

УДК 330.341.1:336.7

DOI: 10.25140/2411-5215-2019-1(17)-207-218

*Сергій Шкарлет, Максим Дубина***ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ  
ТА ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ***Sergey Shkarlet, Maksym Dubyna***ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ  
И ФИНАНСОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ***Serhiy Shkarlet, Maksym Dubyna***FEATURES OF INTERACTION CREATIVE INDUSTRIES  
AND FINANCIAL INSTITUTIONS**

У статті проаналізовано базові концептуальні положення взаємодії креативних індустрій та фінансових установ, розглянуто сутність категорій «креативність», «креативна економіка», «креативні індустрії» та виокремлено окремі підходи до розгляду креативної економіки, а саме: концептуальний, секторальний та процесний підходи, розглянуто основні види креативних індустрій та особливості їх взаємодії з фінансовими установами. Встановлено, що така взаємодія відбувається у двосторонньому напрямку, описано специфічні варіанти синергії між креативними індустріями та фінансовими установами. Також обґрунтовано дуалістичну природу функціонування фінансових установ у середовищі розвитку креативної економіки, сутність якої полягає, з одного боку, у наданні взаємних послуг між креативними індустріями та фінансовими установами, а з іншого – в існуванні процесів активного продукування креативної продукції банківськими та небанківськими установами.

**Ключові слова:** креативність; креативна економіка; креативна індустрія; фінансова установа; банк; небанківські фінансові посередники.

Рис.: 1. Бібл.: 30.

В статье проанализированы базовые концептуальные положения взаимодействия креативных индустрий и финансовых учреждений, рассмотрена сущность категорий «креативность», «креативная экономика», «креативная индустрия» и выделены отдельные подходы к рассмотрению креативной экономики, а именно: концептуальный, секторный и процессный подходы, рассмотрены основные виды креативных индустрий и особенности их взаимодействия с финансовыми учреждениями. Установлено, что такое взаимодействие происходит в двустороннем направлении, описаны специфические варианты синергии между креативными индустриями и финансовыми учреждениями. Также обоснована дуалистическая природа функционирования финансовых учреждений в среде развития креативной экономики, сущность которой заключается, с одной стороны, в предоставлении взаимных услуг между креативными индустриями и финансовыми учреждениями, а с другой – в существовании процессов активного продуцирования креативной продукции банковскими и небанковскими учреждениями.

**Ключевые слова:** креативность; креативная экономика; креативная индустрия; финансовое учреждение; банк; небанковские финансовые посредники.

Рис.: 1. Библ.: 30.

Within the article, basic conceptual provisions of the interaction of creative industries and financial institutions are analyzed, the essence of the categories "creativity", "creative economy", "creative industries" is considered and some approaches to the consideration of the creative economy, namely, conceptual, sectorial and procedural approaches, are singled out; main types of creative industries and peculiarities of their interaction with financial institutions are considered. It is established that such interaction takes place in a two-way direction, describing specific variants of the synergy between creative industries and financial institutions. In addition, the dual nature of the functioning of financial institutions in the context of the development of the creative economy, the essence of which is, on the one hand, the provision of reciprocal services between creative industries and financial institutions, and, on the other, the existence of processes for the active production of creative products by banking and non-banking institutions, is substantiated.

**Keywords:** creativity; creative economy; creative industry; financial institution; bank; non-bank financial intermediaries.

Fig.: 1. References: 30.

**JEL Classification:** G20

**Постановка проблеми.** Індивідуалізація суспільства, підвищення ролі окремої особи в усіх сферах життєдіяльності, зростання важливості формування умов для самореалізації людей поступово впливають і на трансформацію економічних систем. Особливо зазначені тенденції спостерігаються в розвинутих країнах. Нині їхні уряди у своїх програмах діяльності зміщують акцент із підвищення виключно економічного добробуту власних громадян у напрямку забезпечення також комфортних умов життя, які б дозволили окремій особі повністю використати власний потенціал з метою задоволення потреби в самореалізації.

**ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ**

Окреслені процеси в економічному розвитку також приводять до поступової трансформації системи національного господарства, виникнення нових сфер та галузей економіки, в яких основними факторами виробництва стають інтелектуальні здібності людини, її творчий потенціал та знання. Такі процеси дедалі глибше проникають в економічну сферу функціонування сучасного суспільства, а роль людини з її вродженими здібностями та власним світоглядом постійно зростає. Зростання ролі таких нових компонентів національного господарства привело до виникнення інтересу серед науковців до їх вивчення та визначення їхньої ролі в подальшому розвитку економіки країн. У підсумку такого процесу поступово виникло поняття «креативна економіка».

Фінансовий сектор як одна з основних складових економічної системи держави також зазнає впливу процесів індивідуалізації суспільства, підвищення рівня креативності та виникнення нових видів господарської діяльності, що, у підсумку, привело до формування у споживачів нових вимог до індустрії фінансових послуг. Фінансові установи для забезпечення власної конкурентоспроможності на досить висококонкурентному фінансовому ринку змушені були адаптуватися до нових викликів, і поступово відбувається процес зміни їхніх бізнес-моделей функціонування та концепцій надання власних послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У науковій літературі питанням функціонування та розвитку креативної економіки, креативних індустрій приділяється велика увага. Серед українських науковців окреслена тема є надактуальною, що й зумовило існування значної кількості наукових робіт у цій сфері дослідження. Серед їх авторів варто відзначити таких: Т. Божидарнік, Н. Василик, О. Druhova, І. Ільницький, Д. Крикуненко, Y. Kurbatova, М. Проскуріна, О. Pushkar, Т. Розова, Н. Савіцька, І. Shavronska та ін.

