



Monika Znojek*

Uniwersytet Szczeciński

HANDEL WEWNĄTRZREGIONALNY PRODUKTAMI KULTURY I PRZEMYSŁÓW KREATYWNYCH WYBRANYCH UGRUPOWAŃ INTEGRACYJNYCH

Streszczenie

Celem artykułu jest określenie tendencji rozwoju handlu wewnątrzregionalnego w obrotach produktami kultury i przemysłów kreatywnych (CCI) wybranych ugrupowań integracyjnych. Do oceny zmian w handlu wewnątrzregionalnym produktami CCI wykorzystano udziały handlu wewnątrzregionalnego w obrotach oraz wskaźniki intensywności handlu wewnątrzregionalnego. Z przeprowadzonych badań wynika, że w okresie 2005–2015 w trzech z czterech analizowanych stowarzyszeń (UE, NAFTA i ASEAN) handel dobrami CCI ukierunkowany był na członków ugrupowania, natomiast w jednym z nich (MERCOSUR) – na zewnątrz. Udział handlu wewnątrzregionalnego w handlu produktami CCI w badanych ugrupowaniach kształtował się trwale na niższym poziomie niż w ich obrotach ogółem. UE-25, MERCOSUR I NAFTA wykazywały także niższą intensywność obrotów wewnętrznych dobrami CCI niż obrotów towarowych ogółem, natomiast w ASEAN w niektórych latach badanego okresu intensywność handlu wewnątrzregionalnego produktami CCI przewyższała intensywności handlu wewnętrznego ogółem. Za jedną z przyczyn mniejszej roli handlu wewnętrznego w wymianie produktów CCI niż w wymianie całkowitej można uznać niższy poziom liberalizacji obrotów dobrami CCI niż towarami ogółem, wynikający ze specyfiki polityki handlowej w sferze wymiany produktami CCI.

* Adres e-mail: monika.znojek@gmail.com

Słowa kluczowe: handel międzynarodowy, handel wewnątrzregionalny, polityka handlowa, przemysły kreatywne, przemysły kultury, regionalizm, regionalne ugrupowania handlowe

Wprowadzenie

Do podstawowych mechanizmów funkcjonowania międzynarodowej integracji gospodarczej należy likwidacja barier w przepływach towarów, usług i czynników produkcji. Bezpośrednim celem liberalizacji przepływów jest rozwój powiązań ekonomicznych między uczestnikami procesu integracji, w tym – zazwyczaj w pierwszej kolejności – intensyfikacja przepływów towarowych między członkami porozumień integracyjnych. Tendencje rozwoju handlu wewnątrzregionalnego (wewnętrznego) są zatem ważnym wskaźnikiem poziomu liberalizacji obrotów handlowych i zaawansowania procesu integracji w regionalnych ugrupowaniach integracyjnych.

Celem artykułu jest identyfikacja tendencji rozwoju handlu wewnątrzregionalnego produktami kultury i przemysłów kreatywnych (CCI) wybranych ugrupowań integracyjnych w latach 2005–2015.

W pierwszej części opracowania przedstawiono specyfikę polityki handlowej w sferze obrotów produktami CCI jako konsekwencję szczególnego charakteru dóbr kulturalnych i kreatywnych. W kolejnej zaprezentowano przyjętą w pracy metodologię badań, trzecia część zawiera wyniki przeprowadzonej analizy i ich interpretację.

1. Specyfika produktów kultury i przemysłów kreatywnych jako przesłanka ograniczeń w liberalizacji handlu

Sektor kultury i przemysłów kreatywnych (CCI) definiowany jest za pomocą wielu, często niejednoznacznych pojęć. Najczęściej przytaczanym w literaturze przedmiotu, jednakże dość ogólnym ujęciem CCI, jest określenie ich jako obszarów działalności gospodarczej, w których indywidualna kreatywność jest cechą charakterystyczną produktu będącego jej wynikiem (Kasprzak, 2013, s. 36). Zdefiniowanie CCI jest o tyle trudne, że jest to szczególnie zróżnicowany obszar gospodarki i aby osiągnąć możliwie najlepszą czytelność pojęcia, należy wyróżnić wpisujące się w nie branże. Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto klasyfikację zaproponowaną

nowaną przez UNCTAD, gdzie wyróżnia się cztery filary CCI: dziedzictwo narodowe, sztukę, media oraz twórczość użytkową. Na potrzeby statystyk dotyczących międzynarodowych obrotów handlowych obszary działalności CCI sklasyfikowano w siedmiu grupach towarowych: rękodzieło artystyczne, wydawnictwa, sztuki audiowizualne, sztuki wizualne, sztuki performatywne, design (wzornictwo), nowe media (UNCTAD, 2018).

