



Савіна Н. Б., професор, д.е.н., Баланюк М. В., аспірант
(Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ПОТЕНЦІАЛ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ У РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Темпи розвитку банківського сектору України значним чином залежать від коливань макроекономічних індикаторів та вартості національної грошової одиниці на міжнародних валютних ринках. Головну частку українського експорту становить продукція із низькою додатною вартістю та низьким рівнем конкурентоспроможності. Це робить національну економіку залежною від коливань цін на міжнародних сировинних ринках. На даний час як ніколи важливим є вивчення потенціалу креативних індустрій, що пов'язано із необхідністю забезпечення стабільності банківської системи і сприяння подальшого зростання національної економіки загалом. Тому виникає необхідність детального розгляду цієї проблеми з метою пошуку оптимальних та перспективних рішень перетворення банківського сектору для забезпечення його сприяння в удосконаленні потенціалу національної виробничої сфери.

Ключові слова: креативні індустрії, розвиток, банківський сектор, потенціал, національна економіка.

Вступ. Дискусія про корисне і шкідливе у зародженні креативного класу та креативної індустрії слід довірити науковцям, які проводять дослідження у цій сфері. Хоча не до кінця зрозумілим є те, яким чином креативні галузі впливатимуть на розвиток економіки у майбутньому, вже зараз можна відзначити, що це могутній інструмент, який можна використати для стимулювання розвитку депресивних галузей економіки. Креативний потенціал людини є необмеженим, тому створення умов для його реалізації є одним із головних факторів успіху в умовах міжнародної конкуренції.

Аналіз останніх публікацій. Опрацювання низки наукових джерел [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8] дає підстави стверджувати, що в управлінській науці питання реалізації потенціалу креативних індустрій у розвитку банківського сектору, зокрема їх теоретичні та прикладні аспекти вивчені недостатньо. З огляду на це, беззаперечною є потреба у виокремленні зазначених аспектів проблемних питань у дослідни-

цькій методології.

Метою статті є дослідження потенціалу креативних індустрій, які характеризують розвиток банківського сектору національної економіки й формулювання методичних рекомендацій, спрямованих на їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу. Починаючи з другої половини ХХ ст. розвиток глобальних економічних відносин відбувається із зростанням та домінуванням інтелектуальної праці, яка полягає у пошуку креативних та нестандартних методів розв'язання тих чи інших проблем. Підприємства із високим інтелектуальним потенціалом успішно застосовують творчі можливості своїх працівників, з метою генерування нових ідей, вирішення завдань, досягнення поставлених цілей, щодо автоматизації виробничих процесів та формування засад успішного функціонування у довгостроковому перспективному періоді. Науковці зосереджують свою увагу на домінуванні частки послуг у загальному обсязі ВВП розвинених країн. У 1973 Д. Белл [1] публікує одну із перших своїх книг «Наближення постіндустріального суспільства» (*The coming post-industrial society*). Автор вгадує як зміниться світ наступні сто років і більше. Белл акцентує увагу на домінуванні сфери послуг та передбачає розвиток інтелектуальних галузей, як генераторів ідей, технологій та капіталу.

У 2002 та 2005 рр. виходять книги Р. Флорида [2; 3] «Сходження креативного класу» та «Міста і креативний клас» (*The Rise of the Creative Class, Cities and creative class*). Ці роботи узагальнюють історичні та сучасні тренди у глобальних суспільних перетвореннях, що дає підстави прийти до висновку про всеохоплююче домінування креативних галузей та міст, де вони зародилися. До цих галузей відносять розробку програмного забезпечення, сервіси із створення медіа та текстового контенту, науку тощо. Працівники задіяні у цих сферах називаються креативним класом, саме вони на думку Р. Флорида будуть домінувати у світі майбутнього. Ідей письменника полягала у тому, що існують три головні фактори зародження та розвитку креативних індустрій: талант, технології, толерантність, відомі у науковій літературі як «3Т». Якщо талант і технології – цілком зрозумілий вибір, то при врахуванні толерантності, виникає необхідність додаткового пояснення. Згідно із Р. Флоридою, креативність – це якість виключно толерантного суспільства. Тому, тільки у середовищі, яке толерантне до маргіналів, культурних та релігійних особливостей можуть зародити умови для рівноправних можливостей щодо творчого самореалізації особистості.