До закордонних учених, що досліджували особливості становлення креативної економіки та впровадження напрямків її розбудови, варто віднести L. Babin, K. Baculakova, N. Boccella, J. Connor, D. Cheek, M. Collins, S. Dunlop, F. Zul Fanmi, R. Florida, S. Galloway, G. Gates, M. Gibson, L. Guilherme, S. Grand, L. Harakalova, C. Harris, J. Hawkins, B. Knudsen, Tain-Dow Lee, Li-Min Lin, B. Milotova, E. Munro, M. Nathan, D. O'Brien, R. Page, H. van der Pol, T. Remeny, A. Ross, I. Salerno, S. Seifert, M. Stern, P. Stokes, K. Stolarick, C. Weckerle та ін.

Питання трансформації фінансового сектору держави в середовищі розвитку креативних індустрій частково розглядаються в роботах таких науковців: G. Akerlof, U. Daubaraitė, X. Greffe, D. Kahneman, T. Lammer-Gamp, H. Masalin, J. Stiglitz, N. Taleb, R. Thaler. Окремі аспекти поступової зміни моделі функціонування фінансових установ та їх взаємодії з креативними індустріями розглядаються в працях і українських дослідників, зокрема: Т. Васильєвої, В. Зимовця, Ю. Коваленко, В. Леонова, С. Науменкової, Є. Поліщук, Н. Ткаченко та ін.

**Виділення недосліджених частин загальної проблеми.** Однак, незважаючи на численні напрацювання вітчизняних та закордонних учених у сфері дослідження сутності, змістовних ознак креативної економіки, вивчення сучасного стану функціонування креативних індустрій, питання аналізу ролі креативності в роботі фінансових установ фактично залишаються малодослідженими. Проте останнє десятиліття засвідчило, що нові креативні ідеї у сфері фінансових технологій спроможні повністю змінювати світ, а не тільки концепцію роботи фінансових установ. Інформатизація їхньої роботи, врахування нових тенденцій суспільних змін, трансформація вимог споживача до фінансових послуг вимагала також і від фінансових установ використання нових, нестандартних креативних ідей.

**Мета статті.** Метою статті є обґрунтування особливостей взаємодії фінансових установ та розвитку креативних індустрій.

**Виклад основного матеріалу.** Креативність є невід’ємною частиною людини, є результатом її існування, її здатності мислити та пізнавати навколишній світ. Саме індивідуальний характер креативності, який виявляється виключно в об’єктивно існуючій персоніфікованій, особистісній спроможності людини мислити оригінально, нешаблонно та сміливо, детермінує особливості її прояву та впливу на розвиток різних сфер людської діяльності, зокрема й на господарську систему країни.

На сьогодні чіткого визначення сутності креативності немає. Враховуючи мультидисциплінарність цього поняття, така ситуація є цілком логічною. П. Д. Стокс зазначає, що «креативність – це те, що відбувається, коли людина виробляє щось нове, а також відповідне, генеративне або впливове» [29]. А. Мержевинська зауважує, що термін «креативність» у широкому значенні означає творчість. До останнього часу й у вітчизняній, і в закордонній науковій літературі ці два терміни розглядалися як взаємозамінні. Разом з тим останнім часом багато авторів схильні розрізняти ці два поняття [5, с. 126]. У свою чергу, Т. Розова констатує, що «креативність проявляється в пошуково-перетворювальній активності, у подоланні стереотипів поведінки, у порушенні однамнітності в зіткненнях із дійсністю, у продуктивному її перетворенні, створенні нових об’єктів тощо... виявляється як здатність до продуктивної зміни і створення чогось якісно нового» [8, с. 126].

Зауважимо, що креативність завжди була притаманна людині в періоди розвитку та занепаду різних суспільних формацій. Проте саме в наш час, на початку XXI ст. роль креативності в загальному розвитку людини, становленні її як окремої особистості та загалом розбудові економіки країн стала швидко зростати. Такий процес і зумовив поступове збільшення зацікавленості вчених та представників органів державної влади у використанні такого невичерпного ресурсу людини для підвищення власного економічного розвитку.

Розглянемо наукову сутність таких категорій, як «креативна економіка» та «креативна індустрія». У науковій літературі можна зустріти різні концепції розгляду цієї категорії. Доречно зазначає Фікрі Зул Фагмі, що «креативна економіка є нечіткою концепцією, і є багато різних інтерпретацій цього поняття. Ця концепція часто визначається іншими термінами, такими як “креативний клас”, “креативні індустрії”, “культурні індустрії” та “художники”. Кожна з них насправді має різне сприйняття відносин між креативністю та економічним розвитком, важливістю інновацій та навчанням нових знань» [21, с. 4].

Креативна економіка в площині обґрунтування методологічних засад дослідження взагалі національної економіки як цілісного об’єкта вивчення є сукупністю наукових концептуальних поглядів та результатів досліджень, які у своєму поєднанні становлять теоретичну та методичну базу пізнання особливостей функціонування та розвитку креативної економіки. У процесі її дослідження науковці насамперед приділяють особливу увагу впливу креативності на розвиток господарських процесів у суспільстві, вивчають потенційно можливі впливи від функціонування креативних індустрій на загальний розвиток національної економіки, досліджують та обґрунтовують механізми активізації їхньої діяльності.