Twórczość kulturalna jest jednym z wzbudzających dyskusję zagadnień podejmowanych na forum Światowej Organizacji Handlu (WTO). Wiele państw odmawia otwarcia swoich rynków argumentując, że ochrona krajowych przemysłów kultury jest niezbędna do zachowania tożsamości narodowej (Formentini, Iapadre, 2007, s. 2). Kontrowersje wokół międzynarodowego handlu produktami związanymi z kulturą stały się przyczyną powstania idei „wyjątku kulturowego” (ang. *cultural exception*), czyli postulatu politycznego, zgodnie z którym dobra i usługi z dziedziny kultury mają szczególny charakter, wykraczający poza ich walory czysto komercyjne i zgodnie z poglądami zwolenników tej koncepcji nie powinny być poddawane liberalizmowi handlowemu (Urząd Publikacji Unii Europejskiej). Termin „wyjątek kulturowy”, w szczególności w kwestii produktów audiowizualnych, został po raz pierwszy omówiony na szczeblu międzynarodowym podczas negocjacji Rundy Urugwajskiej GATT z 1993 roku. W wyniku debat wokół porozumienia w sprawie handlu usługami GATS, do umowy włączono branżę wydawniczą i teatralną, pozostawiając kwestię regulacji wymiany handlowej sektora audiowizualnego umowom pomiędzy stronami (Bartsch, 2014, s. 4–5).

Państwa ASEAN prowadzą wspólną, stosunkowo liberalną wewnętrzną politykę handlową w stosunku do produktów CCI. Zgodnie z pkt. 3.6. *Deklaracji Jedności w Zakresie Różnorodności Kulturowej w Kierunku Wzmocnienia Wspólnoty ASEAN* z 2011 roku, państwa członkowskie mają za zadanie wspierać i promować produkty przemysłu kulturalnego w celu ich komercjalizacji na rynku krajowym i międzynarodowym (ASEAN, 2011). Pomimo tego, kwestia wyjątku kulturowego pojawia się w porozumieniach zawieranych przez ASEAN z państwami zewnętrznymi. Przykładowo, umowa o wolnym handlu z Australią i Nową Zelandią zawiera klauzulę wykluczającą ogromną kategorię dóbr i usług kulturalnych z zakresu umowy (m.in. rzemiosło, dzieła sztuki, literaturę, film, muzykę, taniec, a nawet kulturowe dobra cyfrowe) (UNESCO, 2017, s. 77).

Pomimo tego, że w przypadku handlu wewnątrzspółnotowego stosowanie importowych ograniczeń ilościowych oraz środków o skutku równoważnym jest zakazane, zgodnie z art. 36 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, nie stanowi to przeszkody w stosowaniu zakazów lub ograniczeń w celu ochrony narodowych dóbr kultury o wartości artystycznej, historycznej lub archeologicznej. Stosując wyjątek kulturowy, zwolniono więc ze stosowania przepisów o wolnym handlu sektor CCI, co uprawnia państwa członkowskie do nakładania ograniczeń na import produktów sektora kultury (Unia Europejska, 2018).

