межах програми транскордонного співробітництва Чорноморського басейну на 2014–2020 роки Європейського інструменту Сусідства (ENI). Проєкт «Розвиток культурних та креативних індустрій в басейні Чорного моря» CREA CENTER реалізовано в п'яти країнах, включно з Україною. Місто Миколаїв у проєкті представляє всеукраїнська громадська організація «Українська Асоціація Центрів Підтримки Бізнесу». Фізичний простір CreaCentre у Миколаєві відкрили в березні 2023 року.

Урядовий проєкт єРобота – один зі складників політики «Зроблено в Україні», пропонує грантові програми, спрямовані на стимулювання підприємницької діяльності та створення робочих місць.

Почати бізнес. Креативна індустрія. Освітній серіал «Почати бізнес. Креативна індустрія» має на меті допомогти потенційним та чинним підприємцям заснувати й успішно розвивати власну справу у креативній сфері. Курс спирається на досвід освітньої платформи «Projector», розроблений у межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру за фінансової підтримки ЄС та урядів Польщі і Японії.

uResidency Ukraine – спеціальний статус, який дає можливість іноземним фрілансерам, які працюють в IT та інших креативних секторах, вести бізнес в Україні незалежно від місця розташування. Отримавши статус електронного резидента, можна співпрацювати з українськими компаніями, шукати клієнтів з усього світу й набути цифровий підпис для дистанційного підпису документів.

Міжнародні донори

Міжнародний фонд «Відродження» – одна з найбільших українських благодійних фундацій, що з 1990 року підтримує українську культуру, медіа та креативні індустрії.

Програма ЄС «Горизонт Європа», кластер «Культура, креативність, інклюзивне суспільство» підтримує розвиток досліджень та інновацій. Її мета – розв'язання глобальних проблем і сприяння промисловій модернізації внаслідок узгоджених дослідницьких та інноваційних зусиль. Загальний бюджет програми «Горизонт Європа» становить 95,5 млрд євро. Кластер програми «Культура, креативність та інклюзивне суспільство» мобілізує міждисциплінарний досвід європейських соціальних і гуманітарних наук для розуміння фундаментальних сучасних трансформацій суспільства, економіки, політики та культури.

У 2016 році Україна долучилася до програми «Креативна Європа», а у грудні 2021 року підписали нову Угоду між Європейським Союзом та Україною про участь України у програмі «Креативна Європа» (2021–2027). Завдяки цьому представники українських креативних індустрій отримали доступ до подачі на грантові програми для втілення проєктів у різних галузях.

Програма **«Культура і Креативність»** з 2015 по 2019 рік у межах програми ЄС для підтримки внеску культури в соціально-економічний розвиток пропонувала можли-

вості для шести країн Східного партнерства. З 2019 року цю роль перейняв **House of Europe** – програма, яка фінансується ЄС та втілюється Goethe-Institut Україна. Вона зосереджена на культурі й креативному секторі, освіті та роботі з молоддю, соціальному підприємництві, медіа й пропонує понад 15 різних лотів.

Worth Partnership Project – фінансується програмою ЄС COSME, створює й підтримує транснаціональну співпрацю між креативниками, ремісниками, МСП та технологічними фірмами, які прагнуть розробляти інноваційні продукти, орієнтовані на дизайн. Проєкт зосереджений на таких секторах, як-от мода і текстиль, меблі, декор для дому, дизайн інтер'єру, ювелірні вироби та аксесуари. Надає фінансову підтримку, консультування з питань бізнес-стратегії й розвитку технологій, юридичні консультації щодо захисту прав інтелектуальної власності.

Британська Рада в Україні понад 20 років активно підтримує креативний і мистецький сектор. Серед можливостей, які створила ця організація:

- **Creative Enterprise Ukraine** (2015-2022), навчальна програма про створення бізнесу, яка надавала доступ до фінансування та менторства, має 775 випускників.
- **Creative Spark** – п'ятирічна програма з розвитку підприємництва та креативної економіки в системі вищої освіти, підтримувала партнерства українських та британських університетів.
- **Підтримка креативної економіки** – навчальна програма про стратегічний розвиток сектору креативної економіки, розрахована на творців політик і тих, хто дотичний до розвитку сектору КІ з різних боків екосистеми.
- **Гранти для розвитку екосистеми креативної економіки** – у 2024-2025 році програма фокусується на підтримці креативних хабів та галузевих об'єднань із КІ.
- Дослідження та публікації про сектор КІ в Україні: Авторське право та креативні індустрії в Україні; Дослідження видавничої галузі України; Підприємницька освіта у креативних індустріях в Україні; Fashion DNA Ukraine; Посібник для лідера креативного хабу; Мапування креативних хабів в Україні.

EURIMAGES – фонд спрямований заохотити спільне виробництво між державами-членами ЄС. EURIMAGES підтримує художні, анімаційні та документальні художні фільми мінімальною тривалістю 70 хвилин.

EU4Culture (2021-2024 роки) – проєкт ЄС підтримує культурний і креативний сектори з особливим акцентом на нестоличні міста в країнах Східного партнерства. Загальна мета EU4Culture – підтримка ролі культури як рушія зростання й соціального розвитку в регіонах.

Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) підтримувало креативні індустрії через програму «Конкурентоспроможна економіка України» й через програми підтримки соціально вагомого контенту, яка сприяла створенню аудіовізуальних проєктів, зокрема й про сучасну українську культуру, розвиток підприємництва тощо. На початку 2025 року нове керівництво США зупинило всі програми підтримки USAID на 90 днів для аудиту.

2. Методологія досліджень

> **Метою дослідження, яке проводили в березні-листопаді 2024 року, було визначити істотні питання політик** – проблеми, які з погляду заінтересованих сторін стримують розвиток у різних галузях креативних індустрій. Ці проблеми ми спершу верифікували й ранжували за пріоритетністю в кожному з секторів, а потім синхронізували в наскрізні для всього сектору креативних індустрій.

Наступний крок проєкту RES-POL – розробити політики, які могли б посприяти в подоланні визначених проблем на державному рівні або / і за допомогою операційних програм донорської підтримки.

Щоб дослідити різні галузі креативних індустрій, ми залучили фахових експертів, результати їхньої роботи викладено в аналітичних записках:

- **книговидання та книгорозповсюдження** – експертка Галина Шиян;
- **музичний бізнес** – експертка Альона Дмуховська;
- **креативні хаби та простори** – експертки Анна Карнаух, Катерина Кравчук, формація Lanka.pro;
- **креативні агенції** – експертки Іванна Скиба-Якубова, Тетяна Ландесман;
- **анімація, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірна комп'ютерна графіка (CGI), візуальні ефекти (VFX)** – експертка Анастасія Верлінська;
- **дизайн** – експерти Володимир Воробей, Ярина Заяць та Марта Кобринович.

Дослідження мало такі етапи:

- аналіз даних та мапування гравців галузі;
- глибинні інтерв'ю з представниками різних напрямів;
- публічні обговорення першої пропозиції істотних питань;
- верифікація та ранжування істотних питань ширшими колами гравців підсектору (онлайн-опитувальник) та фіналізація істотних питань для підсектору.

До дослідження залучено приблизно 300 гравців сектору, серед яких були представники компаній різного розміру, інституцій, громадського сектору й незалежні фахівці, підприємці та експерти.

3. Істотні питання політик у креативних індустріях

Унаслідок досліджень визначено істотні питання, які стримують розвиток перелічених підсекторів креативних індустрій. З повним переліком можна ознайомитися в Додатку 2, а з докладним описом та конкретними прикладами проблем – в аналітичних записках. Після експертних обговорень сформовано перелік істотних питань політик, які в той чи той спосіб стосуються всіх підсекторів креативних індустрій, крім питання непрацюючої системи колективного управління правами, яка стосується лише сектору музичного бізнесу.

Істотні питання мають різний рівень критичності, а також діляться на ті, які становлять прямий наслідок війни або ні.

Частково визначені істотні питання трапляються в попередній аналітиці, проте, оскільки глибокі дослідження проводили не в усіх галузях і вони не були системні, повної картини й динаміки розвитку ми не бачимо.

3.1 Перелік істотних питань за їх критичністю

Втрата та відтік людського капіталу
Компетентнісний та фаховий голод
Загроженість і неадаптивність інфраструктури
Низька культура інтелектуальної власності
Непрацююча система колективного управління правами (підсектор «Музичний бізнес»)
Нереалізований монетизаційний потенціал КІ
Інституційна слабкість та несистемність
Брак взаємодії та слабкість екосистеми
Обмежена професійна міжнародна присутність
Недостатня протидія російському продукту
Невідкалібровані під потреби кі регуляторні режими
Недостатня ефективність і доступність інструментів підтримки та фінансування
Брак україномовних професійних інструментів та джерел

3.2 Опис істотних питань

Істотні питання, до яких розробляли ідеї політик

Втрата та відтік людського капіталу

Сектори: Усі сектори КІ

Чи пов'язано з війною: Так

В усіх галузях креативних індустрій зазначають про гострий брак людського капіталу, зумовлений наслідками війни; ця проблема загалом болісна для України як у державному, так і у приватному секторі.

Проте в креативних індустріях відтік фахівчинь і фахівців за кордон у багатьох випадках не означає їхнє повне зникнення з галузі, значна частина зацікавлена зберігати зв'язки з професійним середовищем в Україні й далі долучатися до проєктів дистанційно. Проте ситуацію ускладнює брак роз'яснень щодо легального й податкового статусу кочових фахівців та українських громадянок і громадян, які працюють з-за кордону на українські компанії.

Крім цього, загалом бракує системності в залученні українців за кордоном як працівників, партнерів та аудиторії.

Щодо фахівців, які залишилися в Україні у статусі цивільних або військових, уваги потребують такі питання:

- складність або неможливість бронювання від мобілізації рідкісних ключових фахівців галузі, критерії визначення таких фахівців у приватному секторі, а особливо серед самозайнятих (ФОП);
- складність пошуку й найму людей, особливо зі специфічними компетентностями;
- пригнічений психологічний стан, вигоряння та депресії у фахівців галузі;
- недовикористання професійного потенціалу фахівців креативних індустрій у Силах оборони України;
- недовикористання потенціалу фахівців креативних індустрій у публічній дипломатії за кордоном;
- складність реінтеграції в професію після демобілізації.

Згідно з даними зі статті **«Куди переїхали геймдев-спеціалісти через війну. Карта міграції»**, на 25 липня 2022 року з України виїхало орієнтовно від 20 до 40 % спеціалістів сектору, у цю цифру також увійшли релоковані компаніями штатні працівники. Усього з 8474 працівників 26 компаній місце проживання змінили 3498 осіб, тобто 41,28 % переїхали і за кордон, і в межах України (аналітична записка «Анімація, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірна комп'ютерна графіка (CGI), візуальні ефекти (VFX). істотні питання політик», А. Верлінська, RES-POL, 2024).

