

Konkurencyjność sektora kultury i przemysłów kreatywnych na rynku Unii Europejskiej

Monika Znojek*

Streszczenie: *Cel* – Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie tendencji w handlu międzynarodowym dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych (SKK) w Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem konkurencyjności na rynku międzynarodowym. Analizą objęto dobra SKK Unii Europejskiej na rynku światowym oraz konkurencyjność na rynku unijnym państw uczestniczących w rozszerzeniu UE z 2004 roku.

Metodologia badania – Niniejsze opracowanie oparto na studiach literatury przedmiotu, publikacji i raportów przygotowanych przez międzynarodowe instytucje oraz analizie danych statystycznych pochodzących z bazy Comext (Eurostat). Do analizy konkurencyjności na rynku międzynarodowym wykorzystano dwa wskaźniki: wskaźnik pokrycia importu eksportem oraz wskaźnik ujawnionej przewagi komparatywnej.

Wynik – W artykule dowiedziono, że konkurencyjność dóbr SKK Unii Europejskiej na rynku globalnym w analizowanym okresie wzrosła, o czym świadczy wzrost wartości nominalnej salda handlu zagranicznego. W przypadku konkurencyjności analizowanych państw członkowskich nie zauważono stałych tendencji.

Oryginalność/wartość – Zagadnienie handlu międzynarodowego dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych nie jest częstym przedmiotem badań w Polsce. Wynikające z niniejszego artykułu wnioski stanowią punkt wyjścia do dalszych badań w tym zakresie.

Słowa kluczowe: sektor kultury i przemysłów kreatywnych, konkurencyjność międzynarodowa, handel międzynarodowy

Wprowadzenie

W polityce Unii Europejskiej coraz mocniej akcentuje się potencjał bogactwa kulturowego Wspólnoty i konieczność uczestnictwa we wspieraniu sektora kultury i przemysłów kreatywnych. Według komunikatu Komisji Europejskiej w sprawie promowania sektora kultury i sektora kreatywnego na rzecz wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia, konieczne jest podniesienie poziomu internacjonalizacji tego sektora (Komisja Europejska, 2012). Zauważono, że inwestycje w kulturę (oraz powiązane z nią sektory gospodarki) mają nie tylko niebagatelny wpływ na rozwój gospodarek państw członkowskich, ale jednocześnie pełnią znaczącą rolę w budowaniu pozycji konkurencyjnej państw na arenie

* mgr Monika Znojek, doktorantka na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, e-mail: monika.znojek@gmail.com.

międzynarodowej poprzez np. udział we wzmacnianiu tzw. miękkiej siły (*soft power*) czy wdrażaniu strategii brandingowej narodowego¹.

Niniejsze opracowanie ma na celu przedstawienie tendencji w handlu międzynarodowym dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych (SKK). W analizie uwzględniono Unię Europejską, Polskę oraz państwa, które wraz z Polską brały udział w największym dotychczasowym rozszerzeniu Wspólnoty Europejskiej w 2004 roku, tj. Cypr, Czechy, Estonia, Litwę, Łotwę, Malte, Słowację, Słowenię oraz Węgry. Artykuł ma na celu przedstawienie konkurencyjności tych państw w zakresie wymiany międzynarodowej dobrami SKK na rynku Unii Europejskiej.

W pierwszej części zaprezentowano teoretyczne ujęcie sektora kultury i przemysłów kreatywnych, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki produkowanych towarów. Druga część opracowania obejmuje umiędzynarodowienie dóbr SKK Unii Europejskiej oraz ich obecność na rynku międzynarodowym, natomiast ostatnia to analiza konkurencyjności na rynku Wspólnoty Europejskiej dóbr SKK wytworzonych przez wybrane 10 państw. Ze względu na dostępność materiału statystycznego, badaniem objęto lata 2003–2015. Dane są jednak niepełne, w szczególności w aspekcie wymiany handlowej dobrami podsektorów SKK. Brakujące dane statystyczne nie wpływają jednak na końcowy wynik badań, gdyż dotyczą przepływów handlowych o relatywnie niskim znaczeniu w całości handlu zagranicznego wybranych państw.

1. Specyfika dóbr sektora kultury i przemysłów kreatywnych

Mimo iż kultura i przemysły kreatywne (również: *branża kreatywna*, *kreatywne gałęzie przemysłu*) są nierozzerwalnym elementem współczesnego życia społecznego oraz cechują się znaczną wartością ekonomiczną, jednak ujmowanie ich działalności w sposób naukowy jest podejściem stosunkowo młodym. W obliczu braku wypracowanych paradygmatów trudno jest wyróżnić najbardziej prawidłowe ujęcie definicyjne, w szczególności w aspekcie uwzględnianych w ramach SKK obszarów gospodarki. Najczęściej przytaczaną w literaturze przedmiotu dość ogólną definicją sektora kultury i przemysłów kreatywnych jest ujęcie brytyjskiej instytucji DCMS (Departament Mediów, Kultury i Sportu), według której są to „obszary działalności gospodarczej, w których indywidualna kreatywność jest cechą charakterystyczną produktu będącego wynikiem tej kreatywności” (Kasprzak, 2013, s. 36). W innych definicjach często uwzględnia się również komercjalizację produkcji czy ochronę prawami autorskimi wartości intelektualnej dóbr SKK (United Nations Conference on Trade and Development, 2008, s. 12). Bardziej szczegółowo specyfikę produktów sektora kultury i przemysłów kreatywnych w syntetyczny sposób przedstawiają następujące cechy (Kasprzak, 2013, s. 22–24):