Państwa MERCOSUR, podobnie jak Unia Europejska, wspierają koncepcję wyjątku kulturowego. Pierwsza wzmianka na ten temat pojawiła się w umowie o liberalizacji inwestycji transgranicznych z 1994 roku. – Państwa partnerskie zobowiązały się do otwarcia rynków na inwestycje pozostałych krajów członkowskich, jednak przemysły kultury zostały w znacznej mierze wyłączone z tego porozumienia. W załączniku do porozumienia określono branże objęte wyjątkiem kulturowym dla każdego z członków MERCOSUR: Brazylia wykluczyła z umowy przemysł radiowy, telewizyjny i telekomunikacyjny, w Paragwaju i Urugwaju wyłączono sektory radiowe, telewizyjne, wydawnicze i telekomunikacyjne, natomiast Argentyna, której rząd przyjął bardziej otwartą politykę wobec inwestorów zagranicznych, nie wprowadziła żadnych obostrzeń (Galperin, 1999). Dalsze debaty dotyczące polityki kulturalnej poskutkowały zatwierdzeniem Protokołu Integracji Kulturalnej, którego prymarnym celem było zapewnienie ram prawnych dla integracji kulturowej w ramach bloku, dzięki wprowadzeniu m.in. preferencji celnych dotyczących dóbr kultury (tzw. pieczęć kulturowa MERCOSUR), które umożliwiają swobodny obrót towarami przeznaczonymi na wystawy organizowane podczas wydarzeń kulturalnych (Galperin, 1999).

Debaty wokół handlu zagranicznego produktami kultury, w obrębie umowy NAFTA, sięgają porozumienia o wolnym handlu zawartego w 1989 roku pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a Kanadą. Po długich negocjacjach Kanada zdołała doprowadzić do zapisu art. 2005 wykluczającego z umowy dobra kultury, zastrzegając przy tym możliwość podjęcia wobec protekcyjizmu kulturowego środków o równoważnym skutku handlowym, co miało znaczenie przede wszystkim dla USA. Zanim rozpoczęto negocjacje w kwestii włączenia do porozumienia Meksyku wiadomym już było, że Kanada nie zamierza zgodzić się na ewentualne zmiany w umowie w zakresie wymiany handlowej dobrami kultury. Meksykańscy nego-

cjatorzy co prawda bezpośrednio nie popierali stanowiska Kanadyjczyków, jednak stwierdziwszy, że kwestia włączenia przemysłów kultury do umowy o wolnym handlu ma dla ich państwa niewielkie znaczenie, ostatecznie zdecydowali o braku zmian w tym zakresie (Galperin, 1999, s. 631–632). Argumentem przemawiających za pozostawieniem wyjątku kulturowego w porozumieniu NAFTA do dziś są ekonomiczne konsekwencje konkurowania z największym na świecie przemysłem audiowizualnym stworzonym w Stanach Zjednoczonych oraz obawa przed zwiększoną penetracją kulturową USA, co mogłoby przełożyć się na rozprzestrzenienie amerykańskiego stylu życia jako wzoru do naśladowania (Gomez, Munoz Larroa, 2014, s. 178).

2. Materiały i metody

Za przedmiot badań przyjęto handel wewnątrzregionalny produktami CCI czterech następujących ugrupowań integracyjnych: ASEAN, UE-25, MERCOSUR i NAFTA (tab. 1). Ograniczenie analiz dla UE do 25 (z 28) krajów członkowskich podyktowane było późniejszym niż początek przyjętego okresu badawczego wstąpieniem wyłączonych krajów (Bułgarii, Rumunii i Chorwacji) do UE.

Tabela 1. Regionalne ugrupowania integracyjne objęte analizą

Regionalne ugrupowanie integracyjne	Państwa członkowskie
Stowarzyszenie Narodów Azji Południowo-Wschodniej (ASEAN)	Birma, Brunei Darussalam, Filipiny, Indonezja, Kambodża, Malesja, Laos, Singapur, Tajlandia, Wietnam
Unia Europejska (UE-25)	Austria, Belgia, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Polska, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy
Wspólny Rynek Ameryki Południowej (MERCOSUR)	Argentyna, Brazylia, Paragwaj, Urugwaj, Wenezuela
Północnoamerykańska Umowa o Wolnym Handlu (NAFTA)	Kanada, Meksyk, Stany Zjednoczone

Źródło: opracowanie własne.