> *«Наприклад, є людина, для якої в нас достатньо роботи і вона хоче з нами працювати. Вона перебуває в Нідерландах, ходить на їхні курси й отримує виплати. Якщо вона офіційно отримуватиме від нас доходи, то ризикує втратити державне утримання там, залишається хіба варіант приховувати ці надходження, але на нього йти бояться»* (аналітична записка «Креативні агенції. Істотні питання політик», Т. Ландесман, І. Скиба-Якубова, RES-POL, 2024).

> *«Конкуренція в усьому. Найняти персонал для книгарень та видавництв, стати в чергу до перекладача, вчасно видати книжку, маючи черги в друкарнях, і навіть отримати права на рукопис українського автора – ось основні проблеми, з якими зіштовхується українське книговидання. Конкуренція вийшла на небачені рівні»* (Віктор Круглов, видавництво «Ранок») (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

Ідеї політик

Обговорюючи істотні питання, респонденти та експерти озвучили можливі політики для розв'язання цього істотного питання:

- Створення інструментів аналізу ситуації із браком фахівців для кращого розуміння, кого і в яких кількостях справді бракує на ринку праці.
- Створення інструментів пошуку фахівців для проєктної роботи.
- Робота за фахом в ЗСУ й механізми бронювання представників незалежного сектору.
- Створення механізмів страхування воєнних ризиків для креативних бізнесів.
- Створення програм реінтеграції в професію після демобілізації.
- Створення програм стажувань, менторства, перекваліфікації, профорієнтації.

- Пошук форматів залучення українських фахівців, які зацікавлені працювати на українські проєкти з-за кордону, уникнення подвійного оподаткування.
- Створення інструментів мережування українських професіоналів креативних індустрій за кордоном.
- Створення ДІЯ.Creatives для колективів ФОП з ККІ, що підвищить рівень довіри до креаторів, а також стимулюватиме їхню прозору діяльність.
- Ваучери для бізнесів на наймання початківців та стажерів.

Обмежена професійна міжнародна присутність

> **Сектори:** Усі сектори КІ
>
> **Чи пов'язано з війною:** Частково

Фінансова та логістична недоступність представницьких поїздок за кордон для більшості гравців галузі та складна процедура отримання військовозобов'язаними дозволів на виїзд за межі України негативно впливають на якість контактів із закордонними партнерами й потенційними інвесторами, а отже, і на темп зростання креативних бізнесів.

Водночас на ситуацію також впливає брак агентів, менеджерів артистів, маркетологів, диджитал-спеціалістів, промоутерів, агентів, які розуміють світові ринки й здатні просувати український продукт. Бракує також і фахівців із достатнім рівнем іноземних мов та інших компетенцій, необхідних для налагодження міжнародної співпраці та роботи на рівні міжнародних проєктів, водночас горизонти планувань міжнародних організацій і подій недоступні для представників українських КІ, які через війну не можуть брати зобов'язання на кілька років наперед.

Недостатня й державна підтримка участі в міжнародних виставках та реалізації експортного потенціалу (зокрема через надання державних гарантій для іноземних партнерів, які бояться співпрацювати з українськими виробниками через ризики), особливо в умовах ускладнення та здорожчання логістики у зв'язку із закриттям портів та відсутністю авіасполучення.

> *«На фоні відтоку з України людського капіталу не можна собі дозволити втрачати зв'язок з талантами, які виїхали, і варто докладати якомога більше зусиль для збереження їхньої залученості в інтелектуальне поле України. Креативні хаби не .*

розуміють своєї ролі у вирішенні проблеми, їм бракує бачення й ресурсів, аби допомагати творчим людям, які виїхали, підтримувати зв'язок із професійним полем в України та залучати їх до розвитку сектору й культурної дипломатії. Представники КІ, які виїхали, віддаляються від українського контексту та професійного середовища. Україна втрачає професіоналів та амбасадорів через брак системної роботи, спрямованої на їхню залученість

Заборона на виїзд за межі України військовозобов'язаних громадян (переважно чоловіків) впливає на якість контактів із закордонними партнерами та потенційними інвесторами, що негативно впливає на темп зростання креативних бізнесів. У креативних індустріях особиста людська взаємодія суттєво підвищує шанси на тривалу співпрацю, розвиток продуктів, колаборації тощо. Респонденти глибинних інтерв'ю навели кілька прикладів, коли "холодні" контакти не трансформувались у "теплі", а співпраця призупинилася через неможливість поїздок за кордон на професійні зустрічі та переговори» (аналітична записка «Креативні хаби та простори. Істотні питання політик», А. Карнаух, К. Кравчук, RES-POL, 2024).

«Свого роду провідниками в розуміння культурних кодів, на яких можна вибудовувати комунікаційні стратегії/креативні ідеї, стають українські фахівці, які вже певний час живуть за кордоном і відчувають інсайти на тих ринках. У The Gradient фахівці, які через вторгнення виїхали в Британію та Нідерланди, відкрили там представництва агенції. Тут відзначають, що інколи європейські клієнти бояться мати справу з агенціями, де весь колектив знаходиться в Україні. "В нас дуже добре працювала на пошук клієнтів платформа Clutch. Зараз майже не працює, бо ми не приховуємо, що ми з України, а клієнти бояться"» (аналітична записка «Креативні агенції. Істотні питання політик», Т. Ландесман, І. Скиба-Якубова, RES-POL, 2024).

*«Участь у міжнародних форумах та фестивалях дозволяє фахівцям ознайомитися з останніми тенденціями, технологіями та методиками в індустрії. Відсутність таких можливостей обмежує отримання нових знань та ідей, необхідних для розвитку інноваційних проєктів. Участь у міжнародних подіях є ключовою для налагодження контактів та майбутньої співпраці з іноземними компаніями та фахівцями. Брак таких можливостей обмежує українським гравцям сектору доступ до потенційних партнерів і спонсорів, і відтак гальмує розширення бізнесу та запуску спільних проєктів» (*аналітична записка «Анімація, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірна комп'ютерна графіка (CGI), візуальні ефекти (VFX). Істотні питання політик», А. Верлінська, RES-POL, 2024).

> *«Відвідування профільних бізнес-заходів – один із найдієвіших інструментів налагодження міжнародної співпраці. Міжнародні шоукейси поєднують навчання та нетворкінг і створюють можливість наживо познайомитися з творчістю артистів. Такі заходи зазвичай надають безкоштовні локації для виступів і забезпечують певні маркетинг-активності, але витрати на транспорт та проживання покривають самі учасники, що не завжди можуть собі дозволити молоді автори та виконавці. В європейських країнах присутність локальних митців та їхніх бізнес-представників на міжнародних подіях фінансують експортні офіси, міністерства, крім цього, є різні грантові можливості. Для українських учасників переважно недоступні такі інструменти, адже міжнародні інституції лише в рідкісних випадках компенсують витрати для українських учасників, а грантові можливості дуже обмежені.*
>
> *Оскільки іноземні організатори звикли завчасно планувати події та пов'язану з ними логістику, непередбачуваність і стислі терміни отримання дозволів на виїзд військовозобов'язаних українців стає ще однією перешкодою для видимості українських виконавців на світових майданчиках. Ця проблема також перегукується із питанням бронювання фахівців незалежного музичного сектору й недостатньою комунікацією з цього приводу з боку держави»* (аналітична записка «Музичний бізнес. Істотні питання політик», А. Дмуховська, RES-POL, 2024).

> *«Мережування зусиль по галузі за кордоном (залучення ресурсу діаспорян, брифінги та навчання для спроможних організацій щодо потреби галузі). Таким чином спроможні організації самі б забезпечували присутність українських видавців, авторів та книжок за кордоном»* (Ірина Батуревич, «Читомо»).

> *«Фінансування поїздок і стендів – це неймовірно важлива частина, і туди, скільки грошей не вливай, буде об'єктивно мало. Наприклад, успіх польських авторів Британії – це насправді успіх одного польського стенда на Лондонському книжковому ярмарку 2017 року, куди вони привезли всіх своїх топових авторів і поукладали всі свої топові угоди. Продажі зростають у десятки разів, коли є оце представлення на міжнародній арені, тому тут ніколи не буде достатньо»* (Інна Білоножко, Indie Book Data) (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

Ідеї політик

Обговорюючи істотні питання, респонденти та експерти озвучили можливі політики для розв'язання цього істотного питання:

- Створення ДІЯ.Creatives для колективів ФОП з ККІ, що підвищить рівень довіри до креаторів, а також стимулюватиме їхню діяльність через пільги, спецрегулювання та податкові полегшення.
- Залучення потенційних партнерів через українські дипломатичні інституції (посольства та торгово-промислові палати) за кордоном.
- Впровадження конкурсів з прозорою процедурою оцінювання та створення пулу фахівців для відбору конкурентоспроможних проєктів із міжнародним потенціалом.
- Формування спільного бачення сучасного українського культурного продукту внаслідок діалогу держави з головними гравцями сектору КІ.
- Визначення пріоритетних країн для просування української культури та організація участі українських делегацій у ключових подіях.
- Створення прозорої процедури погодження виїзду за кордон для військовозобов'язаних та механізму контролю їхнього повернення.
- Систематизація пропозиції українських креативних індустрій унаслідок створення на сайтах МЗС та держустанов (УІ, УІК, Держкіно, Invest in Ukraine) баз митців, компаній, культурних проєктів та продуктів.
- Презентація секторів КІ через такі державні економічні структури, як ПрАТ «ЕКА» («Експортно-кредитне агентство») та ДУ «Офіс з розвитку підприємництва та експорту».
- Сприяння дистрибуції української продукції на міжнародних платформах (Etsy, Amazon) для розширення доступу до глобального ринку.
- Впровадження механізмів страхування фінансових ризиків для організаторів іноземних подій на випадок скасування участі українських делегатів з причин, пов'язаних з війною (неотримання дозволів на виїзд, мобілізація, втрата фізичної можливості).
- Створення гарантійних програм компенсації збитків українським організаторам та делегатам через скасовані події (витрат на бронювання квитків, проживання тощо).
- Підтримка та подальший розвиток програми студійних візитів Українського інституту.

- Створення інструкцій, матеріалів і тренінгів із безпеки для іноземних гостей та тих, хто їх приймає.
- Регулярні обговорення на горизонтальному рівні в професійних спільнотах публічної позиції та можливих стратегій реагування щодо присутності росіян на міжнародних подіях.
- Створення бази / мапи українських асоціацій та організацій за кордоном, заохочення до мережування, система акредитації організацій для офіційного представлення України та залучення до співпраці.