¹ Branding narodowy stanowi rozszerzenie idei marketingu terytorialnego i polega na budowaniu wizerunku oraz reputacji państwa w skali globalnej w celu poprawy konkurencyjności gospodarki danego państwa (Hereźniak, 2011, s. 15–16, 23).

- a) wartość symboliczna, oznaczająca, że dobra SKK mają na celu przekazanie określonego komunikatu i nie posiadają jedynie charakteru utylitarne;
- b) wartość intelektualna, potencjalnie chroniona prawem autorskim i bezpośrednio powiązana z koniecznością wkładu kreatywności twórcy dobra;
- c) wartość kulturowa, czyli m.in. wartość duchowa, estetyczna, historyczna czy społeczna;
- d) nieoznaczoność, przejawiająca się w trudnościach w oszacowaniu zmiennych określających dobra SKK (np. popyt determinowany przez subiektywne gusta konsumentów czy koszty wytworzenia produktu);
- e) potencjał inspiracji, oznaczający, że pojawienie się na rynku jednego produktu może stymulować, poprzez inspirację, rozpoczęcie produkcji dalszych wyrobów SKK, co przekłada się na silną ekspansję sektora w gospodarce narodowej;
- f) potencjał komplementarny, przejawiający się w oddziaływaniu SKK na inne sektory gospodarki ze względu na niesamoistość dóbr SKK i konieczność użytkowania ich w określonym otoczeniu;
- g) kumulowanie doznań, co oznacza, że wzrost konsumpcji dóbr SKK oznacza wzrost oczekiwań wobec produktów sektora, a w konsekwencji nie jest możliwe całkowite zaspokojenie zapotrzebowań konsumentkich.

Największe rozbieżności w ujmowaniu sektora kultury i przemysłów kreatywnych dotyczą przede wszystkim struktury wymienionego sektora. Różnorodność modeli definicyjnych (zob. szerzej Kopiecka-Piech, 2013) i uznawania za elementy składowe SKK różnych gałęzi przemysłu, instytucji czy obszarów działalności, może świadczyć nie tylko o słabo rozwiniętym czy nieuporządkowanym aparacie naukowym tejże dziedziny, ale również o subiektywnym charakterze branży kreatywnej i jej produktów oraz mnogości kształtujących ją czynników, przede wszystkim o charakterze kulturowym. Taki stan rzeczy determinuje konieczność definiowania SKK w sposób indywidualny (Kopiecka-Piech, 2013, s. 54). Na potrzeby niniejszego opracowania zastosowano typologię rekomendowaną przez UNESCO na cele analizy międzynarodowych przepływów towarów (UNESCO Institute for Statistical, 2009, s. 37) Jest to podział oparty na klasyfikacji SITC 4 (Standard International Trade Classification) uporządkowany w grupach dóbr zaprezentowanych w tabeli 1.

Tabela 1

Klasyfikacja dóbr kultury i przemysłów kreatywnych

Grupa	Podgrupa	SITC4	Opis
1	2	3	4
Dziedzictwo narodowe	Antyki	89650 89660	uwzględniono: kolekcje i przedmioty kolekcjonerskie, zoologiczne, botaniczne, mineralogiczne, anatomiczne, historyczne, archeologiczne, paleontologiczne, etnograficzne, numizmatyczne; antyki o wieku przekraczającym 100 lat