Dla realizacji celu przeprowadzono badania literaturowe, na podstawie których określono specyfikę dóbr CCI i polityki handlowej ugrupowań integracyjnych w obrotach tymi produktami. Aby określić tendencje rozwoju handlu wewnątrzregionalnego produktami CCI obliczono udziały handlu wewnętrznego w całkowitym handlu produktami CCI oraz wskaźniki intensywności handlu wewnątrzregionalnego badanych ugrupowań w poszczególnych latach przyjętego okresu badawczego. Materiał statystyczny wykorzystany w obliczeniach pobrano z bazy danych Konferencji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD). Analizą objęto lata 2005–2015 (dostępne dane statystyczne były w tych przypadkach w miarę pełne).

Do oceny handlu wewnątrzregionalnego zastosowano wskaźnik intensywności handlu wewnątrzregionalnego liczony według poniższego wzoru (Cheong, 2010, s. 6):

$$I_i = \frac{t_{ii}}{t_i} \bigg/ \frac{t_i}{T}$$

gdzie:

I_i – wskaźnik intensywności handlu wewnątrzregionalnego ugrupowania i

t_{ii} – wewnątrzregionalny handel ugrupowania i

t_i – handel ogółem ugrupowania i

T – handel światowy

Wskaźnik intensywności handlu wewnątrzregionalnego definiowany jest jako udział handlu wewnątrzregionalnego podzielony przez udział danego regionu w handlu światowym. Jeżeli wskaźnik ten przyjmuje wartości wyższe od 1, to można stwierdzić, że handel prowadzony w obrębie porozumienia jest bardziej ukierunkowany na członków ugrupowania, natomiast jeśli przyjmuje wartości mniejsze od 1 to region ma większą tendencję do handlu z partnerami spoza ugrupowania (Cheong, 2010, s. 5). Wzrost wskaźnika oznacza, że udział ugrupowania w wewnątrzregionalnych przepływach handlowych rośnie szybciej (spada wolniej) niż jego udział w światowym handlu.

3. Handel wewnątrzregionalny dobrami kultury i przemysłów kreatywnych – wyniki analizy i ich interpretacja

W latach 2005–2015 wartość eksportu i importu dóbr CCI w wybranych regionalnych ugrupowaniach integracyjnych, zgodnie z tendencjami światowymi, wykazywała tendencję rosnącą (tab. 2). Zjawisko nadwyżki eksportu nad importem w całym analizowanym okresie charakteryzuje jedynie grupę krajów ASEAN. W przypadku Unii Europejskiej (UE-25) wzrost eksportu spowodował osiągnięcie dodatniego salda handlu zagranicznego w latach 2013–2015. Zarówno MERCOSUR, jak i NAFTA okazały się być przede wszystkim importerami produktów CCI i wykazywały ujemne saldo handlu zagranicznego w całym analizowanym okresie.

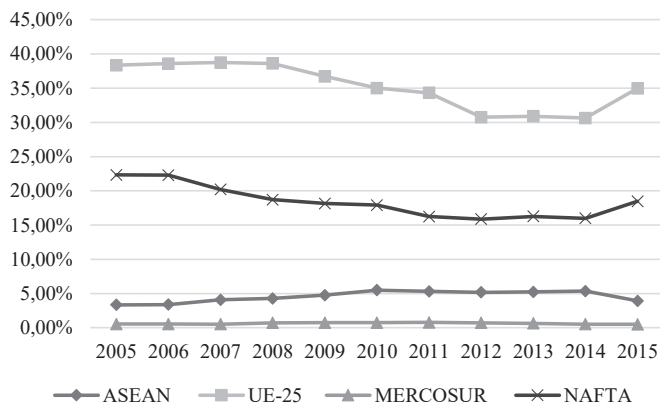
Tabela 2. Wyniki handlu zagranicznego produktami CCI regionalnych ugrupowań integracyjnych w latach 2005–2015 (mln USD)