Компетентнісний та фаховий голод

> **Сектори:** Усі сектори КІ
>
> **Чи пов'язано з війною:** Частково

У всіх галузях креативних індустрій зазначають про брак формальних і неформальних навчальних програм та програм підвищення кваліфікації, які відповідають запитам ринку, адже спеціальності та навчальні програми, які пропонує система вищої освіти в Україні, значною мірою не відповідають актуальним вимогам креативних індустрій. Водночас бракує співпраці між навчальними закладами та індустріями, а також профорієнтаційних програм для підлітків. Крім того, тривале навчання онлайн через пандемію й повномасштабне вторгнення для деяких спеціальностей теж позначається на якості компетенцій випускників.

Зокрема, бракує фахівців:

- які розуміють новітні управлінські моделі;
- з достатнім рівнем іноземних мов та інших компетенцій, необхідних для нала-годження міжнародної співпраці, роботи на рівні міжнародних проєктів, системної взаємодії із закордонними мережами та організаціями, підтримки сталих міжнародних партнерств;
- з компетенціями фінансового менеджменту для роботи з державними, грантовими і приватними коштами та створення моделей організацій, де це фінансування поєднане;
- юридично та фінансово грамотних, які мають знання про підприємництво, конкурентоспроможність, ринки збуту;

- з компетенціями, яких потребує управління сучасною інфраструктурою культури.

Ця проблема також тісно пов'язана з класифікатором професій, у якому немає багатьох актуальних спеціальностей, і з класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД), що не відображають реальні професії / функції.

> *«Спеціальності, які пропонує система вищої освіти в Україні, не відповідають актуальним вимогам індустрії. Анімація, gamedev та візуальні ефекти тісно пов'язані зі стрімким розвитком та швидкими змінами інноваційних технологій. У той самий час зміни освітніх програм, створення нових спеціальностей, оновлення класифікатора професій є доволі тривалими й забюрократизованими процесами»* (аналітична записка «Анімація, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірна комп'ютерна графіка (CGI), візуальні ефекти (VFX). Істотні питання політик», А. Верлінська, RES-POL, 2024).

> *«Нам бракує людей, які вміють працювати з асортиментом як частиною загального бізнес-процесу, – категорійних менеджерів і фахівців із закупівель. Рекрутери такі вакансії закривають по кілька місяців, при цьому здебільшого спрацьовують персональні рекомендації. Також мені бракує кваліфікованих проєктних менеджерів, які мають базовий рівень гуманітарної освіти й при цьому розуміють, як працює бізнес, вміють побудувати ефективну співпрацю. Переважно менеджери у книжковій сфері – це люди, які перекваліфікувалися з інших напрямів діяльності, а отже, потребують додаткової освіти. Бізнес-курси, орієнтовані на розвиток книжкового ринку, були б, мабуть, тут помічними. І якщо це розгорнути як якийсь інфраструктурний сталий проєкт і регулярну взаємодію з університетами та курсами неформальної освіти, то це могло б покращити ситуацію»* (Катерина Котвіцька, Head of MEGOGO AUDIO) (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

Ідеї політик

Обговорюючи істотні питання, респонденти та експерти озвучили можливі політики для розв'язання цього істотного питання:

- Підтримка розвитку професійних асоціацій (галузевих об'єднань) різних секторів культури та КІ як ланок для підсилення взаємодії ринку та сектору освіти, особливо вищої.

- Програма підтримки для практиків, які створюють навчальні програми та викладають у системі формальної освіти.
- Програма стимулювання співпраці між сектором освіти, культурою і КІ для спільного перегляду освітніх програм, формування нових релевантних програм та радикального пришвидшення розроблення професійних стандартів.
- Короткотермінові гранти від держави та донорів для представників ринку на оновлення класифікатора професій та диференціювання системи КВЕД.
- Запуск регулярного форуму для провайдерів освітніх послуг для культури та креативних індустрій зі зворотним зв'язком щодо їхньої якості від представників ринку.
- Програма мотивації (від університетів чи грантових програм) для викладачів, які розробляють та ведуть навчальні програми англійською мовою.
- Програми підтримки двосторонніх обмінів та колаборацій із закордонними викладачами та практиками – підтримка приїзду іноземців в Україну для викладання на термін від одного року (бажано й довше) як додатковий елемент – додаткові гранти для створення спільних продуктів під час викладання в Україні.
- Програми відзначення та мотивації фахівців (нагороди, конкурси, відзнаки), які беруть на себе роль менторів на робочому місці.
- Підтримка експериментальних лабораторій в університетах як формату колаборацій з іноземними партнерами та ринком.
- Розроблення процедур закриття профільних закладів (від ЗВО до ЗП(ПТ)О) та варіанту спрямування вивільнених коштів на програми підвищення компетентностей для викладачів.
- Розроблення процедур призупинення на період активних бойових дій роботи ЗВО на прифронтових територіях, особливо для здобувачів професій, які мають отримувати практичні навички й не можуть вчитися онлайн. Переведення викладачів та студентів в інші навчальні заклади.
- Ваучери для працедавців у прифронтових регіонах, покликані швидко підтягнути компетенції людей. Можна застосовувати пропозиції наявних гравців – Projector, Prometheus тощо.

- Створення креативних профцентрів на базі мережі комунальних закладів культури, де можуть викладати практики.
- Приваблення іноземних талантів до професійного поля Україні завдяки вигідній податковій системі.

У контексті фахового й компетентнісного голоду окремо варто згадати про напрям підготовки до роботи з деокупованими територіями й розроблення стратегії, як культура та креативні індустрії могли б бути залучені до такої роботи. Один із можливих прикладів політик – запустити лабораторію з розроблення методології роботи з деокупованими територіями, яка поєднувала б освіту, культуру та КІ, і далі тренувати пул експертів, застосовуючи такі підходи.

Недостатня ефективність та доступність інструментів підтримки та фінансування

> **Сектори:** Усі сектори КІ
>
> **Чи пов'язано з війною:** Ні

В Україні функціонує урядова програма «Доступні кредити 5-7-9 %», розроблена відповідно до Порядку надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 28 від 24 січня 2020 року. Ця програма реалізується Фондом розвитку підприємництва і є складником урядової політики «Зроблено в Україні» для підтримки українських виробників. На сьогодні участь у програмі беруть 46 банків; тільки від початку 2024 року українські підприємці отримали 14 645 пільгових кредитів за програмою «Доступні кредити 5-7-9 %» на загальну суму 55,2 млрд грн. Понад дві третини від цієї суми припадає на сектори сільського господарства та переробної промисловості. 30 квітня 2024 року Уряд дещо модернізував програму «5-7-9 %» так, щоб перефокусувати цей вид державної підтримки насамперед на інвестиційне кредитування. Проте навіть із привабливими ставками 5-7-9 % кредити не доступні більшості книжкових бізнесів, особливо маленьких, через відсутність активів, які можна дати в заставу. МСП, що працюють як ФОП, можуть дати в заставу лише власне майно.

Також у кожній з галузей є проблеми, які стосуються ефективності інструментів державної та донорської підтримки.

«В Україні майже немає державних програм підтримки інді-стартапів. При цьому мікрогранти еквівалентом близько 5000 доларів могли б допомогти початківцям у розробленні та тестуванні ігор, що сприяло б розвитку індустрії в цілому. Зараз доступними є лише міжнародні можливості, як-от Epic MegaGrants (від 5 000 до 75 000 дол.); Unity for Humanity (фінансування, менторська та рекламна підтримка); програма акселерації розробників ID@Xbox; Google Indie Games Accelerator для проєктів Google Play тощо.

Закон України про державну підтримку кінематографії, прийнятий у 2017 році, систематизував усі форми підтримки, доступні для індустрії кінематографії. Одним із нововведень стало надання субсидій для повернення частини кваліфікованих витрат, здійснених іноземними суб'єктами кінематографії при виробництві фільмів в Україні. Це формулювання, відоме як кешрибейти, було введене в законодавство у 2019 році. Незважаючи на прийняття закону, механізм реалізації кешрибейт залишався недосконалим. Лише у 2021 році з'явилися чіткі умови для отримання цих субсидій, важливою умовою для компенсації є те, що всі витрати можуть бути відшкодовані лише суб'єктам господарювання, які знаходяться на загальній системі оподаткування. Проте іноземні інвестори часто віддають перевагу роботі з ФОПами з метою податкової оптимізації, що робить кешрибейти недоступними» (аналітична записка «Анімація, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірна комп'ютерна графіка (CGI), візуальні ефекти (VFX). Істотні питання політик», А. Верлінська, RES-POL, 2024).

*«**Креативні хаби** – комерційно складна модель, яка починається з побудови спільноти, і на період досягнення нею платоспроможності необхідна фінансова підтримка для сталої діяльності й запуску робочих процесів. Значна частина респондентів глибинних інтерв'ю зазначили, що мали досвід подачі заявок на грантові програми, аби підтримати діяльність свого креативного хабу, (найчастіше згадувались УКФ та House of Europe), проте мова йшла про реалізацію додаткових проєктів, а не про дофінансування основної програмної діяльності організації саме як креативного хабу. Програми фінансування не визнають креативні хаби окремими важливими гравцями та не розуміють важливості їхньої підтримки. Без підтримки успішні хаби закриваються не в змозі здолати кризові часи, а новостворені не набирають обертів та сталості»* (аналітична записка «Креативні хаби та простори. Істотні питання політик», А. Карнаух, К. Кравчук, RES-POL, 2024).

Ідеї політик

Обговорюючи істотні питання, респонденти та експерти озвучили можливі політики для розв'язання цього істотного питання:

- Підвищення спроможності до залучення зовнішнього фінансування внаслідок розвитку фінансової грамотності, культури ведення професійної / підприємницької діяльності та необхідних для цього компетентностей.
- Створення дієвих профільних асоціацій, які обстоюватимуть інтереси галузі в покращенні доступу до фінансування.
- Розширення фінансової підтримки (спеціалізованих програм / продуктів) для сектору КІ, адаптованих до конкретних потреб галузі.
- Розроблення та запровадження нових форм кредитування, зокрема під заставу майбутніх продажів, надходжень за договором.
- Розширення гібридних форм фінансування (гранти-кредити, консультування-кредити тощо) та розширення кола надавачів фінансування (наприклад фінансові компанії та інвестиційні фонди).
- Створення умов для розвитку креативних індустрій завдяки внесенню відповідних змін до законодавства, зокрема до Закону України «Про фінансові послуги та фінансові компанії», ухвалення нових законів, зокрема про меценатство та про краудфандинг.
- Посилення комунікації з фінансовими інституціями та профільними асоціаціями для розвитку нових механізмів підтримки, узгодженості потреб креативних індустрій із пропозицією надавачів фінансування.
- Зменшення ризиків для надавачів фінансування (страхування ризиків, гарантії держави).
- Надання кредитів видавцям під гарантії від УІК (як гарантію розглядають зобов'язання майбутніх державних закупівель накладів для бібліотек) – лише для книговидання.