Загалом у науковій літературі, науковці підтримують необхідність запровадження креативної економіки у всіх галузях де це мож-



ливо. Проте є критика найпопулярніших ідей. А. Пратт [4] у своїй роботі «Креативні міста: креативна культура і креативний клас» (Creative cities: creative culture and creative class), обґрунтовано спростовує доводи Р. Флориди про те чи дійсно креативна економіка це явище суто «культурне», а навпаки приклад ринкової конкуренції та «природного відбору» у еволюції глобальних економічних відносин. Головний аргумент А. Пратта полягає у тому, що креативні міста створюють «ілюзії», віртуальну продукцію, вартість якої є надзвичайно високою, що робить її творців багатими і тим самим формує основу для несправедливого розподілу ресурсів. Головним чином, критика креативних індустрій полягає у тому, що їх розвиток призводить до поглиблення нерівності, бідності та втрати права на свободу і приватне життя. З точки зору, критиків концепції креативних індустрій, «далеке майбутнє» Г. Уеллса має всі підстави збутися.

Дискусія про те, яким має бути креативний бізнес розгорталася у науковій літературі ще до зародження поняття «креативний клас». Однією із найбільш популярних є точка зору Д. Ейкофа (Doris Ruth Eikhof) та А. Хаунсчайльда (Axel Hauschild) [5], опубліковано у роботі «Спосіб життя через зустрічі на ринку: богемні підприємці у креативних індустріях» (Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries). Науковці описують підприємця нового покоління, як особу із майже артистичним відчуттям можливостей та новаторських ідей, які можна перетворити у капітал. Богемні підприємці Ейкофа та Хаунсчайльда можуть створювати «щось із нічого». Важливим для описаних вище поглядів та наукових ідей щодо розвитку креативних індустрій є тісний зв'язок із сферою культури (проте як було доведено Паттом, близькість до культури – не доводить наявності високої моралі). Креативна індустрія завжди тісно працює із сферою культури, являючись її споживачем, творцем або використовуючи її як джерело натхнення для створення і реалізації нових ідей.

Більшість наукових джерел вказує на необмежений характер можливостей щодо застосування креативних індустрій, проте науковці описують лише те, що стосується реалізації цього бізнесу у певній автономній формі. Відтак існує необхідність розгляду можливостей використання потенціалу креативних галузей для розвитку банківського сектору. Тому метою написання цього розділу є показати, що в Україні присутні усі «ЗТ» необхідні для зародження та розвитку креативного класу, який успішно створюватиме необхідне змістове та якісне наповнення для багатьох галузей, у тому числі сфери банківського підприємництва.

Перед тим, як представити авторське розуміння розвитку бан-

ківського сектору на основі використання потенціалу креативних індустрій, опишемо 4-ри головні моделі їх зародження та зростання. Вперше вони були сформовані Д. Поттсом (Jason Potts) та С. Кунінгемом (Stuart D. Cunningham), які описали свої ідеї у роботі «Чотири моделі креативних індустрій» (Four Models of the Creative Industries). Дані моделі описують розвиток креативних індустрій на різних етапах їх еволюції:

- Модель багатства (базується на трансфері ресурсів);
- Модель конкуренції (креативні галузі функціонують автономно);
- Модель росту (завдяки симбіозу креативних і традиційних індустрій досягаються високі темпи зростання);
- Модель інновацій (розвиток через трансфер знань).