Ugrupowanie	Obroty	2005	2007	2009	2011	2013	2015
ASEAN	export	13 428	21 809	23 784	32 671	32 045	23 462
	import	6 739	12 148	12 005	18 159	20 141	14 337
	saldo	6 689	9 661	11 779	14 512	11 904	9 125
UE-25	export	114 779	156 777	134 827	161 475	159 484	169 100
	import	116 973	165 563	140 978	166 416	149 174	168 119
	saldo	-2 194	-8 786	-6 151	-4 941	10 310	981
MERCOSUR	export	1 309	1 317	1 152	1 209	1 114	1 010
	import	2 019	3 056	4 424	6 230	5 215	3 755
	saldo	-710	-1 739	-3 272	-5 021	-4 101	-2 745
NAFTA	export	37 070	49 291	43 347	47 957	49 951	52 139
	import	97 896	118 797	93 001	107 193	112 616	125 895
	saldo	-60 826	-69 506	-49 655	-59 236	-62 665	-73 756

Źródło: opracowanie własne na podstawie UNCTAD (2018).

Udział wybranych regionalnych ugrupowań integracyjnych w światowym handlu produktami CCI zaprezentowano na rysunku 2. W ciągu całego objętego analizą okresu Unia Europejska (UE-25) odpowiadała za ok. 30–40% światowych obrotów sektora kultury i przemysłów kreatywnych. Znaczącym udziałem w tym zakresie charakteryzowała się również NAFTA, odpowiadając za ok. 20% światowego handlu sektora CCI. Niewielką rolę w globalnych obrotach dobrami CCI odgrywały ASEAN (ok. 5%) oraz MERCOSUR (poniżej 1% w okresie objętym analizą).

Rysunek 1. Udział wybranych regionalnych ugrupowań integracyjnych w światowym handlu produktami CCI w latach 2005–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie UNCTAD (2018).

Strukturę handlu ogółem (wszystkimi towarami) wybranych ugrupowań regionalnych w podziale na handel wewnętrzny (wewnątrzregionalny) i zewnętrzny (z krajami spoza danego ugrupowania) zaprezentowano w tabelach 3 i 4. Wysoki odsetek handlu wewnątrzregionalnego w wymianie towarowej ogółem charakteryzowało Unię Europejską (ok. 60%), średni udział wykazywały kraje NAFTA (ok. 40%) oraz ASEAN (ok. 25%), natomiast niski udział porozumienie MERCOSUR (ok. 15%). Udział wewnątrzregionalnej wymiany handlowej produktami sektora CCI, w przypadku wszystkich analizowanych ugrupowań, był niższy niż w ich handlu ogółem. W okresie objętym analizą odnotowano obniżenie się udziału handlu wewnętrznego w handlu ogółem we wszystkich badanych ugrupowaniach. Szczególnie duże, pogłębiające się dysproporcje w tym zakresie występowały w NAFTA i MERCOSUR, w których w 2015 roku udział handlu wewnętrznego w handlu produktami CCI był odpowiednio 3,5-krotnie i ponad 2-krotnie niższy niż obrotów wewnętrznych w handlu ogółem (por. tab. 3). W UE-25 i ASEAN różnica ta wynosiła w badanych latach od kilku do kilkunastu punktów procentowych, przy czym UE-25 odnotowała w 2015 roku wzrost dysproporcji na niekorzyść handlu wewnętrznego produktami CCI (do 13,1 pkt proc.), natomiast ASEAN – znaczący jej spadek (do zaledwie 0,2 pkt. proc.).

Porozumienie ASEAN jako jedyne w analizowanej grupie podmiotów odnotowało w okresie 2005–2015 wzrost udziału obrotów wewnątrz ugrupowania dobrami CCI (z ok. 14,2% w 2005 do 23,5% w 2015 roku). W handlu produktami CCI państw UE-25, MERCOSUR i NAFTA wystąpiła odwrotna tendencja i spadek udziału obrotów wewnątrzregionalnych (odpowiednio z 57,1% do 46,1%; z 8,4% do 6,3%, z 15,2% do 11,7%) – (por. tab. 3).