Низька культура інтелектуальної власності

Низький загальний рівень грамотності та свідомості щодо поваги до авторського права – задавнена проблема українського суспільства, адже українська аудиторія

сприймає піратство та контрафакт значною мірою як норму, тож рівень їх споживання у музиці, кіно та анімації, книговиданні та книгорозповсюдженні високий. Водночас штрафи за порушення прав інтелектуальної власності низькі, а виправданням за використання піратської продукції стає зависока вартість ліцензійних продуктів та програмного забезпечення; також деякі розповсюджувачі піратського контенту переконані, що в такий спосіб вони просувають продукт українських авторів.

Авторам, своєю чергою, бракує знань і розуміння механізмів реєстрації та захисту авторського права на свої творчі продукти й винаходи, а отже, вони мають низький рівень опірності до викрадення їхніх ідей, плагіату та незаконного поширення продуктів їхньої творчої праці.

> *«Трапляються ситуації, коли колекціонер купив твір мистецтва, але, заплативши за нього гроші, не підписав договір і потім виставляє його в каталозі або робить на його основі мерч. Через загальну неосвіченість немає розуміння, що є різні типи прав, як-от на публікацію, на комерційне використання, і що авторські права належать художникові, якщо він їх офіційно нікому не передав. Окрім того, українське законодавство врегульовує авторські права на продукт, але не на ідею, і навіть самі представники галузі не завжди до кінця розуміють, що відбувається з правами інтелектуальної власності, коли клієнт купує ідею. Загалом у царині інтелектуальних прав проблема передусім не в законодавстві, а в невігластві та зневажливому ставлені до цього питання; в умовах, коли майже немає кейсів, які закінчуються гучними розглядами, жодні закони не будуть працювати. Поширення використання інструментів штучного інтелекту ще більше ускладнює ситуацію, адже визначення авторства й відповідно передання прав ускладнюється ще більше, тут ситуація така динамічна, що навіть світовий досвід не завжди може бути прикладом»* (аналітична записка «Креативні агенції. Істотні питання політик», Т. Ландесман, І. Скиба-Якубова, RES-POL, 2024).

> *«Дослідження GFK за 2020 рік стверджує, що лише 13 % користувачів в Україні використовують для прослуховування музики тільки легальні ресурси. Цю статистику підтверджують і респонденти глибинних інтерв'ю RES-POL. За словами одного з них, відношення легального та піратського контенту в Україні становить 1:10 (на 1 легальне прослуховування 10 піратських)»* (аналітична записка «Музичний бізнес. Істотні питання політик», А. Дмуховська, RES-POL, 2024).

> *«Патентні тролі використовують шантаж як метод тиску на бізнеси. Вони реєструють*

> *торговельні марки та починають конкурувати з оригінальними користувачами, затягуючи процес або вимагаючи виплат. Деякі патентні тролі спеціально реєструють торговельні марки або зображення, сподіваючись, що оригінальні користувачі не зможуть довести першочергове використання і будуть змушені платити. Малі місцеві бізнеси часто не усвідомлюють важливості реєстрації своїх торговельних марок»* (аналітична записка «Анімація, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірна комп'ютерна графіка (CGI), візуальні ефекти (VFX). Істотні питання політик», А. Верлінська, RES-POL, 2024).

> *«Власне, відчуття такі, що проблема з піратством стає ще відчутнішою. І відколи українська книжка стала популярнішою, то українські пірати стали ще нахабнішими. Ми бачимо це за своїми виданнями. І йдеться не тільки про електронні, а й друковані видання. Загалом ми відстежили й закупили близько 80 назв наших книжок, щоб у нас були докази для звернення щодо порушення авторських прав. Зазвичай такі книжки не містять жодних вихідних даних, наприклад, там може бути написано, що вони надруковані у Фінляндії чи Естонії. Переважно такі книжки можна знайти на базарі, але було навіть декілька випадків, коли такі піратські видання потрапляли до знаних інтернет-книгарень. Але після звернення, звісно, їх миттєво знімають з продажу»* (Олена Рибка, «Vivat») (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

Ідеї політик

Обговорюючи істотні питання, респонденти та експерти озвучили можливі політики для розв'язання цього істотного питання:

- Затвердження на законодавчому рівні зручних і швидких механізмів та інструментів зголошення порушення авторського права.
- Затвердження на законодавчому рівні інструментів швидкого покарання дрібних порушників.
- Вимога до інтернет-провайдерів надавати дані про трафік піратських продуктів із метою відстеження обсягів проблеми.
- Затвердження на законодавчому рівні вимоги підтвердження ліцензованості продуктів системами онлайн-розрахунків, маркетплейсами, соцмережами, закладами роздрібної торгівлі (ризик становлять надмірна зарегульованість та невизначеність форматів таких документів і способів перевірки).

- Автоматизація відстеження порушення авторського права, застосування ШІ, вивчення іноземних практик.
- Лейблінг продавців легального контенту від професійних об'єднань та спілок, реєстрація ТМ для маркування сайтів (потрібно поєднувати з інформаційною кампанією для покупців).
- WIPO alert, або внесення сайтів до чорного списку за зверненням постраждалої сторони (рекомендація до блокування сайту, після якої він втрачає на рекламі).
- Просвітницька діяльність у сфері інтелектуальної власності.
- Гуртування професійних спільнот у боротьбі з піратством.

Непрацююча система колективного управління правами

> **Сектори:** Музичний бізнес
>
> **Чи пов'язано з війною:** Ні

Істотні питання:

Непрозорість в акредитації відповідальних організацій колективного управління (ОКУ), встановленні тарифів, збиранні й розподілі роялті створила впродовж останніх десятиліть умови для тіньової моделі роботи, у якій правовласники та автори отримують мізерні відрахування, ринок недоотримує суттєву частину доходу. Унаслідок цього Україна належить до країн із найбільшими порушеннями, які стосуються захисту авторського права, від Офісу торгового представництва США «Special 301». Крім того, удосконалення функціонування організацій колективного управління та виплати роялті правовласникам становить частину затвердженого плану заходів із виконання рекомендацій ЄС, представлених у Звіті про прогрес України в межах Пакету розширення Європейського Союзу 2023 року. Налагодження процесів, які є частиною істотних питань, пов'язаних із системою колективного управління правами, передбачає спільні дії державних органів, представників бізнесу та фахової спільноти, щоб повністю перезапустити наявну неефективну систему.

Відсутність акредитованої організації(ій) колективного управління негативно впливає на налагодження ефективної роботи всієї системи, а неробочий прозорий

механізм контролю за збиранням і виплатами роялті створює хаос та умови для непідзвітних грошових потоків. Процес встановлення тарифів за користування музичним контентом непрозорий та незрозумілий, а законодавче закріплення «встановлення тарифів унаслідок переговорів» (потенційно) створює нерівність у лобізмі інтересів різних користувачів музичного контенту (за публічне виконання, створення копій, адаптацій тощо), наприклад між телевізійними каналами та виконавцями, і фактично узаконює конфлікти інтересів. Водночас низькі штрафи за порушення прав інтелектуальної власності не мотивують споживача відповідально ставитися до цього питання, а те, що вищий суд із питань інтелектуальної власності досі не створений, унеможливлює повноцінний механізм захисту авторського права.

Виплати Організацій колективного управління (ОКУ), які здійснюють добровільне колективне управління, непрозорі й незрозумілі авторам, що породжує загальну недовіру до системи та стимулює їх реєструвати твори в закордонних організаціях колективного управління, що вимиває кошти з України й підриває суб'єктність та спроможність локальної індустрії.

Ідеї політик

Обговорюючи істотні питання, респонденти та експерти озвучили можливі політики для розв'язання цього істотного питання:

Загальні

- На законодавчому рівні розмежувати авторські та суміжні збори і відрахування, щоб вони стали прозорішими.
- Переглянути вимоги до акредитації ОКУ та уніфікувати їх з європейською практикою.
- Провести акредитацію ОКУ у сфері авторського та суміжних прав.
- Створити робочу групу та запровадити регулярні зустрічі бізнесу й держави для координації зусиль та вдосконалення нормативних актів.

Для користувачів музичного контенту

- Створення єдиного вікна для придбання ліцензії.
- Налагодження системи контролю за оплатою та звітуванням зі сторони користувачів.

- Перегляд адміністративних інструментів контролю: сплата підвищеного тарифу або штраф у разі ненадання переліку використаних творів у встановленому форматі.
- Запровадження уніфікованої форми звітності від користувачів.
- Запозичення та впровадження ефективного технічного рішення для збирання й розподілу коштів на локальному рівні (через міжнародних партнерів та / або асоціації, як-от CISAC, IFPI, SCAPR).
- Створення «тарифних трибуналів» – незалежного органу, який може погоджувати тариф, якщо внаслідок перемовин його не можна встановити.
- Законодавча фіксація тарифів, запропонованих і погоджених акредитованою ОКУ для різних типів прав.
- Долучення незалежних економічних експертів до формування тарифів.

Для ефективного адміністрування

- Перегляд вимог до звітності ОКУ перед авторами і правовласниками та запровадження прозорої форми за допомогою міжнародно визнаного технічного рішення для звітування.
- Перегляд вимог до аудиторських звітів ОКУ, щоб вони реалістично відображали збирання та розподіл коштів.
- Перегляд вимог до форми звітування ОКУ перед Міністерством економіки України.

Для збільшення помітності індустрії

- Створення публічно доступного реєстру українських творів та авторів.
- Проведення просвітницьких кампаній серед авторів щодо важливості реєстрації прав.

Загроженість і неадаптивність інфраструктури

> **Сектори:** Усі сектори КІ
>
> **Чи пов'язано з війною:** Частково

В останні десятиліття інфраструктура, залучена до роботи креативних індустрій, мала багато проблем, які стали ще гострішими в контексті війни, адже енергоефективність, інклюзивність, травмочутливість та безпека робочих і подієвих просторів, які ніколи не були на високому рівні, тепер потребують особливо ґрунтовного переосмислення, вдосконалення й убезпечення.

Навіть у великих містах бракує безпечних локацій з укриттями для проведення заходів різного масштабу й формату (концертів, воркшопів, конференцій, резиденцій).