1	2	3	4	
Sztuka performatywna	Instrumenty muzyczne	69952 89813 89815 89823 89824 89825 89826	uwzględniono: dzwony, instrumenty klawiszowe (klasyczne i elektroniczne), instrumenty strunowe (klasyczne i elektroniczne), instrumenty dęte, instrumenty perkusyjne, pozostałe (m.in. pozytywki, gwizdki)	
	Utwory zapisane na nośnikach	89842 89846 89849 89285	uwzględniono m.in.: nośniki magnetyczne, nośniki półprzewodnikowe, urządzenia pamięci masowej, urządzenia do rejestrowania dźwięków, nuty drukowane lub rękopisy	
Sztuka i rękodzieło	Malarstwo	89611 89612 89287	uwzględniono: obrazy, rysunki, pastele, kolaże, grafiki	
	Rękodzieło	65891 65611 65612 65613 65614 65632 65491 65651 65659 65740 65521 65522	uwzględniono przede wszystkim wyroby włókiennicze	
	Bizuteria	89731 89732 89733	uwzględniono biżuterię i jej części z metali szlachetnych, wyroby jubilerskie, wyroby z pereł i kamieni naturalnych szlachetnych bądź półszlachetnych	
	Fotografia	88620	uwzględniono wywołane klisze fotograficzne, inne niż powiązane z kinematografią	
	Pozostałe	89620 89630 89399 63549 66621 66629 66593 69782 89911	uwzględniono: ryciny, sztychy, litografie, rzeźby i posągi z dowolnego materiału, intarsje i mozaiki drewniane, przedmioty użytkowe z drewna, plastiku, ceramiki, porcelany, szklane, z metalu, materiałów naturalnych typu kość słoniowa, poroża itp.	
	Wydawnictwo	Książki	89215 89216 89219	uwzględniono książki, broszury, ulotki, słowniki i encyklopedie
		Czasopisma	89221 89229	uwzględniono wszelkiego rodzaju periodyki, również o charakterze reklamowym
		Pozostałe	89212 89213 89214 89242 89284	uwzględniono interaktywne publikacje dla dzieci (np. książki do kolorowania), mapy, kartki pocztowe, kalendarze
	Media audiowizualne		88310 88390 89431	uwzględniono kinematografię oraz gry wideo
	Architektura i wzornictwo		89252	uwzględniono rysowane ręcznie plany architektoniczne, inżynierskie, topograficzne, tekst odręczny, reprodukcje fotograficzne

2. Dobra sektora kultury i przemysłów kreatywnych jako przedmiot wymiany międzynarodowej Unii Europejskiej

W ostatnich latach Wspólnota Europejska coraz częściej zwraca uwagę na obszar kultury i przemysłów kreatywnych. Opublikowane w Raporcie w sprawie konkurencyjności z 2010 roku wyniki badania przeprowadzonego w państwach członkowskich dowiodły, że sektor ten jest uznawany na obszarze Unii Europejskiej za sektor o dużym potencjale wzrostu. Ponad 97% respondentów uznało, że przemysł kreatywny jest „ważny” lub „bardzo ważny” we wspieraniu innowacji, wzrostu gospodarczego i tworzeniu nowych miejsc pracy. W publikacji zwrócono również uwagę na udział sektora kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju Wspólnoty za sprawą eksportu ich produktów. Według tego raportu Europa jest jednym z najbardziej znaczących eksporterów dóbr kreatywnych gałęzi przemysłu (Komisja Europejska, 2010, s. 15). Pomimo tego, Europejska Agenda Kultury w kontekście internacjonalizacji odnotowuje więcej słabych niż mocnych stron sektora kultury i przemysłów kreatywnych. Do atutów SKK zaliczono różnorodność kulturową i dziedzictwo narodowe Europy, wysoki poziom nierozzerwalnej z analizowanym sektorem edukacji oraz wysoką liczbę przedsiębiorstw (Europejska Agenda Kultury, 2014, s. 19). Słabe strony sektora kultury i przemysłów kreatywnych przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2

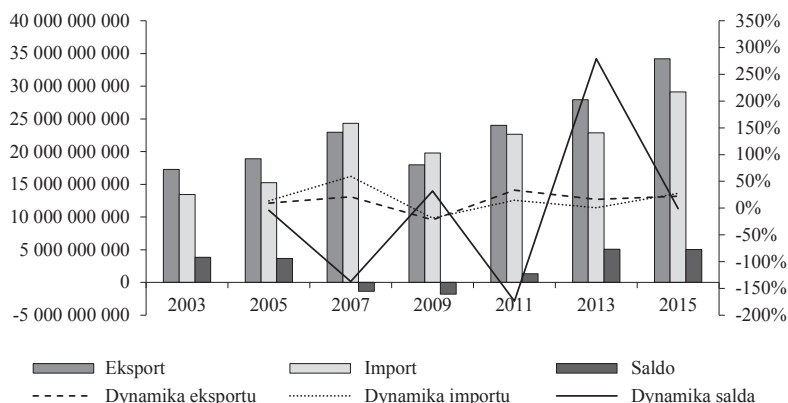
Bariery rozwoju handlu międzynarodowego dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych

Cecha	Opis
Cel działalności	produkcja dóbr SKK jest nastawiona bardziej na treść, niż na zysk
Rozdrobienie rynku	80% przedsiębiorstw przynależy do sektora małych i średnich przedsiębiorstw, z czego prawie 60% to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające 1–3 pracowników
Brak środków wsparcia eksportu	brak skoordynowanych środków i strategii wsparcia eksportu i współpracy transgranicznej przez władze publiczne
Brak wiedzy i umiejętności	wiedza z zakresu handlu międzynarodowego nie jest uwzględniana w programach dotyczących kultury i kreatywności; podmioty nie posiadają wiedzy nt. międzynarodowych tendencji, rynków, prawa i preferencji konsumentów
Ograniczony dostęp do finansowania	ponad 50% przedsiębiorstw nie wykorzystuje zewnętrznych środków finansowych, a ich działalność finansowana jest jedynie z własnych środków.
Brak środków na promocję	majątek twórców SKK ma najczęściej niematerialny charakter, w związku z czym nie posiadają oni wystarczających środków niezbędnych do promocji eksportu, tj. marketingu, brandingu
Brak sieci międzynarodowych	brak sieci międzynarodowych utrudnia odnalezienie partnerów handlowych, dystrybutorów oraz sprzedawców
Brak współpracy wewnątrz sektora oraz z innymi sektorami	sektor SKK nie jest wystarczająco zorganizowany, aby wspólnie działać na rzecz rozwoju umiędzynarodowienia jego wyrobów; inne sektory nie posiadają świadomości o wartości dodanej, jaką mogą zapewnić podmioty sektora SKK

Źródło: opracowanie własne na podstawie Europejska Agenda Kultury (2014); Staines, Mercer (2013).