Модель багатства відповідно до [6] є справедливою на ранніх етапах зародження та розвитку креативних галузей, оскільки вони характеризуються більшим рівнем гнучкості та інтелектуального потенціалу, що дає їм змогу привабити ресурси необхідні для створення умов щодо реалізації творчих та виробничих процесів. На цьому етапі ріст креативної індустрії забезпечується через використання доступних ресурсів та відкритості ринків. Проте на певному етапі, ці галузі еволюціонують поглиблюючи свою спеціалізацію, шляхом інвестицій та удосконалення людських ресурсів. Компанії отримують досвідчених працівників, які володіють великими знаннями та високим рівнем професіоналізму, що робить їх конкурентною перевагою. На цій стадії діє модель конкуренції. Модель росту креативних індустрій починає діяти тоді, коли вони починають вкладати і розвивати не тільки людські ресурси, а й власні технології. Так, чималий досвід у створенні високоспеціалізованого продукту можна перетворити в унікальні технологічні рішення та ноу-хау. Модель інновацій є справедливою на етапі інтернаціоналізації креативних індустрій, шляхом їх виходу на зовнішні ринки. Глобалізація та сучасні технології дають змогу реалізувати власні товари і послуг на міжнародному рівні.

У контексті формування креативних індустрій доцільним є згадати дослідження динаміки зародження кластерів креативних індустрій у Італії та Іспанії починаючи з 90-х рр. XX ст., опубліковане Л. Лаззаретті (Luciana Lazzeretti), Р. Бойкс (Rafael Boix), Ф. Капоне (Francesco Capone)¹ [7]. Італійські науковці доводять, що розвиток креативних індустрій відбувається паралельно і зосереджується за

¹ Мається на увазі про роботу «Формуєте кластер креативних індустрій? Створення карти локальною системи креативного виробництва у Італії та Іспанії» (Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain).



принципом географічного близькості. Причому, всіх креативні галузі, або деяка їх група, формується і розвивається у певному місці доповнюючи одне одну та взаємодіючи шляхом ринкових відносин. Тому зародження і розвиток галузі розробки програмного забезпечення у сфері ІТ може викликати зростання сервісів із наповнення веб-сайтів, їх просування, реклами та перекладу. Такі географічні регіони називають кластерами, і вони характеризуються низьким рівнем конкуренції «в середині» порівняно із конкуренцією «зовні». На практиці кластер – це група підприємців, які функціонують у певній сфері надаючи подібні, але не однакові послуги, які часто є прикладом глибокої спеціалізації.

На основі проведеного аналізування спеціалізованої літератури доведено що креативні індустрії можуть виступати інструментом щодо забезпечення економічного розвитку банківського сектору в Україні. Проте для опису перспектив щодо застосування їх потенціалу у сфері фінансів, необхідним є узагальнення та систематизації представлень вище теоретичних узагальнень провідних дослідників у досліджуваній сфері. З цією метою на рис. 1 представлено послідовність формування кластерів креативних індустрій із врахуванням порядку використання джерел конкурентних переваг підприємств, які функціонують у цій галузі.

Розвиток креативних індустрій відбувається на основі двох головних етапів: зародження і становлення та ріст і вихід на міжнародні ринки. На першому етапі підприємства креативної індустрії проходять декілька стадій підсилення своєї конкурентоспроможності. На першій із них (трансфер ресурсів), «богемні» підприємці отримують змогу розвивати свій творчий потенціал на основі доступності унікальних ресурсів. Прикладом цього може бути низький рівень оплати інтелектуальної праці, який характерний для деяких країн східної Європи, зокрема і для України. Висока гнучкість цієї галузі дозволяє їй оперативно побудувати свій ланцюг вартості на основі мінімальних витрат. Відтак зародження креативних індустрій відбувається в умовах низької вартості ресурсів та їх доступності. Якщо ці умови не сформовані, то уряд має стимулювати їх виникнення з метою розвитку креативного сегменту економіки.

