

Міністерство освіти і науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет економічних наук

Кафедра фінансів

## **Кваліфікаційна робота**

освітній ступінь – бакалавр

на тему: **«НОВІ ФІНАНСОВІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК  
СКЛАДОВА КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

Виконав: студент 4-го року навчання,  
спеціальність 072  
«Фінанси, банківська справа та  
страхування»

Скуратівський Максим Юрійович

Керівник: Лук'яненко І.Г.  
Д-р економ. наук, професор, зав.  
Кафедри фінансів

Рецензент: Кучер Г.В  
Д-р економ. наук, професор кафедри  
фінансів КНТЕУ

Кваліфікаційна робота захищена  
з оцінкою «\_\_\_\_\_»  
Секретар ЕК \_\_\_\_\_ Донкоглова Н.А.  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.

Київ 2021

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ, ВИДИ ІНДУСТРІЙ ТА СУБ'ЄКТИ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Історія розвитку та визначення креативної економіки.....	6
1.2 Види креативних індустрій та їх місце в економіці країн.....	9
1.3 Креативний клас та його основні ознаки.....	16
Висновки до розділу 1.....	19
<b>РОЗДІЛ 2 МІСЦЕ ІНДУСТРІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СВІТОВИХ ФІНАНСАХ.....</b>	<b>21</b>
2.1 Вплив ІТ-індустрії на фінанси у світі.....	21
2.2 Ризики впровадження ІТ у фінанси.....	31
2.3 Роль ІТ у фінансах в часи пандемії.....	35
Висновки до розділу 2.....	38
<b>РОЗДІЛ 3 КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ ТА ІТ-ІНДУСТРІЯ ЯК ЇЇ СКЛАДОВА ЧАСТИНА.....</b>	<b>40</b>
3.1 Становлення креативної економіки в Україні.....	40
3.2 Українська ІТ-індустрія як феномен креативної економіки.....	49
3.3 Перспективи розвитку ІТ-індустрії в Україні для подальшого фінансово-економічного розвитку України в середньостроковому та довгостроковому періодах.....	54
Висновки до розділу 3.....	61
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>62</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>65</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сьогодні майже кожен економіст, політик, футуролог, науковець та й просто громадянин задумується над тим, яким буде світ в майбутньому. Якими будуть нові відкриття на базі повної інтеграції країн, як будуватимуться глобальні та локальні процеси у світі без кордонів, хто або що створюватиме продукти та сервіси для користування мільярдами людей. З появою інтернету та поширенням інформаційно-телекомунікаційних технологій з кінця 20-го століття, поняття “світ без кордонів” стало реальністю і людство отримало можливість створювати та доставляти нові продукти та послуги у будь-яку точку планети. Таким чином індустрія інформаційних технологій має неабиякий потенціал до того, аби стати стовбуром для світової економіки за рахунок свого стрімкого розвитку, можливості відкривати нові ринки та значно оптимізовувати і масштабувати виробничі процеси.

Відповідно до аналізу наукових робіт та публікацій, питанням становлення та розвитку креативної економіки, креативних індустрій та креативного класу займалися такі вчені: Дж. Гоукінз, Р. Флорида, Ч. Лендрі, Ш. Міландер, Т. Адорно, Н. Гарнхем та інші.

Хоч креативна економіка в Україні почала своє становлення не так давно, питанням розвитку креативної економіки, креативних міст та державної політики щодо розвитку креативних індустрій займалися такі українські вчені: О.В. Гуменна, Р.І. Рижков, М.О. Проскуріна, І. Ю. Гужва, Ю.В. Сотнікова, І.М. Кукса, І.В. Скавронська та інші. Водночас, попри вже наявний перелік ґрунтовних вітчизняних та зарубіжних розробок, внаслідок появи нових креативних сфер та стрімкого розвитку індустрії інформаційних технологій, дана галузь економіки потребує активної інституційної підтримки та подальших досліджень для повної реалізації свого стратегічного потенціалу.

**Метою** даної наукової роботи є дослідження галузі креативної економіки та індустрії інформаційних технологій і їх впливу на економічний та фінансовий розвиток України та світу.

Відповідно до мети, **завдання дослідження** є наступними:

- дослідити історію розвитку креативної економіки, види креативних індустрій та сутність креативного класу;
- розглянути місце інформаційних технологій як складової частини креативної економіки у сучасних фінансових компаніях;
- навести практичні рекомендації щодо уникнення ризиків при впровадженні компаніями сучасних інформаційних технологій;
- проаналізувати роль інформаційних технологій в часи пандемії;
- провести дослідження впливу інформаційно-телекомунікаційних технологій на рівень фінансового розвитку країн світу та України;
- оцінити стан креативного сектору України та його внесок в економіку.
- проаналізувати ефективність та визначити місце інформаційно-телекомунікаційної галузі в Україні;
- дослідити перспективи розвитку індустрії інформаційних технологій в економіці України;

**Об'єктом дослідження** є креативна економіка та індустрія інформаційних технологій як її складова частина.

**Предметом дослідження** є стан та перспективи розвитку креативної економіки та сектору інформаційних технологій України.

**Основними методами** використаними в роботі, є методи систематизації та узагальнення, аналізу та синтезу, графічний метод, а також економіко-статистичний для проведення економетричного моделювання.

**Науковою новизною** даної кваліфікаційної роботи є конкретизація актуальності розвитку креативних індустрій в Україні та емпіричне дослідження впливу інформаційно-телекомунікаційних технологій як складової частини креативної економіки на рівень фінансового розвитку України. Отримані результати можуть бути використані на практиці державною владою України для

визначення пріоритетних напрямів розвитку та майбутньої інвестиційної політики.

Для написання даної роботи використовувались такі літературні, наукові та електронні джерела як монографії, наукові статті, нормативно-правові акти та інтернет-ресурси.

**Обсяг і структура.** Кваліфікаційна робота має таку структуру: вступ, 3 розділи, висновки та список джерел. Вона містить 25 рисунків та 6 таблиць.

**Ключові слова.** Креативна економіка. Креативні індустрії. IT-індустрія. Інформаційно-телекомунікаційні технології. Інформаційні технології.

## **РОЗДІЛ 1**

# **ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ, ВИДИ ІНДУСТРІЙ ТА СУБ'ЄКТИ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ**

### **1.1 Історія розвитку та визначення креативної економіки**

Сьогодні інноваційний підхід та креативність стали дуже поширеними поняттями в багатьох стратегіях розвитку національних економік. В таких міжнародних організаціях, як Європейський Союз, ООН, СОТ, СБ, креативна економіка стала невід'ємною частиною дискурсу про зростання ВВП національних економік, стимулювання експорту та боротьби з безробіттям.

Більш ніж два десятиліття тому з'явився новий шлях розвитку, в якому люди поєднали економіку, культуру, технології та соціальні аспекти на макро- та мікрорівнях. В основі лежав той факт, що креативність, доступ до інформації та вміння її використовувати виступають потужними двигунами, що стимулюють економічне зростання і сприяють розвитку в період світової глобалізації. Становлення креативної економіки дало поштовх не лише для світової економіки, торгівлі та інновацій, але й згуртувало більшість країн з розвиненою економікою для пошуку нових ринків, технологій та благ.

Концепція креативної економіки є похідною з концепції інновацій у поєднанні із природнім розвитком креативних індустрій. У свою чергу креативні індустрії беруть початок з розвитку культурних індустрій та перших досліджень і теорій у цій сфері. Важливо розуміти, як креативні індустрії розвинулись з культурних індустрій, тому що останні були тісно пов'язані із промисловою революцією з початку 19 століття, але саме з негативним контекстом, бо радіо, музика, кіно та дешеві романи зробили культуру надзвичайно доступною для мас і цим самим знецінили її, про що також неодноразово наголошував Хосе Ортега-і-Гассет у своїй праці “Бунт мас” [1].

Концепція культурних індустрій була вперше використана у 1947 р. Теодором Адорно та Максом Хоркхаймером - представниками Франкфуртської школи у їх відомій роботі “Діалектика Просвітництва”. Адорно критикував “культурні індустрії” через те, що корпоративні менеджери даних компаній здійснювали контроль “зверху-вниз”, знищуючи будь-яку можливість становлення корпоративної етики, цінностей та культури від “мас”, цим самим знищуючи проактивність та креативність [1].

Як згодом пояснив позицію Теодора Адорно професор Ніколас Гарнхем, перший критикував стандартизацію виробництва та раціоналізацію усіх процесів під час створення продукту, а не саме виробництво креативних товарів [2].

Попри те, що “культурні індустрії” критикувалися спочатку, вони завжди містили у собі парадоксальний зв’язок між культурою та промисловістю, а також пояснювали феномен того, що продукти культурної індустрії можуть розвиватись в капіталістичному суспільстві, технологічні інновації можуть змінювати культурну практику в силу ринкової ситуації, а культура має можливість стати пов’язаною із прибутком, рекламою і працею [3].

Концепція креативної індустрії була вперше задокументована в 1994 р. в Австралії, коли влада оприлюднила свою нову культурну політику під назвою “Креативна нація”, яка була розроблена, щоб стимулювати розвиток ІТ можливостей під час становлення інтернету. “Креативна нація” була представлена в ролі культурної політики, яку пов’язали із економічною політикою. Це було вперше, коли в Австралії, за часів прем’єр-міністр Пола Кітінга, створення та розвиток культурної політики було профінансовано урядом у розмірі 250 мільйонів доларів. У цій політиці надавалась перевага національній ідентичності і розкривались різноманітні культурні аспекти через фільми, радіо, бібліотеки тощо [3].

Ще одним прикладом, коли уряд інвестував ресурси для організації креативних індустрій, стала Великобританія, де у 1997 р. новообраний лейбористський уряд вирішив спробувати визначити та оцінити їх прямий вплив на британську економіку та створив Департамент з питань культури, ЗМІ і

спорту, як міжгалузеву команду творчих індустрій (Creative Industries Task Force) [3].

Станом на 1998 р., цей Департамент підрахував, що творчий сектор створює 1,3 млн. робочих місць, що становить більше 5% від ВВП Великобританії і досяг доходу від експорту 10,3 трильйона фунтів. Тобто, цей документ був першою спробою вимірювати економічний внесок цих галузей у розвиток Великої Британії та визначити можливості та загрози, з якими вони стикаються, а також він допоміг встановити план дій для уряду та галузей. В подальшому у Великобританії була розроблена концепція “Making a business of Information” (1998 р.), за часів правління прем’єр-міністра Тоні Блеєра [4].

Концепція Креативних Індустрій в програмах урядів різних країн світу пропонує підвищення доданої вартості, експорту, створення робочих місць та розвиток конкуренції. Інновації та креативність - це терміни, які використовують по всьому світу і включені в установчі та програмні документи таких міжнародних організацій, як ООН, СОТ, СБ, ОЕСР та інші [4].

Поряд із розвитком креативної економіки урядами країн Великобританії та Австралії, важливими кроками у становленні креативної економіки у той час також стали три публікації: книги Чарльза Лендрі “The Creative City: A toolkit for Urban Innovators” у 1994 р. [5], роботи Річарда Флориди про креативний клас у 2002 р. [6], а також книги Джона Говкінса “The Creative Economy: How people make money from ideas” у 2001 р. [7]. Вважається, що саме у книзі Джона Говкінса вперше був використаний термін “креативна економіка”, який був визначений як “сукупність операцій з товарами, які являють собою продукти чи послуги, що мають економічну цінність та є результатом інтелектуальної діяльності”. Згідно із визначенням Джона Говкінса креативна економіка “з’являється” там, де креативність конкретних індивідів є основним джерелом вартості та причиною економічної угоди, і саме ця ідея є основою для усіх похідних визначень, що з’являються сьогодні у інформаційному просторі [8].

Сьогоднішні виклики в світовій економіці спонукають міжнародних гравців знаходити нові підходи для досягнення потрібного росту в межах



постійного розвитку. Ці нові підходи мають базуватись не на фінансових спекуляціях або промислових переворотах, а націлюватись на адаптацію до кліматичних змін, свідомого використання вичерпних ресурсів та прийняття нових соціальних конструктів через сучасні підходи до споживання та виробництва, розумне використання ІТ та нанотехнологій, а також організаційні та інституційні зміни на мікро- та макрорівнях. Лінійна концепція створення інновацій, яка розвивається шляхом значних інвестицій у R&D, була замінена більш комплексним підходом, тому що такі інвестиції не завжди себе виправдовували та не приводили до нових шляхів вирішення проблем [9].