Tabela 3. Udział handlu wewnętrznego w obrotach produktami CCI i obrotach ogółem wybranych ugrupowań integracyjnych w latach 2005–2015 (%)

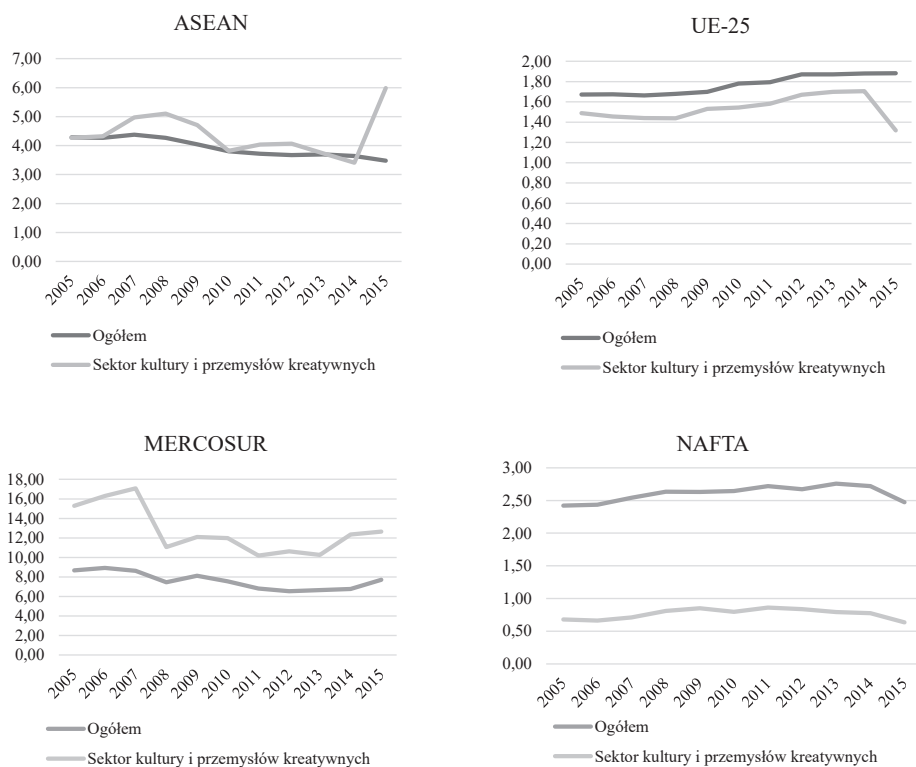
Lata	ASEAN		EU-25		MERCOSUR		NAFTA	
	CCI	Ogółem	CCI	Ogółem	CCI	Ogółem	CCI	Ogółem
2005	14,2	25,4	57,1	63,6	8,4	14,4	15,2	42,9
2006	14,6	25,4	56,2	63,2	8,8	15,3	14,8	41,8
2007	20,3	25,5	55,8	63,4	9,0	15,7	14,4	40,9
2008	21,9	25,2	55,5	61,8	8,0	15,3	15,1	39,9
2009	22,4	24,8	56,3	61,7	9,0	16,0	15,4	39,3
2010	21	24,9	54,1	60,0	8,8	15,9	14,3	39,9
2011	21,5	24,3	54,3	59,1	7,9	15,2	14,0	39,7
2012	21	24,6	51,4	57,7	7,7	14,1	13,3	40,0
2013	19,5	24,6	52,5	58,4	6,5	14,2	12,9	40,8
2014	18,2	24,3	52,2	59,1	6,4	13,3	12,4	41,5
2015	23,5	23,7	46,1	59,2	6,3	13,6	11,7	40,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie UNCTAD (2018).

Kształtowanie się wartości wskaźnika intensywności handlu wewnątrzregionalnego badanych ugrupowań w rozpatrywanym okresie zaprezentowano na rysunku 2. Wartość wskaźnika intensywności handlu wewnątrzregionalnego ogółem i dobrami CCI dla ASEAN, UE-25 i MERCOSUR była większa niż 1, a więc zarówno handel ogółem, jak i produkty CCI były zorientowane na członków ugrupowania. Natomiast NAFTA w handlu wszystkimi towarami ukierunkowana była na handel wewnętrzny (wskaźnik > 1), a w handlu dobrami kulturalnymi i kreatywnymi – poza ugrupowanie (wskaźnik < 1). Intensywność handlu wewnętrznego dobrami CCI w UE-25, MERCOSUR i NAFTA była trwale niższa niż intensywność ich handlu wewnątrzregionalnego ogółem. Wyjątek pod tym względem stanowiło ASEAN, które w niektórych latach badanego okresu wykazywało wyższą intensywność handlu wewnętrznego produktami CCI niż handlu wewnętrznego ogółem. Warto

podkreślić, że kierunki zmian intensywności handlu wewnątrzregionalnego dobrami CCI w badanych ugrupowaniach były zgodne z trendami charakteryzującymi intensywność ich handlu wewnętrznego ogółem (z wyjątkiem jedynie ostatniego roku badanego okresu) (por. rys. 2).