Дешеві ресурси та високий рівень гнучкості дає змогу креативному бізнесу наростити обсяги реалізації послуг інтелектуального характеру. Це стимулює розвиток креативної індустрії та інших галузей економіки. Так, зародження успішних контент-сервісів може сприятливо позначитись на якості рекламної діяльності багатьох підприємств та фінансових установ на певній локації. На цій стадії,

креативна індустрія росте в умовах відсутності значної конкуренції, оскільки конкуренти ще не сформовані або перебувають на етапі зародження свого бізнесу. Зазвичай креативні підприємства на такій стадії розвитку виникають на певній території, де з культурних, історичних чи природних або фінансових причин постачання послуг інтелектуального характеру є економічно не вигідним.

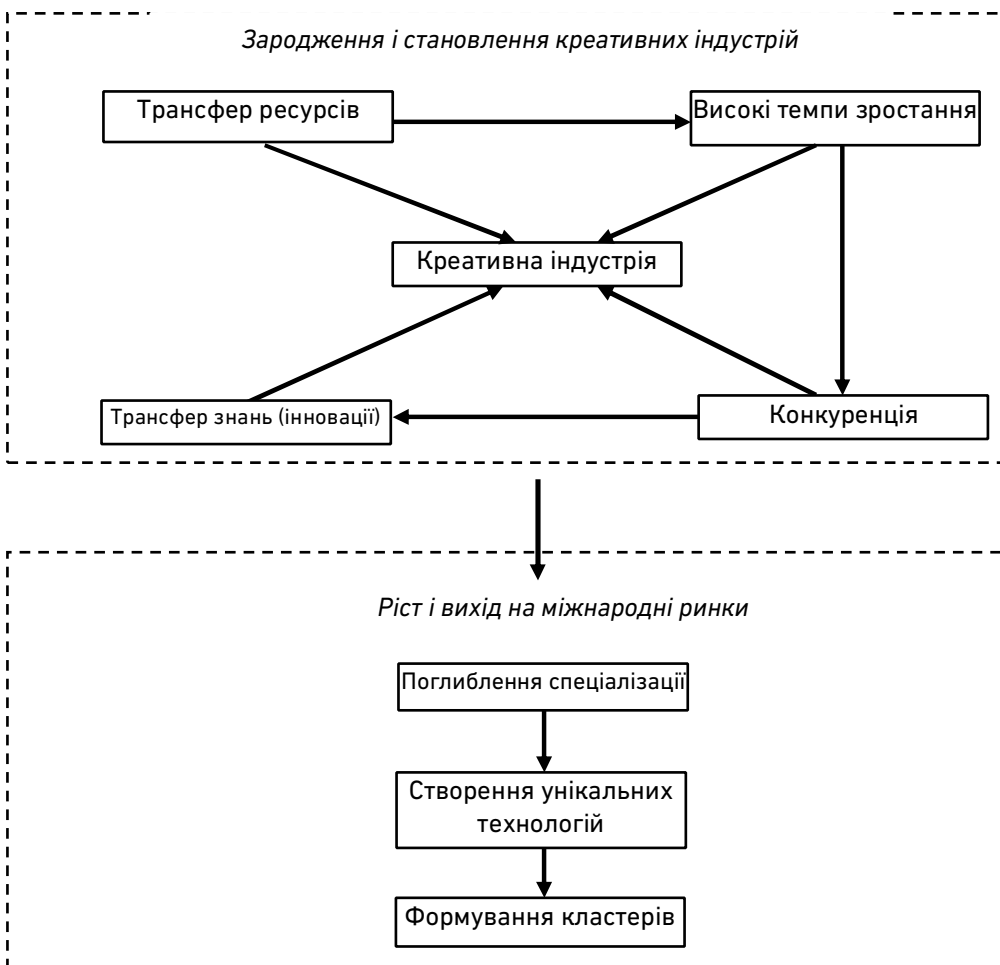


Рисунок. Послідовність економічного розвитку креативних індустрій
Джерело: розроблено автором