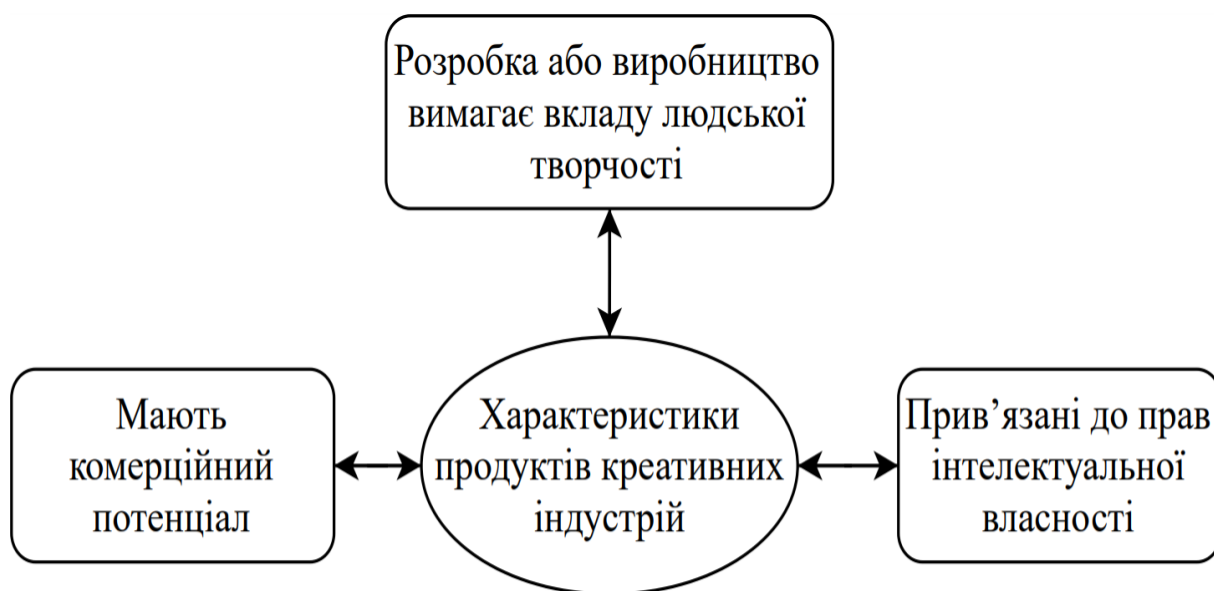
Отже, креативна економіка набирає обертів у більшості країні і незалежно від того, чи вона виражена у мистецтві, ремеслі, книжках, фільмах, малюнках, фестивалях, комп'ютерних іграх чи анімаціях, креативна індустрія це не лише ефективний сектор з високим економічним потенціалом, але й вираження людської уяви, креативності та цінностей.

## **1.2 Види креативних індустрій та їх місце в економіці країн**

Креативні та культурні індустрії були визнаними в Європейському Союзі та інтегровані в урядові та програмні документи вже більш ніж десять років тому. Цей сектор економіки виходить за рамки традиційного мистецтва і культури та часто переплітається із іншими секторами завдяки чому знаходить місце у національних економіках, регіональних та локальних компаніях та інституціях по всьому світу.

Креативний сектор включає в себе діяльність, що є проявом комерціалізованої креативності і часто виступає у нематеріальній формі. Контент таких продуктів часто захищений законом, зокрема правами інтелектуальної власності, і може приймати форму як товару, так і послуги.

Зокрема основні характеристики продуктів креативних індустрій, які виділяє Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку (UNCTAD), наведено на рис. 1.1.



**Рисунок 1.1** - Основні характеристики продуктів креативних індустрій згідно з UNCTAD

*Джерело: складено автором на основі даних [10]*

При цьому важливо враховувати різницю між креативними та культурними індустріями в тому плані, що перші орієнтовані на прибуток через створення креативних та культурних продуктів, а другі націлені на більш соціальні речі, як от формування національної ідентичності, збереження культурних спадків або розвиток соціальної інклюзії [10].

Через неринкову природу культурних продуктів, а також те, що більшість продуктів креативних індустрій постають у нематеріальній формі, довгий час цей сектор носив більше символічний та освітній внесок для економіки. Однак згодом з'явилося розуміння того, що ці види індустрій безпосередньо впливають на економіку, генеруючи додану вартість та робочі місця, стимулюючи інновації, а також відкриваючи доступ країн до зовнішніх ринків та розвитку експорту. Це розуміння було підкріплено даними, зібраними по всьому світу. Згідно із нещодавнім дослідженням Рафаеля Боїкс-Домініка і Вінсента Солер-Марко, в якому було проаналізовано дані по 250 регіонах у 24 країнах ЄС, основні креативні індустрії в 2017 р. згенерували 7.8% ВВП. Щодо зайнятості, то в цих індустріях на той час працювали близько 7.9% економічно активного населення. Дослідники також відмітили факт, що існує досить велика різниця у показниках

між виробничими та сервісними галузями у креативній економіці. Так, виробництво у креативних індустріях становило 1% ВВП і забезпечувало зайнятістю 1.7% економічно активного населення, а сфера послуг креативної економіки 6.8% та 6.2% відповідно [11].

Важливими є й ті факти, що в цьому секторі економіки був найбільший відсоток саме молодих працівників, у порівнянні до інших секторів економіки, і те, що під час світової глобальної кризи 2008 р., креативні індустрії були дуже стійкими до зниження економічної активності [10].

Якщо детальніше говорити про класифікацію креативних індустрій, то вперше Міністерство з питань культури, медіа та спорту Великобританії (DCMS) в 1998 р. виділило 13 основних секторів, які були також взято за основу урядами багатьох країн, а також які досі залишаються в центрі наукових досліджень [12]. Першу класифікацію креативних індустрій, опубліковану міністерством культури медіа та спорту Великобританії зображено на рис 1.2.



**Рисунок 1.2** - Перша класифікація креативних індустрій

*Джерело: складено автором на основі даних [12]*

Однак віднедавна багато уваги було приділено тому, що ця класифікація має певні недоліки, що виникли із плином часу, а саме: деякі частини промислового сектору, які є включеними у індустрії даної класифікації, а також складність у застосуванні Стандартної промислової класифікації (SIC codes), яка використовується у більшості країн для класифікації галузей промисловості, до

індустрій креативної економіки. Перша проблема полягає в тому, що визначення креативних індустрій, яке пропонує Міністерство культури Великобританії, насправді може бути застосованим до всіх економічних активностей, так як майже вся економічна діяльність включає в себе певну частку креативності, будь це в створенні продукту чи послуги або ж вже в його оновленні. Тому проблема тут не у факті наявності креативної складової в секторі економіки, а в тому наскільки ця креативність наявна у ньому, щоб вважатися частиною креативної економіки. Наразі досі немає прийнятної системи вимірювання креативності у тій чи іншій галузі, однак вже є певні ґрунтовні поради щодо того, як можна оновити цю класифікацію, щоб мінімізувати розбіжності. Щодо стандартів промислової класифікації, то проблема полягає в тому, що аби перейти до випадків, коли потрібно аналізувати та зводити галузеві показники держави і порівнювати їх як в межах однієї країни з іншими секторами, так і з іншими країнами, потрібно накладати ці галузі на певні стандарти, зокрема на стандартну промислову класифікацію або SIC коди. Хоч визначення цих кодів є детально прописаним, воно змінюється не так часто, щоб встигати за швидким розвитком креативної економіки. Це також властиво і для цифрової галузі, зокрема для компаній, як BBC News International, які знаходяться на межі секторів публіцистики та трансляції і мають різні SIC-коди [4].

Відповідно організація Creative Skillset, спільно з Nesta та Міністерством культури Великобританії у 2013 р. запропонувала більш адаптовану класифікацію з врахуванням частки у креативній економіці, яка виглядала наступним чином: Маркетинг та реклама (10%), Архітектура (7%), Мода та дизайн (7%), Кіно, ТВ, відеозйомка, радіо та фотографія (14%), ІТ, програмування та комп'ютерний сервіс (33%), Публіцистика (15%), Музика, перформанс та мистецтво (13%). У порівнянні з попередньою класифікацією можна побачити, що деякі категорії були об'єднані, а деякі взагалі прибрані (мистецтво антикваріату), через те, що з часом вони стали не такими актуальними для суспільства та критично знизили свою частку у ВВП [4].

Основні відмінності у ознаках нової запропонованої класифікації та старої наведено у таблиці 1.1.

**Таблиця 1.1** Порівняльний аналіз ознак старої та нової класифікації сектору креативної економіки

Стара класифікація	Запропонована класифікація	Зміни
Реклама	Маркетинг та реклама	Розширили
Архітектура	Архітектура	Не відбулось
Мистецтво антикваріату	-	Прибрали
Ремесло	Ремесло (крафт)	Не відбулось
Дизайн	Мода та дизайн	Об'єднали в один сектор
Мода		
Фільми та відео	Фільми, відео, ТВ та радіо	Об'єднали в один сектор
ТВ та радіо		
Відеоігри	ІТ, програмування і комп'ютерні сервіси	Об'єднали в один сектор
Програмування та ІТ		
Музика	Музика, перформанс та мистецтво	Об'єднали в один сектор
Перформанс		
Публіцистика	Публіцистика	Не відбулось

*Джерело: складено автором на основі даних [4]*

Варто зазначити, що нова класифікація, яка базується на сучасних реаліях економіки, також підходить до стандартів промислової класифікації. Основними

критеріями щодо зміни того чи іншого сектору були: частка ринку та кількість зайнятих людей, які виконують креативну працю. Це призвело до того, що сектори креативної економіки стало легше порівнювати між країнами, оцінювати ефективність того чи іншого сектору, шукати причини та взаємозв'язки.

Із плином часу можна визначити, наскільки креативні сектори економіки впливають на національні економіки та міжнародну торгівлю. Завдяки глобалізації та інтернету, науковці, дослідники та практики по всьому світу мають можливість обмінюватись досвідом та проводити нові дослідження щодо впливу креативних індустрій на економіки країн. Власне в академічному світі креативні індустрії - це надзвичайно популярна тема, особливо коли йдеться про вплив та наслідки для національних економік. Серед основних критеріїв, які визначають вплив на національну економіку найбільш популярними для досліджень вважаються 3 основні критерії, а саме: а) Створення робочих місць та боротьба з безробіттям - зменшення кількості молодих та старших безробітних, б) Внесок у ВВП - частка від ВВП та створення доданої вартості, а також в) Міжнародна торгівля - частка у міжнародній торгівлі. На основі проведеного порівняльного аналізу статистичних даних та аналітичних матеріалів для різних країн світу можна зазначити, що креативні індустрії не лише продукують нові робочі місця, а й створюють абсолютно нові види робіт. Також відбувається значний внесок до ВВП та стимулюється експорт. Креативні індустрії з'являються там, де є прийнятне бізнес-середовище, хороші умови праці, а культурні та ціннісні аспекти країн перебувають на високому рівні [4].

Зокрема аналіз різноманітних прикладів, наведених та проаналізованих в наукових та інших джерелах з початку 21 століття підтверджує зазначене вище позитивний ефект від креативної індустрії. Так наприклад, в праці "Creative economy report" (2018 р.) було зазначено, що в 2000 р. креативні індустрії згенерували 2.2 трильйони доларів по всьому світу, коли інтернет та мобільний зв'язок тільки-тільки розвивались. Якщо взяти до уваги Європу, то креативні індустрії досягли близько 4.5% всієї європейської економіки, завдяки близько 1.4 мільйону малих та середніх представників бізнесу, які генерували та

поширювали свій контент по всій Європі. Також близько 8.5 мільйонів людей працевлаштовані в креативному секторі в Європі [13].

Якщо брати до уваги приклад Італії, то в 2014 р. компанії, що працюють в креативних індустріях створили близько 78.6 мільярдів доларів доданої вартості та були одним з чинником, який стимулював інші сектори економіки, що призвело до неймовірних 15.6% доданої вартості (в еквіваленті 227 мільярдів євро). Згідно з Union Camere-Symbola Report (2015 р.) з 2012 по 2014 рр. італійські компанії, які інвестували у креативність, збільшили свою оборотність на 3.2%, а також свій експорт на 4.3%. Окрема увага була приділена також і зайнятості - креативні індустрії працевлаштовували близько 1.4 мільйона людей, що складає майже 6% від всього економічно активного населення Італії [13].