А. М. Мержевинська стверджує, що під креативною економікою треба розуміти сукупність специфічних соціально-економічних відносин, що виникають щодо виробництва, розподілу, обміну й споживання, заснованих на нестандартних, нетрадиційних ідеях, концепціях, стратегіях, заходах, що забезпечують ефективне вирішення соціально-економічних проблем на основі нових знань, принципово якісно нових рішень [5, с. 127]. Іншого погляду дотримується Ю. В. Сотнікова, яка зауважує, що креативна економіка – це економіка творчого сектору, до якого належать переважно процеси, що відбуваються у сфері послуг, однак, результати діяльності в цій сфері можна виявити практично у всіх

## ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

галузях економіки. Вона спирається на значну питому вагу креативного класу, який вважається мотором інновацій і нових підходів як у сфері науково-дослідницької діяльності, так і у сфері бізнесу, мистецтва, культури або дизайну [11, с. 123].

На наш погляд, креативна економіка як окрема наукова концепція дослідження економічних процесів пронизує всі сфери господарства країни, оскільки їм усім притаманним є креативність, проте флагманами в цій економіці стають креативні індустрії, як в інформаційній економіці – інформаційні технології. Погоджуємося з позицією І. М. Кукси та Т. О. Петухової, які стверджують, що креативна економіка – це більший сектор, який виходить за межі традиційних мистецьких та культурних галузей і включає більшу кількість взаємопов'язаних видів діяльності та підгалузей [4].

Подібний підхід до розгляду сутності креативної економіки використовують Ю. В. Ушкаренко, А. В. Чмут, К. М. Синякова. Автори зазначають, що на сучасному етапі не достатньо розглядати креативну економіку лише як частину світової, яка охоплює діяльність креативних галузей (індустрій), зокрема: НДДКР, реклами, архітектури, мистецтва, дизайну, моди, ремесел, кіно та відео, музики, видавництва, відео та комп'ютерних ігор, ТБ та радіо, театру, фотографії. Розуміння креативної економіки як нової концепції є доцільним із позиції досліджень та наукової діяльності, водночас механізм функціонувань будь-якої економіки розкривається в системі соціально-економічних відносин [13, с. 68].

UNCTAD зазначає, що креативна економіка – концепція, яка спирається на взаємодію між людською творчістю та ідеями, інтелектуальною власністю, знаннями та технологіями. Це економічна діяльність, заснована на знаннях, на якій ґрунтуються «творчі індустрії» [30].

На наше переконання, креативну економіку доцільно розглядати в трьох ракурсах:

1) *концептуальний підхід* – розгляд креативної економіки як світоглядної наукової концепції дослідження економіки країни з позиції розвитку її креативного сектору, його впливу на розвиток економічних процесів, вивчення потенціалу такого сектору до їх трансформацій;

2) *секторальний підхід* – розуміння під креативною економікою лише сукупності господарських процесів, що відбуваються в межах креативних секторів національного господарства; у цьому випадку передусім розглядають особливості економічного розвитку цих секторів і менше уваги приділяють пізнанню їх спроможності до трансформації національної економіки;

3) *процесний підхід* – креативна економіка є сукупністю відносин, що виникають у суспільстві щодо виробництва, розподілу, обміну та споживання товарів, послуг і при цьому відбуваються процеси використання креативного потенціалу фізичних осіб, тобто їхня спроможність застосовувати нестандартні методи, нетрадиційні підходи, новаторські ідеї для вирішення завдань у господарській діяльності різних економічних суб'єктів.

У статті будемо використовувати третю концепцію сутності креативної економіки. Розглянемо тепер зміст категорії «креативні індустрії». Зауважимо, що цю дефініцію досить часто ототожнюють із поняттям креативної економіки. Проте в роботах учених можна зустріти концепцію розмежування окреслених понять і розгляд їх як дуже схожих категорій за своєю сутністю, але відмінних за своїм змістовним наповненням. Наприклад, І. В. Скавронський, А. О. Гончарук стверджують, що креативні індустрії є центральним елементом у структурі креативної економіки [10, с. 201], а Л. Гуілгерме зазначає, що «креативні індустрії – ядро творчої економіки – підтримуються державними політиками та системами класифікації, які відрізняються залежно від країни» [23, с. 5].

У наукових працях дослідників висвітлюються такі підходи до розгляду зазначеної категорії:

1) «креативні індустрії, як ті індустрії, які мають своє походження в індивідуальній творчості, майстерності та таланті, і які мають потенціал для багатства і створення робочих місць шляхом створення та використання інтелектуальної власності» [20];

2) креативні індустрії – це перелік видів економічної діяльності, що мають потенціал до створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти та послуги є наслідком індивідуальної творчості, навичок і таланту [6];

3) концепція креативних індустрій – це широка категорія, що включає художні заходи, установи культури, галузі культури та інші види креативної діяльності, що ґрунтуються на індивідуальній творчості, зокрема в галузях, що використовують нові технології (наприклад, нові медіа) у креативній діяльності [4].

Важливими з позиції дослідження взаємозв'язку між креативними індустріями та фінансовими посередниками є пізнання наявних підходів до ідентифікації базових сфер та галузей національного господарства, які на сьогодні прийнято відносити до креативних. Розглянемо сформовані відповідні концепції.