Дефіцит та дешеві ресурси стимулюють зародження нових підприємств у вузьких сегментах креативної галузі. Це призводить до зародження та загострення конкуренції. Ця стадія розвитку є фазою конкуренції. Суб'єкти креативної галузі вчаться працювати в умовах загостреної конкуренції, шукаючи способи для удосконалення своїх творчих та інтелектуальних можливостей. І оскільки головним чинником успішності таких підприємств є персонал, найважливішим джерелом конкурентних переваг для такого типу підприємств почи-



нають виступати працівники, які уже здобули чималий досвід і знання та можуть вирішувати складні вузько-спеціалізовані задачі. Це стимулює виникнення та розвиток послуг із аутсорсингу та відображає перехід на етап розвитку інновацій, що головним чином відбувається на основі трансферу знань.

Зростання вагомості інноваційності, паралельно із роллю інтелектуального потенціалу, у креативному бізнесі відбувається в умовах загострення конкуренції. Подальший розвиток галузі переходить на другий етап – ріст і вихід на міжнародні ринки. На цьому етапі підприємства креативних індустрій уже «навчені» функціонувати у конкурентних умовах та характеризуються високим інтелектуальним потенціалом. На цій стадії відбувається поглиблення спеціалізації креативних послуг, оскільки пошук нових «ніш» на ринку вже неможливий шляхом експансії на ринки загального значення. Вузька спеціалізація дозволяє уникнути загострення конкуренції та детальніше і з більшим рівнем професіоналізму оволодіти певним сегментом. Прикладом цього може бути зростання ІТ в Україні протягом останніх 5-ти років. Так, до 2012 р. компанії, які спеціалізувались на розробці веб-сайтів працювала у багатьох сегментах, використовуючи різні мови програмування (головним чином PHP та Python)² та відповідні фреймворки³ і системи управління сайтом⁴. Проте починаючи з 2016-2017 рр. тренди змінились у напрямку вузької спеціалізації. Так, з'явилися компанії, які надають послуги тільки на основі однієї технології, зокрема, на основі використання однієї із найбільш популярних – WordPress⁵. Конкурувати з такими компаніями складно, оскільки вони «добре знають свою справу», створюючи, редагуючи та удосконалюючи веб-сайти швидко, дешево і якісно.

Досвід функціонування на ринку вузької спеціалізації реалізується на основі формування бази унікальних знань та готових рішень, що використовуються для удосконалення якості інте-

² PHP – мова програмування веб-додатків та програм; python – мова програмування загального призначення, головним чином використовується для пошуку інформації та її аналізу; технології DataScience частково базуються на застосуванні python.

³ Фреймворк (від англійського слова framework – робоча структура) – система готових програмних рішень для створення спеціалізованих програм.

⁴ Система управління сайтом – середовище для оновлення та редагування наповнення і дизайну веб-сайтів, доступ до не здійснюється через окреме посилання на веб-сайті.

⁵ WordPress – система управління сайтами, написана на мові програмування PHP, головним чином використовується для сайтів новин і блогів.

лектуальних послуг. Це дозволяє створити власні унікальні технології, що можуть бути основою для забезпечення конкурентної переваги не тільки на локальних, а й на міжнародних ринках. На цій стадії розвитку креативна індустрія уже не існує у формі дрібних підприємств, які надають певні інтелектуальні послуги. Даний етап передбачає наявність мережі ділових та інформаційних зв'язків між підприємствами вузької спеціалізації, що дозволяє побудувати ефективну співпрацю задля отримання спільних вигод через експансію на міжнародні ринки. Креативна індустрія на цьому етапі розвитку уже являється кластером, підприємства якого спеціалізуються на наданні послуг вузькоспеціалізованого значення та які разом конкурують на зовнішніх ринках. Зазвичай такі суб'єкти зосереджені на певній географічній території, де «все і починалось».