У 2015 р. у Сполучених Штатах Америки близько 3.5 мільйони людей було працевлаштовано в прибуткових та неприбуткових креативних індустріях, а внесок у ВВП склав 764.6 мільярди доларів, що становило 4.2% від усієї економіки. Креативні галузі в Америці продукують більше, ніж сектори будівництва, гірничої промисловості, страхування та харчування. Також в 2015 р. Америка мала додатне сальдо зовнішньої торгівлі по креативних індустріях у 20 мільярдів доларів, при експорті у 63.6 та імпорті у 42.6 мільярди. Показовим є також приклад Великобританії, яка в 2018 р. експортувала товарів на близько 46 мільярдів доларів, що склало 12% від експорту. Також креативні індустрії створили 2 мільйони робочих місць і до кінця 2021 р. планується підняття цього показника до 3 мільйонів. Щодо ВВП, то Британська економіка отримала 111.7 мільярдів фунтів до валового внутрішнього продукту у 2018 р. [10; 13].

Отже, креативна економіка - це не лише культура та розваги, а й такі послуги, як дизайн, маркетинг, ІТ та розробка ПЗ. Креативні індустрії залучають мільйони доларів прямих інвестицій, створюють робочі місця, стимулюють туризм та збирають найкращий людський капітал разом.

### 1.3 Креативний клас та його основні ознаки

Креативні індустрії не можуть існувати без креативного класу. Основоположником та популяризатором поняття креативного класу був Річард Флорида, який в 2002 р. видав книгу “Підйом креативного класу” і виклав свою теорію цієї креативної частини суспільства, що переважно включена в постіндустріальний сектор економіки, а в розвинутих країнах стала найвпливовішою соціальною групою і далі продовжує набирати обертів у своєму впливі на економічне та політичне життя країн.

Однак про цінність креативності та інноваційності ще в ХХ столітті зазначав Йозеф Шумпетер, який виділив підприємництво, як передовий чинник прогресу і можна сказати, що підприємці згідно із Шумпетером - це майже креативний клас відповідно до визначення Флориди [14].

Згідно з теорією Флориди, відмінна риса креативного класу полягає в тому, що ці люди створюють нові та оригінальні форми і смисли за допомогою інтелекту. На рис 1.3 наведено види представників креативного класу.



**Рисунок 1.3** - Види представників креативного класу

*Джерело: складено автором на основі даних [6]*



Він розділив цей клас на дві частини: 1) Суперкреативне ядро - це науковці та інженери, університетські професори, поети, письменники, художники, актори, дизайнери та архітектори, а також 2) Інтелектуальна еліта: культурні діячі, редактори, аналітики та інші люди, що часто виступають лідерами думок та формують представлення про світ загальної маси людей. Всі ці люди активно задіяні у творчий процес діяльності, під час якого їм потрібно придумувати нові рішення, стратегії і тактики. Окрім так званого ядра, до креативного класу він також відносить людей, які працюють в різних галузях, що потребують освіти, знань, кваліфікації та вмінь використання нових технологій. До таких креативних спеціалістів відносять фінансистів, юристів, лікарів, менеджмент тощо. Ці люди займаються вирішенням творчих задач, під час чого вони використовують цілий комплекс знань та людського капіталу. Досить часто такі спеціалісти переходять і до “креативного ядра”, коли вони починають створювати нові підходи та рішення проблем [6].

Представники креативного класу вирізняються певним набором якостей на цінностей. На рис 1.4 наведено основні характеристики, які притаманні представникам креативного класу.



**Рисунок 1.4** - Характеристики представників креативного класу

*Джерело: складено автором на основі даних [6]*

До основних якостей та цінностей, що притаманні креативному класу, відносять: індивідуалізм, меритократія, різноманітність, висока продуктивність, незалежність і підприємництво, високий рівень освіти. Також до цих якостей можна віднести здатність мислити локально та глобально, будувати проекти та дерева рішень, а також практичну спрямованість, що полягає у створенні таких продуктів, які будуть корисні та унікальні у повсякденному житті економічних суб'єктів.

Окрім цього варто згадати, що у своїх роботах Річард Флорида виділив так звані “три Т економічного розвитку”, а саме: технології, талант та толерантність. Ці три чинники є дуже близькими для людей, що належать до креативного класу і більша частка креативного класу з'являється саме там, де ці чинники якості є важливими у співпраці між людьми [6].

Суспільства стають дедалі ефективнішими завдяки новим технологічним рішенням та вдосконаленню програмного забезпечення, розвитку 3D моделювання, біотехнологій та робототехніки. Саме висококваліфіковані та підприємливі люди, які вміють швидко вчитись та використовувати плоди глобалізації, є рушійною силою змін. Вони не прикуті до одного місця, а знаходяться там, де вони вважають за потрібне для їх самореалізації. І останньою їх особливістю є те, що вони відкриті до будь-якого соціального розмаїття (расового, національного, релігійного, гендерного тощо), так як розуміють, що всі люди за своєю природою є рівними у правах. Двигунами креативної економіки автор називає міста та міські агломерації, а основні скупчення креативних людей живуть у таких містах, як: Амстердам, Стокгольм, Гельсінкі, Оксфорд, Лондон, Берлін, Париж тощо [6].

Збільшення креативного класу вплинуло також і на працевлаштування людей у інших секторах економіки. Так, одночасно зі зростанням креативного класу відбувається збільшення людей, що працюють у сфері обслуговування. До них належать наступні професії: працівники закладів харчування, прибиральники, охоронці, секретарі тощо. Такий ріст можна пояснити

потребами креативної економіки. Внаслідок того, що рівень спеціалізації економіки підвищився, а професійний розподіл праці розширився, люди зі сфери обслуговування почали виконувати ті функції, які раніше виконувались в рамках сім'ї або домогосподарства. Водночас досить часто деякі люди, що працюють у сфері обслуговування, переходять в креативний клас з набуттям досвіду, навичок та освіти. Креативний клас також впливає і на чисельність працівників задіяних у сферах промисловості, кількість яких спадає, що можна пояснити автоматизацією та діджиталізацією процесів, завдяки чому зникає потреба у фізичній праці людини. Використання інформаційних технологій дозволяє не лише масштабувати промислову діяльність, але й стимулювати людей до розвитку через потребу у кваліфікації, набуття навичок і пошуку нових способів забезпечити життя [6; 15; 16].

Отже, креативний клас - це та група людей, яка у своїй професійній діяльності займається інтелектуальною працею, націленою на переосмислення старих або ж створення нових продуктів або сервісів. Представники креативного класу швидко пристосовуються до змін у світі, а збільшення їх кількості змінює ринок праці та стимулює решту населення набувати нових навичок та знань.

## **Висновки до розділу 1**

Отже, креативні індустрії утворюють важливий сектор економіки, який приносить чималу частку до ВВП країн по всьому світу та є важливою складовою кожної розвинутої країни. Особливість креативної економіки полягає у тому, що нові підходи та інновації перетікають крізь усі сектори економіки та створюють нові шляхи створення доданої вартості та розвитку. Завдяки тому, що креативна економіка несе в собі як комерційну так і культурну цінність, уряди всіх країн намагаються розширити та розвинути цей сектор для стимулювання економічного зростання, добробуту та процвітання. Поміж тим, креативні індустрії генерують прибуток шляхом торгівлі та прав інтелектуальної власності, що дає можливість розвинути “down-top” ефект, коли малий та середній бізнес

займає чималу частку в економіці та стимулює уряд створювати сприятливий клімат для підприємців. Культурна ж складова сприяє усталенню прав та гідності людини, демократії та поваги.

Сьогодні креативними індустріями прийнято вважати економічні види діяльності, основними продуктами яких є товари чи послуги, що створені за допомогою людського інтелекту та творчості. До креативних індустрій належать наступні галузі: маркетинг та реклама, архітектура, ремесло, мода та дизайн, кіноіндустрія та радіо, музика, перформанс та мистецтво, публіцистика а також сфера інформаційних технологій та ком'ютерних сервісів.

Люди, які працюють в креативних індустріях, утворюють так званий креативний клас, який виділяється високим рівнем освіти, відповідальності та продуктивності, а до переліку їх цінностей входять такі якості, як незалежність, толерантність та проактивність. Основною діяльністю креативного класу є вирішення інтелектуальних та творчих завдань з метою досягнення реалізації власного потенціалу.

## РОЗДІЛ 2

### МІСЦЕ ІНДУСТРІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СВІТОВИХ ФІНАНСАХ

#### 2.1 Вплив ІТ-індустрії на фінанси у світі

Сьогодні технологічні зміни присутні у всіх аспектах суспільного життя, як от ведення бізнесу, створення та підтримки продуктів чи сервісів або ж просто повсякденного життя громадян. Технології змінюють підхід менеджерів та власників бізнесу до розробки нових та оптимізації старих процесів. Державні структури проводять реформи у бік діджиталізації задля досягнення більшої прозорості та ефективності у своїй діяльності. А пересічні громадяни країн мають доступ до практично будь-яких послуг просто з екрану свого телефону.

Фінансова сфера не є виключенням і зміни у кон'юктурі ринку, розширення міжнародного співробітництва та глобальне пришвидшення процесів у світі змушує постачальників фінансових послуг пристосовуватись до нових потреб та запитів споживачів.

У минулому було прийнято розрізняти компанії, що надають фінансові послуги, технологічні або продуктові компанії, а також телекомунікаційні компанії. Телекомунікаційними компаніями вважають такі, що використовують комплекси інформаційних технічних засобів та спеціальних споруд для передавання та/або приймання повідомлень будь-якого роду по радіо, провідних, оптичних, електромагнітних або ж інших системах. Технологічні компанії - це ті, що створюють продукти та сервіси на основі інформаційно-комунікаційних технологій. Фінансові ж компанії - це ті, що надають фінансові послуги, суть яких полягає у операціях з фінансовими активами [17; 18; 19].

Однак із появою у світі поняття “FinTech”, межі стали більш розмитими. Багато фінансових компаній почали називати себе продуктовими і навпаки, технологічні та телекомунікаційні компанії все частіше подають заявки на

отримання ліцензії на надання фінансових послуг. Фінтех, або ж фінансові інформаційні технології, є ключовим драйвером цих змін, який допомагає фінансовим компаніям оптимізувати процеси, знижувати витрати, отримувати стабільний відгук від своїх клієнтів і відповідно знаходити нові можливості для розширення своєї діяльності та задоволення потреб клієнтів [20].

У банківській сфері, у змінах якої фінтех грає неабияку роль, традиційно виконання будь-якої операції передбачало контакт із представником банку або фізичну присутність клієнта у одному із відділень. Поява онлайн-банкінгу суттєво змінила форму комунікації між клієнтом та банком і перевела її у цифровий формат. Це дозволило клієнтам не прив'язуватись до місця розташування або ж годин роботи банків і отримувати банківські послуги із екрану мобільного телефону. Більше того, це дозволило і банкам ефективніше надавати своїм користувачам традиційні послуги, а також пропонувати нові, як от кешбеки, розстрочки та овердрафти. Ще одна функція, в якій банки активно намагаються використати можливості інформаційних технологій - це підтримка клієнтів. Одним із важливих факторів надання якісних послуг - це кваліфікована та швидка підтримка клієнтів, надання якої часто є великою статтею витрат для компаній. На сьогодні банки все активніше використовують чатботи та штучний інтелект для відповіді на запити клієнтів.

Штучний інтелект володіє значно більшими обчислювальними та аналітичними можливостями, аніж людина, що дає можливість швидко обробляти неймовірно великі масиви даних або відслідковувати тисячі транзакцій та на основі попереднього досвіду робити висновки про, наприклад, додаткову потребу у перевірці платоспроможності чи доброчесності клієнта при прийнятті рішення про видачу йому кредиту [21].

Зміни такого характеру з'являються поміж все більшої кількості фінансових сфер і їх застосування стає популярним із неймовірною швидкістю. Такі фінтех компанії, як Robinhood Financial LLC, сьогодні значно знижують поріг входу на фондовий ринок для пересічних громадян і дають можливість брати участь у торгах навіть без належного досвіду у фінансах. А страхові

компанії впроваджують у свої послуги використання “Wearable sensors”, що допомагають попередити або ж вчасно розпізнати ті чи інші захворювання [20].