W latach 2003–2015 odnotowano ogólną tendencję do wzrostu wymiany międzynarodowej dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych. Jednak udział analizowanego sektora w unijnej wymianie międzynarodowej ogółem utrzymuje się na stałym poziomie (ok. 2%).

Wymiana międzynarodowa dobrami SKK charakteryzuje się dużą zmiennością. W latach 2003–2007 dynamika eksportu charakteryzowała się tendencją malejącą, natomiast dynamika importu – rosnącą. Powolny wzrost eksportu przy wysokiej dynamice importu doprowadził w 2007 roku do zmniejszenia salda handlu zagranicznego o ponad 130% w stosunku do okresu bazowego. Skutkowało to spadkiem wartości obu kierunków handlu zagranicznego oraz powstaniem ujemnego salda handlu w wymianie z zagranicą. Po tym okresie odnotowano znaczne ożywienie w handlu zagranicznym Unii Europejskiej dobrami SKK na rynek światowy. W rezultacie wartość nominalna salda handlu zagranicznego w roku 2015 jest o 30% wyższa od wartości salda w roku 2003 (rys. 1).



Rysunek 1. Wyniki wymiany międzynarodowej dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych państw UE-25 na rynku światowym (euro)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych Comext, Eurostat.

Największy udział w wymianie międzynarodowej Unii Europejskiej ma sztuka i rękodzieło oraz wydawnictwa (książki i czasopisma), natomiast najmniejszy – architektura i wzornictwo. Pozytywne zjawisko nadwyżki eksportu nad importem w całym analizowanym okresie charakteryzuje większość podsektorów sektora kultury i przemysłów kreatywnych, tj. podsektor dziedzictwa narodowego, sztuki i rękodzieła, wydawnictw oraz architektury i designu. Długotrwałe utrzymywanie się dodatniego salda handlu zagranicznego pozwala przypuszczać, że państwa Unii Europejskiej specjalizują się w produkcji dóbr zaliczanych do powyższych podsektorów (Ślusarczyk, 2014, s. 439). Ujemne saldo handlu zagranicznego jest charakterystyczne dla podsektorów sztuki performatywnej oraz audio-wizualnej.

Tabela 3

Struktura rodzajowa wymiany międzynarodowej dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych państw UE-25 na rynku światowym (mln euro)

		2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015
Ogółem	Exp	17 291	18 925	22 945	17 971	24 009	27 922	34 171
	Imp	13 438	15 239	24 316	19 779	22 674	22 854	29 146
	Saldo	3 853	3 686	-1 371	-1 808	1 335	5 068	5 025
Dziedzictwo narodowe	Exp	1 176	1 367	1 030	611	1 056	1 237	1 598
	Udział (%)	7	7	4	3	4	4	5
	Imp	679	658	894	530	763	915	1 402
	Udział (%)	5	4	4	3	3	4	5
Sztuka performatywna	Exp	350	337	2 233	1 719	1 826	1 987	2 411
	Udział (%)	2	2	10	10	8	7	7
	Imp	647	690	3 919	3 445	3 481	3 613	4 448
	Udział (%)	5	5	16	17	15	16	15
Sztuka i rękodzieło	Exp	12 014	13 334	15 304	11 934	17 150	20 848	26 126
	Udział (%)	69	70	67	66	71	75	76
	Imp	8 631	10 119	12 687	9 300	12 657	13 298	17 025
	Udział (%)	64	66	52	47	56	58	58
Wydawnictwa	Exp	3 470	3 646	3 739	3 100	3 443	3 465	3 571
	Udział (%)	20	19	16	17	14	12	10
	Imp	1 818	2 090	2 415	2 206	2 415	2 309	2 464
	Udział (%)	14	14	10	11	11	10	8
Sztuka audiowizualna	Exp	180	143	425	413	453	340	396
	Udział (%)	1	1	2	2	2	1	1
	Imp	1 654	1 668	4 395	4 295	3 354	2 715	3 802
	Udział (%)	12	11	18	22	15	12	13
Architektura i design	Exp	101	98	214	194	81	45	69
	Udział (%)	1	1	1	1	0	0	0
	Imp	9	14	6	3	4	4	5
	Udział (%)	0	0	0	0	0	0	0
	Saldo	92	84	209	191	78	41	64

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych Comext, Eurostat.