UNCTAD пропонує до креативних індустрій відносити такі галузі: реклама, архітектура, мистецтво та ремесла, дизайн, мода, кіно, відео, фотографія, музика, виконавське мистецтво, видавнича справа, дослідження та розробки, програмне забезпечення, комп'ютерні ігри, електронне видання та телебачення / радіо. Вони також вважаються важливим джерелом комерційної та культурної цінності [30]. Подібна концепція виокремлення окремих компонентів у сфері креативної економіки розглянута у відомій книзі Дж. Хоукінса «Креативна економіка» [14, с. 75-101], проте автор також до вже окреслених сфер креативної економіки відносить також сферу досліджень та наукових розробок. На думку Дж. Хоукінса, креативними індустріями є всі галузі промисловості, які захищають продукти інтелектуальної власності, такі як авторські права, патенти, торговельні марки або дизайн. Кожне з цих прав власності захищає інший вид креативного продукту певної галузі [15, с. 39].

І. М. Кукса та Т. О. Петухова пропонують таку номенклатуру та класифікацію індустрій креативного сектору: бізнес творчий (креативні індустрії): реклама, архітектура, дизайн, програмне забезпечення, комп'ютер, електронні ігри, фільми та телебачення, музика, видавництво, мистецтво; діяльність, пов'язана з авторськими правами (галузі авторських прав): комерційне мистецтво, кіно і відео, музичні твори, видавнича справа, фонографія, системи програмного забезпечення та обробки даних; культурна діяльність (культурні індустрії): музеї та галереї, образотворче мистецтво, декоративно-прикладне мистецтво, художнє виховання, радіо та телебачення, кінематографія, бібліотеки; діяльність, пов'язана з цифровою обробкою: кіно і відео, фотозйомка, електронні ігри, фонографія, отримання, обробка, зберігання інформації [4].

Отже, як свідчать результати проведеного дослідження, фінансовий сектор не належить до сукупності креативних індустрій у структурі національного господарства. Однак важко не погодитися, що діяльність фінансових посередників пронизана впровадженням нових інноваційних технологій, використанням креативних здібностей їхніх працівників та розробленням нових нестандартних підходів до обслуговування власних клієнтів.

Погодимось, що з огляду на наведені концепції розгляду сутності креативних індустрій фінансовий сектор не є класичним їх прикладом. Проте його тісна взаємодія з підприємствами та окремими особами, що продукують креативні ідеї для розвитку фінан-

## ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

сових установ є беззаперечною. Невирішеними залишаються також питання наукового пояснення ролі креативних відділів та інших структурних підрозділів банків і інших фінансових посередників у діяльності цих установ та до якого класу виробників креативного продукту варто віднести їх, враховуючи традиційний, суто обслуговуючий підхід до розгляду природи фінансової установи. Розглянемо більш детально особливості взаємозв'язку між креативними індустріями та фінансовими установами.

Зауважимо, що передусім у роботі банків та інших небанківських посередників можна виділити окремі основні сегменти роботи, які вимагають залучення креативних ідей. До їх числа варто віднести такі: реклама фінансових продуктів; дизайн банківських відділень; створення корпоративної символіки; використання програмного забезпечення (веб дизайн); видавництво друкованої продукції; розробка нових фінансових продуктів (рисунок).