Основними факторами, через які інформаційні технології стають більш популярними у сфері фінансового менеджменту є швидкість, точність та мобільність. Через важливість математичних обчислень, фінансовий менеджмент вимагає великої уваги та точності. Підрозділи повинні обробляти велику кількість даних, що стає простішим завдяки програмному забезпеченню та інформаційним системам фінансового управління, які можуть виконувати відповідні функції з високою точністю та швидкістю. Водночас, одним із ключових результатів має бути аналіз тенденцій даних та розуміння того, що буде в майбутньому. І завдяки використанню ІТ-засобів, менеджери мають можливість подавати ці дані у простій та ефективній формі. Іншим важливим фактором є мобільність, зокрема мобільність даних. Обмін фінансовою інформацією між різними відділами полегшується завдяки використанню інформаційних технологій. Наприклад, відділи продажу та маркетингу потребують постійного надходження інформації з боку фінансового відділу, аби більш обґрунтовано планувати, створювати ефективні маркетингові програми та приймати ключові рішення щодо продажів або співпраці з партнерами чи клієнтами [22].

Важливою складовою у впровадженні інформаційних систем у цифрову архітектуру компаній є системи планування ресурсів підприємств (“Enterprise Resource Planning systems”). Дані системи відносяться до типу програмного забезпечення, яке організації насамперед використовують для управління повсякденними операційними процесами, такими як бухгалтерський облік, закупівлі, управління проектами, управління ризиками та організація поставок. Повний пакет системи планування ресурсів підприємств також включає управління ефективністю діяльності підприємства - програмне забезпечення, яке допомагає планувати, складати бюджет, прогнозувати та звітувати про фінансові результати організації. ERP-системи пов’язують безліч бізнес-процесів і забезпечують потік даних між ними. Збираючи спільні дані транзакцій

організації з декількох джерел, системи ERP усувають дублювання даних і забезпечують їх постійність та цілісність. На рис. 2.1 наведено основні складові модулі ERP-систем, які допомагають організаціям ефективно використовувати здобутки ІТ-технологій у щоденних процесах. Це потужне рішення для управління фінансовою частиною бізнесу та інтеграції з іншими підрозділами. Також всі транзакції можуть бути доступні з будь-якого пристрою та в будь-якому місці. Повна прозорість та захист записів операцій роблять фінансовий модуль цінним інструментом [24].



**Рисунок 2.1** - Основні складові модулі ERP-систем

*Джерело: складено автором на основі [24]*

Багато країн досить швидко зрозуміли, що для забезпечення сприятливого бізнес-клімату для розвитку фінансових компаній, загальна інфраструктура інформаційних та телекомунікаційних технологій має бути пріоритетним напрямком розвитку. Дослідження показують, що рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційної галузі позитивно впливає на економічне зростання в країні [25]. Також було досліджено, що наявність доступу до



електронних джерел інформації, зменшує кількість коливань на ринку цін, а також мають позитивний ефект технологій на зайнятість, стандарти життя та рівень доброту [26; 27; 28].

Інформаційно-телекомунікаційні технології (ІТТ) охоплюють програмне та технічне забезпечення, що створене з метою прийняття, обробки та передачі інформації. Інфраструктура ІТТ охоплює цифрову телефонну мережу, широкосмуговий доступ до мережі інтернет, інтернет-сервери, радіовежі, мобільні телефони та інші технології [29].

Для аналізу впливу ІТТ на фінансовий розвиток країн світу, було вирішено провести економетричне моделювання з використанням панельних даних. Перевагою використання моделей лонгітюдних даних є те, що вони забезпечують збільшення інформаційної бази та ширшу варіацію даних, дозволяють досліджувати вибірку об'єктів у просторовому та часовому вимірах одночасно, що дає можливість будувати більш комплексні моделі та робити більш точні дослідження на мікрорівні [30]. Для моделювання було використано статистичний пакет EViews8.

Об'єктом дослідження виступає індекс фінансового розвитку країн. Цей показник свідчить про доступність, ефективність та якість фінансових послуг у країнах.

Проблема дослідження полягає в обґрунтуванні впливу показників розвитку ІТТ на рівень фінансового розвитку у країнах. Метою даного дослідження є побудова адекватної моделі та пояснення впливу відповідних факторів на рівень фінансового розвитку країн.

В якості незалежних змінних було використано фактори, які вказують на рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій у країнах: кількість користувачів інтернетом у % від населення (IU), кількість активних телефонних номерів на 100 осіб (MS) та кількість банкоматів на 100000 осіб (ATM) [31; 32; 33]. Залежною змінною було обрано індекс фінансового розвитку (FD), який публікується у базі даних Міжнародного валютного фонду. Індекс фінансового розвитку (FD) - це показник, який оцінює розвиток, доступність та

ефективність фінансових установ та фінансових ринків країн [34]. Кількість користувачів інтернетом у % (IU) відображає кількість осіб, які користувались інтернетом протягом останніх трьох місяців із будь-якого можливого пристрою (комп'ютер, телефон, телебачення тощо). Кількість активних телефонних номерів (MS) показує кількість підписок на послуги мобільного зв'язку загального користування у країні. Показник включає кількість активних передплачених підписок, які використовувались протягом останніх трьох місяців, та застосовується до всіх стільникових підписок, що пропонують голосовий зв'язок. Заключною незалежною змінною стала кількість банкоматів на 100000 осіб (ATM). Дана змінна відображає не лише кількість пристроїв для зняття готівки, а загалом всіх комп'ютеризованих телекомунікаційних пристроїв, які надають клієнтам фінансової установи доступ до фінансових операцій у громадських місцях. Статистичні дані щодо динаміки зміни незалежних змінних наведено в базі даних Світового банку.

Загальна сукупність включає 180 спостережень з 2007 до 2018 р. та складається з даних по 15 країнах: Канада, Україна, Данія, Франція, Німеччина, Італія, Нідерланди, Швейцарія, Португалія, Іспанія, Туреччина, Чехія, Японія, Південна Корея та Нова Зеландія. Відповідні країни було обрано таким чином, щоб були наявні представники із різних географічних та культурних регіонів.

Метою побудови даної моделі є оцінювання впливу факторів, що відображають стан інформаційно-телекомунікаційних технологій на рівень фінансового розвитку у країнах. Відповідно основна гіпотеза дослідження полягає у тому, що рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій, зокрема кількість користувачів інтернетом та телефонним зв'язком, а також кількість банкоматів, позитивно впливають на рівень фінансового стану у країнах.

Насамперед було проведено тест Хаусмана для визначення оптимальної специфікації моделі. За допомогою теста Хаусмана проводиться перевірка наявності кореляції між індивідуальними ефектами і пояснюючими змінними в моделях панельних даних, що дає зрозуміти, які ефекти краще використовувати

у моделі [30]. Модель з фіксованими ефектами є більш доцільною, коли кожен елемент вибірки має індивідуальні якості і не є результатом випадкового вибору із певної генеральної сукупності. Саме тому для початку було обрано фіксовані ефекти для країн та періодів та проведено тест на наявність кореляції між індивідуальними ефектами та пояснюючими змінними, результати якого наведено у таблиці 2.1.

**Таблиця 2.1** Результати проведення тесту Хаусмана

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section and period fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	289.432578	(14,151)	0.0000
Cross-section Chi-square	598.731722	14	0.0000
Period F	2.593861	(11,151)	0.0048
Period Chi-square	31.153730	11	0.0010
Cross-Section/Period F	182.821719	(25,151)	0.0000
Cross-Section/Period Chi-square	619.669996	25	0.0000

*Джерело: складено автором на основі даних [31; 32; 33; 34]*

Нульовою гіпотезою тесту Хаусмана є припущення про відсутність кореляції між індивідуальними ефектами та пояснюючими змінними і відповідно у тому, що фіксовані ефекти надмірні (не значимі). При наявності даної кореляції варто надавати перевагу моделі із фіксованими ефектами. Значення Prob. вказує на ймовірність того, що фіксовані ефекти не значимі. Якщо ця ймовірність більше ніж 0,1 (10 %), то припущення про відсутність кореляції справджується і доцільно протестувати модель зі змінними ефектами. Відповідно до таблиці 3.1, результати тесту Хаусмана свідчать про наявність кореляції та потреби залишити фіксовані ефекти у моделі.

Після визначення оптимальної специфікації моделі було проведено оцінку якості моделі та відповідних тестів на адекватність. Результати моделювання наведено у таблиці 2.2.

**Таблиця 2.2** Результати моделювання впливу факторів розвитку ІТТ на рівень фінансового розвитку країн

Dependent Variable: FD					
Method: Panel Least Squares					
Sample: 2007 2018					
Periods included: 12					
Cross-sections included: 15					
Total panel (balanced) observations: 180					
	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
	C	0.501636	0.043438	11.54828	0.0000
	MS	0.000841	0.000238	3.539998	0.0005
	IU	0.000845	0.000416	2.030685	0.0440
	ATM	0.000467	0.000187	2.499811	0.0135
Effects Specification					
Cross-section fixed (dummy variables)					
Period fixed (dummy variables)					
R-squared	0.983134	Mean dependent var		0.714657	
Adjusted R-squared	0.980007	S.D. dependent var		0.165995	
S.E. of regression	0.023471	Akaike info criterion		-4.519534	
Sum squared resid	0.083186	Schwarz criterion		-4.005113	
Log likelihood	435.7580	Hannan-Quinn criter.		-4.310958	
F-statistic	314.3576	Durbin-Watson stat		1.057578	
Prob(F-statistic)	0.000000				

*Джерело: складено автором на основі даних [31; 32; 33; 34]*

Одним із важливих критеріїв для оцінки якості моделей лонгітюдних даних є квадрат коефіцієнта кореляції. Проведений діагностичний аналіз показує, що модель на 98% може бути пояснена обраними показниками та на 2% іншими, не включеними в модель факторами. Також бачимо, що всі незалежні змінні моделі, а саме MS, IU та ATM є статистично значимі за t-критерієм Ст'юдента для рівня довіри 95%. Варто зазначити, що знаки коефіцієнтів відповідають основній гіпотезі дослідження і збільшення будь-якого показника розвитку ІТТ на одиницю призведе до збільшення індексу фінансового розвитку на відповідне значення коефіцієнту.

Також доцільно вивести значення фіксованих ефектів. У даній моделі значення фіксованих ефектів відображають апріорну схильність до вищого рівня індексу фінансового розвитку країни. У таблиці 2.3 наведено показники ефектів індивідуальних перетинів.

**Таблиця 2.3** Значення крос-секційних фіксованих ефектів

Cross-section Fixed Effects			
	ID	Effect	
1	1	0.135606	
2	2	-0.227327	
3	3	-0.041488	
4	4	0.090307	
5	5	0.007249	
6	6	0.052464	
7	7	0.113932	
8	8	0.036743	
9	9	0.048716	
10	10	-0.130563	
11	11	-0.019307	
12	12	0.155493	
13	13	0.236378	
14	14	-0.152279	
15	15	-0.305923	

*Джерело: складено автором на основі даних [31; 32; 33; 34]*

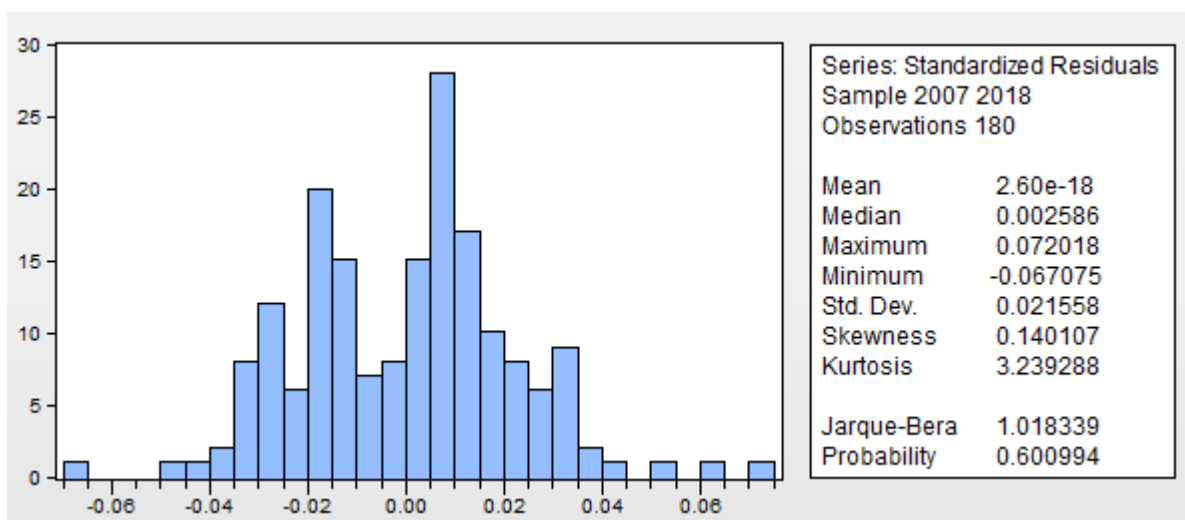
Згідно з таблицею 2.3 можна припустити, що більш розвинені країни із сильнішими економіками мають порівняно вище значення фіксованого ефекту: Канада (ID = 1), Франція (ID = 4), Німеччина (ID = 5), Італія (ID = 6), Японія (ID = 7), Корея (ID = 8), Нідерланди (ID = 9), Іспанія (ID = 12), Швейцарія (ID = 13) та відповідно є більш схильними до вищого значення індексу фінансового розвитку. Країни із слабшими економіками: Чехія (ID = 2), Португалія (ID = 11), Туреччина (ID = 14) та Україна (ID = 15) мають апріорно нижче значення залежної змінної, що збігається із фактичними даними індексу.