Rysunek 2. Wskaźnik intensywności handlu wewnątrzregionalnego w obrotach towarowych ogółem i produktami CCI wybranych ugrupowań integracyjnych w latach 2005–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie UNCTAD (2018).

Przedstawione tendencje rozwoju handlu wewnętrznego dobrami kulturalnymi i kreatywnymi warto odnieść do kierunków polityki handlowej w sferze obrotu tymi produktami przez rozpatrywane ugrupowania. Należy zauważyć, że z zaprezentowanej ogólnej charakterystyki polityki handlowej w tej dziedzinie wynika, że

wyróżnia się ona brakiem jednolitości w tym zakresie w przypadku krajów porozumienia NAFTA. Jest to o tyle istotne, że pozostałe zrzeszenia, tj. Unia Europejska, MERCOSUR czy ASEAN, prowadzące stosunkowo jednolitą politykę handlową w kwestii CCI, wykazywały mniejsze odchylenia w poziomie intensywności handlu wewnątrzregionalnego ogółem niż towarami CCI. W przypadku porozumienia NAFTA rozbieżność ta jest niezwykle znacząca: handel ogółem w tym przypadku jest ukierunkowany na członków ugrupowania, natomiast handel produktami CCI dotyczy głównie partnerów handlowych spoza porozumienia. Przyczyn takiego stanu rzeczy należy upatrywać w sprzeczności poglądów na temat polityki handlowej w zakresie dóbr CCI wszystkich państw uczestniczących w tym ugrupowaniu.

Wśród strategii wybranych porozumień na uwagę zasługuje również stosunkowo liberalna polityka państw ASEAN. Należy zauważyć, że we wszystkich pozostałych organizacjach istotnie zarysowuje się protekcjonizm kulturowy oraz popieranie i wdrażanie idei wyjątku kulturowego. Można przypuszczać, że to właśnie liberalizm handlowy wobec produktów kultury i przemysłów kreatywnych jest przyczyną intensywniejszych obrotów wewnątrzregionalnych tymi produktami.

Podsumowanie

Ograniczenia w handlu produktami kultury i sektorów kreatywnych są zagadnieniem coraz częściej podejmowanym na szczeblu międzynarodowych organizacji gospodarczych oraz w aspekcie liberalizacji handlu ugrupowań integracyjnych. Stanowisko zakładające wykluczenie wielu takich produktów z umów o wolnym handlu, czyli tzw. wyjątek kulturowy, jest reprezentowane przez Unię Europejską oraz MERCOSUR. Państwa zrzeszone w ASEAN nie stosują znaczących ograniczeń w tym zakresie, natomiast kraje NAFTA są w tym aspekcie podzielone: Kanada opowiada się po stronie wyłączenia produktów CCI spod liberalizmu handlowego, natomiast Stany Zjednoczone są zwolennikami umiędzynarodowienia tego sektora.

Z przeprowadzonej analizy tendencji rozwojowych handlu produktami CCI wybranych ugrupowań integracyjnych wynika, że w latach 2005–2015 udział wewnątrzregionalnej wymiany handlowej w obrotach dobrami CCI, w przypadku wszystkich analizowanych ugrupowań, był niższy niż w ich handlu ogółem. Największym udziałem obrotów handlowych sektora CCI wewnątrz ugrupowania charakteryzowała się Unia Europejska, natomiast najniższym MERCOSUR. In-

tensywność handlu wewnątrzregionalnego produktami CCI w UE, MERCOSUR i NAFTA także była niższa niż intensywność ich handlu wewnętrznego ogółem, natomiast ASEAN wykazywał w niektórych latach wyższy poziom intensywności w wewnętrznym handlu dobrami CCI niż w obrotach wewnętrznym ogółem.

