



Кабінет
Міністрів України

2030

Вектори економічного розвитку 2030

Матеріали для обговорення



Зміст

- Економічна візія – 3

- Макроекономічна політика – 12
- Верховенство права – 27
- Регуляторне середовище – 41
- Управління державною та комунальною власністю – 54
- Міжнародна економічна політика і торгівля – 67
- Репутація України – 86
- Інвестиційна привабливість – 95
- Інформаційно-комунікаційні технології – 123
- Агросектор – 135
- Промисловість – 159

- Учасники робочих груп – 392

- Енергетика – 179
- Видобувна промисловість – 194
- Транспорт та інфраструктура – 208
- Креативні індустрії та індустрія гостинності – 226
- Сфера послуг – 247
- Регіональний розвиток – 283
- Підприємництво – 295
- Цифрова економіка – 308
- Культурно-ціннісна трансформація – 332
- Якість життя – 339



Креативні індустрії та індустрія ГОСТИННОСТІ



Візія, стратегічна мета, індикатори та пріоритетні кроки напрямку «Креативні індустрії та індустрія гостинності»

ВІЗІЯ НАПРЯМКУ: Розвинена креативна економіка та повністю розкритий туристичний потенціал країни

Зв'язок із стратегічними індикаторами економічної візії	Прямий вплив – Експорт товарів та послуг, реальний ВВП, додана вартість на працівника Другорядний вплив – Прямі іноземні інвестиції, бюджет	
Стратегічна мета	1. Забезпечити розвиток туризму як одного з драйверів соціокультурного та економічного розвитку регіонів	2. Створити конкурентоспроможну креативну економіку для збалансованого розвитку України
Стратегічні цілі	<ul style="list-style-type: none"> Посісти 45 місце в The Travel & Tourism Competitiveness Index Збільшити частку галузі у ВВП до середньосвітового рівня 10% Стале зростання кількості, якості та конкурентоспроможні туристичних продуктів на національному, регіональному і локальному рівнях Збільшити річний обсяг туристичних потоків до 30 млн іноземних і 60 млн внутрішніх туристів 	<ul style="list-style-type: none"> Збільшити частку креативних індустрій у доданій вартості країни з 3,86% до 5% Збільшити частку креативних товарів та послуг в експорті з 0,5% до 3% Збільшити кількість зайнятих з 3,57% до 4,5% від загальної кількості працевлаштованих Підвищити позицію у Глобальному Індексі Інновацій у категорії Creative goods and services з 95 на 25 позицію Підвищити захищеність права інтелектуальної власності*
Пріоритетні кроки для досягнення цілей напрямку	<ul style="list-style-type: none"> Забезпечення високої якості, сервісу та безпеки у наданні послуг Стимулювання капітальних інвестицій у проекти, пов'язані з покращенням стану туристичних територій (дестинацій) Створення та розвиток ринкової екосистеми та інституційної інфраструктури Забезпечення ефективного державного регулювання 	<ul style="list-style-type: none"> Покращення доступу представників креативних індустрій до фінансових ресурсів Розвиток знань та компетенцій представників креативних індустрій Розвиток конкурентоспроможності українського креативного продукту

ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ



Роль індустрії гостинності в економічному зростанні України

1%

22

Додана вартість підприємств сектору, млрд грн (2018)

3.2%

278

Кількість зайнятих на підприємствах у секторі, тис. ос. (2018)

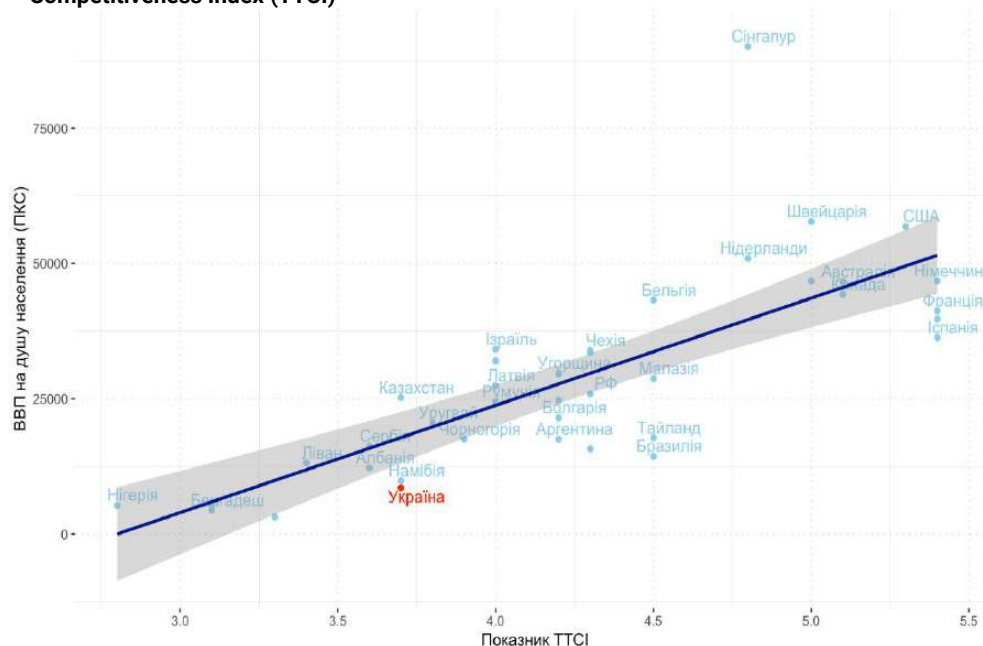
0.4%

4.5

Податки, сплачені представниками сектору, млрд грн (2018)

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ

Співвідношення між ВВП на одну особу та The Travel & Tourism Competitiveness Index (ТТСІ)



ВПЛИВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ГРАВЦІВ РИНКУ

- **Населення** | Індустрія гостинності забезпечує створення робочих місць з високим рівнем доданої вартості, в т. ч. для незахищених верств населення, жінок і молоді
- **Малий та середній бізнес** | Туризм стимулює розвиток МСБ у 54 галузях економіки. Конкурентна перевага, відносно невеликі інвестиції, швидка окупність, наявність трудових ресурсів
- **Міжнародні корпорації, що працюють на території України** | Для забезпечення високого рівня наданих послуг з'являється необхідність у довгострокових освітніх, інфраструктурних та інших спільних проєктах
- **Уряд** | Зростання кількості туристів та задоволення їхніх потреб підвищує міжнародний імідж країни, створює нові робочі місця, збільшує надходження до бюджету для інвестицій у підтримку туризму та супроводжуючі галузі