3. Konkurencyjność dóbr sektora kultury i przemysłów kreatywnych wybranych państw na rynku Unii Europejskiej

Oceną konkurencyjności handlu międzynarodowego dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych objęto 10 państw Unii Europejskiej, tj. Polskę, Cypr, Czechy, Estonię, Litwę,

Łotwę, Malte, Słowację, Słowenię oraz Węgry. Wybrano państwa, które wstąpiły do Wspólnoty w tym samym czasie, ze względu na możliwość rozwoju wymiany międzynarodowej z pozostałymi państwami UE w porównywalnych warunkach. Ponadto znaczna większość wybranych państw położona jest w bliskim sąsiedztwie, co jest istotne ze względu na kulturowe uwarunkowania specyfiki sektora kultury i przemysłów kreatywnych.

Pierwszym z zastosowanych do oceny konkurencyjności dóbr SKK wybranych państw na rynku Unii Europejskiej wskaźników jest wskaźnik pokrycia importu eksportem. Przyjmowanie przez ten wskaźnik wartości wyższych od jedności świadczy o nadwyżce eksportu nad importem, czyli specjalizacji danego państwa w produkcji dóbr danego sektora (Ślusarczyk, 2014, s. 439). Drugim zastosowanym wskaźnikiem jest wskaźnik ujawnionej przewagi komparatywnej (RCA – *Revealed Comparative Advantage*). Przyjmowanie przez ten wskaźnik wartości powyżej jedności oznacza, że udział eksportu danej grupy towarów w ogólnym eksporcie analizowanego państwa na rynek unijny jest większy niż udział tej grupy towarów w strukturze eksportu na rynek europejski pozostałych państw objętych badaniem. Zależność ta stanowi dowód na posiadanie przez dane państwo przewagi komparatywnej w zakresie analizowanych dóbr (Połuszný, 2011, s. 52).

Tabela 4

Klasy wskaźnika RCA

Wartość wskaźnika	Opis
$0 < RCA \leq 1$	brak przewagi komparatywnej
$1 < RCA \leq 2$	słaba przewaga komparatywna
$2 < RCA \leq 4$	przeciętna przewaga komparatywna
$4 < RCA$	silna przewaga komparatywna

Źródło: Połuszný (2011), s. 52.

Analiza powyższych wskaźników w zakresie podsektora dziedzictwo narodowe wskazuje, że państwa posiadające nadwyżkę eksportu nad importem, czyli Estonia i Litwa oraz, w niektórych latach, Polska, nie posiadają przewagi komparatywnej na rynku Unii Europejskiej. W zakresie podsektora sztuki performatywnej jedynie Czechy posiadają dodatnie (aczkolwiek o tendencji malejącej) saldo handlu zagranicznego w całym analizowanym okresie. Nadwyżka eksportu nad importem od 2007 roku jest również cechą Słowacji. Są to państwa posiadające przewagę komparatywną w zakresie tego podsektora; w przypadku Czech jest to przeciętna przewaga, natomiast Słowacji – słaba. W stosunku do podsektora sztuki i rękodziela żadne z analizowanych państw nie posiada długookresowej nadwyżki eksportu nad importem, natomiast Czechy i Malta posiadają słabą przewagę komparatywną. Bardziej znaczącą w handlu zagranicznym analizowanych państw grupą produktów są książki i czasopisma, gdyż większość państw (Polska, Czechy, Estonia, Litwa, Łotwa, Malta, Słowacja, Słowenia, Węgry) cechuje długotrwałe dodatnie saldo wymiany

międzynarodowej oraz przewaga komparatywna (Polska, Cypr, Czechy, Estonia, Malta, Słowenia). W przypadku Polski, Czech i Słowenii jest to słaba przewaga, natomiast w odniesieniu do Malty, Estonii i Cypru – przeciętna. W przypadku mediów audiowizualnych żadne z państw nie wyróżnia się konkurencyjnością. W kwestii towarów podsektora architektury i wzornictwa Polska, Czechy i Słowenia charakteryzują się dodatnim saldem handlu zagranicznego. Słabą przewagą komparatywną posiadają Polska, Czechy oraz Słowacja.