З початком повномасштабного вторгнення загроженість інфраструктури, страхування ризиків та отримання статусу критичної інфраструктури дуже гостре для багатьох підприємств креативних індустрій, зокрема, наприклад, харківських друкарень, які не можна релокувати.

Є велика проблема зі страхуванням, якого вимагають іноземні замовники, адже страхові компанії або взагалі не покривають ризики в Україні, або вартість покриття надмірно висока. Така ситуація зупиняє потенційних іноземних інвесторів, замовників, партнерів, авторів та виконавців, які зацікавлені працювати з українськими бізнесами й культурними подіями, але не готові робити це на свій страх і ризик.

На рівні комунальної інфраструктури, до якої належать понад 30 тисяч закладів культури, відчутно, що немає зрозумілих форматів доступу до неї для незалежних креативних середовищ і приватного сектору. Крім цього, серед керівників комунальних закладів культури відчутна нестача фахівців з екосистемним баченням та готовністю перетворювати такі простори на центри тяжіння для громади та професійних спільнот із культури та КІ.

> *«Недовикористання потенціалу комунальної інфраструктури для формування та росту локальних креативних спільнот створює розрив між гравцями залежно від того, чи мають вони доступ до приміщень, та стримує розвиток спільнот і творчий потенціал громад. Така синергія між власниками об'єктів інфраструктури культури та незалежними креативними середовищами необхідна для повної реалізації потенціалу сектору КІ»* (аналітична записка «Креативні хаби та простори. Істотні питання політик», А. Карнаух, К. Кравчук, RES-POL, 2024).

> *«За роки Незалежності держава майже не приділяла уваги розвитку й підтримці сучасної концертної інфраструктури в Україні, а пандемія та війна тільки ускладнили ситуацію. В останні десятиліття більшість концертних майданчиків виникала й функціонувала лише завдяки приватним інвестиціям: !FEST-REPUBLIC (Львів), Bel Etage та ATLAS (1000 місць, Київ), Mezzanine та Closer (300–500 місць, Київ), Центр нової культури Some People, який, попри воєнні ризики, зараз будують у Харкові»* (аналітична записка «Музичний бізнес. Істотні питання політик», А. Дмуховська, RES-POL, 2024).

> *«Повномасштабне вторгнення збільшило ризики бізнесів в Україні до критичного рівня й унеможливило довгострокове планування. Водночас зберігається градація загроженості за регіонами. Висока концентрація друкарень та видавництв у Харкові робить книговидавничу галузь особливо вразливою. І якщо видавництва можуть дещо послабити загрози, перевівши на віддалену роботу частину працівників, то друкарні міцно прив'язані до розбудованої інфраструктури й рідкісного та дорого обладнання, яке накопичували та удосконалювали роками»* (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

Інституційна слабкість та несистемність

> **Сектори:** Усі сектори КІ
>
> **Чи пов'язано з війною:** Ні

Відсутність міжвідомчої синхронізації між МКСК, Мінекономіки, МЗС, МОН, МінВідновлення, МінРегіоном щодо промоції читання, фінансування, міжнародної промоції, запобігання піратству та іншій діяльності, яка відбувається на перетині їхніх сфер впливу, негативно позначається на процесах і призводить або до дублювання завдань, або до несистемного їх виконання. У більшості індустрій немає профільних державних інституцій на кшталт Українського інституту книги, які сприяють їхньому внутрішньому розвитку та міжнародній присутності. Окрім того, суттєву проблему становить відсутність якісної та актуальної статистики, аналізу ринку і його обсягів.

> *«Музична індустрія залишається невидимою для держави. За свідченнями респондентів, отриманими під час глибинних інтерв'ю RES-POL, відсутність профільної державної інституції (як-от Держкіно, Український інститут книги), яка опікувалася б музичною галуззю, суттєво стримує її розвиток. Зараз із боку держави*

майже немає системних дій ані для підтримки української музичної індустрії, ані для просування її продуктів на національному та міжнародному рівні» (аналітична записка «Музичний бізнес. Істотні питання політик», А. Дмуховська, RES-POL, 2024).

«Відсутність централізованих даних про продажі та застарілі механізми збирання статистичних даних були окреслені як один із викликів галузі в дослідженні «Видавнича галузь України: огляд сектора», яке провели УІК та Британська Рада 2019 року. Згідно з його результатами, Книжкову палату опитані вважали повільною, громіздкою та малоцінною установою, адже її статистика не відображала реальності ринку. Станом на 2024 рік ситуація не змінилася» (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

«Міністерство культури та стратегічних комунікацій не сприймається сектором креативних агенцій ані як партнер, ані як стейкхолдер. У професійного середовища немає відчуття, що МКСК робить щось для рекламної індустрії чи прагне якось стало з нею взаємодіяти. Відзначаються окремі епізоди і проєкти, які радше мають формат отримання міністерством послуг від комунікаційних агенцій під конкретні запити» (аналітична записка «Креативні агенції. Істотні питання політик», Т. Ландесман, І. Скиба-Якубова, RES-POL, 2024).

«Немає системного замовника аналітики на рівні інституцій, які б були зацікавлені у презентації та обговоренні даних. У період 2020-2021 років МКІП виявляло зацікавленість креативними хабами, проте дослідження, виконане на його замовлення, врешті не було опубліковане. Через кроссекторальну природу (КІ + економіка + інфраструктура + регіональний розвиток) та розпорошену відповідальність ніхто зі стейкхолдерів не зацікавився креативними хабами достатньо глибоко, аби замовляти дослідження та застосовувати кроссекторальну оптику до даних та результатів.

МКІП визначило креативні хаби як один із пріоритетів у Стратегії розвитку креативних індустрій та сфери гостинності (2021 рік, частина Національної економічної стратегії 2030), у той же рік креативні хаби під назвою "центри креативної економіки" були визначені пріоритетом підтримки в рамках Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки. Інформація про логіку синхронізації цих двох програм у публічному доступі відсутня» (аналітична записка «Креативні хаби та простори. Істотні питання політик», А. Карнаух, К. Кравчук, RES-POL, 2024).

Брак взаємодії та слабкість екосистеми

Сектори: Усі сектори КІ

Чи пов'язано з війною: Ні

Галузі креативних індустрій та секторальні спільноти доволі герметичні, а взаємна інтегрованість креативних індустрій доволі низька, хоч потенціал створення доданої вартості за умов взаємодії між індустріями доволі високий (наприклад, продаж ліцензій на кіно, комп'ютерні ігри, принти для одягу, мерч).

У кожній індустрії відчутний брак спроможних професійних асоціацій та об'єднань і платформ та можливостей для обміну професійним досвідом і нетворкінгу. Водночас, наприклад, креативні хаби не усвідомлюють своєї функції організації-посередника, їм бракує навичок роботи з креативною спільнотою та лідерів, які виконували б функції фасилітації взаємодії.

> *«Недовикористання потенціалу талантів впливає на рівень інновацій, які можуть бути продуктом секторальної взаємодії. На фоні браку людського капіталу в Україні такі синергії могли б підвищувати ефективність людей і посилювати спроможність відповіді країни на гострі виклики часу. Очевидний потенціал є у взаємодії мейкерів та ремісників, також представників IT та мистецьких секторів тощо; можливість потенційної співпраці між Центром карпатської культури в Косові та мейкерспейсом Pole є одним із таких прикладів. Окремий напрямок – співпраця КІ із ЗСУ, зокрема, сектор дизайну міг би запропонувати рішення для продуктових воєнних інновацій. Позаштатний підрозділ розвитку та інновацій озброєння Національної академії сухопутних військ пропонує співпрацю щодо створення defense-tech-кімнат на базі креативних хабів, аби залучати людей різного віку до створення технічних рішень та креативних продуктів для війська»* (аналітична записка «Креативні хаби та простори. Істотні питання політик», А. Карнаух, К. Кравчук, RES-POL, 2024).

> *«Сектору креативних агенцій варто було б бути в більш тісному зв'язку зі спільнотами культурних дієвців та соціальних проєктів, бо в цих секторах народжується нова етика, релевантна воєнному часу, нова мова. Йдеться і про мову безпосередньо – як ми що й кого називаємо, які слова не вживаємо, бо вони можуть бути тригерними або псувати зусилля дипломатії. І про мову візуальну, аудіальну: ми повинні бути дуже обережними до рівня й специфіки звуку, до зображень, щоб не ретравматизовувати людей»* (аналітична записка «Креативні агенції. Істотні питання політик», Т. Ландесман, І. Скиба-Якубова, RES-POL, 2024).

> *«Асоціація українських видавців і книгорозповсюджувачів як єдине професійне об'єднання свого часу зробила багато, щоб запустити ринок. Проте її діяльність в останнє десятиліття не була досить активною та ефективною, хоча саме така організація має представляти Україну в Міжнародній асоціації видавців та Федерації європейських видавців. За свідченнями респондентів, іноземні партнери звикли працювати з асоціаціями, тому Україна часом недоотримує підтримку лише тому, що наша Асоціація не дієва й не ініціативна у співпраці з європейськими донорами та інституціями.*
>
> *Створення фільмів, мультфільмів, відеоігор, іграшок, мерчу та іншої продукції на основі книжок становить важливу частину індустрії. Важливим світовим трендом є також гейміфікація читання – дієвий інструмент промоції читання передусім серед підлітків. Для розвитку всіх цих напрямів бракує майданчиків кроссекторальної взаємодії, форумів та хакатонів, де представники різних індустрій могли б обговорювати спільні проєкти»* (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

Невідкалібровані під потреби кі регуляторні режими

> **Сектори:** Усі сектори КІ
>
> **Чи пов'язано з війною:** Ні

Креативні індустрії в переважній більшості – це недержавний сектор: бізнеси, громадські організації, тож у взаємодії з державою інтереси сторін не завжди збігаються. Представники різних секторів креативних індустрій озвучують проблеми, пов'язані з оподаткуванням, орендними аукціонами, дозволами на проведення масових заходів тощо.

> *«Специфіка грантових проєктів для розвитку креативних хабів та креативних індустрій не враховує особливості проєктів розвитку. За умов майже повної відсутності програм підтримки креативних хабів інституції освіти, що все ж отримали грантове фінансування на формування чи впровадження діяльності креативного хабу, втрачають частину грантових коштів через необхідність сплати ПДВ. До прикладу, ЛНАМ отримала від Британської ради грант у рамках програми підтримки розвитку сектору КІ в системі вищої освіти Creative Spark. Зокрема, грант передбачав формування концепції створення креативного хабу на базі ЛНАМ. Отриманий грант був оподаткований.*

Гравці КІ не мають законодавчо закріпленого права пріоритету перед комерційними непрофільними операторами на оренду в державних та муніципальних організаціях культури. Така пріоритетність допомогла б стимулювати органічне формування креативних хабів та кластерів, але нормативно-правова база не відображає потреби КІ й не враховує потенціалу розвитку організацій культури за рахунок близького розташування та співпраці з орендарями з того ж сектору» (аналітична записка «Креативні хаби та простори. Істотні питання політик», А. Карнаух, К. Кравчук, RES-POL, 2024).

