
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК: 338.467.6: 330.5.051

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.6.1>

Проскуріна М.О.

доктор економічних наук доцент,
Київський університет культури
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7701-9784>

Proskurina Mariia

Kyiv University of Culture

КАТЕГОРІЯ «ДОДАНА ВАРТІСТЬ» У ДИСКУРСІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

THE CATEGORY OF «ADDED VALUE» IN THE DISCOURSE OF THE CREATIVE ECONOMY

В актуальних документах щодо регулювання соціально-економічної політики України підвищену увагу приділено питанню створення продукції з високою доданою вартістю, зокрема підтримці сектору креативних індустрій. Економічна природа створеної або доданої вартості є принциповим питанням, що визначає характер соціально-економічних відносин у суспільстві та відображається у характері відносин власності. Потребує уваги дослідження механізмів формування доданої вартості в креативному секторі, оскільки це дасть змогу обґрунтувати та сформувати цілісну та системну політику підтримки сектору. У статті представлено узагальнений механізм формування доданої вартості культурного та креативного продукту, а також функціональну структуру культурної індустрії під час створення доданої вартості. Основними джерелами формування доданої вартості культурного або креативного продукту стають творча праця, нематеріальні активи виробника та потенційно висока норма прибутку.

Ключові слова: додана вартість, креативна економіка, креативний продукт, культурний продукт, культурні і креативні індустрії, державна політика.

В актуальных документах по регулированию социально-экономической политики Украины повышенное внимание уделено решению вопроса создания продукции с высокой добавленной стоимостью, в частности поддержке сектора креативных индустрий. Экономическая природа созданной или добавленной стоимости является принципиальным вопросом, определяющим характер социально-экономических отношений в обществе, и отражается в характере отношений собственности. Требуется внимания исследование механизмов формирования добавленной стоимости в креативном секторе, поскольку это позволит обосновать и сформировать целостную и системную политику поддержки сектора. В статье представлен обобщенный механизм формирования добавленной стоимости культурного и креативного продукта, а также функциональная структура культурной индустрии при создании добавленной стоимости. Основными источниками формирования добавленной стоимости культурного или креативного продукта становятся творческая работа, нематериальные активы производителя и потенциально высокая норма прибыли.

Ключевые слова: добавленная стоимость, креативная экономика, креативный продукт, культурный продукт, культурные и креативные индустрии, государственная политика.

In the current documents for the regulation of socio-economic policy in Ukraine, increased attention is paid to the issue of creating products with high added value, in particular the support of the creative industries sector. The economic nature of added value is a fundamental problem that determines the nature of socio-economic relations in society and is reflected in the property relations. It requires attention to the study of the mechanisms of added value in the creative sector. It allows to propose and justify a holistic and systematic public policy to support the sector. Analyzing the added value of creative products, firstly should pay attention to the elements of "wages", "amortization of intangible assets" and "rate of return". The article presents a generalized mechanism of the added value formation of cultural and creative products, as well as the functional structure of the cultural industry in proces of creating added value. The modern economic system is focused on the production of not material goods, but ideal values. It is not reproductive but creative work that does not lend itself to standardization that prevails. This form of labor retains its physical properties, but provides a new symbolic meaning, which forms the added value. At each stage of creation of the final creative product there is an increment of separate elements of added value. At the stage of "Production of a cultural product", the cultural value and the object of copyright are created directly. At the next stage, the value of used intangible assets (the value of brands used as an intermediate product) is added, which allows to justify the economic value of the created product. At the stage of technological reproduction there is a mass reproduction of cultural or creative product. At the stage of product distribution and dissemination of information about it, active work with the target audience is carried out primarily through the creation of ideal values and the formation of a new symbolic meaning. At each step, the collaboration of brands is realized and creative work is carried out. The category of value added in the context of the creative economy acquires additional significance because it provides the economic value of the value of the cultural product.

Key words: value added, creative economy, creative product, cultural product, cultural and creative industries, public policy.