Tabela 5

Wskaźnik pokrycia importu eksportem w latach 2003–2015

Wyszczególnienie		2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015
1		2	3	4	5	6	7	8
Dziedzictwo narodowe	Polska	1,363	1,057	0,453	1,749	0,409	0,532	b.d.
	Cypr	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
	Czechy	0,022	0,967	0,349	0,146	b.d.	b.d.	0,107
	Estonia	2,985	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
	Litwa	2,378	14,409	7,460	b.d.	b.d.	b.d.	1,050
	Łotwa	0,268	b.d.	b.d.	2,726	0,625	b.d.	0,308
	Malta	0,048	0,035	0,091	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
	Słowacja	0,249	b.d.	b.d.	b.d.	0,385	b.d.	b.d.
	Słowenia	0,279	b.d.	b.d.	b.d.	0,328	0,377	0,096
Węgry	0,223	0,338	0,007	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
Sztuka performatywna	Polska	0,841	0,669	0,785	0,673	0,494	0,324	0,500
	Cypr	0,021	b.d.	0,128	0,028	0,054	0,010	0,027
	Czechy	11,457	3,659	2,217	5,937	1,159	1,508	2,564
	Estonia	1,094	0,486	1,465	0,124	0,189	0,528	0,484
	Litwa	0,159	0,010	0,100	0,104	0,084	0,367	0,854
	Łotwa	0,006	0,104	0,252	0,179	0,030	0,164	0,367
	Malta	0,081	0,001	0,327	0,457	0,161	0,390	0,589
	Słowacja	0,364	0,260	1,922	2,139	1,469	1,777	1,618
	Słowenia	0,080	0,073	0,216	0,403	0,451	0,173	0,495
Węgry	0,430	0,648	0,214	0,204	0,400	0,432	0,343	
Sztuka i rękodzieło	Polska	0,504	0,536	0,552	0,591	0,745	0,862	0,920
	Cypr	0,149	0,128	0,057	0,060	0,115	0,113	0,040
	Czechy	0,575	0,588	0,690	0,743	0,834	0,838	0,818
	Estonia	0,504	0,485	0,699	0,812	0,891	1,304	0,939
	Litwa	0,337	0,348	0,567	1,024	0,719	0,709	0,762
	Łotwa	0,382	0,347	0,324	0,572	0,749	0,691	0,669
	Malta	0,148	0,154	0,225	0,333	1,283	0,206	0,324
	Słowacja	0,364	0,529	0,711	0,921	0,929	0,836	0,616
	Słowenia	0,737	0,601	0,734	0,744	0,986	1,223	1,358
Węgry	0,300	0,396	0,395	0,460	0,589	0,735	0,738	

1		2	3	4	5	6	7	8
Wydawnictwa	Polska	1,093	1,187	1,902	2,170	2,505	2,992	2,247
	Cypr	0,128	0,099	0,086	0,131	0,196	0,890	0,039
	Czechy	0,954	0,927	0,926	1,298	1,657	1,643	1,891
	Estonia	0,827	2,143	2,187	2,937	8,054	6,496	7,285
	Litwa	0,690	1,364	1,508	1,798	2,558	3,019	3,600
	Łotwa	0,550	0,722	0,326	0,812	1,878	5,817	7,934
	Malta	0,226	0,986	1,239	1,041	0,541	0,456	0,745
	Słowacja	1,888	1,512	1,729	1,225	1,651	1,658	1,700
	Słowenia	2,106	1,960	1,695	1,139	1,014	1,361	1,878
Węgry	0,274	0,372	0,364	0,631	1,210	1,580	1,430	
Media audiowizualne	Polska	0,657	0,024	0,051	0,062	0,846	0,424	1,136
	Cypr	0,033	0,027	0,390	0,091	b.d.	0,054	0,376
	Czechy	0,196	0,619	0,640	1,102	0,478	0,351	0,783
	Estonia	0,115	0,007	0,318	0,028	0,640	0,154	0,224
	Litwa	0,304	0,145	0,016	0,239	0,159	0,271	0,689
	Łotwa	0,016	0,054	0,544	0,350	0,371	0,340	1,296
	Malta	0,314	0,032	0,158	0,108	0,003	0,173	0,000
	Słowacja	27,159	1,733	1,345	0,660	0,577	0,947	0,887
	Słowenia	0,093	0,436	0,356	0,734	0,915	0,511	0,734
Węgry	0,475	0,029	0,007	0,651	0,487	0,465	0,672	
Architektura i design	Polska	0,435	1,594	0,401	4,826	0,620	6,228	0,451
	Cypr	1,246	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
	Czechy	2,322	2,726	2,652	0,551	0,385	0,315	2,231
	Estonia	5,062	0,089	3,071	0,281	0,054	0,006	0,004
	Litwa	4,030	0,350	2,530	0,030	b.d.	0,008	b.d.
	Łotwa	0,003	0,576	0,574	0,100	b.d.	12,250	0,098
	Malta	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	0,003	b.d.
	Słowacja	0,560	0,645	1,702	14,820	6,307	0,724	0,105
	Słowenia	0,168	0,019	0,701	0,307	1,266	6,977	7,759
Węgry	0,404	0,666	0,364	1,214	0,525	0,114	0,114	

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych Comext, Eurostat.

Tabela 6

Wskaźnik ujawnionej przewagi komparatywnej w latach 2003–2015

Wyszczególnienie		2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015
1		2	3	4	5	6	7	8
Dziedzictwo narodowe	Polska	1,94	0,68	0,25	0,33	0,41	0,47	0,17
	Cypr	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
	Czechy	0,61	0,70	0,03	0,03	0,18	0,36	0,22
	Estonia	0,30	0,01	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
	Litwa	0,54	0,01	0,01	b.d.	b.d.	b.d.	0,44
	Łotwa	0,07	0,00	b.d.	1,20	0,14	b.d.	0,38
	Malta	0,35	0,33	0,81	b.d.	b.d.	b.d.	0,00
	Słowacja	0,02	b.d.	0,00	b.d.	0,02	b.d.	b.d.
	Słowenia	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Węgry	0,11	0,02	0,00	b.d.	0,07	0,01	b.d.	