«Часто видання дозволів на проведення масових заходів має дуже непрозорий характер, і нерідко про отримання такого дозволу або відмову в ньому стає відомо за лічені дні до самого заходу. Така непрогнозованість негативно впливає на організаційні процеси й породжує корупційні ризики» (аналітична записка «Музичний бізнес. Істотні питання політик», А. Дмуховська, RES-POL, 2024).

«З 2015 року книжковий імпорт в Україні обкладають ПДВ, що підвищує вартість для кінцевого споживача. Хоча, на перший погляд, проблема видається несуттєвою, адже основним пріоритетом державних політик є підтримка української книжки, проте в контексті стимулювання вивчення англійської та інших іноземних мов здешевлення автентичних навчальних матеріалів та книжок для читання в оригіналі може стати додатковим інструментом просування цього тренду. Крім того, це знизить кількість контрафакту й піратства іноземних книг, адже їх виробникам складніше буде тримати конкурентну ціну» (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

«Гастрольну діяльність в Україні можуть здійснювати товариства з обмеженою відповідальністю або ФОПи тільки на загальній системі оподаткування. ФОПи на єдиному податку здійснювати гастрольну діяльність не можуть. Згідно з Податковим кодексом України, для ТОВ така діяльність обкладається ПДВ, а на ФОП накладається зобов'язання сплатити податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) – 18 %; військовий збір (ВЗ) – 1,5 %; єдиний соціальний внесок (ЄСВ) – 22 %. За словами представників індустрії, для сектору, який не встиг оговтатися від наслідків пандемії й майже паралізований чинниками воєнного часу, такі вимоги створюють суттєвий адміністративний бар'єр для ведення діяльності, а такий рівень податків узагалі ставить під питання її доцільність, що, своєю чергою, сприяє тінізації галузі» (аналітична записка «Музичний бізнес. Істотні питання політик», А. Дмуховська, RES-POL, 2024).

Брак українськомовних професійних інструментів та джерел

> **Сектори:** Усі сектори КІ
>
> **Чи пов'язано з війною:** Ні

Брак актуальної фахової та технічної літератури українською мовою відчутний у більшості галузей. І якщо у високотехнологічних сучасних професіях фахівці послуговуються радше англомовними джерелами, російськомовні джерела в багатьох випадках залишаються чи не єдиними доступними навчальними матеріалами.

Не всі професійні інструменти та програмне забезпечення мають українську локалізацію. Також через орієнтованість на іноземний ринок відчутний брак української локалізації вітчизняних ігор.

> *«Попри досить велику кількість перекладної літератури та наявність кількох академічних, наукових та університетських видавництв і наукових вісників, ґрунтовною проблемою залишається значний брак фахової наукової літератури українською – як перекладної, так і від українських науковців, за винятком хіба української гуманітаристики. Такі проєкти, особливо в точних та природничих науках, складні, дорогі щодо придбання авторських прав та перекладу й нерентабельні для видавців, тож більшість важливих актуальних джерел зараз доступні лише іноземними мовами, проте їх непросто й дорого замовляти в Україну; у такому разі в легшому доступі залишаються російські версії – або зі старих запасів, або піратські»* (аналітична записка «Книговидання та книгорозповсюдження. Істотні питання політик», Г. Шиян, RES-POL, 2024).

Недостатня протидія російському продукту

> **Сектори:** Усі сектори КІ

Попри високу свідомість спільноти, закони, санкції, розслідування про походження компаній та капіталу, Росія та росіяни й далі присутні в різний спосіб на ринку, у бізнес-середовищі. Зокрема, російська книжка доступна на піратських ресурсах і як контрафактні видання; російський контент досі доступний онлайн в Україні й генерує доходи російським компаніям/артистам; деякі українські геймінгові компанії не припинили продажі на російськомовний ринок, включно з РФ, та співпрацю з росіянами.

На міжнародній сцені помітне дедалі лояльніше ставлення до російських креативних

бізнесів та культурних діячів, що становить великий виклик для української культурної дипломатії та експорту.

> *«За приблизними оцінками різних гравців ринку, 25–30 % загального доходу українського музичного онлайн-ринку через українські підписки та рекламу на Spotify, Apple Music, YouTube та в соцмережах отримують російські компанії та артисти. Ці цифри підтверджені публікаціями в медіа, які зауважують, що лише за 2023 рік українці наслухали російського контенту на 81,6 млн дол. Хоча з 2022 року Законом України про внесення змін до деяких законів України щодо підтримки національного музичного продукту та обмеження публічного використання музичного продукту держави-агресора в Україні заборонена організація та проведення гастрольних заходів російських артистів та публічне виконання й демонстрація їхніх творів, на онлайн-доступ до російської музики через міжнародні платформи закон не впливає»* (аналітична записка «Музичний бізнес. Істотні питання політик», А. Дмуховська, RES-POL, 2024).

Нереалізований монетизаційний потенціал КІ

> **Сектори:** Усі сектори КІ
>
> **Чи пов'язано з війною:** Ні

Більшість операторів креативних індустрій в Україні – мікробізнеси, які юридично утворені з групи ФОП. Молекулярність індустрій стримує підвищення ефективності українських компаній завдяки масштабуванню бізнесу (зменшення накладних витрат на проєкт або одиницю) або масштабуванню діяльності, що актуально також і для неприбуткових операторів креативних індустрій. Брак інституцій та слабкість екосистеми потребує надмірної включеності від лідерів індустрій у просвітницьку й представницьку діяльність. Брак обігових коштів, а отже, можливості інвестувати стримує операторів креативних індустрій від розроблення та виведення на ринок нових продуктів, виходу на експортні ринки й розширення діяльності в Україні.

Додаток 1

Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій

Код згідно з Національним класифікатором України ДК 009:2010	Назва виду економічної діяльності
32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів
32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів
32.20	Виробництво музичних інструментів
58.11	Видання книг
58.13	Видання газет
58.14	Видання журналів і періодичних видань
58.19	Інші види видавничої діяльності
58.21	Видання комп'ютерних ігор
58.29	Видання іншого програмного забезпечення
59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
59.14	Демонстрація кінофільмів
59.20	Видання звукозаписів
60.10	Діяльність у сфері радіомовлення
60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення
62.01	Комп'ютерне програмування
62.02	Консультування з питань інформатизації

63.91	Діяльність інформаційних агентств
70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю
71.11	Діяльність у сфері архітектури
72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук
73.11	Рекламні агентства
73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації
74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну
74.20	Діяльність у сфері фотографії
74.30	Надання послуг з перекладу
85.52	Освіта у сфері культури
90.01	Театральна та концертна діяльність
90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів
90.03	Індивідуальна мистецька діяльність
90.04	Функціювання театральних і концертних залів
91.01	Функціювання бібліотек і архівів
91.02	Функціювання музеїв

Додаток 2. Перелік істотних питань за підсекторами креативних індустрій

Перелік істотних питань за підсекторами креативних індустрій

№	Істотне питання	Відсоток респондентів, які визначили питання вагомим або критичним
1.	Загроженість інфраструктури (особливо харківських друкарень), недоступ-не страхування ризиків	**74 %**
2.	Критична для галузі інфраструктура не визнана критичною для держави	**71 %**
3.	Піратство та контрафакт. Низький загальний рівень грамотності та свідомості в питанні поваги до авторського права.	**71 %**
4.	Складність або неможливість бронювання від мобілізації рідкісних ключових фахівців	**70 %**
5.	Гострий брак персоналу внаслідок війни	**57 %**
6.	Ефективність інструментів державної підтримки галузі, зокрема програми відшкодування оренди книгарням	**54 %**
7.	Недоступність кредитів 5-7-9 % через брак забезпечення	**50 %**
8.	Відсутність якісної та актуальної статистики книжкової галузі та ринку	**49 %**
9.	Брак інституту літагентства (внутрішнього та зовнішнього); нерозуміння світового ринку авторами, видавцями, агентами	**48 %**
10.	Низька інтегрованість книги в інші креативні індустрії (наприклад, продаж ліцензій на кіно, комп'ютерні ігри, принти для одягу, мерч)	**46%**
11.	Брак фахових перекладачів художніх текстів з мов світу на українську та з української на мови світу	**45 %**
12.	Брак актуальної фахової технічної та академічної літератури українською мовою	**45 %**
13.	Неврегульованість ринку та демпінгові війни	**44 %**

№	Істотне питання	Відсоток респондентів, які визначили питання вагомим або критичним
14.	Брак формальних і неформальних навчальних програм та програм підвищення кваліфікації, які відповідають запитам ринку	**39 %**
15.	Брак фахових редакторів усіх рівнів (літературних, концептуальних, головних)	**36 %**
16.	Фінансова та логістична недоступність представницьких поїздок за кордон для більшості гравців галузі	**35 %**
17.	Брак професійних асоціацій та обміну професійним досвідом	**35 %**
18.	Недостатність інститутів премій, професійних медіа, критики	**33 %**
19.	Брак системності в залученні українців за кордоном, невизначеність податкового резидентства кочових фахівців	**33 %**
20.	Брак кваліфікованих фахівців, особливо з робочою англійською та компетенціями, необхідними для роботи на рівні міжнародних проєктів та грантового менеджменту	**30 %**
21.	Брак нових українських авторів різних жанрів	**30 %**
22.	Висока вартість іноземної книги, зокрема через ПДВ на книжковий імпорт; часткова тінізація імпорту та ухилення від ПДВ	**26 %**
23.	Ціна на обкладинці та її доцільність	**20 %**
24.	Стандарти якості робіт, послуг та продуктів у книжковій індустрії	**19 %**

RES-POL

Анімація, розроблення відеоігор (gamedev), тривимірна комп'ютерна графіка (CGI), візуальні ефекти (VFX)