Використання креативного потенціалу, як чинника успішності підприємств може сприяти формуванню стійких конкурентних переваг в умовах швидкозмінного зовнішнього середовища, розвитку технологій, науково-технічного прогресу та загострення конкуренції через лібералізацію економічних відносин у секторі банківського підприємництва. Враховуючи особливості діяльності вітчизняних фінансових інститутів можна виділити наступні напрямки удосконалення їх функціонування через взаємодію із креативними індустріями:

- удосконалення системи комунікації із клієнтами, на основі формування інтерактивної платформи, яка дає змогу оперативно реагувати на звернення, коментарі та відгуки клієнтів;
- покращення системи аналізу та прогнозування діяльності фінансової установи, шляхом використання сучасних програмних засобів та систем штучного інтелекту;
- розширення та оптимізація рекламної діяльності фінансової установи, шляхом використання сучасних засобів просування послуг через віртуальні сервіси, у тому числі на основі SEO⁶-оптимізації контенту;
- удосконалення системи надання послуг через використання інтерактивних систем самообслуговування (розвиток електронних платіжних систем);
- розвиток мережі терміналів самообслуговування;
- удосконалення PR-стратегій через формування індивідуалізованої системи маркетингових заходів, залежно від уніка-

⁶ SEO-оптимізація – це покращення цитованості та відвідуваності контенту, опублікованого в інтернеті, мета якого привернути увагу потенційного споживача через застосування ключових слів у статтях.



льних уподобань споживачів, які відстеженні шляхом аналізу їх поведінки у соціальних мережах та віртуальному просторі.

- прийняття інвестиційних рішень у сфері креативних індустрій, які мають тенденцію швидко зростати в умовах урбанізованого суспільства;
- інші напрямки, які впливають із специфіки діяльності фінансової установи.

Взаємодія із креативними індустріями це можливість згенерувати нові ідеї та технології, використання котрих могло не мати місця на практиці. Це дає змогу учасникам банківського сектору економіки пропонувати своїм клієнтам інноваційний підхід до вирішення їх фінансових питань, забезпечити якісне обслуговування та створити достатній рівень фінансового забезпечення через інвестиції у високорентабельні проекти із середнім рівнем ризику. До таких проектів можна віднести уже успішні компанії, які знаходяться на етапі отримання своїх перших прибутків, та крупні венчурні фонди, з великою часткою інституційних інвесторів⁷. Використання інноваційних систем швидкого збору даних, дає змогу приймати оперативні інвестиційні рішення на ринку фондових активів, що формує підґрунтя для реалізації довгострокових інвестиційних стратегій, у тому числі, шляхом застосування індексних інвестицій⁸. Застосування потенціалу креативних індустрій є очевидною вимогою сучасного часу, тому що кожне підприємство та фінансова установа розуміють, якщо вони не скористаються досягненнями креативного класу – це зробляться конкуренти.

Можливості щодо використання креативних індустрій у секторі банківського підприємництва є необмеженими, що очевидно впливає із їх особливостей. Творчість людини може зумовити абсолютно не передбачувані наслідки, як позитивні так і негативні. Тому логічним продовженням цього дослідження є аналіз методів щодо оцінювання впливу креативних індустрій на результати діяльності фінансових установ.

⁷ Інституційні інвестори – це інвестори, які володіють великими фінансовими ресурсами та вкладають головним чином у довгострокові проекти. До них відносять пенсійні фонди, інвестиційні компанії, страхові компанії, інші великі фінансові установи.

⁸ Індексне інвестування – це вкладення коштів у велику кількість довгострокових проектів (підприємств), а у похідні цінні папери, які відображають динаміку фондових індексів. Річна дохідність таких інвестицій не перевищує 10%, проте рівень їх ризиковості є значно нижчим ніж для інших видів інвестиційних стратегій.