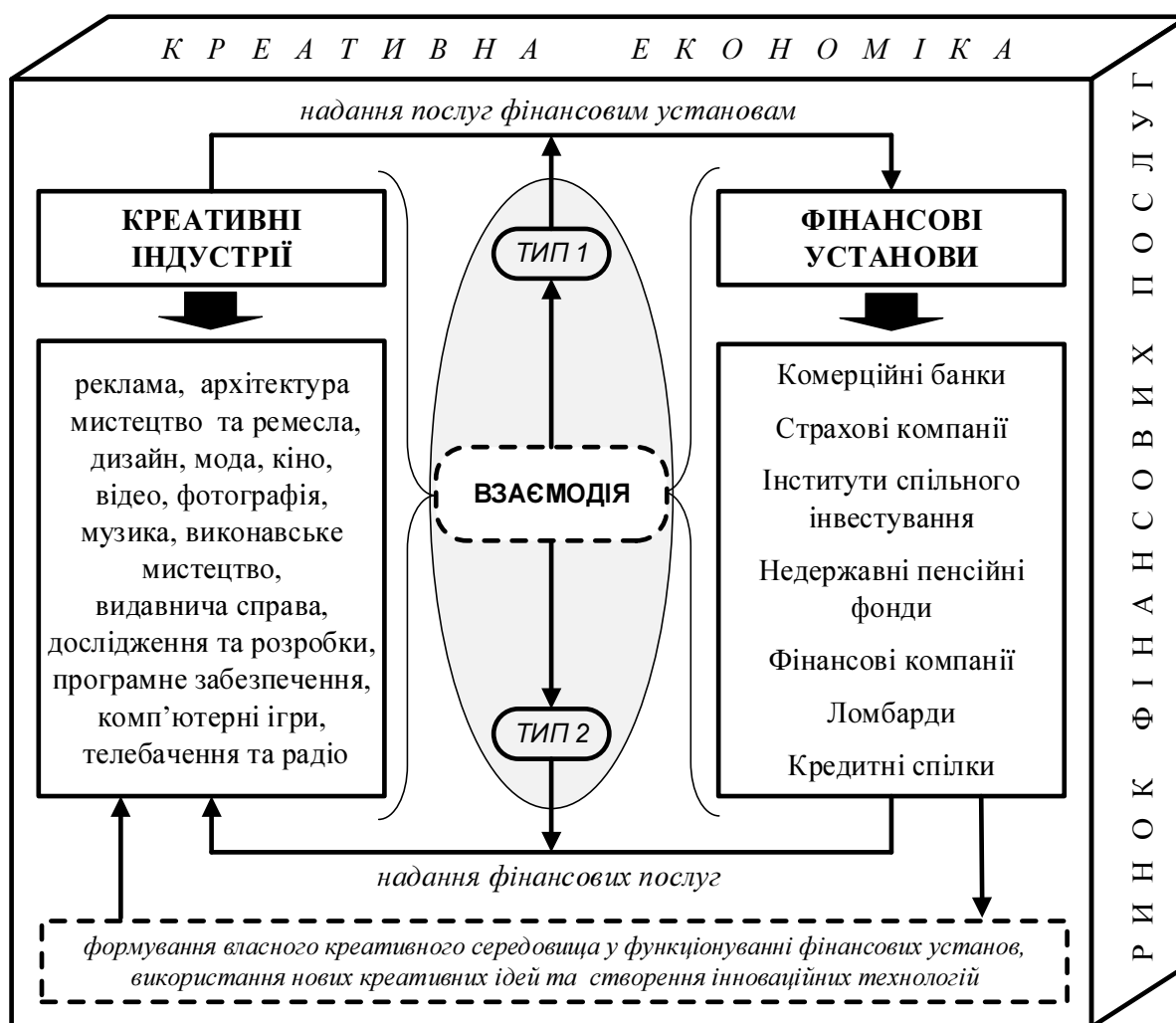


Рис. Концептуальна схема взаємодії між креативними індустріями та фінансовими установами

Джерело: складено авторами на основі [2; 16, с. 41; 22; 24, с. 61; 25; 26; 27].

Таким чином, взаємодія між креативними індустріями та фінансовими установами відбувається у двосторонньому напрямку, оскільки між цими об'єктами є взаємний зв'язок, через існування якого і виникає зацікавленість суб'єктів господарювання, що працюють у цій сфері, у послугах один одного.

---

**ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ**

---

Креативні індустрії мають змогу взаємодіяти з фінансовими установами в таких сферах.

1. Надання послуг фінансовим установам у формуванні їхнього іміджу, розробка концепцій дизайну їхніх офісів, починаючи від зовнішнього вигляду, завершуючи замовленням спеціальних меблів, розробка та виготовлення стендів, планування окремих зон у межах структурних підрозділів банківських та небанківських установ і т. ін.

2. Розробка маркетингових продуктів для фінансових установ, формування їхнього іміджу через створення рекламних роликів, можливо фільмів. Також у цьому контексті рекламні агентства можуть розробляти формат паперової реклами, створювати візитні картки, проспекти, банери з рекламою фінансових послуг, розробляти концепції корпоративної символіки фінансової установи, її слоган тощо.

3. Окремим напрямом надання послуг фінансовим установам з боку креативних індустрій є розробка корпоративного сайту, наповнення його відповідною постійно змінною інформацією, підтримка технічного обслуговування. Функціонування професійно створених веб-сайтів фінансових установ на сьогодні є важливою складовою формування їхнього іміджу як інноваційних установ і є складовою підвищення їхньої конкурентоспроможності на ринку фінансових послуг.

У свою чергу, фінансові установи можуть надавати креативним індустріям свої класичні послуги, які не будуть відрізнятися від подібних послуг для інших суб'єктів господарювання, зокрема:

1) здійснення розрахунково-касового обслуговування клієнтів, надання повного спектру фінансових послуг для їх роботи;

2) надання позик для подальшого розвитку окремих господарюючих одиниць, що працюють у сфері креативних індустрій;

3) можуть виступати в ролі спонсорів реалізації соціальних проектів, інших мистецьких заходів, що створюються креативними особами, або їхніми командами;

4) також, наприклад, банківські установи, активну участь можуть здійснювати на ринку антикваріату, брати участь в аукціонах щодо придбання колекцій творів мистецтва, проводити фінансове оцінювання їхньої сучасної вартості;

5) мають можливість виступати інвесторами в будівельній галузі, фінансуючи архітектурні нестандартні проекти;

6) страхові компанії надають послуги страхування творів мистецтва та інші фінансові послуги.

Перераховані потенційні варіанти взаємодії між креативними індустріями та фінансовими установами є невичерпними і їх перелік буде постійно розширюватися, враховуючи, що важливу складову в такій взаємодії відіграє креативність.

Проте значним сегментом у функціонуванні фінансових установ, де також відбувається зародження та використання креативних ідей, але без надання послуг креативних індустрій, є сфера розробки нових фінансових продуктів та особливостей їх реалізації клієнтам. Особливої уваги нині заслуговує процес активного розвитку FinTech компаній, функціонування яких відбувається виключно на основі використання креативних ідей їхніх засновників, працівників у сфері надання фінансових послуг.