№	Істотне питання	Відсоток респондентів, які визначили питання вагомим або критичним
1.	Відсутність співпраці між навчальними закладами та індустрією	**80 %**
2.	Спеціальності, які пропонує система вищої освіти в Україні, не відповідають актуальним вимогам індустрії	**76 %**
3.	Обмежене фінансування та терміни реалізації проєктів з боку інституцій, які підтримують анімаційні проєкти. Програми фондів не відповідають реальним потребам та вимогам виробництва анімаційних фільмів	**71 %**
4.	Відтік фахівців за кордон, який негативно позначається на розвиткові сектору	**67 %**
5.	Брак маркетингового просування продуктів	**64 %**
6.	Недоступність ліцензійного програмного забезпечеення через вартість, не адаптовану до платоспроможності в Україні	**62 %**
7.	Порядок та критерії бронювання фахівців галузі	**58 %**
8.	Труднощі із працевлаштуванням для спеціалістів рівня junior (молодші спеціалісти) та випускників фахових вишів / курсів	**57 %**
9.	Незалежним продюсерам української анімації бракує компетенції, щоб створювати копродукційні проєкти	**56 %**
10.	Низька доступність міжнародних поїздок для участі у форумах і фестивалях та брак майданчиків для мережування в Україні	**56 %**
11.	Пригнічений психологічний стан, вигорання та депресії у фахівців галузі	**55 %**
12.	Брак у галузі висококваліфікованих працівників, які здатні працювати на рівні міжнародних проєктів	**51 %**
13.	Відсутність програм державної підтримки розробників інді-ігор	**48 %**
14.	Брак розуміння захисту авторських прав, етичності використання ШІ та наявність патентних тролів	**45 %**
15.	Брак української локалізації вітчизняних ігор через орієнтованість на іноземний ринок	**39 %**
16.	Юридична та фінансова неграмотність фахівців галузі	**39 %**

№	Істотне питання	Відсоток респондентів, які визначили питання вагомим або критичним
17.	Відсутність роз'яснень щодо легального та податкового статусу кочових фахівців та українців, які з-за кордону продовжують працювати на українські компанії	**37 %**
18.	Скорочення термінів більшості контрактів та інвестицій до одного року	**35 %**
19.	Недієвість закону про кеш-рибейти	**28 %**
20.	Обмежене фінансування на експерименти з дослідженнями та новітніми технологіями	**не визначено**
21.	Брак уваги та інтересу до формування спроможної індустрії	**не визначено**

Дизайн

№	Істотне питання	%
1	Держава не визнає, не бачить і не використовує дизайн. Низька дизайн-культура державних та муніципальних установ, організацій і підприємств. Дизайн не використовують, щоб розв'язати істотні суспільні питання. Група питань 1. Низька обізнаність про дизайн (не знаємо й не переймаємося).	69
2	Недовикористана та викривлена роль закупівель послуг дизайну державним та місцевим сектором. Некомпетентні технічні завдання. Непрозорі закупівлі послуг дизайну та механіки оплати послуг. Відмова від відповідальності за замовлення. Група питань 2. Брак компетентностей роботи з дизайном та дизайнерами (не вміємо використовувати).	69
3	Брак дизайн-культури серед виробників та несформоване сприйняття дизайну замовниками (фізичними особами). Плагіат дизайну – низька культура інтелектуальної власності, низька якість дизайну продуктів, відсутність навичок взаємодії з дизайнерами (невиплата роялті, неоплата послуг тощо), сприйняття дизайну як мистецької, а не професійної практики. Група питань 2. Брак компетентностей роботи з дизайном та дизайнерами (не вміємо використовувати).	67
4	Недооціненість дизайну як інструменту культурної дипломатії. Брак спільного національного дизайн-наративу. Група питань 1. Низька обізнаність про дизайн (не знаємо й не переймаємося).	67
5	Група питань 1. Низька обізнаність про дизайн (не знаємо й не переймаємося). Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки в ланцюгах вартості.	64

№	Істотне питання	%
6	Брак інтересу до дизайну та неусвідомлення його важливості на індивідуальному, суспільному та інституційному рівнях. Група питань 1. Низька обізнаність про дизайн (не знаємо й не переймаємося).	64
7	Брак компетентностей для просування українських дизайнерів та українських дизайн-брендів на міжнародних ринках. Група питань 5. Недостатня представленість і низька конкурентність українського дизайну на міжнародних ринках.	60
8	Низька представленість українського дизайну на профільних міжнародних ярмарках, виставках, фестивалях, платформах. Група питань 5. Недостатня представленість і низька конкурентність українського дизайну на міжнародних ринках.	60
9	Брак підтримки на початкових етапах кар'єри. Складність входження в ринок (предметний дизайн). Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки в ланцюгах вартості.	58
10	Брак системного просування та репрезентації українського дизайну як усередині України, так і за кордоном. Група питань 2. Брак компетентностей роботи з дизайном та дизайнерами (не вміємо використовувати).	56
11	Брак у дизайнерів компетентностей у сферах інтелектуальної власності, юридичної та фінансової грамотності, бізнесу, іноземних мов. Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки у ланцюгах вартості.	56
12	Брак професійної критики та глибини дискурсу в різних сферах дизайну. Брак фахівців, готових до високого рівня дискусій, викладання, професійної критики. Група питань 4. Слабка й несинергійна екосистема розвитку дизайну.	53
13	Брак підтримки ремісників. Нестача або загроза зникнення певних ремісничих технік. Брак взаємодії ремісників та дизайнерів. Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки у ланцюгах вартості.	53
14	Потенційні замовники та користувачі обмежено розуміють цінність і суть дизайну. Група питань 1. Низька обізнаність про дизайн (не знаємо й не переймаємося).	51

№	Істотне питання	%
15	Неузгодженість між ринком та публічними і приватними провайдерами освітніх послуг та ринком: попит не задовольняється; пропонують не те; наявне індуктивне викладання на основі власного досвіду, а не потреб ринку. Брак системності та довгострокового бачення в освіті. Ужиткове мистецтво та декор як дизайн. Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки у ланцюгах вартості.	49
16	Брак спроможних професійних об'єднань, фахових середовищ, спільнот та інформаційних майданчиків. Низька активність професійних середовищ. Група питань 4. Слабка й несинергійна екосистема розвитку дизайну.	49
17	Зумовлена війною обмежена міжнародна присутність фахівців з України, обмеження на виїзд за кордон для військовозобов'язаних, високі безпекові ризики міжнародних візитів в Україну. Як наслідок, нерозуміння контексту й актуальних трендів в індустрії. Група питань 5. Недостатня представленість і низька конкурентність українського дизайну на міжнародних ринках.	49
18	Відсутність синергії між елементами екосистеми дизайну: дизайнерами закладами освіти, закладами культури тощо. Група питань 4. Слабка й несинергійна екосистема розвитку дизайну.	49
19	Великі виробничі бізнеси, виробники-фабрики не вміють виводити дизайн-бренди і не вміють працювати з дизайнерами. Група питань 2. Брак компетентностей роботи з дизайном та дизайнерами (не вміємо використовувати).	49
20	Ускладнений шлях виведення нової продукції (промисловий дизайн) на ринок через брак спроможних підрядників, високу собівартість, низьку якість виробів, брак спроможних до дрібносерійного та серійного виробництва компаній і брак культури взаємодії між учасниками ланцюга створення доданої вартості. Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки в ланцюгах вартості.	49
21	Брак творчих просторів, креативних хабів та баз для прототипування. Група питань 4. Слабка й несинергійна екосистема розвитку дизайну.	49
22	Брак аналітики про індустрію та ринки. Група питань 4. Слабка й несинергійна екосистема розвитку дизайну.	47
23	Дефіцит дизайнерів у музеях, зокрема дизайнерів виставкових просторів. Брак технологів та арт-директорів дизайн-брендів. Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки в ланцюгах вартості.	47

№	Істотне питання	%
24	Брак упевненості для просування себе як українських дизайнерів та українських дизайн-брендів за кордон. Група питань 5. Недостатня представленість і низька конкурентність українського дизайну на міжнародних ринках.	47
25	Висока вартість захисту прав інтелектуальної власності на міжнародних ринках та маркетплейсах. Група питань 5. Недостатня представленість і низька конкурентність українського дизайну на міжнародних ринках.	47
26	Низький рівень застосування нових виробничих технологій та культури роботи з новими матеріалами. Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки в ланцюгах вартості.	44
27	Низький рівень зрілості бізнесів в індустрії дизайну – неготовність налагоджувати бізнес-процеси та делегувати, юридична розпорошеність. Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки в ланцюгах вартості.	42
28	Брак компетентностей необхідних для взаємодії й досягнення результатів (продуктів). Недостатні компетентності міждисциплінарної та міжсекторної взаємодії на інституційному рівні. Розриви між різними креативними індустріями, відсутність або повільність переливів та переходів. Недостатність експериментальних форматів з обов'язковими дискусіями, полемікою та критикою. Група питань 4. Слабка й несинергійна екосистема розвитку дизайну.	42
29	Відсутність чітких професійних стандартів та усталених критеріїв визначення якості. Група питань 3. Брак компетентностей учасників ринку, брак фахівців та слабкі ланки в ланцюгах вартості.	36
30	Неготовність виробників-брендів до зростання через необхідність великих інвестицій у виробничі потужності та нові продукти. Складність та висока вартість виготовлення прототипів. Група питань 2. Брак компетентностей роботи з дизайном та дизайнерами (не вміємо використовувати).	36

RES-POL

Креативні хаби і простори

№	Істотне питання	%
1	Управління сучасною інфраструктурою культури вимагає **розуміння новітніх управлінських моделей та відповідних компетенцій**, наразі маємо брак таких спеціалістів.	77
2	**Брак компетенцій міксованого фінансового менеджменту** (роботи з державними, грантовими і приватними коштами) знижує життєстійкість хабів.	71
3	**Відсутність програм фінансування**, що підтримують розвиток твердої інфраструктури креативних хабів.	69
4	**Культура win-win, синергій і гри в довгу відсутня як усталена практика в суспільстві.** Як наслідок, моделі державно-приватного партнерства є непривабливими, оскільки дуже ускладнені і процедурно, і концептуально.	68
5	**Заборона на виїзд за межі України військовозобов'язаних громадян** (переважно чоловіків) впливає на якість контактів із закордонними партнерами та потенційними інвесторами, що, відповідно, негативно впливає на темп зростання креативних бізнесів.	68
6	**Відсутність зрозумілих форматів доступу до муніципальної інфраструктури.** Відсутність платформ для знайомства та співпраці власників об'єктів з незалежними креативними середовищами.	68
7	**Енергоефективність, інклюзивність, травмочутливість та безпека є критичними вимогами нового часу** до переосмислення інфраструктури для креативних хабів і просторів.	68
8	Нині менше людей відвідують простори та події, комерційні **простори змушені дофінансовувати соціальну складову**, оскільки вона стає ще менш рентабельною.	65
9	**Брак програм фінансування та підтримки програмної діяльності** креативних хабів.	64
10	**За кордон виїхало багато представників КІ.** Креативні хаби **не працюють із цією аудиторією системно.**	62
11	Секторальні **спільноти в КІ доволі герметичні**, бракує інфраструктури та програм і перетину для різних спільнот, де є високий потенціал створення доданої вартості.	55
12	**Відсутність міжвідомчої синхронізації** щодо хабів та просторів між МКСК, Міністерством економіки, Міністерством регіонального розвитку, МОН.	55
13	Державні структури (підприємства, установи у сфері культури) **діють згідно з орендними аукціонами на загальних умовах**, що ускладнює можливість їх розширення та інтегрування додаткових функцій за рахунок гравців креативного сектору.	55
14	**Недостатнє розуміння ролі та важливості креативних хабів** серед представників самої екосистеми КІ та інших заінтересованих сторін, зокрема для розвитку середніх та малих міст.	52