Вимірювання впливу креативних індустрій на підприємства банківського сектору слід здійснювати на основі аналізування динаміки індикаторів їх успішності до і після початку взаємодії із креативними галузями економіки. Ці індикатори можуть характеризувати фінансову, інтелектуальну, технологічну та інші складові діяльності банків та інших установ досліджуваного сегменту національного господарства. Прикладами таких показників може бути:

- 1) сукупний фінансовий результат банків або його середні значення;
- 2) частка доходів від інвестиційної діяльності у загальному обсязі доходів фінансової установи;
- 3) дохідність активів і власного капіталу;
- 4) ринкова вартість фінансової установи;
- 5) інші показники, що характеризують успішність суб'єкта, який функціонує у сфері банківського підприємництва.

Вирішення проблеми оцінювання ефективності діяльності фінансової установи в умовах загостреної конкуренції та високої невизначеності можливе на основі аналізування динаміки цих індикаторів із врахування явища рефлексивності. Сутність цього явища полягає у залежності перспективної динаміки стохастичних величин від історичних рядів даних, оскільки суб'єкт цих тенденцій аналізує перспективну зміну показників своєї ефективності і на основі цього змінює власну стратегію поведінки на ринках капіталу. Вперше явища рефлексивності було описано Дж. Соросом [8] у книзі «Алхімія фінансів». Автор акцентує увагу на доцільності врахування історії цінного паперу при прогнозуванні його перспективної динаміки. Проте це не являється єдиним ключем для вирішення проблеми прогнозування, оскільки ринок завжди перебуває під впливом тимчасових та непередбачуваних чинників.

Розвиток підприємництва у банківському секторі головним чином залежить від змін на фінансових ринках, оскільки вони являються безпосереднім об'єктом інтересу підприємств, які функціонують у цьому сегменті. Це переносить наукове завдання щодо пошуку можливостей із забезпечення розвитку підприємства банківського сектору у сферу формування якісних інструментів щодо прогнозування динаміки показників їх успішності, оскільки ця інформація дає змогу оцінити перспективні зміни та обрати раціональну стратегію щодо поведінки на фінансових ринках у конкурентних умовах та з врахування високого рівня невизначеності.

Висновок. Таким чином, можна підсумувати, що дослідження впливу креативних індустрій на стан розвитку фінансових установ слід здійснювати із врахуванням суб'єктивних психологічних чинників та на основі математичного інструментарію, який дає змогу об'єктивно кількісно оцінити його перспективну динаміку. Також ва-



рто відзначити, що подальші дослідження слід здійснювати на основі врахування приведених вище наукових результатів у контексті врахування інформаційно-комунікаційного супроводу, оскільки це є джерелом прийняття рішень щодо механізмів розвитку банківського сектору національної економіки.

1. Bell, Daniel. *The Coming of Post-Industrial Society*. New York : Harper Colophon Books, 1974.
2. Glaeser, E. (2005). "Review of Richard Florida's *The Rise of the Creative Class*". *Regional Science & Urban Economies*. (5): 593–596.
3. Florida, R. (2005b) *Cities and the Creative Class*, New York : Routledge.
4. Andy, C. Pratt (2008). *Creative Cities : The Cultural Industries and the Creative Class*. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*. Vol. 90. No. 2 (2008), pp. 107–117.
5. Eikhof, Doris Ruth and Axel Haunschild "Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries", *Creativity & Innovation Management* 15, no. 3 (September 2006). pp. 234–241.
6. Potts, Jason & Cunningham, Stuart. (2010). *Four models of the creative industries*. *Revue d'Economie Politique*, 120(1). pp. 163–180.
7. Lazzeretti L., Boix R. and Capone F. (2009a), "Do creative industries cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain", *Industry and Innovation*. Vol. 15, No. 5. pp. 549–567.
8. Soros, George (2003). *The Alchemy of Finance*. John Wiley & Sons. p.13.