FinTech – це розвинутий сегмент на перетині секторів фінансових послуг і технологій, в якому технологічні стартапи й нові учасники ринку застосовують інноваційні підходи до продуктів і послуг, які традиційно надаються сектором фінансових послуг. FinTech компанія – компанія, що використовує інноваційні технології для надання фінансових послуг. До основних послуг FinTech компаній прийнято відносити здійснення розрахунків, кредитування, послуги у сфері інституційного інвестування, управління особистими фінансами, страхування та ін.

**ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ**

З одного боку, може виникнути враження, що окреслені компанії у своїй діяльності, насамперед, використовують послуги інформаційних підприємств, які для них розробляють технічний функціонал для надання послуг через використання мережі Інтернет. Однак працівники таких підприємств мають змогу використати власний креативний потенціал для технічної реалізації тих ідей, які для них розробляють представники FinTech компаній. Таким чином, доцільно зауважити, що в межах фінансового сектору також формуються креативні ідеї, які згодом використовуються в роботі банківських і небанківських посередників.

Сучасним FinTech компаніям притаманним є і швидкий розвиток у межах усієї фінансової системи, що поступово змінює всю традиційно існуючу протягом декілька століть систему фінансових послуг. За прогнозами експертів такий стрімкий розвиток цих установ буде відбуватися і надалі. Це обумовлено значними їхніми перевагами функціонування, до основних із них агентство Moody's Analytics віднесло такі: сприяють формуванню більш стабільного й відкритого бізнес-середовища; скорочують масштаби тіньової економіки; формують більш високу потенційну базу для регулювання податкових надходжень [12].

Bank of England прогнозує, що до 2023 року FinTech може спричинити скорочення сукупного прибутку британських банків на 1,1 млрд фунтів стерлінгів [17]. Зокрема через зниження прибутків від овердрафту й вартості платіжних послуг. Також зросте ризик ліквідності, оскільки клієнт буде менш прив'язаний до конкретного банку. Таким чином, швидкий розвиток цих установ буде безпосередньо пов'язаний з розробкою та використанням нових нестандартних ідей, концепцій та рішень у сфері фінансових послуг.

Швидкі темпи розвитку FinTech компаній у світі лише підтверджують важливість наявності креативності в працівників самих фінансових установ, які постійно удосконалюють процес надання фінансових послуг різним клієнтам, формують нові пропозиції та полегшують рівень доступу до них. Прикладом цього є швидке впровадження банківськими установами онлайн-сервісів для обслуговування клієнтів протягом останніх двох-трьох років. На сьогодні такий спосіб здійснення розрахункових операцій сприймається клієнтами як звичайний, обов'язково притаманний для всіх банків.

**Висновки та пропозиції.** У статті проаналізовано базові концептуальні положення взаємодії креативних індустрій та фінансових установ. Докладно розглянуто сутність категорій «креативність», «креативна економіка», «креативні індустрії» та виокремлено окремі підходи до розгляду креативної економіки, до числа яких віднесено такі: концептуальний підхід, секторальний підхід та процесний підхід, розглянуто основні види креативних індустрій та особливості їх взаємодії з фінансовими установами.

Також встановлено, що взаємодія між креативними індустріями та фінансовими установами відбувається у двосторонньому напрямку, описано специфічні варіанти такої їх синергії. Також увагу акцентовано на специфічних рисах розвитку креативності в межах функціонування фінансових установ як окремих центрах виникнення нестандартних, інноваційних ідей. Отже, обґрунтовано дуалістичну природу функціонування фінансових установ у середовищі активного розвитку креативної економіки, сутність якої полягає, з одного боку, у наданні взаємних послуг між креативними індустріями та фінансовими установами, а з іншого – в існуванні процесів активного продукування креативної продукції власниками та працівниками банківських та небанківських посередників.

**Список використаних джерел**

1. Буй Т. Корпорація щастя. *Бізнес*. 2018. № 10-11/19. С. 13–17.
2. Дубина М. В. Механізм розвитку ринку фінансових послуг на основі формування інституту довіри: теорія, методологія, практика: монографія. Чернігів: ЧНТУ, 2018. 668 с.



## ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

3. Киризюк С. В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія економічні науки*. 2014. Вип. 6. Ч. 1. С. 68–72.
4. Кукса І. М., Петухова Т. О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?op=1&z=6554>.
5. Мерзвинська А. М. Дослідження суті креативної економіки та тенденцій і проблем її розвитку в сучасних умовах. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2016. Вип. 1 (55). С. 125–129.
6. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» (щодо визначення поняття «креативні індустрії»: Закон України від 19.06.2018 № 2458-VIII. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=62313](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62313).
7. Проскуріна М. О. Креативні індустрії як середовище економічної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 242–245.
8. Розова Т. Креативність як чинник розвитку професійно-комунікативних здібностей майбутніх психологів: автореф. дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ, 2007. 21 с.
9. Свидрук І. І. Концептуальні основи становлення креативної економіки. *Науковий вісник мукачівського державного університету. Серія Економіка*. 2017. Вип. 2 (8). С. 51–56.
10. Скавронський І. В., Гончарук А. О. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу. *Молодий вчений*. 2016. № 4 (31). С. 201–204.
11. Сотнікова Ю. В. Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива? *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 3. С. 123–127.
12. Тарасюк М. В., Кошечев О. О. Інновації в глобальній цифровій фінансовій сфері: оцінка трансформацій. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2017. Вип. 131. С. 94–110.
13. Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Синякова К. М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 67–72.
14. Хокинс Д. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. Москва: Классика-XXI, 2011. 256 с.
15. Babin L., Milotova B. Different Views on the Definition of the Creative Economy and Creative Industries. URL: [ftp://193.87.31.84/0166278/rd\\_12\\_03\\_Babin.pdf](ftp://193.87.31.84/0166278/rd_12_03_Babin.pdf).
16. Baculakova K., Harakalova L. Creative industries in the EU: factors influencing employment. *Economic-Annals-XXI*. 2017. № 164 (3-4). P. 40–44.
17. Bank of England. URL: <https://business.ua/finansy/item/4251-shcho-take-fintech-ta-iaki-ioho-perspektyvy-na-rynku-finposluh-ukrainy>.
18. Creative Industries. URL: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries>.
19. Cunningham, M. Ryan, M. Keane, D. Ordonez Financing creative industries in developing countries. URL: <http://eprints.qut.edu.au/17984/1/17984.pdf>.
20. DCMS (2001). Creative Industries Mapping Document 2001 (2 ed.). London, UK: Department of Culture, Media and Sport, retrieved 2007-05-26. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf).
21. Fikri Zul Fahmi. Creative economy policy in developing countries: the case of Indonesia. *Urban Studies*. 2015. Vol. 54, issue: 6. P. 1367–1384.
22. Florida R. The rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic, 2002.
23. Guilherme L. Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. *Braz J Sci Technol*. 2017. DOI: 10.1186/s40552-017-0040-0.
24. Li-Min Lin, Tain-Dow LEE. Symbolic Economy and Creative Management: Cultural and Creative Industries Urging for New Approaches. *ENCATC Journal of Cultural Management and Policy*. 2014. Vol. 4, Issue 1. P. 57-67.
25. Richard Florida, Gary Gates, Brian Knudsen, and Kevin Stolarick. The University and the Creative Economy. 2006. URL: <http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%20.pdf>.

## ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

26. Shkarlet S. M., Dubyna M. V., Tarasenko A. V. Basic descriptors of the information economy development. *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. № 3 (11). Vol. 1. P. 8–15.
27. Shkarlet S., Dubyna M., Zhuk O. Determinants of the financial services market functioning in the era of the informational economy development. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No. 3. P. 349-357.
28. Skavronska I. V. Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology*. 2017. Vol. 10, No. 2. P. 87-106. DOI: 10.14254/2071-789X.2017/10-2/7.
29. Stokes, Patricia D. *Creativity From Constraints: the Psychology of Breakthrough*. New York: Springer Pub., 2006. Print. 1.
30. UNC. URL: <https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>.

### References

1. Bui, T. (2018). Korporatsiia shchastia [Corporation of happiness]. *Biznes – Business*, 10-11/19, 13–17 [in Ukrainian].
2. Dubyna, M. V. (2018). *Mekhanizm rozvytku rynku finansovykh posluh na osnovi formuvannia instytutu doviry: teoriia, metodolohiia, praktyka* [The mechanism of development of the financial services market on the basis of the establishment of a trust institution: theory, methodology, practice]. Chernihiv: ChNTU [in Ukrainian].
3. Kyryziuk, S. V. (2014). Mizhnarodni ta vitchyzniani tendentsii rozvytku kreatyvnoi ekonomiky [International and Ukrainian trends of the creative economy development]. *Naukovyi visnyk Kher-sonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya ekonomichni nauky – Scientific Journal of Kherson State University. Series “Economic Sciences”*, 6 (1), 68–72 [in Ukrainian].
4. Kuksa, I. M., Pietukhova, T. O. (2018). Kreatyvna ekonomika yak element innovatsiinoi ta stii-koi stratehii rozvytku Ukrainy [The creative economy as an element of innovative and sustainable development strategy of Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, 2. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=6554>.
5. Merzhvynska, A. M. (2016). Doslidzhennia suti kreatyvnoi ekonomiky ta tendentsii i problem yii rozvytku v suchasnykh umovakh [Research merits creative economy and its problems and trends of development in modern conditions]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi – Problems of systemic approach in the economy*, 1 (55), 125–129 [in Ukrainian].
6. Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy «Pro kulturu» (shchodo vyznachennia poniattia «kreatyvni industrii») [On Amendments to the Law of Ukraine «On Culture» concerning the definition of «creative industries»]. № 2458-VIII (on June 19, 2018). Retrieved from [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=62313](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62313).
7. Proskurina, M. O. (2015). Kreatyvni industrii yak seredovyshe ekonomichnoi diialnosti [The creative industries – are the sphere of business activities]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and National Problems of Economy*, 8, 242–245 [in Ukrainian].
8. Rozova, T. (2007). *Kreatyvnist yak chynnyk rozvytku profesiino-komunikatyvnykh zdibnostei maibutnikh psykholohiv* [Creativity as a factor in the development of vocational and communicative skills of future psychologists]. (Candidate's thesis). National Pedagogical University named after M. P. Drahomanov, Kyiv [in Ukrainian].
9. Svydruk, I. I. (2017). Kontseptualni osnovy stanovlennia kreatyvnoi ekonomiky [Conceptual foundations of the formation of a creative economy]. *Naukovyi visnyk mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomika – Scientific herald of Mukachevo State University. Series Economics*, 2 (8), 51–56 [in Ukrainian].
10. Skavronskyi, I. V., Honcharuk, A. O. (2016). Tendentsii rozvytku kreatyvnykh industrii v krainakh Yevropeiskoho Soiuzu [Trends in the development of creative industries in the countries of the European Union]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*, 4 (31), 201–204 [in Ukrainian].
11. Sotnikova, Yu. V. (2017). Kreatyvna ekonomika v Ukraini: realnist chy perspektyva? [Creative economy in Ukraine: reality or perspective?]. *Infrastruktura rynku – Market Infrastructure*, 3, 123–127 [in Ukrainian].

## ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

12. Tarasiuk, M. V., Koshcheiev, O. O. (2017). Innovatsii v hlobalnii tsyfvonii finansovii sferi: otsinka transformatsii [Innovations in the Global Digital Financial Sector: Assessment of Transformations]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn – Actual problems of international relations*, 131, 94–110 [in Ukrainian].
13. Ushkarenko, Yu. V., Chmut, A. V., Syniakova, K. M. (2018). Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehratsii [Creative economy: the essence of concept and meaning for Ukraine in conditions of European integration]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and society*, 18, 67–72 [in Ukrainian].
14. Khokyns, D. (2011). *Kreativnaia ekonomika: kak prevratit idei v dengi [Creative economics: how to turn ideas into money]*. Moskva: Klassika-XXI [in Russian].
15. Babin, L., Milotova, B. (n.d.). Different Views on the Definition of the Creative Economy and Creative Industries. Retrieved from [ftp://193.87.31.84/0166278/rd\\_12\\_03\\_Babin.pdf](ftp://193.87.31.84/0166278/rd_12_03_Babin.pdf).
16. Baculakova, K., Harakalova, L. (2017). Creative industries in the EU: factors influencing employment. *Economic-Annals-XXI*, 164 (3-4), 40–44 [in English].
17. Bank of England. Retrieved from <https://business.ua/finansy/item/4251-shcho-take-fintech-ta-iaki-ioho-perspektyvy-na-rynku-finposluh-ukrainy>.
18. Creative Industries. Retrieved from <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries>.
19. Cunningham, M. Ryan, M. Keane, D. Ordonez Financing creative industries in developing countries. Retrieved from <http://eprints.qut.edu.au/17984/1/17984.pdf>.
20. DCMS (2001). Creative Industries Mapping Document 2001 (2 ed.). London, UK: Department of Culture, Media and Sport, retrieved 2007-05-26. Retrieved from [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf).
21. Fikri Zul Fahmi (2015). Creative economy policy in developing countries: the case of Indonesia. *Urban Studies*, 54 (6), 1367–1384 [in English].
22. Florida, R. (2002). *The rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic [in English].
23. Guilherme, L. (2017). Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. *Braz J Sci Technol*. DOI: 10.1186/s40552-017-0040-0.
24. Li-Min Lin, Tain-Dow LEE (2014). Symbolic Economy and Creative Management: Cultural and Creative Industries Urging for New Approaches. *ENCATC Journal of Cultural Management and Policy*, 4 (1), 57–67 [in English].
25. Richard Florida, Gary Gates, Brian Knudsen, and Kevin Stolarick (2006). The University and the Creative Economy. Retrieved from <http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf>.
26. Shkarlet, S. M., Dubyna, M. V., Tarasenko, A. V. (2017). Basic descriptors of the information economy development. *Scientific bulletin of Polissia*, 1 (3 (11)), 8–15 [in English].
27. Shkarlet, S., Dubyna, M., Zhuk, O. (2018). Determinants of the financial services market functioning in the era of the informational economy development. *Baltic Journal of Economic Studies*, 4 (3), 349–357 [in English].
28. Skavronska, I. V. (2017). Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology*, 10 (2), 87–106. DOI: 10.14254/2071-789X.2017/10-2/7.
29. Stokes, Patricia D. (2006). *Creativity from Constraints: the Psychology of Breakthrough*. New York: Springer Pub. Print. 1 [in English].
30. UNC. Retrieved from <https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>.

**Шкарлет Сергій Миколайович** – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, ректор, Чернігівський національний технологічний університет (вул. Шевченка, 95, м. Чернігів, 14035, Україна).

**Шкарлет Сергей Николаевич** – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки и техники Украины, ректор, Черниговский национальный технологический университет (ул. Шевченко, 95, г. Чернигов, 14035, Украина).

**Shkarlet Serhiy** – Doctor of Economics, Professor, Honored Scientist of Ukraine, Rector, Chernihiv National University of Technology (95 Shevchenka Str., 14035 Chernihiv, Ukraine).

**E-mail:** rector@stu.cn.ua

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-2062-3662>

**Researcher ID:** F-9603-2016

**Дубина Максим Вікторович** – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Чернігівський національний технологічний університет (вул. Шевченка, 95, м. Чернігів, 14035, Україна).

**Дубина Максим Вікторович** – доктор экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов, банковского дела и страхования, Черниговский национальный технологический университет (ул. Шевченко, 95, г. Чернигов, 14035, Украина).

**Dubyna Maksym** – Doctor of Economics, Associate Professor, Associate Professor of Department of Finance, Banking and Insurance, Chernihiv National University of Technology (95 Shevchenka Str., 14035 Chernihiv, Ukraine).

**E-mail:** maksim-32@ukr.net; mvdubyna@gmail.com

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-5305-7815>

**ResearcherID:** F-3291-2014

**Scopus Author ID:** 56912277800