За допомогою F-критерію Фішера перевіряють незалежність вибірок і їх належність до нормально розподілених генеральних сукупностей. Значення даного критерію є меншим за 0.1, що говорить про адекватність моделі.

Далі перейдемо до перевірки класичних припущень моделі, зокрема почнемо із перевірки наявності автокореляції залишків моделі та критерію Дарбіна-Ватсона. Тест Дарбіна-Ватсона перевіряє гіпотезу про наявність автокореляції залишків першого порядку. Якщо значення цієї статистики

наближена до 2, тоді скоріше за все автокореляція першого порядку відсутня. У нашому випадку значення дорівнює 1.05, що говорить про наявну автокореляцію залишків першого порядку.

Наступним тестом є перевірка залишків моделі на нормальність розподілу, результати тесту наведено на рис. 2.2. Нульова гіпотеза тесту – залишки нормально розподілені.



**Рисунок 2.2** - Результати тесту на нормальність розподілу залишків

*Джерело: складено автором на основі даних [31; 32; 33; 34]*

Відповідно до результатів тесту, ймовірність помилки при відхиленні нульової гіпотези тесту дорівнює 60%, а отже ми не маємо права її відхилити, що говорить про нормальність розподілу залишків.

Отже, сьогодні інформаційні технології є актуальною сферою розвитку фінансових компаній. Результати проведеного дослідження з використанням лонгітюдних даних показали наявність позитивного зв'язку між рівнем розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій, зокрема кількістю користувачів інтернету, кількістю абонентів мобільного зв'язку та кількістю банкоматів, із рівнем фінансового розвитку країн. Коефіцієнт детермінації моделі з фіксованими ефектами становить 98%, усі незалежні фактори є значущими для рівня довіри 95%, а залишки розподілені нормально. При перевірці класичних припущень було виявлено автокореляцію першого порядку, що може говорити про потребу у збільшенні вибірки та залишає місце для подальших досліджень.

Отримані результати доповнюють минулі дослідження впливу ІТТ на фінансовий та економічний розвиток країн, а також можуть слугувати інформаційною базою для законодавчої та виконавчої гілок влади при розробці інвестиційної політики України у майбутньому.

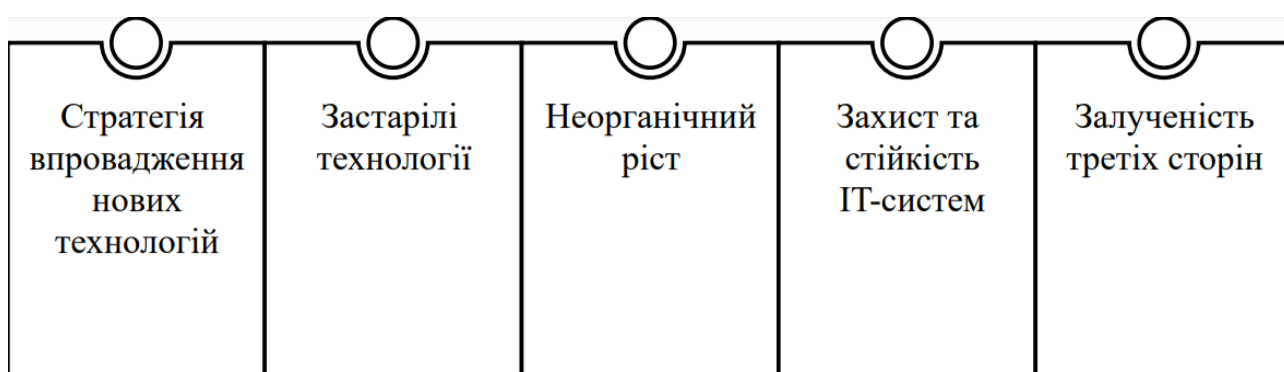
## **2.2 Ризики впровадження ІТ у фінанси**

Зробивши революцію у сфері надання фінансових послуг, інформаційні технології стали ключовою складовою більшості фінансових компаній. Водночас керівники компаній швидко зрозуміли, що поряд із оптимізацією та зручністю, технології також представляють із собою перелік ризиків, що підсилило потребу у безпеці та надійності [35]. Наприклад, фірми у секторі фінансових послуг у 300 разів частіше стають жертвами кібератак, ніж підприємства інших галузей. Внаслідок цього, на сьогодні компанії у банківському секторі вже втратили 16,8 млрд доларів. Відповідно у представників фінансових компаній виникає потреба визначати, пріорітезувати та керувати ризиками, які несе із собою впровадження інформаційних технологій [36].

Згідно з опитуванням керівників великих компаній, що проводили аналітики Джері Розмен та Рон Блеєр спільно з компанією Gartner, було підтверджено актуальність потреби в управлінні ІТ-ризиками. Так, 76% респондентів заявили, що протягом останніх двох років у них відбулася зупинка внутрішньої ІТ-системи, а 50% вказали, що вони стикалися з даною ситуацією двічі. Відповідно до такої ситуації, менеджмент почав збільшувати бюджет на захист систем інформаційних технологій і у 2020 р. кількість організацій, які були готові витратити щонайменше 7% свого бюджету на ліквідацію наслідків зупинки ІТ-системи виросло на 20% порівнянні із 2019 р. [37]. Інше дослідження, проведене, компанією Statista у 2019 р. показало, що технічні проблеми ІТ-систем несуть із собою прямі фінансові втрати. Так, 88% респондентів повідомили, що година критичного простою сервера коштує їм більше 300 000

доларів, а 40% заявили, що дана ситуація несе із собою витрати у понад 1 мільйон доларів [38].

Впровадження нових технологій не несуть загрози самі по собі. ІТ-ризики виникають внаслідок погано спланованої та стрімкої модифікації звичних комп'ютерних систем та програм, які щоденно використовуються представниками компаній та споживачами послуг. Швидка динаміка ринкової конкуренції обмежує час компаній на пристосування до нових технологічних вимог та детальної розробки необхідних систем захисту [39]. Перелік факторів, які можуть бути джерелами ІТ-ризиків наведено на рис. 2.3.



**Рисунок 2.3** - Джерела ІТ-ризиків у компаніях

*Джерело: складено автором на основі даних [36]*

Ризик, що пов'язаний із стратегією впровадження технологій полягає у тому, що менеджмент компанії має робити правильні стратегічні рішення щодо впровадження або не впровадження нових технологій. Деякі технології можуть бути недостатньо вивчені, аби робити висновок про їхню ефективність та витрачати кошти на їх купівлю. З іншого боку, стрімке впровадження вдалої технології може надати компанії конкуренту перевагу на ринку, що принесе додатковий дохід [36].

Впровадження кожної нової технології несе із собою супутні зміни у звичних процесах, що у свою чергу призводить до потреби витрачати час та кошти на навчання персоналу та користувачів. Саме тому компанії часто вирішують відтермінувати представлення нової технології на користь короткострокової перспективи, що в результаті призводить до ще меншої



готовності до змін, втрати конкурентної переваги та старіння технологій у компанії [36].

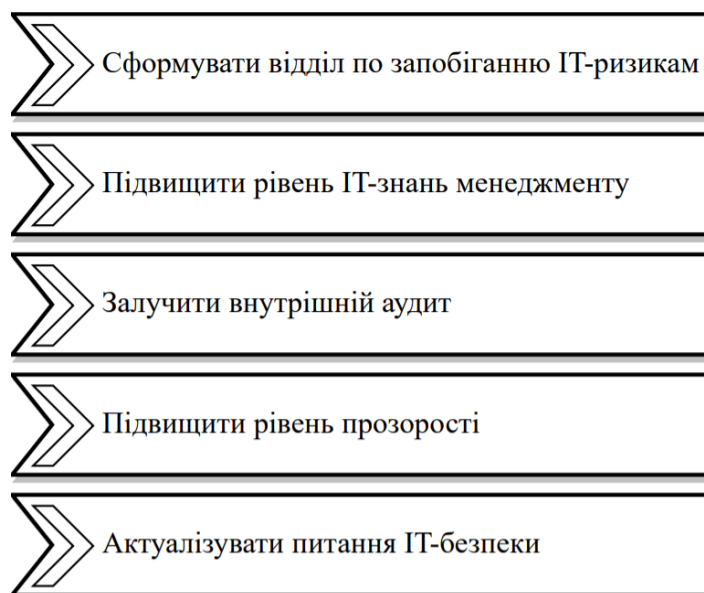
Іншим джерелом ризику може бути неорганічний ріст внаслідок процесу злиття та поглинання компаній-конкурентів. Така практика призводить до збільшення кількості різноманітних комп'ютерних сервісів та програм, що використовуються працівниками у щоденній роботі. Часто компанії нехтують етапом переведення усіх підрозділів в одне програмне середовище, що в подальшому призводить до ще більших інвестицій для об'єднання усіх баз даних, ІТ-процесів та програм [36].

Ще один фактор, про який компанії повинні пам'ятати при використанні ІТ-систем - це забезпечення їх безперервної роботи. Як вже було зазначено, вартість зупинки функціонування програмного забезпечення у компаніях може сягати до 1 млн доларів. Тому компанії повинні дбати про розробку, тестування та оптимізацію сценаріїв кризових ситуацій та відновлення роботи ІТ-систем [36].

Останнім ризиком можна виділити можливість загрози від третіх сторін. Сьогодні співпраця із різноманітними підрядниками, партнерами, постачальниками та іншими третіми особами у фінансових компаніях та інших компаніях часто ведеться за допомогою інформаційних технологій, зокрема завдяки технології інтерфейсу програмування застосунків API (Application Programming Interface). Дана технологія дозволяє пов'язувати програмні забезпечення партнерських компаній між собою шляхом зв'язку серверів і надання дозволу на отримання запитів та відправку відповідей через технологію API. Відповідно компаніям потрібно дбати про надійність даних зв'язків та інтеграцій та формулювати правила ретельної перевірки та моніторингу усіх третіх сторін, які можуть мати доступ до будь-яких структурних елементів програмного забезпечення компанії [36].

Для контролю відповідних ІТ-ризиків, фінансові компанії повинні постійно переглядати власні критерії щодо впровадження та перевірки нових технологій. Зокрема, компанія "Делойт" у своєму дослідженні про ризики що

несуть із собою інформаційні технології у фінансових компаніях, пропонує перелік порад, які дозволять менеджменту краще контролювати ІТ-ризики [40]. На рис. 2.4 наведено перелік запропонованих кроків, впровадження яких допоможе компаніям краще контролювати відповідні ІТ-ризики.



**Рисунок 2.4** - Дії для попередження ІТ-ризиків у компаніях

*Джерело: складено автором на основі даних [40]*

Серед даних порад насамперед можна виділити формування відділу по запобіганню ІТ-ризикам. Представники даного відділу зобов'язані мати експертизу у інформаційних технологіях, а також бути включеними у раду директорів, для оперативної звітності щодо ІТ-складової компанії. Окрім факту додаткової перевірки, наявність даного відділу слугуватиме позитивним знаком для інвесторів, що компанія дбає про ІТ-безпеку [40].

Окрім наявності чітко визначених осіб, що відповідальні за безпеку ІТ-систем, варто також подбати про підвищення рівня ІТ-знань керівників компанії. Це допоможе менеджменту краще розуміти важливість та пріоритетність тих чи інших проблем та ризиків [40].

Додатковою перевіркою надійності ІТ-систем може бути впровадження внутрішнього аудиту. Ціллю даного аудиту може бути не лише перевірка надійності програмного забезпечення, але й визначення можливих вдосконалень внутрішніх процесів [40].