REFERENCES:

1. Bell, Daniel. *The Coming of Post-Industrial Society*. New York : Harper Colophon Books, 1974.
2. Glaeser, E. (2005). "Review of Richard Floridas *The Rise of the Creative Class*". *Regional Science & Urban Economies*. (5): 593–596.
3. Florida, R. (2005b) *Cities and the Creative Class*, New York : Routledge.
4. Andy, C. Pratt (2008). *Creative Cities : The Cultural Industries and the Creative Class*. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*. Vol. 90. No. 2 (2008), pp. 107–117.
5. Eikhof, Doris Ruth and Axel Haunschild "Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries", *Creativity & Innovation Management* 15, no. 3 (September 2006). pp. 234–241.
6. Potts, Jason & Cunningham, Stuart. (2010). *Four models of the creative industries*. *Revue d'Economie Politique*, 120(1). pp. 163–180.
7. Lazzeretti L., Boix R. and Capone F. (2009a), "Do creative industries cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain", *Industry and Innovation*. Vol. 15, No. 5. pp. 549–567.
8. Soros, George (2003). *The Alchemy of Finance*. John Wiley & Sons. p.13.

**Savina N. B., Doctor of Economics, Professor, Balaniuk M. V.,
Post-graduate Student** (National University of Water and Environmental Engineering, Rivne)

POTENTIAL OF CREATIVE INDUSTRIES IN DEVELOPMENT OF THE BANKING SECTOR OF THE NATIONAL ECONOMY

The pace of development of the banking sector of Ukraine is highly dependent on fluctuations in macroeconomic indicators and the value of the national currency in international currency markets. The main share of Ukrainian exports is products with low positive value and low competitiveness.

Investigating the sequence of economic development of creative industries, which, unlike others, reflect the process of transition from transfer of resources to knowledge transfer in the conditions of origin and growth of the intellectual sphere of the economy and implemented through the stage of rapid growth of market share and increased competition, which allows to form key elements of the next phase the development of creative industries: the deepening of specialization, the creation of unique technologies and the formation of clusters, the transition through which characterizes the high level development of creative industries. The improvement of this sequence is necessary to describe opportunities for expanding the economic development potential of the participants of the banking sector, which is formed through active interaction with creative and intellectual industries. Spheres for implementing this interaction can be advertising technologies, investment and innovation activities, collection and analysis of information, improvement of interactivity and creation of mechanisms of virtual cooperation with the client, etc. These areas enable to expand the range of banking services and increase their own competitiveness.

This makes the national economy dependent on fluctuations in prices on international commodity markets. At the present time, more than ever, it is important to study the potential of creative industries, which is due to the need to ensure the stability of the banking system and to promote the further growth of the national economy as a whole. Therefore, there is a need for a detailed consideration of this problem in order to find optimal and perspective solutions for the transformation of the banking sector to ensure its promotion in improving the potential of the national production industry.

***Keywords:* creative industry, development, banking sector, potential, national economy.**



Савина Н. Б., д.э.н., профессор, Баланюк М. В., аспирант
(Национальный университет водного хозяйства и
природопользования, г. Ровно)

ПОТЕНЦИАЛ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РАЗВИТИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Темпы развития банковского сектора Украины в значительной степени зависят от колебаний макроэкономических индикаторов и стоимости национальной денежной единицы на международных валютных рынках. Главную долю украинского экспорта составляет продукция с низкой положительной стоимостью и низким уровнем конкурентоспособности. Это делает национальную экономику зависимой от колебаний цен на международных сырьевых рынках. В настоящее время как никогда важно изучение потенциала креативных индустрий, что связано с необходимостью обеспечения стабильности банковской системы и содействие дальнейшему росту национальной экономики в целом. Поэтому возникает необходимость детального рассмотрения этой проблемы с целью поиска оптимальных и перспективных решений преобразования банковского сектора для обеспечения его содействие в совершенствовании потенциала национальной производственной сферы.

***Ключевые слова:* креативная экономика, развитие, банковский сектор, потенциал, национальная экономика.**