Wyniki badań pozwoliły na wyciągnięcie wniosków potwierdzających zależność pomiędzy charakterem prowadzonej polityki handlowej wobec dóbr CCI, a intensywnością obrotów wewnątrzregionalnych. Bardzo ważnym czynnikiem rozwoju wymiany handlowej tymi produktami wewnątrz ugrupowań integracyjnych pozostaje z pewnością liberalizacja wymiany, a ponadto jednolita strategia w sferze obrotów tymi dobrami.

Literatura

- ASEAN (2011). *Declaration on ASEAN Unity in Cultural Diversity: Towards Strengthening ASEAN Community*. Bali.
- Bartsch, M. (2014). The Return of the Cultural Exception and its Impact on International Agreements. *Global Media Journal*, 4 (1) Pobrane z: <http://globalmediajournal.de/2014/06/21/the-return-of-the-cultural-exception-and-its-impact-on-international-agreements/> (10.05.2018).
- Cheong, D. (2010). *Methods for Ex Ante Economic Evaluation of Free Trade Agreements*. Working Paper Series on Regional Economic Integration, 52.
- Formentini, S., Iapadre, L. (2007). *Cultural Diversity and Regional Trade Agreements: The Case of Audiovisual Services* (UNU-CRIS Working Papers). Bruges: UNU Institute on Comparative Regional Integration Studies.
- Galperin, H. (1999). Cultural Industries in the Age of Free-Trade Agreements. *Canadian Journal of Communication*, 24 (1). Pobrane z: <https://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1082/988> (5.05.2018).
- Gomez, R., Munoz Larroa, A. (2014). Cultural Industries and Policy In Mexico and Canada After 20 Years of NAFTA. *Norte America*, 2, 173–204.
- Kasprzak, R. (2013). *Przemysły kreatywne w Polsce. Uwarunkowania i perspektywy*. Warszawa: Kamon Consulting.
- UNCTAD (2018). *Creative Economy Database*.
- UNESCO (2017). *Culture in Treaties and Agreements*. Paris.

Unia Europejska (2018). *Polityka audiowizualna i media*. Pobrane z: https://europa.eu/european-union/topics/audiovisual-media_pl (8.05.2018).

Urząd Publikacji Unii Europejskiej (b.d.). Wyjątek kulturalny. *EuroVoc Multilingual Thesaurus of the European Union*. Pobrane z: <http://eurovoc.europa.eu/6558> (8.05.2018).

INTRA-REGIONAL TRADE IN CULTURAL AND CREATIVE GOODS IN SELECTED REGIONAL GROUPINGS

Abstract

The purpose of the article is to identify trends in the development of intra-regional trade in trade in cultural and creative industries (CCI) of selected integration groups. The following indicators were used to assess changes in intra-regional trade in CCI goods: intra-regional trade shares and intra-regional trade intensity index. The research shows that in the period 2005–2015 in three of the four analyzed groups (EU, NAFTA and ASEAN), the CCI goods trade was targeted at members of the group, while in one of them (MERCOSUR) – outside the grouping. The share of intra-regional trade in CCI trade in the analyzed groups was permanently lower than in their total trade. EU-25, MERCOSUR and NAFTA showed a lower intensity of internal trade in CCI goods than in trade in all products, while in ASEAN in some years the intensity of intra-regional trade in CCI goods was higher than the intensity of total internal trade. One of the reasons for the smaller role of internal trade in the CCI exchange than in the total exchange can be considered lower level of liberalization of trade in CCI goods than total goods, which results from the specificity of trade policy in trade with CCI products.

Keywords: international trade, intra-regional trade, trade policy, creative industries, cultural industries, regionalism, regional trade groupings

JEL Codes: F13, F14, Z10

Cytowanie

Znojek, M. (2018). Handel wewnątrzregionalny produktami kultury i przemysłów kreatywnych wybranych ugrupowań integracyjnych – analiza wyników badań. *Studia i Prace WNEIZ US*, 53/1, 123–135. DOI: 10.18276/sip.2018.53/1-09.