Ще одним заходом для попередження ІТ-ризиків є підвищення прозорості та звітності у компанії. Зокрема мова йде про визначення ключових індикаторів безпеки та впровадження періодичної звітності менеджменту перед власниками про заходи по управлінню ризиками та рівень безпеки ІТ-систем [40].

Останньою порадою є актуалізація питання ІТ-безпеки серед керівників в цілому. Правління повинно забезпечити, щоб ІТ-ризики мали постійне місце в планових обговореннях, відбувалися обговорення щодо навичок управління ризиками у працівників компанії, інвестицій у додаткові захисні заходи, прогнозування та розгляд нових ризиків. Таким чином менеджмент буде більш обізнаний щодо стану програмного забезпечення у компанії, сильних та слабких сторін власних систем [40].

Отже, інформаційні технології не несуть небезпеки самі по собі. Технологічні ризики можуть виникати із неправильно спланованої стратегії впровадження нових програмних додатків, неефективної агрегації багатьох програм внаслідок різкого росту компанії, низького внутрішнього захисту ІТ-систем та низького порогу доступу до системи третіми особами. Боротися із відповідними ризиками допоможуть наступні заходи: загальна актуалізація ІТ-безпеки у компанії, призначення чітко визначених осіб, відповідальних за захищеність системи, підвищення рівня освіченості працівників у інформаційних технологіях, забезпечення достатнього рівня прозорості, а також залучення внутрішнього аудиту.

### **2.3 Роль ІТ у фінансах в часи пандемії**

Пандемія коронавірусу неодмінно залишить свої наслідки у світовій економіці. І хоч поки складно визначити, якою точно буде втрата через спалах COVID-19, аналітики погоджуються, що результати будуть переважно негативними. Згідно з дослідженням компанії Statista, у 2020 р. держави з найбільшими економіками втратили близько 4.5% від ВВП, що у світових масштабах, якщо оцінювати від рівня світового ВВП за 2019 р., еквівалентно

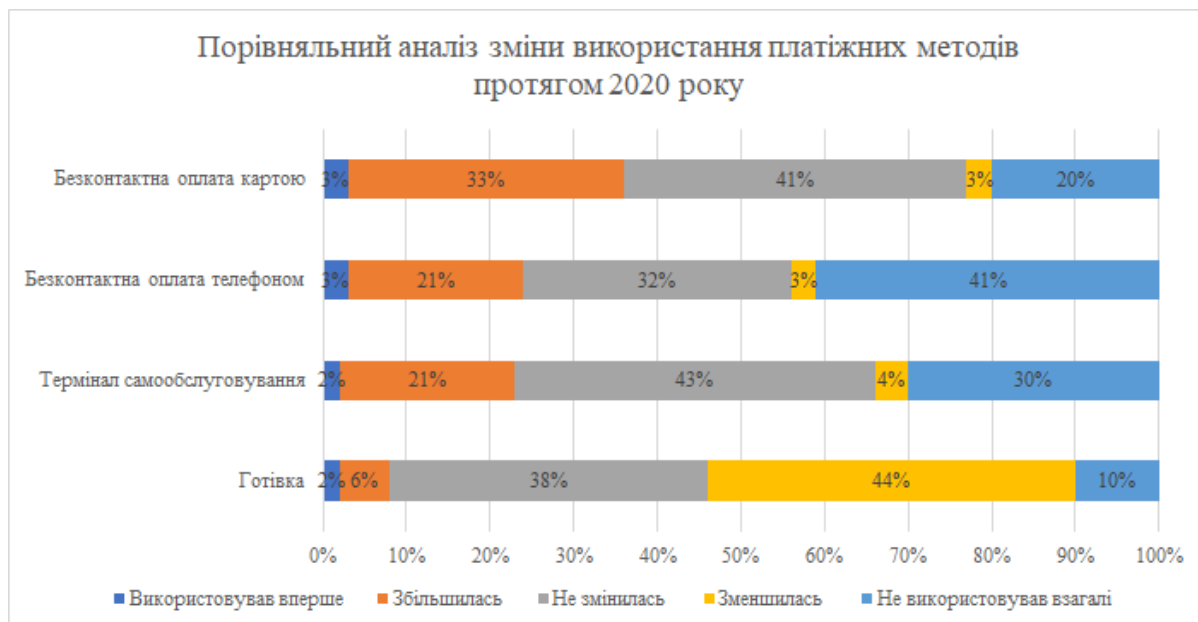
втраті у 3.94 трильйони доларів США [41]. Відповідно до звіту Міжнародної Організації праці (ILO), який був опублікований 25 січня 2021 р., внаслідок пандемії та всіх запобіжних заходів, 114 мільйонів людей по всьому світу втратили місце працевлаштування протягом 2020 р. МОП прогнозує, що хоч із початком вакцинації у 2021 р. мільйони людей повернулися до роботи, рівень зайнятості у світі не досягне значення до початку пандемії [42].

У зміні формату роботи компаній, що надають фінансові послуги, COVID19 мав особливий вплив і призвів до стрімкої діджитал-трансформації для працівників та споживачів [43]. Інформаційні технології стали важливим елементом щоденного життя мільйонів людей не лише у питаннях пошуку інформації та розваг, а й у купівлі продуктів, роботі або навчанні та спілкуванні з близькими.

Якщо розглядати внутрішній вплив на компанії, то згідно із дослідженням впливу кризи 2020 р. на компанії фінансової індустрії, з початку пандемії рівень ключових показників ефективності (KPI) усіх відділів впав від 17% до 48% і лише у випадку ІТ-відділів відповідні показники зросли в середньому на 20%. Таку ситуацію пов'язують із необхідністю переходу на дистанційний формат роботи, який був звичний для ІТ-команд і до пандемії. Водночас 83% опитаних відповіли, що робота з дому мала позитивний вплив на операційну ефективність компанії і бажання перейти на частково дистанційний формат роботи і після пандемії [44]. Інформаційні технології дозволили працівникам компаній не бути прив'язаним до місця розташування, що може зменшити офісні витрати для роботодавців та підвищити ефективність праці у довгостроковій перспективі.

Основною зміною в поведінці споживачів фінансових послуг полягала у збільшенні кількості безконтактних платежів та відповідно зменшенні частоти використання готівки. Так, дослідження компанії McKinsey, де було розглянуто 30 країни по всьому світу, показало зменшення кількості платежів готівкою. У іншому дослідженні компанії Deloitte у цій сфері, де взяло участь 1500 респондентів, було проведено порівняльний аналіз зміни частоти використання платіжних методів протягом 2020 р. [45]. Результати опитування зміни

використання відповідних платіжних методів наведено на рис. 2.5.



**Рисунок 2.5** - Порівняльний аналіз зміни використання платіжних методів протягом 2020 р.

*Джерело: складено автором на основі даних [45]*

Згідно з графіком, частота використання безконтактних способів оплати зросла від 21% до 33% в залежності від методу, а 54% почали менше використовувати готівку або не використовувати взагалі [45].

Користувачі банківських послуг заявляють, що із закінченням пандемії, будуть використовувати цифрові способи оплати частіше. Особливо така тенденція спостерігається у Південній Африці, Бразилії, Індії та Китаї де понад 30% респондентів вказали про наміри частіше використовувати інтернет та безконтактні методи при покупках в майбутньому. Водночас у США та Європі перехід до Інтернет- та мобільних банківських послуг є менш популярний [46].

Досвід країн третього світу та тих, що розвиваються, показав, що під час системної проблеми, як COVID-19, традиційні засоби досягнення фінансової стійкості для вразливих домогосподарств швидко зникають. Економічна криза, низький рівень особистих заощаджень, відсутність будь-якого страхування та недоступність звичних засобів отримання доходу призводить до труднощів із задоволенням основних потреб для малозабезпечених верств населення. Для груп без заощаджень чи страхування доступ до грошових переказів від третіх

сторін та виплат уряду є критично важливим для виживання, поки вони знову не зможуть себе забезпечувати. Також і люди з достатнім рівнем заощаджень потребують належного доступу до своїх грошей. Через погано розвинену телекомунікаційну інфраструктуру в країнах третього світу, питанням переказу або переведенням коштів з цифрового формату у готівку і навпаки, часто займаються спеціальні агенти (Cash-in/Cash-out agents), робота яких також зазнала певних труднощів у зв'язку з карантином, що обмежило доступ населення до державного фінансування або власних заощаджень. Саме тому дії урядів щодо сприяння розвитку інфраструктури інформаційних технологій є ключовим у питання доступу населення до грошових переказів та інших фінансових послуг [47; 48].

Отже, пандемія COVID-19 є однією з подій, які глобально вплинули на галузь фінансових послуг. Падіння попиту, зупинка виробництв та зниження доходів негативно позначилась на банківській системі. Ситуація погіршилась також і через недостатню цифрову освіченість персоналу та низький розвиток ІТ-інфраструктури [49]. Галузь інформаційних технологій не лише не втратила власної ефективності, але й стала важливим інструментом трансформації, який допоміг боротися із викликами, що супроводжували світову пандемію.

## **Висновки до розділу 2**

Отже, інформаційні технології – це сектор креативної економіки, що є драйвером економічних, суспільних та інноваційних змін у світі. Поширення інформаційних технологій як складової частини креативної економіки призвело до глобального пришвидшення процесів, масштабування виробничої діяльності та переведення фокусу людської діяльності у інтелектуальну сферу.

Фінансовий сектор не став виключенням і вплив інформаційно-телекомунікаційних технологій поширився і на стан фінансового розвитку країн. Завдяки проведеному економетричному моделюванню із використанням лонгітюдних даних було визначено наявність позитивного зв'язку між рівнем

розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій, зокрема кількістю користувачів інтернету, кількістю абонентів мобільного зв'язку та кількістю банкоматів, із рівнем фінансового розвитку країн. Це говорить про доцільність інвестицій уряду та бізнесу в інформаційні технології, а результати даного дослідження можуть слугувати інформаційною базою для законодавчої та виконавчої гілок влади при розробці політики розвитку України у майбутньому.

Поряд із активним впровадженням інформаційних технологій у роботу, представники компаній та урядів зацікавлені в уникненні технологічних ризиків, що можуть виникати внаслідок неефективної стратегії, різкого росту компанії та низької надійності захисту ІТ-систем. Відповіддю на дані ризики має бути загальна актуалізація ІТ-безпеки у компанії, підвищення рівня освіченості працівників у інформаційних технологіях, забезпечення достатнього рівня прозорості та залучення внутрішнього аудиту.

Протягом пандемії COVID-19 світ вкотре стикнувся із економічною кризою, а також викликами нового формату, до яких не були готові сучасні компанії та економіки країни. Водночас галузь інформаційних технологій довела свою ефективність, а впровадження відповідних ІТ-інструментів у наданні фінансових послуг показало неабияку популярність, адже це зручніше та швидше для споживачів, ефективніше для компаній, а також критично необхідно для держави. Саме тому актуалізація та впровадження таких ініціатив, як біометрія, відеобанкінг, платформи, що підтримуються штучним інтелектом, та аналітика на основі великих даних у фінансовому секторі сприятиме більшій гнучкості та готовності економік країн до викликів рівня COVID-19.

## РОЗДІЛ 3

### КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ ТА ІТ-ІНДУСТРІЯ ЯК ЇЇ СКЛАДОВА ЧАСТИНА

#### 3.1 Становлення креативної економіки в Україні

Глобалізація - це один з основних феноменів сьогодення, який охоплює усі аспекти людського життя, незалежно від того, хоче цього людина, чи ні. За останні роки саме глобалізація цілковито вплинула на зміни у світі та створила багато переваг та стимулів для розвитку національних економік, які переживають сьогодні постійну заміну традиційних індустрій на сферу обслуговування та цифровими технологіями.

Сьогодні креативний сектор стає все частіше згадуватися урядом України, адже є розуміння, що розвиток креативних індустрій принесе значний внесок до міжнародної торгівлі та залучення іноземних інвестицій. Більше того, після подій 2014 р, українці чітко визначили напрямок руху у сторону європейської інтеграції та цінностей і поставили на порядок денний питання про національну ідентичність. Хоча Україна і є наразі аграрною країною, вона водночас є і надзвичайно перспективною з точки зору креативного класу, так як ми маємо неймовірну культурну та історичну спадщину. Доказом цього є великий обсяг представників креативного класу - малих організацій, самозайнятих індивідів та підприємців. Тут також варто згадати і за відомі українські стартапи, серед яких Looksey - додаток, що дозволяє змінювати відеоматеріал під час зйомки. Даний стартап був куплений у 2015 р. компанією Snapchat за 150 млн. доларів, що зробило цю угоду найбільш вартісною за всю історію українських стартапів на той момент [50]. Ще одним прикладом є стартап Grammarly, основний продукт якого - це автоматизований онлайн-редактор текстів на базі штучного інтелекту. В 2019 р. Grammarly був оцінений у 1 мільярд доларів, а загальна сума зовнішніх інвестицій за весь період існування компанії склала 200 мільйонів доларів [51].