ВПЛИВ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ЕКОНОМІКУ ЗАГАЛОМ

- Розвиток індустрії гостинності має позитивну кореляцію з ВВП на одну особу і є одним із драйверів соціокультурного та економічного розвитку регіонів
- Зростання індустрії збільшує надходження від іноземних суб'єктів, що наразі становлять **3.3% від експорту або 2.2 млрд доларів**
- Туризм займає **10,6% від світового ВВП**, а 1 з 4 нових робочих місць створюється саме у сфері туризму
- Розвиток туризму тісно пов'язаний з бізнес-активністю, прискорюючи бізнес-процеси. Зростання попиту з боку іноземних туристів відкриває **нові можливості для бізнесу**
- Швидке зростання туристичних потоків проковує необхідне покращення інфраструктури та транспорту. Країни, що демонстрували постійне зростання галузі туризму, мають **позитивний баланс ПІІ в інфраструктуру**

Джерело: Центр економічного відновлення, The Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition, HTL Ukraine, Welcomer Network, ДАРТ, МКІП, громадська спілка «Національна туристична організація України»



Структура секторального піднапрямку «Індустрія гостинності»



ПРІОРИТЕТИ

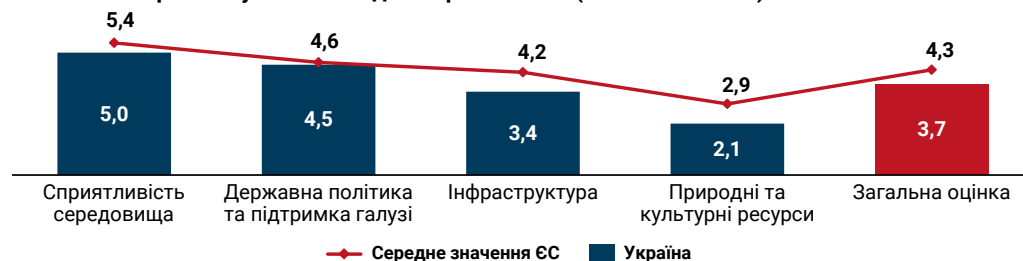
1. Створення умов для розвитку конкурентоспроможних туристичних продуктів на національному, регіональному та локальному рівнях
2. Ефективне державне управління галуззю
3. Сталий розвиток ринкової екосистеми та державно-приватного партнерства



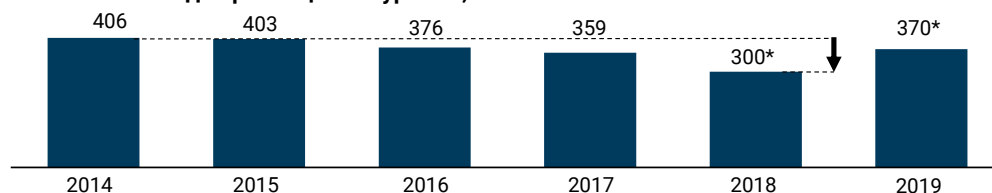
AS IS: (1) Поточний рівень **індустрії гостинності** в Україні: сторона пропозиції

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

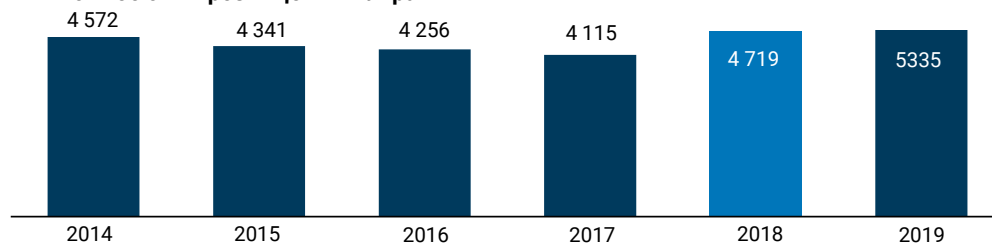
Компоненти рейтингу ТТСІ 2019 для України та ЄС (7-бальна шкала)



Кількість ліжок для розміщення туристів, тис.



Кількість об'єктів розміщення в Україні



КОМЕНТАРІ

- З 2017 року Україна піднялась у рейтингу конкурентоспроможності туризму на **10 позицій і наразі займає 78 місце у світі**. Разом з тим, попри швидке зростання рейтингу, Україна все **ще поступається за основними розділами середньому значенню країн ЄС**.
- Найсильнішими сторонами українського туризму в розрізі компонентів рейтингу є **цінова конкурентоспроможність, ринок рекреаційних та оздоровчих послуг, а також людські ресурси та ринок праці**.
- Найпроблемнішими сферами, з точки зору рейтингу, є **забезпечення безпеки та захисту, екологічна стійкість, захист природних ресурсів, застаріла та нерозвинена транспортна інфраструктура**.
- Україна має малу кількість ліжок для розміщення туристів відносно площі країни. За цим показником ми поступаємось європейським країнам – **середньоевропейський показник 9,2 ліжка/ кв. м проти 1,6 ліжка/ кв. м в Україні**.
- У 2018 році кількість ліжок знизилась, що можна пояснити змінами у методиці збору статистичних даних.
- Одним із найпріоритетніших викликів для індустрії гостинності є **підвищення рівня комфорту, управління якістю та впровадження системи класифікації** за категоріями готелів та інших закладів розміщення.

Джерело: Центр економічного відновлення, Держстат, The Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition

* Фізичні особи – підприємці перестали подавати звіти до Держстату, розрахунок чисельності ФОП здійснено на підставі адміністративних даних Державної податкової служби.



AS IS: (2) Поточний рівень **індустрії гостинності** в Україні: сторона попиту

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Структура доходів туристичної галузі України, млн доларів США, 2015 рік



Експорт туристичних послуг за видами, млн доларів США



Джерело: Центр економічного відновлення, HTL Ukraine, Welcomer Network, громадська спілка «Національна туристична організація України», ЄБРР, ITC TradeMap

КОМЕНТАРІ

- З 2014 року **тренд добового перебування знизився на 24% у той час, коли тренд прибуття зростає**. Це свідчить про значну перевагу гостей у ділових поїздках і турах вихідного дня в структурі продукту.
- Загалом структура доходів України відповідає звітам TSA розвинених країн, за винятком частини доходів зі сфери кейтерингу, у якій **країни-лідери мають вищу частку доходів** (зазвичай, 7–12%).
- Україна має цінову перевагу у формуванні середнього чеку по готелях, при цьому **готелі забезпечують 40% операційної прибутковості**. Це відкриває потенціал для сегмента готелів 3-4 зірки.
- Офіційна статистика не відрізняє туристів, які залишилися на ніч, від туристів, що прибули та вибули в один і той самий день, що спричиняє додаткові **проблеми під час тлумачення статистики**.
- Згідно з даними про прибуття в аеропорти цих міст наразі основними точками для прибуття іноземних туристів є **Київ, Одеса та Львів**.
- З точки зору експорту туристичних послуг, згідно з даними ITC TradeMap, що базуються на платіжному балансі країни, більшу частину припливу валюти в країну приносять персональні туристичні послуги.



Поточні бар'єри напрямку секторального піднапрямку «Індустрія ГОСТИННОСТІ»

Організація	Розміщення та обслуговування	Дозвілля	Враження
<ul style="list-style-type: none">• Низька представленість Недостатня обізнаність про туристичні продукти та відсутність доступної інформації про туристичні локації, зокрема, іноземною мовою• Невизначена стратегія просування галузі Відсутня маркетингова стратегія туризму та бюджет для її реалізації для покращення сприйняття України як конкурентної туристичної точки• Відсутність даних Система ведення статистики потребує негайної методичної реструктуризації• Відсутній реєстр гравців ринку Відсутність єдиного реєстру сертифікованих гравців ринку та класифікованих за категоріями закладів розміщення• Неефективна система державного фінансування Сьогодні статистика не відображає реальної кількості іноземних та внутрішніх туристів, їх витрати, розподіл за туристичними територіями (дестинаціями) та загалом економічний ефект від індустрії гостинності	<ul style="list-style-type: none">• Тіньовий ринок Нерівномірний податковий тягар призводить до зростання тіньової економіки, збільшення кількості випадків ухилення від сплати податків, а також зменшення податкових надходжень• Проблеми з отриманням дозволів Застарілі норми проектування та вимоги до ведення діяльності стримують розвиток сектору.• Нерозвинена інфраструктура Нерозвинені мережі аеропортів та повітряних сполучень. Застаріла база для санаторно-курортного відпочинку• Відсутні внутрішні сполучення Міжрегіональне сполучення перебуває у дуже поганому стані і подекуди відсутнє взагалі, що унеможлиблює використання великих ділянок території України в туристичних цілях• Низькі базові стандарти гостинності дестинацій Не забезпечено санітарних зон, навігації, безпеки туристів тощо	<ul style="list-style-type: none">• Занедбаний стан туристичних об'єктів Відсутність належного фінансування для збереження і відновлення історико-культурних пам'яток та природних ресурсів• Відсутній реєстр туристичних об'єктів Невизначена комерційна цінність більшості об'єктів, відсутність реєстру туристичних дестинацій• Неефективна співпраця між дестинаціями Відсутність розгалуженої мережі менеджменту дестинацій робить зусилля учасників ринку менш ефективними, інвестиції в бізнес менш привабливими	<ul style="list-style-type: none">• Непрацюючий механізм роботи зі скаргами туристів Немає єдиного сервісу для допомоги туристу, який не отримав свою послугу чи отримав послугу невідповідної якості• Неефективна система класифікації Відсутність класифікації суб'єктів ринку та невідповідність заявленого рівня сервісу реальному порушує права споживачів• Неефективна комунікація на внутрішньому та зовнішніх ринках Пасивна позиція в українському та світовому просторах щодо стимулювання поширення споживачами позитивних відгуків після подорожей Україною• Короткий термін перебування туристів Більшість іноземних туристів приїжджають в Україну на короткий проміжок часу• Низька активність на міжнародній арені Пасивна позиція у світовому просторі та відсутні методи прискорення поширення вражень та активізації «сарафанного радіо»
Значні бар'єри на етапі планування подорожі та брак інформації про туристичні продукти	Недостатня прозорість сектору та брак якості послуг, що надаються	Стан туристичних локацій та навколишня інфраструктура не підтримуються	Відсутня ефективна взаємодія з контентом, створеним туристами

Джерело: Центр економічного відновлення, HTL Ukraine, Welcomer Network, ДАРТ, МКІП, громадська спілка «Національна туристична організація України», ЄБРР



Бачення розвитку секторального піднапрямку «Індустрія ГОСТИННОСТІ»

МАТРИЦЯ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ

		Україна (2020) AS-IS	Україна (2030) TO BE	
Компоненти сектору	Сталий розвиток ринкової екосистеми та державно-приватного партнерства	<ul style="list-style-type: none"> Неефективне управління туристичними територіями (дестинаціями), брак діалогу між державою та ринком Галузь регулюється державою та законодавством, відсутня спроможність до саморегуляції Відсутність стратегічного підходу до фінансування Відсутнє комплексне просування продуктів і дестинацій Нерелевантність статистики, брак електронних баз даних Недосягнута система управління якістю Неефективна система освіти у галузі 	<ul style="list-style-type: none"> Створено ефективну систему державної підтримки і розвитку туристичних дестинацій та продуктів через мережу ринкових організацій з менеджменту та маркетингу дестинацій Діють галузеві саморегулювальної організації, ефективне розмежування функцій державного нагляду і ринкового контролю Вибудовані механізми фінансування галузі, інструменти для залучення інвестицій Реалізуються стратегії з промоції туристичних продуктів і дестинацій на всіх рівнях Створено Єдиний туристичний реєстр, ефективну систему статистики Оновлено систему управління якістю, впроваджено комплексну систему класифікації в галузі Побудована ефективна система освіти 	<ul style="list-style-type: none"> Ефективні організації з менеджменту та маркетингу дестинацій, в основі яких взаємодія держави, бізнесу та громади Стала система фінансування з різних джерел Реалізовано маркетингову стратегію, регулярні промокампанії туристичних продуктів на засадах ДПП Доступна інформація про всі дестинації, щоденний збір статистичних даних з ринку Туристичні продукти відповідають стандартам якості та займають високі позиції в міжнародних рейтингах Галузь повністю забезпечена необхідними кадрами, робота в галузі є престижною, туризм є невід'ємною частиною життя українського суспільства
	Створення умов для розвитку конкурентоспроможних туристичних продуктів	<ul style="list-style-type: none"> Відсутня підтримка та промоція туристичних дестинацій та продуктів на національному, регіональному та місцевому рівнях Туристична інфраструктура відсутня або не відповідає базовим вимогам 	<ul style="list-style-type: none"> За підтримки держави, місцевої влади і бізнесу реалізовані конкурентоспроможні проекти на різних рівнях з розвитку комплексу інфраструктури, контенту та комунікацій туристичних дестинацій Стале зростання обсягу туристичних потоків цільових туристів 	<ul style="list-style-type: none"> Україна асоціюється у світі з чотирма ключовими напрямками туристичних продуктів Сталий і зростаючий попит на туристичні продукти всіх рівнів, зростання обсягів інвестицій Ефективне використання державної підтримки на національному, регіональному і місцевому рівнях
	Ефективне державне управління	<ul style="list-style-type: none"> Застаріла нормативно-правова база Відсутність дієвих механізмів імплементації та моніторингу стану виконання Стратегії Відсутність ефективної координації органів, що займаються розвитком туристичної галузі Негативний туристичний імідж країни, відсутність системної роботи з країнами-партнерами 	<ul style="list-style-type: none"> Проведено аналіз всієї нормативно-правової бази, розроблено і впроваджено необхідні зміни Прийнято Стратегію галузі до 2030 року, ведеться регулярний моніторинг реалізованих заходів і актуалізація Стратегії Побудовано ефективну координацію між органами влади та стейкхолдерами, передано регульовані функції ОМД та СРО Налагоджено ефективну міжнародну політику 	<ul style="list-style-type: none"> Нормативно-правова база приведена до потреб галузі, гармонізована з міжнародними нормами і постійно оновлюється Розроблено Стратегію галузі 2040 з механізмами її впровадження і інтерактивного моніторингу Обмежено функції держави, велика роль ОМД та СРО Репутація гостинного, надійного і перевіреного партнера
		Етапи розвитку		

Джерело: Центр економічного відновлення, HTL Ukraine, Welcomer Network, ДАРТ, МКІП, громадська спілка «Національна туристична організація України», ЄБPP, Visit Ukraine



Бачення розвитку: (1) Сталий розвиток ринкової екосистеми та державно-приватного партнерства

ПОТРЕБА У ЗМІНАХ

Відповіді на поточні виклики

- 1. Менеджмент туристичних територій (дестинацій)** | 1. Впровадити кластеризацію ринку через грантову підтримку і державно-приватне партнерство. 2. Забезпечити розвиток інституційної спроможності дестинацій за підтримки держави. 3. Запустити пілотні проекти дестинацій. 4. Забезпечити державну підтримку умов для створення і розвитку ринкових організацій з менеджменту і маркетингу дестинацій (далі – ОМД) на національному, регіональному і локальному рівнях.
- 2. Саморегуляція галузі** | 1. Спільно з ринком розробити прозорі критерії відповідності організацій вимогам саморегулювання, методологію створення, регламенти діяльності та шаблони документів. 2. Розробити галузеві угоди (industry deal) та передати функції ринкового контролю саморегульним організаціям (СРО), які відповідають встановленим критеріям, забезпечити державний нагляд за їх виконанням.
- 3. Фінансування** | 1. Створити механізми для цільового спрямування туристичного збору. 2. Забезпечити фінансування державою інституційного розвитку. 3. Створити механізми та умови для проактивного залучення інвестицій. 4. Створити механізми для забезпечення сталої фінансової підтримки туристичної галузі (зокрема Національний туристичний фонд, місцеві туристичні фонди, інвестиційні хаби, акселератори, ДПП тощо).
- 4. Промоція туристичного продукту** | 1. Передати функції маркетингу туристичних дестинацій на ОМД, головною функцією яких є розвиток та промоція туристичних дестинацій і проектів на локальному, регіональному і національному рівнях. 2. Підготувати технічні завдання для створення маркетингової стратегії України, національного туристичного інтернет-ресурсу та промокампаній всередині країни та на цільових ринках на засадах прозорості та із залученням стейкхолдерів галузі.
- 5. Інновації та цифровізація** | 1. Залучити всіх стейкхолдерів до розробки цифрових інструментів у галузі. 2. Створити Єдиний туристичний реєстр зі щомісячним оновленням даних. 3. Запровадити систему статистики за туристичними сателітними рахунками. 4. Створити комунікаційну платформу. 5. Створити систему моніторингу стану реалізації галузевих стратегій. 6. Розробити та впровадити механізми державної підтримки інноваційних проектів з цифровізації в галузі гостинності та туризму.
- 6. Система управління якістю** | 1. Розробити та впровадити комплексну систему управління якістю, системи класифікації, національні стандарти і рейтинги, що відповідають міжнародним практикам, із залученням усіх стейкхолдерів. 2. Забезпечити державну підтримку створення прозорої системи рейтингів та стимулювати присутність українського бізнесу галузі гостинності та туризму в основних міжнародних рейтингах.
- 7. Людські ресурси** | 1. Створити умови для легалізації працевлаштування у галузі. 2. Розробити і впровадити систему підготовки спеціалістів галузі на усіх рівнях освіти. 3. Запровадити професійні стандарти і рамки кваліфікації в галузі. 4. Сформувати механізми для навчання, обміну досвідом та підвищення кваліфікації менеджменту дестинацій. 5. Стимулювати бізнес до участі у дуальній освіті та практичній підготовці спеціалістів.

Кардинальна зміна функціонування

- 1. Менеджмент туристичних територій (дестинацій)** | 1. Сприяти розвитку мережі регіональних і локальних організацій з менеджменту та маркетингу дестинацій (ОМД). 2. Забезпечити функціонування представницького органу (Наглядова рада чи правління) при ОМД національного рівня.
- 2. Промоція туристичного продукту** | 1. Забезпечення здійснення ОМД комплексних аналітичних досліджень для формування портрета туриста (споживача) для усіх рівнів і типів туристичного продукту на кожному цільовому ринку.
- 3. Інновації та цифровізація** | 1. Впровадити автоматизацію даних та інноваційні технологічні рішення для підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів і дестинацій.
- 4. Система управління якістю** | 1. Провести оцінку та вдосконалити систему управління якістю в галузі.
- 5. Людські ресурси** | 1. Провести оцінку та вдосконалити системи підготовки фахівців (long-life education) у галузі.



Бачення розвитку: (2) Створення умов для розвитку конкурентоспроможних туристичних продуктів

ПОТРЕБА У ЗМІНАХ

Відповіді на поточні виклики

- Підтримка туристичних територій (дестинацій) та проєктів на світовому рівні** | 1. Розробити і впровадити ДЦП підтримки проєктів світового рівня (комплекс інфраструктури, контенту та комунікацій) на конкурсній основі. 2. Забезпечити розвиток і промоцію туристичних дестинацій і продуктів у рамках чотирьох пріоритетних напрямків (MICE / Business, Гастро / Gastro, Культурно-пізнавальний / Culture, Медичний і рекреаційний туризм / Health).
- Підтримка туристичних територій (дестинацій) та проєктів на регіональному рівні** | 1. Розробити і впровадити ДЦП підтримки проєктів регіонального рівня (комплекс інфраструктури, контенту та комунікацій) на конкурсній основі. 2. Забезпечити розвиток і промоцію туристичних дестинацій і продуктів у рамках пріоритетних напрямків (круїзи Дніпром, круїзи Чорним морем, Українська Бессарабія, заповідники, Харків та агломерація, Одеса та агломерація, Львів та агломерація, Київ та агломерація, Карпати (лижний відпочинок), Чорнобиль, Закарпаття, Полтава та агломерація, Херсон та агломерація, святині (Умань та інші)).
- Підтримка туристичних територій (дестинацій) та проєктів на місцевому рівні** | 1. Розробити і впровадити ДЦП підтримки проєктів місцевого рівня (комплекс інфраструктури, контенту та комунікацій) на конкурсній основі. 2. Забезпечити розвиток і промоцію туристичних дестинацій і продуктів у рамках пріоритетних напрямків (Спортивний, Активний, Дитячий, Культурно-пізнавальний, Сільський, Екологічний, Освітній).

Кардинальна зміна функціонування

- Підтримка туристичних територій (дестинацій) та проєктів на національному рівні** | 1. Вдосконалити ДЦП підтримки туристичних дестинацій та проєктів світового рівня на основі результатів їх функціонування в перші роки.
- Підтримка туристичних територій (дестинацій) та проєктів на регіональному рівні** | 1. Вдосконалити ДЦП підтримки туристичних дестинацій та проєктів регіонального рівня на основі результатів їх функціонування в перші роки.
- Підтримка туристичних територій (дестинацій) та проєктів на місцевому рівні** | 1. Вдосконалити ДЦП підтримки туристичних дестинацій та проєктів місцевого рівня на основі результатів їх функціонування в перші роки.



Бачення розвитку: (3) Ефективне державне управління

ПОТРЕБА У ЗМІНАХ

Відповіді на поточні виклики

- Законодавча і нормативно-правова база** | 1. Провести аудит нормативно-правового забезпечення в галузі, проаналізувати його актуальність, відповідність міжнародним зобов'язанням та рекомендаціям. 2. Розробити план дій з внесення змін до законодавства. 3. Закріпити законодавчі механізми сталого фінансування та підтримки галузі.
- Стратегія розвитку галузі** | 1. Розробити та схвалити Стратегію розвитку галузі до 2030 року. 2. Сформувані за участі стейкхолдерів щорічні плани дій для реалізації Стратегії з 2021 року та визначення конкретних КРІ. 3. Розробити та схвалити ДЦП «Мандруй Україною». 4. Забезпечити на регулярній основі моніторинг (у т.ч. інтерактивний) виконання Стратегії розвитку туризму. 5. Узгодити стратегії на національному, регіональному та локальному рівнях. 6. Запровадити щорічну звітну конференцію зі Стратегії.
- Державні інституції** | 1. Створити механізми для ефективної взаємодії органів влади в галузі між собою та ринком. 2. Передати функції з маркетингу та частину функцій з менеджменту туристичних територій (дестинацій) в ОМД. 3. Передати частину функцій з регулювання в саморегульовані організації.
- Міжнародна діяльність** | 1. Провести дослідження, сформувати проєкт позиціонування України за кордоном на засадах співпраці з усіма стейкхолдерами. 2. Забезпечити взаємодію з дипломатичними представництвами та установами на цільових ринках. 3. Провести аналіз та сформувати мережі міжнародних представництв на засадах державно-приватного партнерства для промоції туристичних продуктів. 4. Здійснити візову лібералізацію з цільовими країнами.

Кардинальна зміна функціонування

- Законодавча і нормативно-правова база** | 1. Забезпечити формування всієї нормативно-правової бази, яка відповідає реаліям ринку, на засадах прозорості та із залученням усіх стейкхолдерів. 2. Забезпечити постійну актуалізацію законодавства та нормативно-правової бази відповідно до потреб ринку.
- Стратегія розвитку галузі** | 1. Розробити Стратегію галузі 2040. 2. Забезпечити регулярний моніторинг виконання та актуалізацію Стратегії.
- Державні інституції** | 1. Скоротити функції держави до розробки та імплементації стратегії, збору статистики, ведення міжнародної діяльності, здійснення законотворчості.
- Міжнародна діяльність** | 1. Сформувати мережу міжнародних представництв на засадах державно-приватного партнерства для промоції туристичних продуктів. 2. Забезпечити ефективну взаємодію з дипломатичними представництвами, діаспорами та бізнес-представництвами на цільових ринках. 3. Розширити перелік цільових країн і впровадити візову лібералізацію з ними.

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ



Роль креативних індустрій в економічному зростанні України

4%

117

Частка креативних індустрій у ВВП, млрд

2,8%

464

Частка зайнятості в креативних індустріях від загальної, тис осіб

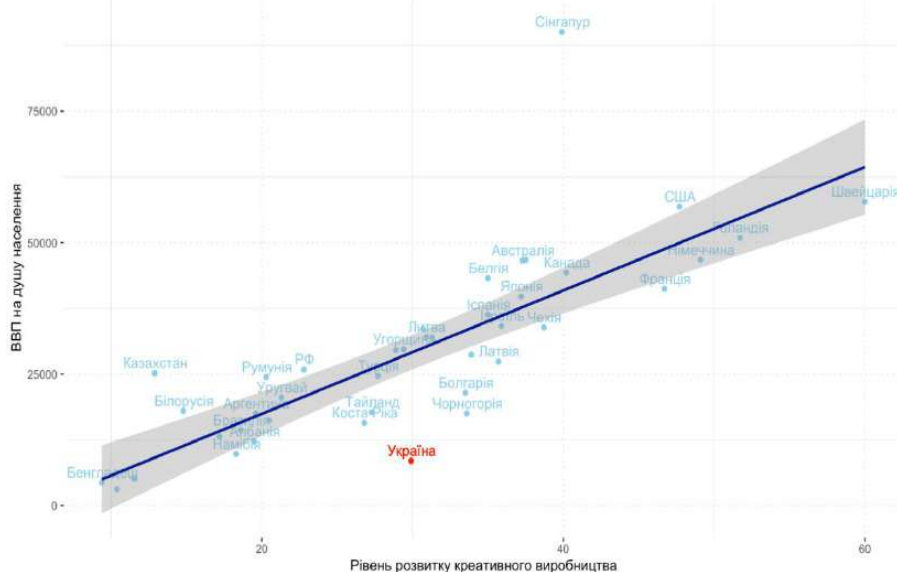
0,4%

1.3

Частка креативних індустрій від податкових надходжень, млрд грн

РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ТА ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ

Співвідношення між розвитком креативних індустрій (GCI, компонент Creative output) та ВВП на душу населення



- Високий рівень розвитку креативних індустрій має сильний кореляційний зв'язок з економічним розвитком країни. Країни, які розміщено в правій частині графіка, мають найвищі показники ВВП на душу населення

ВПЛИВ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ НА ГРАВЦІВ РИНКУ

- **Населення** | Високий рівень культурного розвитку та широкий вибір дозвілля надає можливість кожному розкрити свій потенціал
- **Бізнес** | За належних умов бізнес має можливість виробляти якісний матеріал, забезпечувати його прозору реалізацію та дистрибуцію усередині країни, а також легко експортувати
- **Міжнародні гравці** | У разі створення зручних та прозорих умов для виробництва креативних продуктів на нашій території збільшується кількість колаборацій представників іноземних компаній з вітчизняними митцями
- **Уряд** | Розвиток креативних індустрій допомагає країні реалізувати свій культурний потенціал, забезпечити присутність на міжнародних подіях та виставках

ВПЛИВ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ НА ЕКОНОМІКУ ЗАГАЛОМ

- Креативні індустрії мають **комплексний та транссекторальний характер**, що впливає на економічний та соціальний розвиток
- Україна у рейтингу Global Innovation Index в категорії «Креативне виробництво» має **високий бал (29,9) та займає 44 місце**
- Технологічний та економічний розвиток поступово змінює основи галузі. Багато країн стали свідками зростання кількості робочих місць, які вважаються «креативними», а також збільшенням креативних складових у різних професіях та системі освіти
- Україна має потенціал для експорту креативних послуг. Наразі активними імпортерами наших послуг є країни Азії та Європи

Джерело: Центр економічного відновлення, Global Innovation Index, ДССУ



Структура секторального піднапрямку «Креативні індустрії»



ПРІОРИТЕТИ

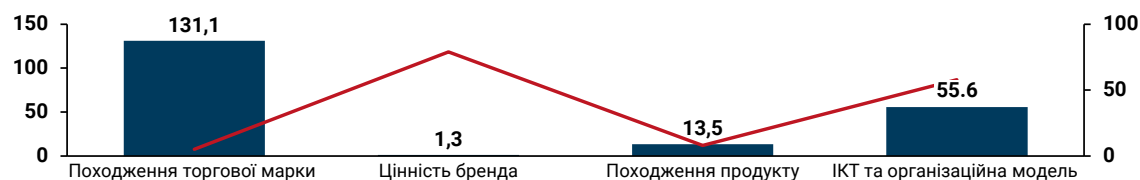
1. Підвищення рівня соціальної активності та культурного розвитку громадян
2. Створення умов для підвищення прибутковості економічної діяльності представників креативних індустрій
3. Розширення доступу підприємців креативних індустрій до інструментів фінансування
4. Створення сприятливих умов для реалізації талантів та потенціалу митців



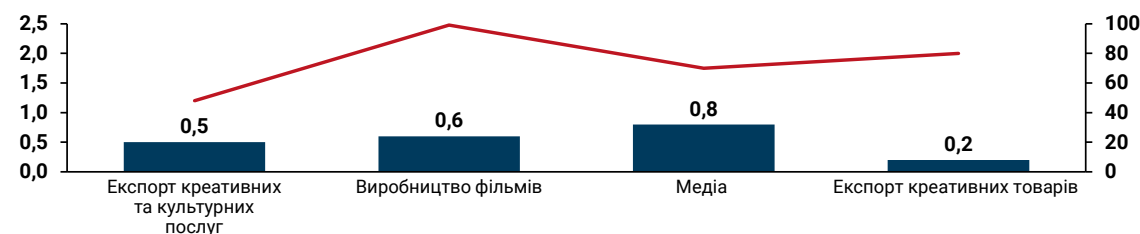
AS IS: (1) Поточний рівень розвитку **креативних індустрій** в Україні: компонент Creative Output в Global Innovation Index

КОМПОНЕНТИ CGI

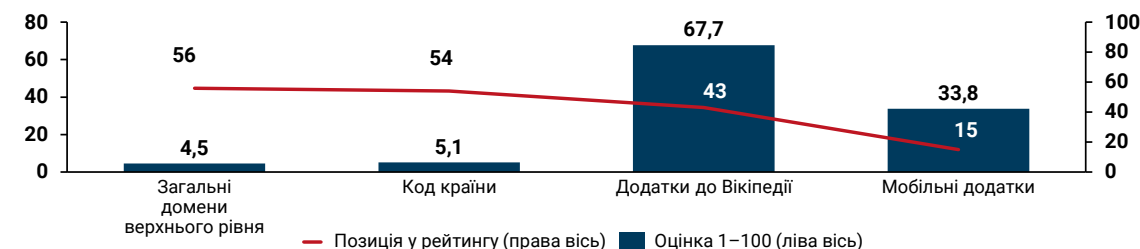
Рейтинг GCI 2019, компонент «Нематеріальні активи»



Рейтинг GCI 2019, компонент «Креативні товари та послуги»



Рейтинг GCI 2019, компонент «Онлайн креативність»



— Позиція у рейтингу (права вісь) ■ Оцінка 1-100 (ліва вісь)

КОМЕНТАРИ

- Децентралізація створила можливість відновити культурний сектор на всій території країни, зокрема, його інфраструктуру та моделі управління, **наближення процесів прийняття рішень до громадян.**
- Згідно зі складовою GCI Creative Output три найбільш конкурентоспроможні напрямки для України включають (1) **торгову марку**, (2) **дизайн та регіональне походження товарів** і (3) **ІКТ послуги у напрямку креативних індустрій.**
- Міжнародна маркетингова кампанія українського Уряду Ukraine Now **дала поштовх для індустрії** та стимулювала виробників використовувати українську айдентику на міжнародному рівні.
- Україна зарекомендувала себе як достойний гравець ринку ІТ-технологій, а саме: у розділі «Креативні індустрії» – **розробка мобільних додатків та комп'ютерних ігор.**
- Україна має багато регіональних особливостей для вироблення унікальних продуктів з чітко встановленим **регіональним походженням товарів** та виробів. До прикладу, наприкінці жовтня 2020 року статус географічних зазначень отримали петриківський розпис та кролевицькі рушники.

Джерело: Центр економічного відновлення, Global Innovation Index 2019



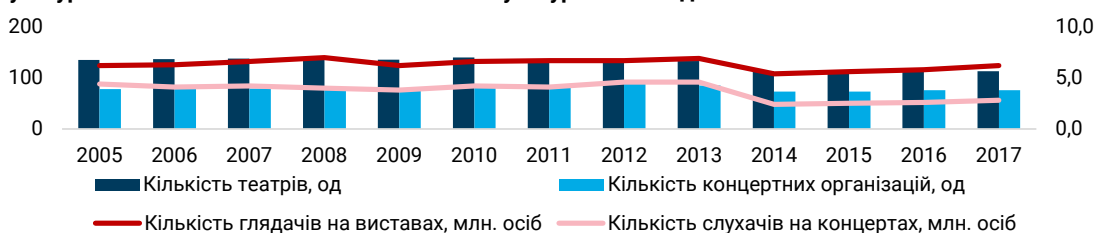
AS IS: (2) Поточний рівень розвитку креативних індустрій в Україні: динаміка розвитку креативних індустрій

РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ¹

Обсяги реалізованих креативних послуг, млрд грн



Культурна активність населення та кількість культурних закладів



Кількість друкованих і періодичних видань та їх тиражі



КОМЕНТАРІ

- У країні відзначаються **низькі витрати населення на культуру**, що становлять близько 2% споживчих витрат. Серед іншого, на зниження культурної активності вплинули кризові події 2013–2014 років.
- Наразі в Україні існує тренд створення креативних хабів, які об'єднують креативні та ділові спільноти. Це, насамперед, цифрові платформи та віртуальні мережі, коворкінги, бізнес-інкубатори або акселератори, fab lab та міські лабораторії.
- Багато з новостворених хабів **фокусують свою діяльність навколо сфери ІКТ**: креативні індустрії також є частиною цих екосистем. Менша частка таких хабів орієнтована на мистецтво або інвестує в проекти, які спрямовані на соціальне підприємництво.
- Культурні установи вимагають **нових управлінських та бізнес-моделей**, щоб виступати як ефективні координаційні центри для культурних проектів.
- Незважаючи на **позитивне сальдо в зовнішній торгівлі** в креативних товарах та послугах, під час просування експорту та фінансування креативних індустрій інвестори стикаються з рядом проблем: невеликі розміри більшості креативних організацій, переважно нематеріальні активи, джерела їх доходів, залежність від прав інтелектуальної власності як фактора зростання, слабкі управлінські навички, відсутність знань і контактів у ділових колах.

Джерело: Центр економічного відновлення, ДССУ

¹ ІКТ сектор детально розглядається в напрямку «Інформаційно-комунікаційні технології».



Поточні бар'єри секторального піднапрямку «Креативні індустрії»

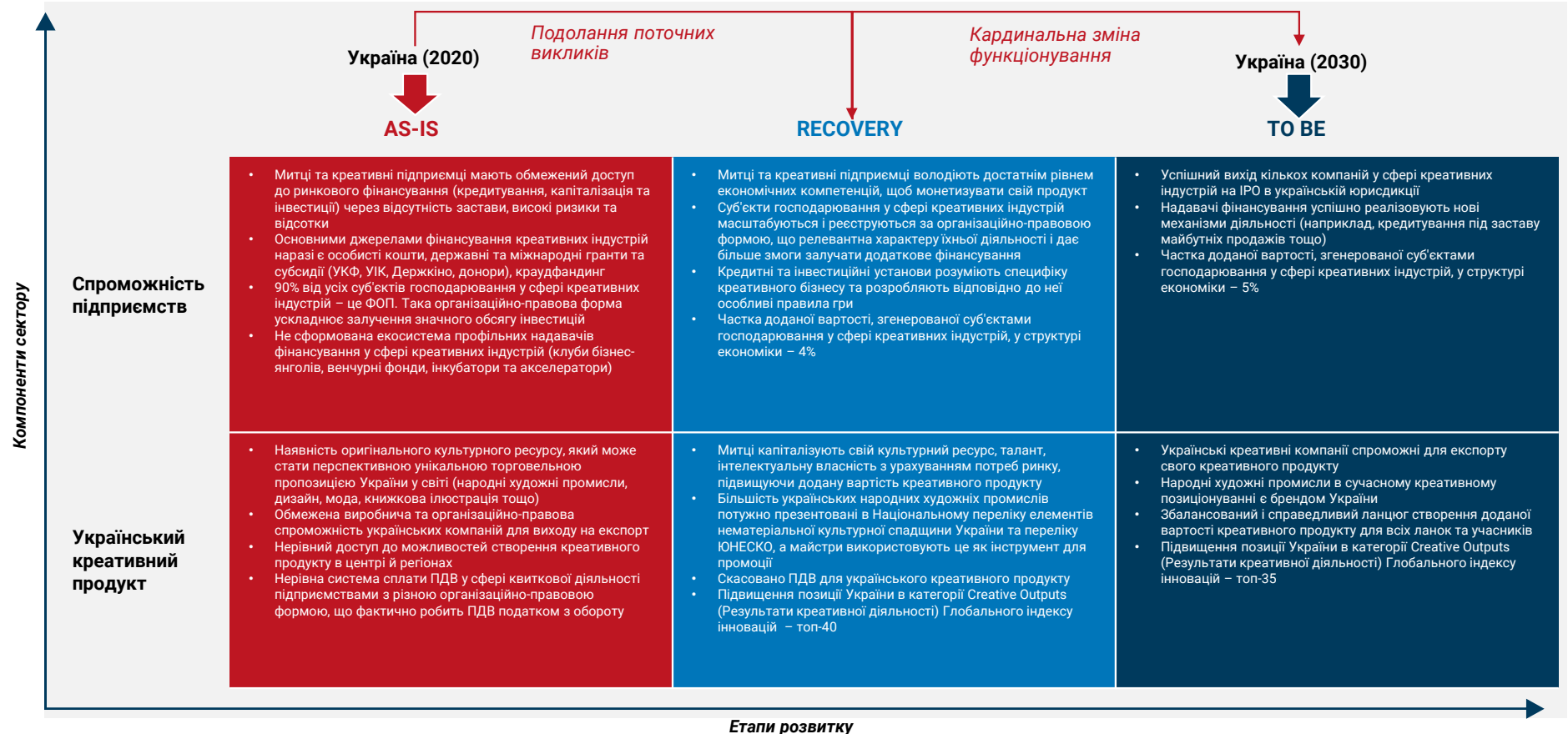
Створення	Виробництво	Дистрибуція	Споживання та участь
<ul style="list-style-type: none">• Низький рівень освітніх можливостей Застарілі методології та матеріали для навчання креативним професіям, низький рівень інтеграції креативних підходів і поєднання навчання та практики• Нерозвинені платформи для реалізації Мала кількість платформ для реалізації та демонстрування таланту, відсутні соціальні ліфти• Низька залученість діячів Низький показник поширення участі професіоналів у галузі культури у формулюванні та впровадженні культурної політики, заходів та програм, які їх стосуються• Низькі стимули до реєстрації діяльності Велика кількість митців продовжують працювати в тіні та не реєструють свою економічну діяльність	<ul style="list-style-type: none">• Проблеми з початковим капіталом Обмежений доступ до дешевого орендного обладнання та фінансових ресурсів для реалізації ідей• Бар'єри для фінансування Брак законодавства про спонсорство та меценатство, який би забезпечував пільгові умови для бізнесу, що підтримує культурні проєкти• Бар'єри для міжнародної співпраці Недостатньо ефективне регулювання спільних міжнародних проєктів у кіноіндустрії та музиці, неуніфіковане законодавство, непривабливі умови та механізми заохочення до міжнародної співпраці	<ul style="list-style-type: none">• Низька забезпеченість інфраструктурними об'єктами Проведення концертів, заходів та фестивалів залежить від багатьох чинників, на які важко впливати або нівелювати• Неефективне регулювання Недосконалий механізм контролю виконання законів про захист інтелектуальної власності та нематеріальних активів, відсутній механізм захисту продукту від плагіату та незаконного поширення, брак законодавства щодо сертифікації національної продукції	<ul style="list-style-type: none">• Низькі культурні витрати населення Частка доходу, яка може бути використана на дозвілля, мала порівняно з розвиненими країнами• Низька активність споживача Низький рівень споживання культурної продукції та участі в культурі демонструє розрив між попитом та пропозицією на ринку креативної економіки• Піратство Легкий доступ до безкоштовного нелегального контенту робить піратство основним методом споживання контенту• Наявність стереотипів Упереджене ставлення до українського продукту та наявність стереотипів про низьку якість вітчизняного контенту
Митці не отримують навичок, необхідних сучасним тенденціям, та не мають відповідних можливостей для їх реалізації	Відсутній контроль за гравцями ринку та якістю наданих послуг	Автор контенту не має належного на законодавчому рівні захисту створеного продукту	Споживачі мало зацікавлені в культурному житті та нечасто дозволяють собі витратити на це гроші

Джерело: Центр економічного відновлення



Бачення розвитку секторального піднапрямку «Креативні індустрії»

МАТРИЦЯ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ



Джерело: Центр економічного відновлення

Етапи розвитку



Бачення розвитку: (1) **Спроможність підприємств**

ПОТРЕБА У ЗМІНАХ

Відповіді на поточні виклики

1. **Фінансова спроможність** | 1. Внести зміни до програми 5-7-9: введення опції інтелектуальної власності як застави для отримання кредиту.
 2. **Компетенційна спроможність** | 1. Сформувати засади для створення креативних хабів з метою підтримки креативного бізнесу та створення конкурентоспроможного локального креативного продукту через проведення програм інкубації та акселерації, надання менторських послуг. 2. Створити умови для запуску навчальних можливостей з метою підвищення рівня підприємницьких навичок митців та вдосконалення компетентностей професіоналів у сфері креативних індустрій (у форматі тренінгів, навчальних курсів тощо)
3. Створити та забезпечити функціонування Ради з розвитку креативних індустрій при Президентові України для адвокації збалансованого розвитку екосистеми креативних індустрій.
-

Кардинальна зміна функціонування

1. **Фінансова спроможність** | 1. Сприяти формуванню інституту фінансових посередників у сфері креативних індустрій (синдикати бізнес-яголи, консультаційні центри, фонди тощо).
2. **Компетенційна спроможність** | 1. Створити та забезпечити ефективне функціонування інституційних органів, спрямованих на розвиток креативних індустрій (зокрема офісу розвитку креативних індустрій)



Бачення розвитку: (2) Український креативний продукт

ПОТРЕБА У ЗМІНАХ

Відповіді на поточні виклики

1. **Грантова підтримка** | 1. Розширити грантові можливості, що надаються державними інституціями у сфері креативних індустрій, в напрямку підвищення конкурентоспроможності, інклюзивності, інноваційності, доданої вартості креативного продукту, зокрема регіонального, який створюється в результаті грантового державного фінансування
2. **Стимулювання розвитку** | 1. Розробити державну програму розвитку народних художніх промислів, яка запропонує нову економічну модель стимулювання НХП як сектору креативних індустрій і допоможе розкрити їхній експортний, туристичний, регіональний потенціал. 2. Створити умови для повноцінного функціонування системи кеш рибейтів для іноземних виробників кіно в Україні
3. **Маркетинг та брендинг** | 1. Створити умови для брендування виробів українських ремесел через механізм географічних зазначень і маркування.

Кардинальна зміна функціонування

1. **Освіта** | 1. Розробити механізми інтеграції креативних підходів та методів в освіту, що передбачає державне фінансування для знайомства і залучення школярів до інноваційних креативних практик (VR, AR, 3D-друк тощо).
2. **Стимулювання розвитку** | 1. Розробити секторальні політики для перспективних секторів креативних індустрій в Україні, що виробляють креативний продукт у сферах: (а) дизайну (створення Ukrainian Design Week, музею дизайну, освітніх програм дизайн-мислення для недизайнерів, промоція українського дизайну на міжнародних заходах, зокрема London Design Biennale), (б) концертній діяльності (оновлення Закону України «Про гастрольну діяльність», перехід на безготівкову систему оплати квитків для виведення ринку з тіні, податок на репатріацію тощо).



Сфера послуг



Візія, стратегічна мета, індикатори та пріоритетні кроки напрямку «Сфера послуг»

ВІЗІЯ НАПРЯМКУ: Україна – великий споживчий ринок з високоякісними послугами

Зв'язок із стратегічними індикаторами економічної візії	Прямий вплив – Експорт товарів та послуг, реальний ВВП, додана вартість на працівника Другорядний вплив – Прямі іноземні інвестиції, бюджет			
Стратегічна мета	1. Врегулювати та забезпечити прозорість будівельної галузі та ринку нерухомості	2. Забезпечити розвиток інноваційних торгових відносин, що гарантують високу якість товарів споживачам	3. Забезпечити високоякісні та конкурентні поштові послуги для громадян та бізнесу	4. Створити легалізований та детінізований ринок якісних персональних послуг, а також конкурентоздатний сектор професійних послуг
Стратегічні цілі	<ul style="list-style-type: none">Забезпечити прийняття 50% рішень щодо забудов на конкурсній основіПеревести 100% дозвільних процедур в електронний форматТермомодернізувати 25% житлового фонду та 20% будівель бюджетних установОновити 100% старого та аварійного житлаПодвоїти площу нового житла, введеного в експлуатацію (порівняно з 2019 роком)	<ul style="list-style-type: none">Збільшити покриття торговельної площі до 0,6 квадратних метрів на особуПідвищити продуктивність праці до 20 000 дол. США на працівникаЗбільшити частку e-commerce в роздрібних продажах до 20%Ввійти до топ-30 країн за UNCTAD B2C E-commerce indexЗабезпечити зростання внутрішнього ринку електронної комерції +100% на рік.	<ul style="list-style-type: none">Забезпечити наявність 100% усіх адрес в єдиному електронному реєстріЗабезпечити збільшення використання поштових послуг для купівлі товарів (до 15 млрд дол. США)	<ul style="list-style-type: none">Вивести з тіні до 500 тисяч робочих місцьЗбільшити зайнятість у сфері ЗЦО (Загальні центри обслуговування) до 300 тис. осібЗбільшити обсяг експорту професійних послуг до 15 млрд дол. США
Пріоритетні кроки для досягнення цілей напрямку	<ul style="list-style-type: none">Забезпечення публічності документації із землеустрою та оцінки земельВизначення Генеральної схеми планування території УкраїниОбов'язкове страхування відповідальності забудовникаЗапровадження недержавних механізмів управління якістю в будівництвіЗапуск програми з реновації старого житлового фонду	<ul style="list-style-type: none">Очищення ринку від продукції, ввезеної з порушенням митних правил та контрабандоюЗабезпечення інвестиційних умов для розвитку торговельних мереж та площСтворення сприятливого середовища для інвестицій у R&D розробкиВирішення логістичних та інфраструктурних проблем	<ul style="list-style-type: none">Гармонізація законодавства з положеннями ЄСЗабезпечення рівних умов гри на ринку доставкиВизначення переліку, стандартів та умов надання універсальних послуг через механізм публічних закупівельЗбільшення спроможності поштової інфраструктури	<ul style="list-style-type: none">Створення стимулів для виходу підприємств із тініПрийняття ремісничого законодавства та ефективної моделі оподаткуванняПросування України як хабу для Shared Service Centres

Джерело: Центр економічного відновлення