Постановка проблеми. У розроблених в останній час документах щодо регулювання соціально-економічної політики України підвищену увагу приділено питанню створення продукції з високою доданою вартістю, зокрема підтримці сектору креативних індустрій. Таким чином, вивчення економічної природи, тенденцій, проблем та інструментів збільшення виробництва товарів, послуг із високою доданою вартістю є актуальним і практично затребуваним. Також слід окремо зазначити, що потребує уваги дослідження механізмів формування доданої вартості в креативному секторі, оскільки це допоможе обґрунтувати та сформувані цілісну та системну політику підтримки сектору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Категорія доданої вартості є базовим поняттям економічної науки, зокрема економічної теорії та макроекономіки. Проте останнім часом це поняття широко застосовують у контексті обґрунтування реалізації державної політики підтримки та розвитку сектору креативної економіки. Економічна природа створеної або доданої вартості є принциповим питанням, що визначає характер соціально-економічних відносин у суспільстві та відображається у характері відносин власності. Слід також зауважити, що використання поняття «вартість» під час дослідження економічної сутності культурного та креативного продукту породжує гострі дискусії про його сутність, особливості, структуру та способи оцінки.

У роботах деяких спеціалістів розкривається інформація про способи формування та подальшу актуалізацію доданої вартості [1; 2; 4]. Процес формування доданої вартості не відображається в нормативних документах. У них міститься лише обґрунтування формування елементів доданої вартості, але не самого показника у ціні. На разі також не існує єдиного підходу до визначення величини доданої вартості.

Формулювання цілей статті. Метою статті є висвітлення механізму формування доданої вартості культурного та креативного продукту. Це дасть змогу розробити більш предметні інструменти державного впливу на сектор креативних індустрій.

Виклад основного матеріалу. Урядом України від 3 березня 2021 р. було прийнято Постанову «Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року». Відповідно до зазначеного документу, одними з пріоритетних напря-

мів економічного розвитку держави є сектор креативних індустрій. Також слід зазначити, що таке рішення повністю співпадає з діяльністю ООН, яка в листопаді 2019 р. прийняла Резолюцію A/RES/74/198, проголосивши 2021 р. Міжнародним роком креативної економіки задля сталого розвитку [9]. Хоча Резолюцію було прийнято ще до пандемії і сектор ККІ зазнав суттєвих утрат, її своєчасність залишається беззаперечною. На підтвердження цього генеральний секретар ЮНКТАД Ізабель Дюран зазначила, що творчі галузі мають вирішальне значення для порядку денного сталого розвитку, оскільки «стимулюють інновації та диверсифікацію, є важливим фактором у зростаючому секторі послуг, підтримують підприємництво та сприяють культурному різноманіттю» [5]. Креативна економіка розглядається як потужний інструмент стимулювання розвитку країн, що розвиваються, та країн із перехідною економікою.

Сутність такого потенціалу сектору криється у високій доданій вартості його продуктів. Виходячи з визначення доданої вартості, перевагою таких продуктів є суттєва різниця між вартістю кінцевої продукції та вартістю проміжного споживання для її виготовлення. Кожне креативне підприємство в процесі виробництва продукції створює власну додану вартість, однак цілеспрямованих розрахунків зазначеного показника не здійснює. Додана вартість є складною категорією та невід'ємним елементом більш широкого поняття «вартість».

Економічний зміст центральної категорії нашого дослідження полягає у нарощуванні вартості матеріальних ресурсів у межах виробничого процесу за рахунок засобів праці та внеску працівників. До засобів праці відноситься амортизація основних виробничих фондів та нематеріальних активів. До матеріальних відносять сировину, матеріали та ін. Додана вартість одночасно відображає й обсяги виробництва, й вартість реалізованої продукції без урахування обсягів проміжного споживання.

Значимість показника зумовлюється його прямою залежністю від ефективності роботи підприємства. Це зумовлює інтерес до її зростання як із боку держави, так і з боку інших учасників ринку.

Додана вартість формується на основі таких елементів:

- 1) оплата праці;
- 2) соціальні відрахування;
- 3) амортизаційні відрахування на основні засоби та нематеріальні активи;
- 4) податки, включені у собівартість;
- 5) інші витрати;
- 6) потенційні податки від реалізації;
- 7) норма прибутку.

Аналізуючи додану вартість креативних продуктів, слід передусім звернути увагу на елементи «оплата праці», «амортизаційні відрахування на нематеріальні активи» і «норма прибутку», що зумовлюється специфікою сектору.

Слід зазначити, що джерела доданої вартості в секторі культурних індустрій змінювалися протягом історичного процесу становлення сектору. На другу половину XIX ст. припала ціла низка винаходів, які радикально вплинули на культуру і мистецтво: фотографія (1839 р. – Луї-Жак Дагерр), звукозапис (1877 р. – фонограф Томаса А. Едісона), кінематограф (1895 р. – Луї Жан Люм'єр), радіо (1895 р. – Олександр Попов, Гільєрмо Марконі). Фотографія, кіно і радіо почали розвиватися як самостійні мистецтва. Змінюється характер традиційних мистецтв. Окрім ручного та ремісничого способів створення та відтворення мистецьких творів, з'явилася можливість автоматизації їх масового виробництва і тиражування. З'являється поняття «культурна індустрія», а створення культурних продуктів набуло індустріального характеру. Саме у промисловому виробництві культурного і креативного продукту зосереджується додана вартість у цей період.

У другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. на перший план вийшли продукти індивідуальної творчості і креативні масові продукти. Це було зумовлено розвитком науково-технічного прогресу, зокрема інформаційних технологій та новітніх комунікаційних систем. Додана вартість креативних продуктів у цей період створюється за рахунок інформаційних технологій та креативного капіталу, який являє собою синергійне поєднання людського, культурного, соціального та інституційного капіталу. Культурні індустрії переосмислюються з акцентом на їхні інноваційно-інтелектуальні риси.

Водночас формується й набуває поширення концепція креативного класу – специфічної форми робочої сили, додана вартість якої базується на понятті «людський капітал» та характеризується специфічними формами зайнятості, принципами оплати праці та переліком побутових потреб. Акцент на особистісних та професійних якостях потенційних працівників посилює вагу людської праці в структурі доданої вартості.

Сучасна економічна система зорієнтована на виробництві не матеріальних благ, а ідеальних цінностей. Переважає не репродуктивна, а творча праця, яка не піддається стандартизації. Така форма праці зберігає свої фізичні властивості, проте забезпечує нове символічне значення, яке й формує додану вартість (рис. 1). По суті, додана вартість культурного продукту є результатом створення нового інформаційного посилу. Це цілком відповідає підходу, відповідно до якого сутність культурного продукту – інформація. Індустріалізація культури та креативної праці забезпечує тиражування творчого продукту.



Рис. 1. Формування доданої вартості

Процес формування доданої вартості відображається в узагальненій структурі виробничого процесу підгалузей культурних і креативних індустрій (рис. 2).

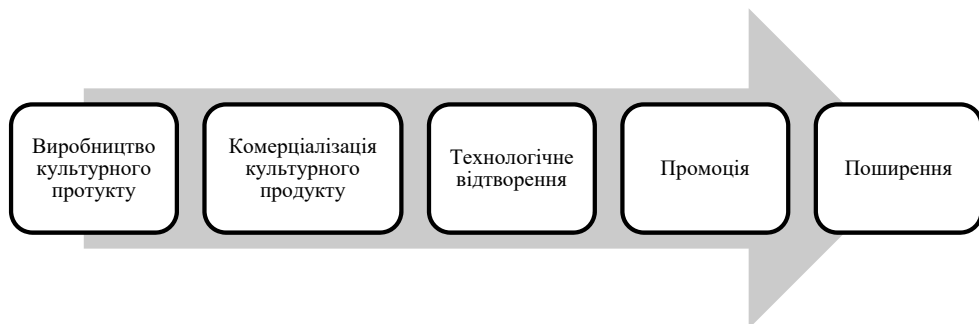


Рис. 2. Узагальнена функціональна структура культурної індустрії під час створення доданої вартості

На кожному з етапів творення кінцевого креативного продукту відбувається прирощення окремих елементів доданої вартості. На етапі виробництва культурного про-

дукту створюються безпосередньо культурна цінність та об'єкт авторського права. На наступному етапі додається цінність використаних нематеріальних активів (вартість брендів, які використовуються як проміжний продукт), що дає змогу обґрунтувати економічну цінність створюваного продукту. На етапі технологічного відтворення відбувається масове тиражування культурного або креативного продукту. На етапі поширення продукту та поширення інформації про нього здійснюється активна робота із цільовою аудиторією, передусім, через створення ідеальних цінностей та формування нового символічного значення. На кожному кроці реалізується колаборація брендів та здійснюється творча праця.

Висновки. Категорія доданої вартості в контексті креативної економіки набуває додаткового значення, оскільки забезпечує економічне значення вартості культурного продукту. Разом із тим відсутня єдина методика обрахунку даного показника для креативних підприємств. Специфічна природа доданої вартості не дає змоги використовувати її як єдиний маркер вектору державної політики.

Основними джерелами формування доданої вартості культурного або креативного продукту стають творча праця, нематеріальні активи виробника (цінність бренду, наявність патенту, унікальність виконання) та потенційно висока норма прибутку. Значення нематеріальних активів виводить на передній план питання інфраструктури реалізації інтелектуального права власності, а також особливостей функціонування організаційно-економічного механізму комерціалізації об'єктів авторського права.

Розуміння алгоритму створення доданої вартості в секторі культурних і креативних індустрій – це першочергове завдання для формування державної політики економічного розвитку креативного сектору, оскільки це дасть змогу розробити чіткі інструменти та процедури механізму державного регулювання. Структуризація процесу створення доданої вартості культурного продукту забезпечує і створення універсальної організаційно-економічної структури підгалузей креативного сектору, що створює потенційні передумови для реалізації прозорої та адекватної фінансової підтримки культурних і креативних індустрій.

Список використаних джерел:

1. Васильева М.В., Савкина Е.С. Методика оценки добавленной стоимости в условиях функционирования комплекса учетно-аналитического обеспечения социальной и отраслевой бюджетной поддержки. *Экономические и гуманитарные науки*. 2012. № 10. С. 55–62.
2. Пешина Э.В., Авдеев П.А. Формирование валовой добавленной стоимости высокотехнологичной и наукоемкой продукции (товаров, услуг). *Известия УрГЭУ*. 2013. № 6(50). С. 46–56.
3. Проскуріна М.О. Культура – інструмент перетворення багатства у добробут. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 6(62). С. 98–103.
4. Сорокина М.С. Сущность и поэлементная структура добавленной стоимости. *Научный журнал Куб ГАУ*. 2014. № 100(06). URL: <http://ej.kubagro.ru/2014/06/pdf/38.pdf>.
5. Creative economy to have its year in the sun in 2021. 01.01.2021. URL: <https://unctad.org/news/creative-economy-have-its-year-sun-2021>.
6. Holden, J. (2004), *Capturing Cultural Value: How Culture Has Become a Tool of Government Policy*. Demos, London. URL: www.demos.co.uk/files/CapturingCulturalValue.pdf.
7. Holden, J. (2006), *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy*, Demos, London. URL: <https://www.demos.co.uk/files/Culturalvaluweb.pdf>.
8. International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021: revised draft resolution (2019). URL: <https://digitallibrary.un.org/record/3835223?ln=en>.
9. The Value of Culture and the Creative Industries in Local Development. OECD, 2019. URL: <https://www.oecd.org/cfe/leed/2018-SACCI-Handbook.pdf>.

References:

1. Vasyleva M.V., Savkina E.S. (2012) *Metodyka otsenky dobavlennoi stoyimosti v usloviakh funktsionirovaniya kompleksa uchetno-analytycheskoho obespecheniya sotsyalnoi y otraslevoi*

biudzhetnoi podderzhky [Methodology for assessing value added in the context of the functioning of the complex of accounting and analytical support for social and sectoral budget support]. *Ekonomicheskiye y humanyarnye nauky*, no. 10, pp. 55–62.

2. Peshyna E.V., Avdeev P.A. (2013) Formirovaniye valovoy dobavlennoy stoimosti vysokotekhnologichnoy i naukoemkooy produktsii (tovarov, uslug) [Formation of gross added value of high-tech and science-intensive products (goods, services)]. *Izvestiya UrGEU*, no. 50, pp. 46–56.

3. Proskurina M.O. (2017) Kultura-instrument peretvorennia bahatstva u dobrobut [Culture is a tool for transforming wealth into prosperity]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, vol. 6 (62), pp. 98-103.

4. Sorokyna M.S. (2014) Sushchnost' i poelementnaya struktura dobavlennoy stoimosti [The essence and element-by-element structure of value added]. *Nauchnyy zhurnal Kub GAU*, no. 100 (06). Available at: <http://ej.kubagro.ru/2014/06/pdf/38.pdf>.

5. Creative economy to have its year in the sun in 2021. 01.01.2021. Available at: <https://unctad.org/news/creative-economy-have-its-year-sun-2021>.

6. Holden J. (2004) Capturing Cultural Value: How Culture Has Become a Tool of Government Policy. Demos, London. Available at: www.demos.co.uk/files/CapturingCulturalValue.pdf.

7. Holden J. (2006) Cultural Value and the Crisis of Legitimacy, Demos, London. Available at: <https://www.demos.co.uk/files/Culturalvalueweb.pdf>.

8. International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021: revised draft resolution (2019). Available at: <https://digitallibrary.un.org/record/3835223?ln=en>.

9. The Value of Culture and the Creative Industries in Local Development. OECD, 2019. Available at: <https://www.oecd.org/cfe/leed/2018-SACCI-Handbook.pdf>.