Також у 2021 р. платформа для пошуку репетиторів Preply залучила 35 мільйонів доларів, а штат співробітників на сьогодні складає понад 250 осіб [52]. Такі приклади підтверджують той факт, що питання інвестицій та підтримки креативних індустрій державою, беззаперечно, є актуальним і перспективним напрямком розвитку. Український уряд робить певні кроки для розвитку креативного сектору, зокрема у 2018 р. у Законі України “Про культуру” були внесені зміни, а саме введено визначення “креативних індустрій”. Згідно із даним визначенням, креативні індустрії - це “види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження” [53]. Більше того, у тому ж році був створений Український фонд стартапів, який приймає заявки на фінансування державою стартапів на початкових стадіях (pre-seed та seed). Вже у грудні 2019 р., за часів уряду Олексія Гончарука, був відкритий повноцінний конкурс на фінансування від 25 до 75 тисяч доларів. А протягом 2020 р. було профінансовано 74 стартапи на суму майже 3 мільйонів доларів [54; 55].

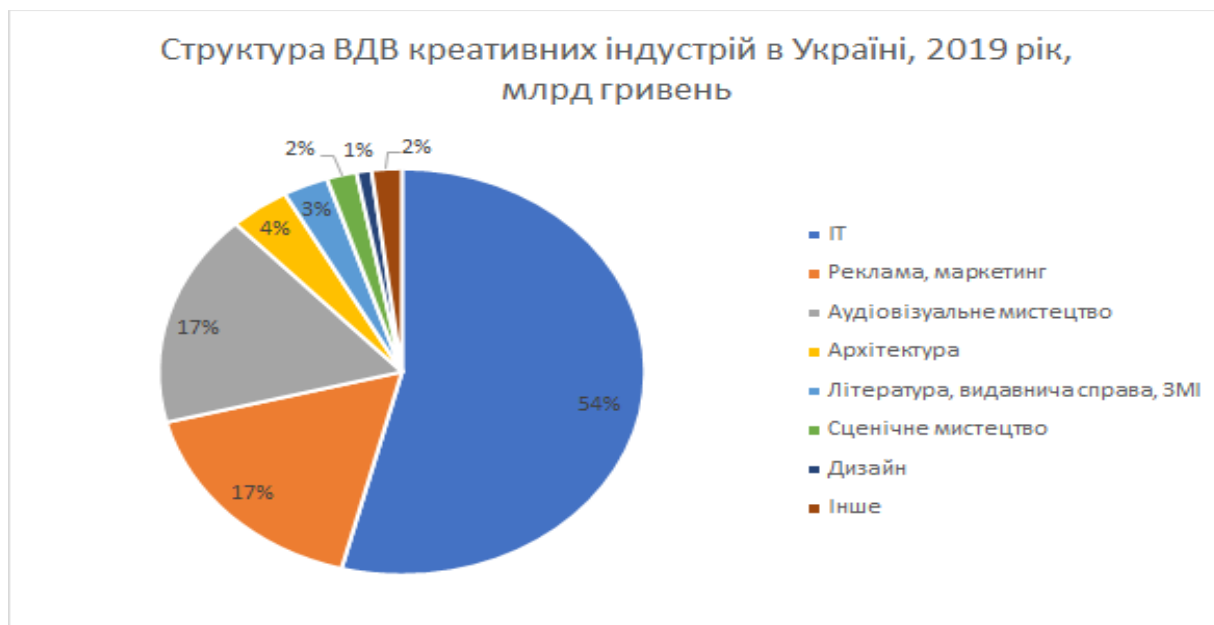
Щоб зрозуміти, як креативні індустрії впливають на валовий внутрішній продукт України, розглянемо динаміку валової доданої вартості протягом 2013-2019 рр., що наведена на рис 3.1.



**Рисунок 3.1** - Динаміка валової доданої вартості креативних індустрій в Україні протягом 2013-2019 рр.

*Джерело: складено автором на основі даних [56]*

На графіку бачимо, що з 2015 р. валова додана вартість креативних індустрій України відновила тренд на зростання. Важливо також виділити структуру ВДВ креативних індустрій України, яка наведена на рис 3.2.



**Рисунок 3.2** - Структура ВДВ креативних індустрій в Україні, 2019 р.

*Джерело: складено автором на основі даних [56]*

Якщо розглянути економічну діяльність креативних індустрій детальніше, то більша частина валової доданої вартості створюється діяльністю, пов'язаною з інформаційними технологіями (ІТ). В 2019 р. ІТ згенерували 63,7 млрд гривень ВДВ або 54,3% національної ВДВ креативного сектору. В 2019 р. номінальна ВДВ Комп'ютерного програмування виросла в 7,7 рази у порівнянні з докризовим 2013 р., а враховуючи інфляцію - майже в 3 рази [56]. На другому місці Реклама, маркетинг та PR - 20,2 млрд гривень або 17% національної ВДВ. На третьому місці, майже на одному рівні із Рекламою, знаходиться Аудіовізуальне мистецтво - 19,4 млрд гривень ВДВ або 17% національної ВДВ креативних індустрій [56].

Іншим важливим фактором для оцінки ефективності сектору економіки є кількість зайнятих. На рис 3.3 наведено динаміку зайнятості в креативних індустріях в Україні у % з 2013 по 2019 рр.



**Рисунок 3.3** - Динаміка зайнятості в креативних індустріях в Україні протягом 2013-2019 рр., %

*Джерело: складено автором на основі даних [56]*

Відповідно до динаміки зайнятості бачимо, що попри кризовий період з 2013 р., кількість працевлаштованих в креативних індустріях зростає, що може говорити про зростання попиту та потребу у кваліфікованих кадрах. Для детальнішого аналізу на рис. 3.4 наведено структуру зайнятості в креативних індустріях України у 2019 р.



**Рисунок 3.4** - Структура зайнятості в креативних індустріях України, 2019 р.

*Джерело: складено автором на основі даних [56]*

Важливим показником, який часто використовується для визначення ефективності того чи іншого сектору економіки - це міжнародна торгівля. Для визначення стану міжнародної торгівлі потрібно проаналізувати обсяги експорту та імпорту креативних товарів та послуг протягом певного періоду. На рис. 3.5 відображено динаміку обсягів експорту та імпорту креативних товарів України протягом 2013-2019 рр.

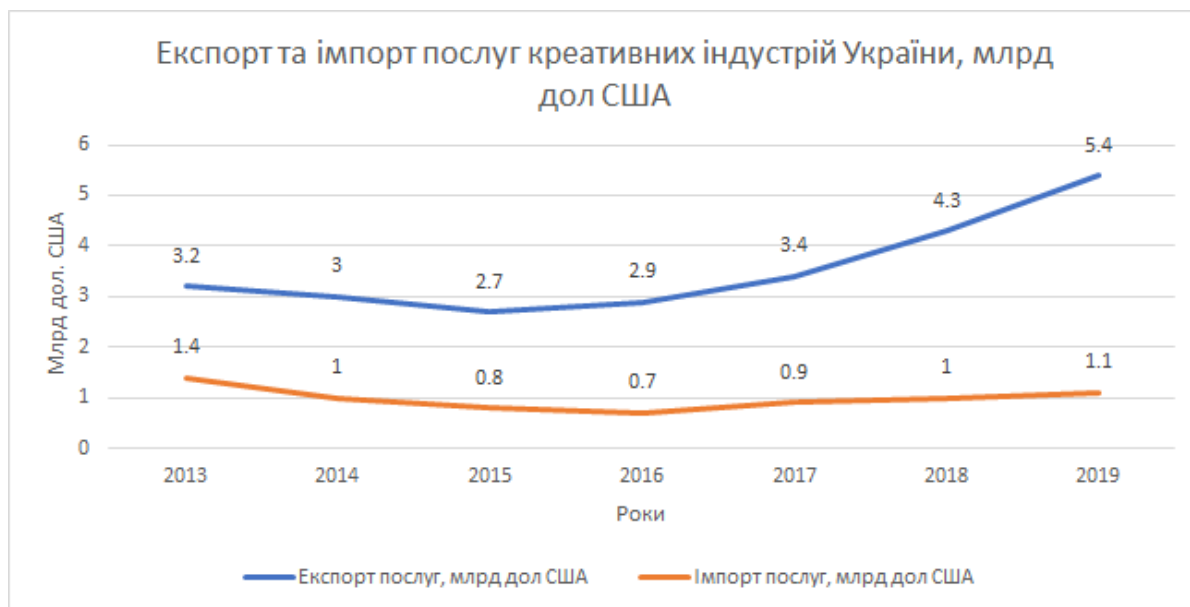


**Рисунок 3.5** - Динаміка експорту та імпорту товарів креативних індустрій України 2013-2019 рр.

*Джерело: складено автором на основі даних [56]*

З аналізу інформації, наведеної на графіку 3.5, можна зробити висновок, що майже всі роки Україна імпортувала більше креативних товарів, ніж експортувала. Серед найбільших груп товарів, які експортує Україна, можна виділити такі, як: меблі різного типу - 44%, 15% - це експорт шпалер та аналогічних матеріалів для стін та ще 10% - це різноманітна друкована продукція. Більшу частку імпорту креативних товарів мають наступні коди української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності: 950300 (іграшки, моделі, головоломки тощо) - 23% усього імпорту креативних індустрій України, 940510 (електричні освітлювальні прилади) - 6,9%, 420292 (вироби з листами пластмаси або текстильними матеріалами) - 4.4% та 600410 (полотна трикотажні) - 4.1% [56].

На рис. 3.6 наведено динаміку обсягів експорту та імпорту креативних послуг України протягом 2013-2019 рр.



**Рисунок 3.6** - Динаміка експорту та імпорту креативних індустрій України за 2013-2019 рр.

*Джерело: складено автором на основі даних [56]*

Якщо розглядати експорт та імпорт послуг креативних індустрій, то найнижче значення було у кризовий період у 2015 р., де показник експорту сягнув 2.7 мільярдів доларів і далі тільки зростав. Найбільші частки у структурах експорту та імпорту послуг креативних індустрій мають однакові індустрії, а саме Комп'ютерні послуги: 77% експорту та 52 % імпорту, Реклама та маркетинг - 10% та 7% і Архітектурні, інженерні та інші технічні послуги - 7% і 19 % експорту та імпорту відповідно.

Для визначення обсягів експорту та імпорту товарів, що були вироблені креативними індустріями України, було використано методологію UNCTAD [57], а оцінка обсягів експорту та імпорту послуг креативних індустрій – на основі методології UNESCO Institute for Statistics (Інституту статистики ЮНЕСКО) [58], з урахуванням структури креативної економіки України, яка включає рекламні, архітектурні, аудіовізуальні, культурно-рекреаційні, науково-дослідні, комп'ютерні та інформаційні послуги.

Хоч Україна вже робить перші кроки на шляху до усталення креативних індустрій, вони все ще залишаються лише невеликим додатком до сільськогосподарського та видобувного сектору і для того, аби вивести креативні індустрії на експортно-орієнтований рівень, потрібно докласти багато зусиль не лише державі, а й суспільству, зокрема креативному класу. На графіку, наведеному на рис 3.7, можна побачити порівняння переліку країн, серед яких Європа, Північна Америка та Австралія, Росія та Хорватія, Канада тощо, у розрізі двох основних показників, а саме на частку від ВВП країни та кількість працевлаштованих людей у креативному секторі.