1		2	3	4	5	6	7	8
Sztuka performatywna	Polska	0,33	0,40	0,81	0,69	0,81	0,61	1,09
	Cypr	0,16	b.d.	0,89	0,11	0,21	0,03	0,06
	Czechy	2,18	1,38	1,42	3,70	1,20	2,17	3,26
	Estonia	0,61	0,55	1,08	0,08	0,12	0,37	0,40
	Litwa	0,04	0,01	0,07	0,08	0,05	0,28	0,97
	Łotwa	0,27	0,14	0,49	0,25	0,50	0,29	0,58
	Malta	0,27	0,00	0,31	0,44	0,45	0,59	1,02
	Słowacja	0,05	0,09	1,04	1,45	1,54	1,37	1,53
	Słowenia	0,05	0,08	0,12	0,20	0,39	0,10	0,34
Węgry	0,13	0,24	0,17	0,19	0,25	0,24	0,19	
Sztuka i rękodzieło	Polska	0,83	0,86	0,92	0,74	0,90	0,93	0,87
	Cypr	2,40	0,60	0,44	0,47	0,78	0,47	0,64
	Czechy	1,23	1,23	1,15	1,11	1,17	1,23	1,19
	Estonia	1,21	0,65	1,08	0,98	0,96	1,39	0,92
	Litwa	0,50	0,45	0,66	0,71	0,45	0,68	0,62
	Łotwa	0,80	0,66	0,66	0,70	0,84	0,62	0,53
	Malta	0,63	0,71	1,12	2,25	4,64	1,26	1,54
	Słowacja	0,63	0,73	0,88	1,15	1,10	0,74	0,72
	Słowenia	0,79	0,66	0,67	0,66	0,67	0,84	0,94
Węgry	0,56	0,69	0,61	0,61	0,87	0,95	0,86	
Wydawnictwa	Polska	0,86	0,96	1,17	1,08	1,16	1,21	2,77
	Cypr	4,68	1,61	2,01	2,79	2,63	6,73	0,20
	Czechy	0,93	0,98	0,87	1,26	1,40	1,31	1,07
	Estonia	0,57	0,94	1,36	2,17	2,24	2,22	2,46
	Litwa	0,39	0,55	0,72	0,71	0,85	0,89	1,04
	Łotwa	0,79	0,77	0,54	0,98	1,81	2,93	3,02
	Malta	1,07	1,88	2,69	2,41	1,14	1,79	3,16
	Słowacja	1,21	1,06	0,88	0,86	0,99	0,91	0,96
	Słowenia	1,32	1,72	1,39	1,17	0,90	1,12	1,07
Węgry	0,18	0,21	0,22	0,31	0,43	0,40	0,26	
Media audiowizualne	Polska	0,02	0,01	0,01	0,01	0,35	0,31	2,51
	Cypr	0,16	0,19	0,76	0,14	b.d.	0,07	0,41
	Czechy	0,01	0,43	0,29	0,10	0,18	0,12	0,38
	Estonia	0,02	0,00	0,02	0,00	0,35	0,05	0,10
	Litwa	0,03	0,00	0,00	0,01	0,02	0,03	0,21
	Łotwa	0,00	0,01	0,12	0,03	0,11	0,08	0,95
	Malta	0,07	0,09	0,24	0,09	0,00	0,06	0,00
	Słowacja	0,38	2,17	0,35	0,58	0,57	0,60	0,78
	Słowenia	0,01	0,32	0,11	0,36	1,09	0,16	0,28
Węgry	0,01	0,01	0,00	0,04	0,05	0,10	0,14	

1		2	3	4	5	6	7	8
Architektura i design	Polska	1,69	1,28	0,29	2,72	0,47	1,80	0,29
	Cypr	0,41	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
	Czechy	2,74	1,46	1,53	0,79	0,68	2,73	1,25
	Estonia	0,89	0,08	0,67	1,82	0,01	0,00	0,00
	Litwa	2,21	2,30	3,75	0,01	b.d.	0,00	b.d.
	Łotwa	0,00	0,12	1,64	0,01	b.d.	0,87	0,00
	Malta	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
	Słowacja	2,45	1,45	0,81	7,21	14,77	1,22	0,21
	Słowenia	0,19	0,01	0,27	1,01	0,08	0,38	2,11
	Węgry	0,96	0,30	0,14	0,04	0,11	0,01	0,01

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych Comext, Eurostat.

Analiza powyższych danych wskazuje, że objęte badaniem państwa nie posiadają mocnej pozycji konkurencyjnej w zakresie wymiany międzynarodowej dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych na rynku Unii Europejskiej. Oba wskaźniki w analizowanym okresie charakteryzują się wysoką zmiennością i w przypadku większości państw i podsektorów nie wykazują stałej tendencji wzrostowej bądź spadkowej.