№	Істотне питання	%
15	Інвестиції у проєкти розвитку креативних хабів при державних закладах освіти **підлягають оподаткуванню ПДВ**, що обмежує обсяг інвестицій у розвиток.	47
16	**Обмежене розуміння** менеджерами креативних хабів **інструментів підтримки бізнесу та способів їх інтеграції** у бізнес-модель креативних хабів знижує привабливість хабів для бізнес-середовища та інноваторів.	44
17	Хаби **не усвідомлюють своєї функції організації-посередника,** їм не вистачає навичок роботи з креативною спільнотою та лідерів, які б виконували функції фасилітації взаємодії як основну функцію, а не додаткову.	36
18	**Брак аналітики** щодо креативних хабів, зокрема щодо їх економічного та соціального внеску.	33
19	**Модель кожного креативного хабу є унікальною** та значно залежить від контексту регіону / міста / району.	33
20	**Відсутність усталеного визначення креативного хабу**, яке було б відображене в політиках та програмах підтримки. Це обмежує можливості синхронізації гравців, їх мережування та стратегічний розвиток.	30
21	**Недостатня диференційованість** між культурними центрами та креативними хабами.	29

RES-POL

Музичний бізнес

№	Система колективного управління правами в Україні
1	Відсутність акредитованої організації(ій) колективного управління негативно впливає на доходи усіх гравців та ланок сектору.
2	Виплати ОКУ, які здійснюють добровільне колективне управління, непрозорі й незрозумілі авторам.
3	Процес встановлення тарифів за користування музичним контентом для різних типів користувачів непрозорий та незрозумілий.
4	Низькі штрафи за порушення прав інтелектуальної власності не сприяють їхньому захисту.
5	Через неробочу систему колективного управління в Україні, автори реєструють твори в закордонних організаціях колективного управління.
	Юридичні та податкові умови роботи
6	Низька юридична / фінансова грамотність артистів / виконавців та небажання платити податки (не всі готові відкривати ФОП).
7	Заборона ФОПам 3-ї групи займатися гастрольною діяльністю створює надмірний податковий тягар для артистів / виконавців та стимулює тінізацію галузі (не готові відкривати ТОВ та платити 20% ПДВ).
8	У класифікації видів економічної діяльності (КВЕДи) немає реальних музичних професій/функцій.
9	Податки на виплату роялті (19,5 %) створюють надмірний тягар для представників музичного сектору.
10	Для артистів / виконавців відкривати ТОВ надто складно й витратно.
11	Відтік діджитал-прибутків з українського ринку за кордон через нестабільну економічну ситуацію та регулювання валютних операцій.
	Діджитал-сфера
12	Лише діджитал-прибутків недостатньо для розвитку артистів/виконавців та для оплати роботи їхніх команд.
13	Високий рівень споживання піратського контенту українською аудиторією (як наслідок – недоотримання прибутків українськими артистами).
14	Російський контент досі доступний онлайн в Україні та генерує прибутки російським компаніям / артистам.
	Концертна індустрія
15	Безпекова ситуація та мобілізація негативно впливають на можливість організації та проведення концертів.

№	Система колективного управління правами в Україні
16	Концерти перестали бути основним джерелом доходів для артистів / виконавців.
17	Ціни на оренду та техніку зросли в рази й не покриваються вартістю квитків, яка залежить від платоспроможності аудиторії.
18	Брак концертних залів різної місткості та якості навіть у великих містах.
19	Ручне управління й відсутність чітких прозорих критеріїв видання дозволів на проведення масових заходів.
20	Недоступне страхування ризиків. Страхові компанії або не покривають ризики в Україні взагалі (зокрема для закордонних артистів), або вартість покриття надто висока для промоутера.
	Юридичні та податкові умови роботи
21	Брак навчальних закладів або курсів, де можна отримати практичні знання про деталі ведення бізнесу в музичному секторі.
22	Гострий брак менеджменту (менеджерів артистів, маркетологів, діджитал-спеціалістів, промоутерів), який допомагав би розвивати кар'єру артистів / виконавців і розбудовував процеси роботи в індустрії.
23	Відсутність державної інституції, завданням якої було б представляти та підтримувати музичну індустрію (як-от Держкіно / Український інститут книги).
24	Недостатньо зрозуміла комунікація з боку держави щодо мобілізації та можливості бронювання фахівців.
25	Відсутність професійних об'єднань (на рівні компаній, артистів, виконавців, підсекторів) та майданчиків для нетворкінгу.
26	Відсутність державної статистики та аналізу ринку і його обсягів.
27	Процес отримання грантової підтримки для представників сектору незрозумілий та забюрократизований.
	Експорт музичного контенту
28	Брак розуміння міжнародних аудиторій та ринків.
29	Брак фахівців із достатнім рівнем іноземних мов та інших компетенцій, необхідних для налагодження міжнародної співпраці та роботи на рівні міжнародних проєктів.
30	Обмежена фінансова та логістична доступність міжнародних поїздок для участі в шоукейсах та конференціях.
31	Брак інформації з боку держави щодо отримання військовозобов'язаними дозволів на виїзд за межі України ускладнює або унеможливлює участь у міжнародних подіях.

№	Система колективного управління правами в Україні
32	Горизонти планувань міжнародних організацій і подій недоступні для українських компаній та артистів/виконавців, які через війну не можуть брати зобов'язання на кілька років наперед.
33	Відсутність роз'яснень щодо статусу податкового резидентства кочових фахівців та українців, які працюють з-за кордону на українські компанії.
34	Відтік фахівців за кордон (технічних спеціалістів, PR-менеджерів, промоутерів) негативно впливає на розвиток сектору загалом.

Креативні агенції

	Падіння ринку
1	Стагнація в українських клієнтів у перші місяці вторгнення та обережне поводження з маркетинговими бюджетами в наступний період
2	Страх деяких іноземних компаній працювати з українським ринком через ризики втрати кадрів та енергетичну нестабільність (відсутність світла, зв'язку)
3	Неможливість проводити великі масові заходи
4	Падіння ринку телереклами через Єдиний Марафон
5	Кадрова криза
	Ринок фахівців
6	Втрата фахівців через війну: виїзд за кордон, мобілізація
7	Неможливість легальної оплати українцям, які мають статус тимчасового захисту в ЄС
8	Складнощі з оплатою іноземним фахівцям з українських рахунків
9	Відсутність ринку стратегічних спеціалістів: маркетологи, комунікаційні менеджери
10	Зростання конкуренції за деяких фахівців (наприклад, дизайнери, артдиректори) з іноземними ринками та українською IT-сферою
11	Втрата креативної активності через війну
12	Нерелевантність зарплатних очікувань молодих фахівців досвіду
13	Відмова частини агенцій брати стажерів через нерентабельність
	Фінанси
14	Відсутність обрахунків частки ринку в креативному секторі
15	Недоступність кредитів 5-7-9% через відсутність активів, які можна дати в заставу. Але і 5-7 % для багатьох становлять високі відсотки
16	Несподіване підвищення ставок за овердрафтом у деяких банках

17	Складність роботи з ФОП для великих агенцій
	Оподаткування
18	Непідйомний для менших агенцій податок на зарплату (невідповідність прайсів)
	Гранти
19	Низька маржа: час, витрачений на написання грантових заявок, для маленьких агенцій без фінансової подушки може не окупитися
20	Нерозуміння наявних можливостей
21	Невміння працювати з грантовими кейсами
22	Невідповідність політик великих донорів реаліям воєнного часу. Наприклад, громіздка процедура закупівлі під кожен проєкт
23	Бажання великих донорів працювати в проєктах грантерів лише з обмеженим пулом агенцій
	Ціноутворення
24	Демпінг зі сторони менших агенцій
25	Нерелевантність ціниякості
	Взаємодія з держорганами
26	Неможливість пробитися в пул агенцій, з якими працюють міністерства та ОП
27	Недовіра до тендерів (на думку низки опитаних, тендери проводять під заздалегідь визначеного переможця)
28	Тендери не враховують якість, лише прайс
29	Нерентабельність участі в тендерах (необхідно подати вже сформовану пропозицію, ідею, що для креативного сектору становить основне джерело заробітку)
	МКСК
30	Сектор креативних агенцій не сприймає Міністерство культури та стратегічних комунікацій ані як партнера, ані як заінтересовану сторону
31	Відсутність політики розвитку сектору зі сторони МКСК або інших органів державлади

32	Відсутність комунікації зі сторони МКСК із сектором креативних агенцій
	Вихід на іноземні ринки
33	Нерентабельність великих концептуальних проєктів через високу вартість досліджень, необхідних для випрацювання ідеї / стратегії
34	Неготовність частини іноземних клієнтів працювати з українськими юрособами (насамперед ФОП)
35	Взаємне нерозуміння специфіки бюрократичних процедур, документообігу, оподаткування
36	У разі реєстрації юрособи за кордоном – втрата податку в Україні (проблема для ринку), високий місцевий податок (проблема для агенції / студії)
37	Низький рівень знання англійської
38	Висока вартість участі у великих конкурсах (а вона необхідна для тендерів великих іноземних компаній)
	Взаємодія в секторі
39	Відсутність watchdog'ів та небажання їх мати; підміна понять: агенції плутають інституції етичного контролю з органами цензури
40	Недостатність комунікації між агенціями
41	Невміння давати зворотний зв'язок: клієнт – агенції, агенція – клієнту, агенція – агенції
	Законодавчі питання
42	Українське законодавство врегульовує авторські права на продукт, але не на ідею.
43	Неврегульованість авторських прав на твори, створені з використанням інструментів штучного інтелекту
44	Неврегульованість питань продажу об'єктів мистецтва та вивезення їх за кордон

Фінансується
Європейським Союзом

Новини проєкту RES-POL

Facebook RES-POL

Цей базовий звіт створили за фінансової підтримки Європейського Союзу. Його зміст є відповідальністю Громадської спілки "Центр регіональний розвиток" і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу.