

## ПРИНОСЪТ НА КРЕАТИВНИТЕ ИНДУСТРИИ ЗА РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА ПРЕЗ ПРИЗМАТА НА ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ СЪС СТОКИ

Доц. д-р Галина Захариева, катедра „Международни  
икономически отношения”, СА „Д. А. Ценов” – Свищов

*Резюме:* Настоящия доклад е посветен на креативните индустрии и търговията с креативни стоки. Той проследява основни тенденции в динамиката и структурата на износа и вноса на творчески продукт за периода 2007-2015 г. за България, а също и други показатели за оценка потенциала на творческите индустрии.

*Ключови думи:* креативна икономика, външна търговия

### 1. Въведение

В съвременната глобална икономика креативните индустрии се смятат за индустрии с голям потенциал за развитието и растежа на икономиките (развити и развиващи се). Според доклада на UNCTAD<sup>1</sup> за креативната икономика от 2010 г. световната финансова и икономическа криза генерира спад в световното търсене и свиване на международната търговия с 12 %. В същото време световният износ на творчески стоки и услуги бележи нарастване и през 2008 г. достига 592 милиарда щ. д., надвишавайки два пъти нивото от 2002 г.<sup>2</sup> През 2011 г. световната търговия с творчески стоки и услуги възлиза на 624 млрд. щ.д. За периода 2002-2011 г. се отчита средногодишен процент на нарастване от 8,8%. Целта на настоящия доклад е да се проследи развитието и да се очертаят тенденциите във външната търговията със стоки на креативните индустрии на България, включително да се анализират възможностите за принос в развитието на националната икономика.

<sup>1</sup> Конференцията на ООН за търговия и развитие.

<sup>2</sup> United Nations, UNDP, UNESCO. Creative Economy Report 2013. (<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>)

## 2. Теоретико-методологична рамка

Понятието творчески индустрии води своето начало от 90-те години на 20-ти век. За първи път се употребява през 1994 г. в Австралия в рамките на доклада „Творческа нация”. След това през 1997 г. се използва от британски политици, когато се създава специално звено „Творчески индустрии” към Министерството на културата, медиите и спорта. С течение на времето терминът се разширява, като то надрасква обхвата на „културните индустрии”<sup>3</sup>. Към класическите елементи като филмова индустрия, книгоиздаване, радио и телевизионна индустрия, звукозапис, мултимедии се добавят и елементи от индустрията за забавления, дизайнерската мода, а също рекламата, архитектурата, дизайнът, антиквариатът и занаятите и сценичните изкуства.<sup>4</sup> През последните години са създадени редица модели, които обясняват творческите индустрии в съдържателен аспект<sup>5</sup>.

Идеята за използване потенциала на творческите индустрии има силно отражение както в основните политики и стратегии на ЕС, така и на национално равнище. На равнище Съюз тя се свързва с Лисабонската стратегия, Стратегията „Европа 2020” и редица планове и програми. На национално равнище могат да се посочат Иновационната стратегия за интелигентна специализация на Република България 2014-2020 г., Националната стратегия за развитие на творческите индустрии в България и др.

В поредицата публикации, посветени на креативните индустрии, се коментират множество аспекти на въздействие върху развитието на икономиките. Разбира се приносът им за икономическото развитие се определя на база редица показатели като брой предприятия, брой заети, размер на създадената добавена стойност, обем на външната търговия. За целите на анализа на външната търговия е използвана статистическата база данни на Обединените нации (UN Comtrade), Хармонизираната система (HS07), като данните за отделните групи са на трето равнище на дезагрегация. По отношение на световната търговия със стоки на креативните индустрии са използвани данните и групировките на UNCTADSTAT.

<sup>3</sup> Заб. За една от най-пълните дефиниции за креативните индустрии се смята дадената от UNCTAD.

<sup>4</sup> Томова, Б., Андреева, Д. Културните и творчески индустрии - фактор за устойчиво развитие и икономически растеж – 2011. С.2 (<http://www.president.bg/docs/1352301215.pdf>, последно видян 30.09.2016).

<sup>5</sup> За подробности вж. United Nations, UNDP, UNESCO. Creative Economy Report 2013. (<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>).

### 3. Развитие на търговията със стоки на творческите индустрии на България

Външната търговия на България със стоки на креативните индустрии има сравнително малък относителен дял в общия стокообмен с други страни. В рамките на периода 2007-2015 г. външнотърговският обмен с творчески продукти бележи спад през 2009 г. След тази година експортът отбелязва стабилни темпове на нарастване и през 2015 г. възлиза на около 459 млн. щ.д. По-различна е траекторията на движение на вноса, която отчита както нарастване, така и намаляване в стойностно изражение. В края на периода импорта на креативни продукти възлиза на 571 млн. щ.д. Положителната тенденция, която се установява при износа на стоки на творческите индустрии, не се потвърждава от данните за относителния им дял в общия износ (вж. Табл. 1).

Според статистическите данни за периода 2003 – 2012 г. относителните дялове на износа на стоки на творческите индустрии в глобален мащаб сочат, че най-голям принос имат дизайнерските продукти, чийто дял нараства от 57% през 2003 на 60% през 2012 г.<sup>6</sup>, следвани от принадлежащите към „Нови медии” (9%), „Издателство” (8%), „Визуални изкуства” (8%), „Аудио визуализации” (7%), „Художествени занаяти” (7%) и „Сценични изкуства” (1%).

**Таблица 1.** Дял на износа и вноса на креативни стоки на България в общия обем износ и внос

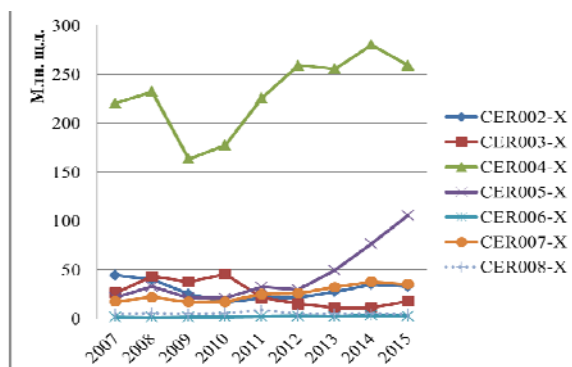
Търговски поток	Относителен дял (%)									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Износ</b>	1,8	1,7	1,6	1,4	1,2	1,3	1,3	1,5	1,8	
<b>Внос</b>	2,2	2,1	2,3	2,1	1,8	1,6	1,7	1,8	2,0	

От Фиг. 1<sup>7</sup> и Фиг. 2 се вижда, че в абсолютна стойност и в процент водещо място в износа на България на стоки на творческите индустрии има групата „Дизайн”, следвани от „Нови медии”, а най-малък е този на продукти, спадащи към „Визуални изкуства” и „Сценични изкуства”. В по-детайлизиран вид трябва да се отбележи, че за периода 2007-2015 г. сериозно нараства износа на „видеоигри” (от 5,605 на 22,64%), а значително намалява този на „прежди” (от 10,57% на 2,31%). С най-голям дял е била и си остава групата на интериорните стоки, въпреки спада от 34% на 29% на относителен дял в общия износ на творчески продукти. Другата важна група в износа

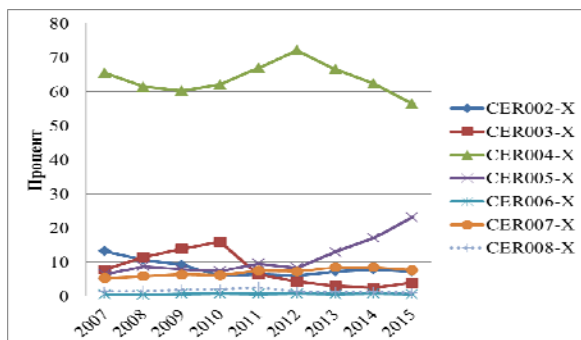
<sup>6</sup> По данни на UNCTADSTAT. Данните са достъпни само за посочения период.

<sup>7</sup> CER002-Художествени занаяти; CER003 –Аудио визуализации; CER004 - Дизайн; CER005 -Нови медии; CER006 -Сценични изкуства; CER007 - Издателство; CER008 - Визуални изкуства.

е „мода”, чийто дял през 2015 г. възлиза на близо 16% от обема на експортираните стоки на творческите индустрии. (вж. Фиг.1 и Фиг.2).