Oznacza to, że dołączenie do Wspólnoty Europejskiej nieznacznie wpłynęło na rozwój handlu dobrami SKK. Pomimo to można wyróżnić państwa, które mają potencjał do dalszego budowania swojej pozycji konkurencyjnej (w szczególności Czechy, Litwa, Estonia), oraz państwa wykazujące najniższy poziom konkurencyjności na rynku europejskim (głównie Węgry, Łotwa, Słowenia).

Wahania w poziomie konkurencyjności potwierdzają również wpływ wyróżnionych w tabeli 2 barier rozwoju handlu międzynarodowego dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych. Brak jednolitej strategii proeksportowej, rozdrobnienie rynku, brak współpracy pomiędzy podmiotami na poziomie krajowym i międzynarodowym czy brak wiedzy z zakresu rynku międzynarodowego prawdopodobnie są głównymi przyczynami incydentalnego charakteru wzmożonej wymiany międzynarodowej dobrami sektora kultury i przemysłów kreatywnych.

Uwagi końcowe

Mimo iż produkcja sektora kultury i przemysłów kreatywnych w Unii Europejskiej cechuje się powszechnie uznawanym znaczeniem ekonomicznym, to zagadnienie internacjonalizacji tego sektora jest podejmowane przez Wspólnotę od niedawna. Specyfika SKK oraz działających w tym obszarze przedsiębiorstw powoduje, że występują znaczne bariery w rozwoju ich wymiany międzynarodowej. Ujmując analizowany problem z perspektywy wszystkich państw Unii Europejskiej, można stwierdzić, że sektor kultury i przemysłów kreatywnych cechuje się wskaźnikami świadczącymi o rozwoju jego konkurencyjności, natomiast biorąc pod uwagę poszczególne państwa, trudno jest o podobny wniosek. Świadczy

to o konieczności zwrócenia większej uwagi na problemy handlu zagranicznego analizowanego sektora na poziomie członków Wspólnoty oraz zastosowania środków mających na celu wsparcie ich internacjonalizacji.

Literatura

- ComExt-Eurostat. Pobrano z: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb> (30.03.2016).
- Europejska Agenda Kultury (2014). *Dobre praktyki. Raport o strategiach wspierania eksportu i umiędzynarodowienia sektorów kultury i kreatywnych*.
- Hereźniak, M. (2011). *Marka narodowa. Jak skutecznie budować wizerunek i reputację kraju*. Warszawa: PWE.
- Kasprzak, R. (2013). *Przemysły kreatywne w Polsce: uwarunkowania i perspektywy*. Warszawa: Kamon Consulting.
- Komisja Europejska (2010). *European Competitiveness Report 2010*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Komisja Europejska (2012). *Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów z 10 maja 2007 r. dotyczący Europejskiej agendy kultury w dobie globalizacji świata*. Bruksela.
- Kopiecka-Piech, K. (2013). Spory o przemysły kreatywne. *Kultura i Edukacja*, 3 (96), 50–72.
- Posłuszny, K. (2011). Konkurencyjność międzynarodowa jako miara skuteczności restrukturyzacji przemysłu. *Ekonomia Menedżerska*, 9, 49–61.
- Staines, J., Mercer, M. (2013). *Mapping of Cultural and Creative Industry Export and Internationalisation Strategies in EU Member States*. European Expert Network on Culture.
- Ślusarczyk, Z. (2004). Relacje eksportowo-importowe jako rezultat zróżnicowanego poziomu gospodarczego krajów – partnerów handlowych Polski. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 5, 439–460.
- UNESCO Institute for Statistic (2009). *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. Montreal.
- United Nations Conference on Trade and Development (2008). *Creative Economy. Report 2008*.

THE COMPETITIVENESS OF THE CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES IN THE EUROPEAN UNION

Abstract: *Purpose* – The purpose of this article is to present the trends in international trade in goods of the cultural and creative industries (CCI) in the European Union, with particular focus on the competitiveness on the international market. The analysis included evaluation of competitive position of the European Union on the world market and the competitiveness of countries, which joined the EU in 2004, on the EU market. *Design/methodology/approach* – This study was based on the analysis of literature, publications and reports prepared by international institutions and analysis of statistical data from Eurostat's COMEXT database. Competitiveness on the international market was evaluated by using two indicators: trade coverage (TC) and revealed comparative advantage (RCA).

Findings – The survey proves that competitiveness of European Union's goods of the cultural and creative industries on the global market has developed, as evidenced by the increase in the nominal value of the foreign trade balance. The competitiveness of chosen European Union members are not characterized by noticeable constant trend.

Originality/value – International trade of the cultural and creative industries is a common subject of research in Poland. Conclusions of this article might be a starting point for further research in this subject.

Keywords: cultural and creative industries, international competitiveness, international trade

Cytowanie

- Znojek, M. (2016). Konkurencyjność sektora kultury i przemysłów kreatywnych na rynku Unii Europejskiej. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 3 (81), 297–309. DOI: 10.18276/frfu.2016.81-26.