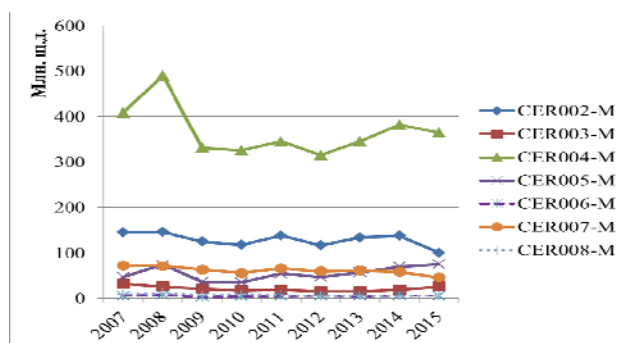


**Фиг. 1.** Динамика на износа на творчески стоки на България по основни групи

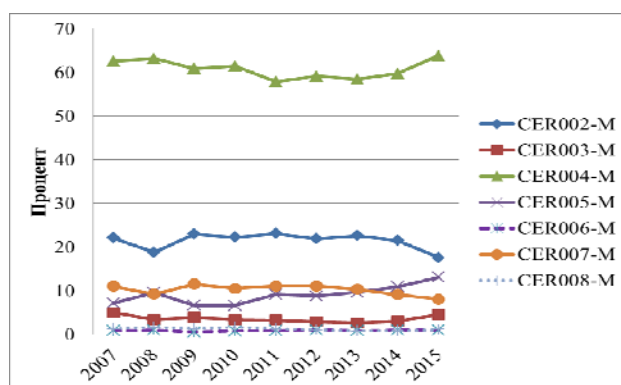


**Фиг. 2.** Дял на групите творчески стоки на България в общия износ на креативни стоки

По отношение на вноса на стоки на творческите индустрии данните сочат, че въпреки флукутиращите абсолютни стойности групата с най-голям дял в импорта е групата на дизайнерските стоки, следвана от тези на художествените занаяти, издателската дейност и отнасящите се към нови медии (вж. Фиг. 3 и Фиг. 4).



Фиг. 3. Динамика на вноса на креативни стоки на България по основни групи



Фиг. 4. Дял на групите креативни стоки на България в общия внос на креативни стоки

През 2015 г. с най-голям относителен дял са стоките формиращи групата „Интерииор” (19,7%), следвани от тези спадащи към „Мода” (18,5%), „Играчки” (14,4%), „Прежди” (13,3%) и „Видеоигри”(10,2%).

В Иновационната стратегия за интелигентна специализация на Република България 2014-2020 г. се посочва, че творческите индустрии в България отчитат по-добро развитие в сравнение с други сектори на икономиката. За периода 2008-2012 г. броят на предприятията от творческите индустрии се е увеличил с 23,5%, добавената стойност също е нараснала с 23,5%, а заетостта с 13,7%.<sup>8</sup> През 2012 г. предприятията от творческите индустрии в България наброяват 21 812 или съставляват 7,1% от всички предприятия.

<sup>8</sup> За сравнение броят на предприятията за цялата икономика се е увеличили с 10,6%, добавената стойност с 0,7%, а заетостта е намаляла с -9,6%.

През 2008 година този дял е бил 6.3%. Броят на заетите е 88 700 души или 5% от всички заети в предприятията, спрямо 3.9% през 2008 г. Добавената стойност през 2012 г. възлиза на 7.6% от добавената стойност, създадена от всички предприятия, т.е. с 1,4 % повече в сравнение с 2008 г.<sup>9</sup> В същото време прогнозите за развитието на индустриите предвиждат до 2020 г. 10% принос към БВП.

### **Изводи**

Търговията с творчески стоки заема все още малък дял във външнотърговския стокообмен на страната, въпреки нарастването на абсолютната стойност на износа и вноса. Като цяло вносът на творчески продукти, все още изпреварва износа. Заложените мерки чрез поредицата от стратегически документи за развитие на България създават предпоставки за повишаване приноса на креативните и творчески индустрии за икономическото развитие, но техният ефект вероятно ще се отрази в бъдещ период. Най-голям дял в износа и вноса заемат стоките формиращи групата „Дизайн”. Като най-динамична се очертава търговията с видеоигри, попадаща в категорията нова медия.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Иновационна стратегия за интелигентна специализация на Република България 2014-2020. ([https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/innovations/ris3\\_15\\_10\\_2015bg.pdf](https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/innovations/ris3_15_10_2015bg.pdf)).
2. [files/useruploads/files/innovations/ris3\\_15\\_10\\_2015bg.pdf](https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/innovations/ris3_15_10_2015bg.pdf)).
3. Томова, Б., Андреева, Д. Културните и творчески индустрии - фактор за устойчиво развитие и икономически растеж – 2011. С.2 (<http://www.president.bg/docs/1352301215.pdf>, последно видян 30.09.2016).
4. United Nations, UNDP, UNESCO. Creative Economy Report 2013. (<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>).
5. Creative Economy Reports 2008, 2010.

---

<sup>9</sup> Вж. Иновационна стратегия за интелигентна специализация на Република България 2014-2020 г., сс. 22-23. ([https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/innovations/ris3\\_15\\_10\\_2015bg.pdf](https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/innovations/ris3_15_10_2015bg.pdf), последно видян на 30.09.2016)