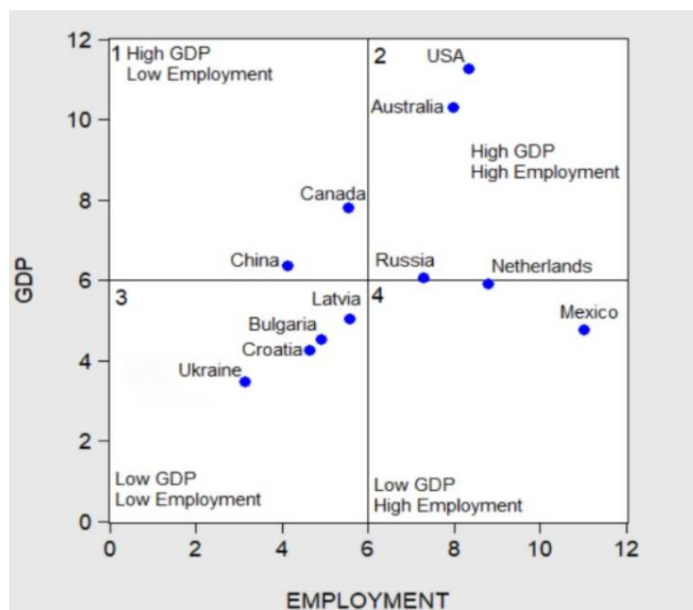


**Рисунок 3.7** - Порівняння ефективності креативних індустрій у різних країнах

*Джерело: складено автором на основі даних [59]*

Аналіз інформації, наведеної на графіку 3.7, дозволяє зробити висновок, що Україні ще є куди розвиватись і вона дійсно відстає від більшості країн світу. До порівняння спеціально було відібрано як пострадянські країни, так і розвинені країни заходу. Однак, потрібно також звернути увагу, що при низькій кількості працевлаштованих в креативних індустріях, Україна здатна генерувати майже 3.5% від загального ВВП України. Щоб більш детально зрозуміти, якою є позиція України у порівнянні з країнами зазначеними вище, базуючись даних, що

використовувались на рис. 3.7, а саме на показниках працевлаштування та частки ВВП, було зроблено діаграму розсіювання, наведену на рис 3.8.



**Рисунок 3.8** - Діаграма розсіювання для країн за рівнем ВВП та зайнятістю  
*Джерело: складено автором на основі даних [59]*

Як можна побачити з аналізу діаграми, наведеної на рис.3.8, Україна знаходиться у квадранті 3 з такими країнами, як Болгарія, Латвія та Хорватія, з нижчим рівнем внеску до ВВП та приростом до зайнятості. Зрозуміло, що є певні типові чинники, які призвели до цього: низький рівень політичних ініціатив щодо розвитку креативних індустрій, національні конфлікти, історична приналежність до диктаторських та соціалістичних союзних формувань - СРСР та Югославія, внаслідок чого залишається високий рівень економічного впливу на колишні країни-учасників навіть після розпаду цих формувань.

Також можна зробити висновок, що дуже мала кількість українців працює в креативних сферах, хоч людські ресурси - це один з п'яти основних драйверів креативної економіки (спільно з соціальними організаціями, культурною спадщиною, технологічним та індустріальним розвитком та розвинутими інституціями). Водночас варто зазначити, що у даних вище не враховані фрілансери, кількість яких невпинно зростає. Зокрема згідно із дослідженням Forbes, Україна увійшла до п'ятірки країн за темпами зростання ринку фрілансерів у 2019 р. [60]. Однак відсутність чіткого кластеру креативних людей,

які працюють на український ринок, вказує, що креативний клас в Україні ще не сформував себе повноцінно і знаходиться на зародкових стадіях [59]. Це можна пояснити двома важливими факторами, з якими стикається український креативний клас: проблеми із чітким регулюванням прав інтелектуальної власності, зокрема в інтернеті, а також те, що велика кількість високоосвіченого людського капіталу працює на іноземні ІТ компанії.

Важливий показник, який використовується при оцінці розвитку креативної економіки - це світовий індекс креативності, який був сформований на базі масштабного дослідження, проведеного Martin Prosperity Institute (Інститут Мартін Просперіті) у 2015 р. [61]. Індекс базується на трьох основних індексах - світового технологічного індексу, світового індексу таланту та світового індексу толерантності. Існують певні чинники в економіці, які впливають на три основні положення креативної економіки - Технології, Талант, Толерантність. У таблиці 3.1 наведено складові відповідних індексів, а також значення для України.

**Таблиця 3.1** Індекс креативності України у 2015 р.

Україна	Світовий технологічний індекс		Світовий індекс Таланту		Світовий індекс толерантності		Індекс Креативно-сті
	R&D інвестиції	Патентів на особу	Рівень креативно-сті	Рівень освічено-сті	Расові меншини	Гендерні меншини	45
	33	37	40	11	98	85	
	43		24		105		

*Джерело: складено автором на основі даних [59]*

Згідно з індексом креативності, Україна має величезний потенціал до технологій, інновацій та освітньої сфери. Відносно низька оцінка згідно зі Світовим індексом толерантності пов'язана із тим, що українці часом можуть виявляти неповагу до представників гендерних меншин або людей із



різноманітними розладами. Так, згідно із дослідженням ідентичності громадян України, проведеним Центром Разумкова у 2017 р., українці виражають вибіркову толерантність до різних груп людей [62]. Українці в своїй більшості приймають можливість жити поряд з людьми, які говорять іншою мовою (93%), представниками іншої релігії (93%) або іншої раси (88%). У той же час українське суспільство є нетерпимим до того, щоб жити поряд з гомосексуалами (67%) або ВІЛ-інфікованими особами (43%) – майже так само, як з наркозалежними (94%) або людьми з алкоголізмом (82%) [63].

Саме цей показник і впливає на нашу загальну позицію і потребує додаткових заходів для його стабілізації (комунікації, освіта тощо). Безумовно, що сприятлива урядова політика, чіткі юридичні рамки, інвестиції в науку та освіту стануть визначальними чинниками щодо формування повноцінного світогляду людей.

Отже, хоч креативна економіка України ще не здатна конкурувати із рівнем розвинутих країн, наявний великий потенціал до її розвитку. Обсяг внеску креативних індустрій до обсягу валової доданої вартості, рівня зайнятості, а також обсягу експорту зростає і можна спостерігати позитивні тренди навіть у кризові часи. Процеси глобалізації та європейської інтеграції допомагають Україні переймати досвід міжнародних партнерів у провадженні вдалої стратегії розвитку креативних індустрій та проведення активної торгівельної політики. Водночас згідно зі світовим індексом креативності, що був розрахований 2015 р., Україна має високий потенціал людського капіталу щодо розвитку креативної спільноти та креативної економіки.

### **3.2 Українська ІТ-індустрія як феномен креативної економіки**

Український ІТ ринок зазнав значного росту протягом останніх років і він став одним із ключових секторів, що приносить користь економіці країни. Це підкріплено фактами, що сфера ІТ-послуг увійшла в трійку по експорту, щорічний ріст складає 26%, на ринку сьогодні знайти більше ніж 1600 сервісних

ІТ-компаній, кількість спеціалістів у цій індустрії налічує більше 185 тисяч, а також ми входимо у топ-20 експортерів ІТ-послуг у світі [59]. Ця індустрія почала свій активний ріст одразу після початку політичної кризи та війни у 2014 і стала привабливою для інвесторів.

Основні показники, якими вимірюється внесок індустрії в економіку є частка у ВВП, кількість спеціалістів та рівень експорту. З 2015 р. розмір частки інформаційно-комунікаційної галузі у ВВП в абсолютному вимірі зріс майже вдвічі - з 2.7 мільярдів доларів до 5 мільярдів доларів у 2019 р., що відображено на рис 3.9.



**Рисунок 3.9** - Динаміка розміру частки інформаційно-комунікаційної галузі у ВВП з 2015 по 2019 рр.

*Джерело: складено автором на основі [65]*

З 2015 р. кількість спеціалістів у інформаційно-комунікаційній галузі невинно зростає і у 2019 р. перевищило позначку у 200 тис. На рис. 3.10 наведено динаміку кількості спеціалістів у інформаційно-комунікаційній галузі України протягом 2015-2020 рр.



**Рисунок 3.10** - Динаміка кількості спеціалістів у інформаційно-комунікаційній галузі України протягом 2015-2020 рр.

*Джерело: складено автором на основі [65]*

Згідно з показниками Світового Банку, рівень експорту послуг України в ІТ-сфері, не піддався впливу війни з Росією після 2014 р. і позитивний тренд зберігається протягом 7 років. Динаміка рівня експорту послуг у інформаційно-комунікаційній галузі в Україні протягом 2011-2017 рр. наведена на рис 3.11.



**Рисунок 3.11** - Динаміка експорту послуг інформаційно-комунікаційної галузі в Україні протягом 2011-2020 рр.

*Джерело: складено автором на основі [65]*

Саме аутсорсна діяльність складає найбільшу частку на ринку ІТ-послуг в Україні. Хоч кількість стартапів та R&D центрів, де могли б працювати ІТ-спеціалісти, також зростає, близько 60% усіх український ІТ професіоналів працюють на аутсорсній ІТ-компанії. Ці компанії надають послуги країнам по всьому світу і вже більше, ніж 100 компаній зі списку Fortune 500 - переліку найбільших американських компаній, впорядкованих за валовим доходом, стали клієнтами українських ІТ-спеціалістів [65]. Згідно із дослідження компанії Lviv IT Cluster, серед ринків, на які орієнтуються українські сервісні компанії, лідирує ринок замовників із США, потім йдуть країни Європи та Канада, що продемонстровано на рис. 3.12 [66].



**Рисунок 3.12** - Частки ринків, на які орієнтується український ІТ-аутсорс у 2019 р.

*Джерело: складено автором на основі [65]*

Серед пропозиції, яку забезпечують українські ІТ-компанії, наявний майже увесь спектр інформаційних послуг, а найбільша спеціалізація на таких сферах, як робота з даними, телекомунікації, хмарні технології, ігрова індустрія та інтернет-торгівля. На рис 3.13 наведений розподіл основних технологічних індустрій, в яких працюють ІТ-компанії в Україні.



**Рисунок 3.13** - Розподіл основних технологічних індустрій, в яких працюють IT-компанії в Україні.

*Джерело: складено автором на основі даних [65]*

Стрімке зростання IT-бізнесу в Україні дало поштовх для розвитку інфраструктури та ринку нерухомості. Висока платоспроможність розробників, які переїжджають у обласні центри, створює високий та надійний попит на місця для проживання. Більше того, команди IT-компаній невпинно зростають, що створює попит і на великі офісні приміщення. Таким чином найбільші кластери IT в Україні почали формувати нову інфраструктуру та спільно з іноземними інвесторами почали створювати інноваційні центри. До таких центрів можна віднести UNIT.City в Києві та Промприлад.Реновація в Івано-Франківську, а також District IT Park, що зараз будується у Львові, який буде найбільшим інноваційним містечком на західній Україні, розміром у 10 гектарів та місцями на 14 тисяч людей [66]. Такі компанії, як SoftServe, Luxoft, NiX зазвичай мають при собі окремі освітні центри, в яких вони безкоштовно навчають та в майбутньому працевлаштовують людей, які прагнуть працювати в IT [65].

Отже, хоч креативна економіка України ще не здатна конкурувати із рівнем розвинутих країн, наявний великий потенціал до розвитку. Обсяг внеску креативних індустрій до обсягу валової доданої вартості, рівня зайнятості, а також обсягу експорту зростає і спостерігаються позитивні тренди навіть у кризові часи. IT-індустрія безумовно є важливим сектором, що розвивається із

швидким темпом. Для продовження даного зростання, уряд України має зосередитись на створенні сприятливого бізнес-середовища, щоб креативний клас, зокрема і IT-спеціалісти, залишалися в країні. Іншими кроками, які позитивно сприятимуть розвитку креативного бізнесу та притоку прямих інвестицій є: передбачуване оподаткування, реформи системи освіти, розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури, відповідне регулювання прав інтелектуальної власності та реформа судової та виконавчої гілок влади.

### **3.3 Перспективи розвитку IT-індустрії в Україні для подальшого фінансово-економічного розвитку України в середньостроковому та довгостроковому періодах**

Першим кроком щодо становлення інформаційних технологій як повноцінної галузі можна вважати прийняття Закону України "Про Концепцію Національної програми інформатизації" у 1998 р. Згідно із текстом цього Закону, рівень інформатизації українського суспільства порівняно з розвинутими країнами Заходу на той момент становив лише 2-2.5 відсотка [67]. На сьогодні галузь інформаційних технологій, яка в своїй більшості представлена сервісними IT-компаніями, хоч все ще і є відносно молодою для України, вже значно випереджає середні темпи розвитку даного сегменту у світі [68]. Репутація IT-індустрії України вже виходить за межі держави, що підтверджується тим, що понад 100 американських компаній зі списку Fortune 500 є клієнтами українського IT-бізнесу, Україна знаходиться у п'ятірці країн по якості розробників програмного забезпечення завдяки високому рівню англійської мови та можливості використання найсучасніших технологій (штучний інтелект, Big Data, блокчейн тощо) [69], а згідно із рейтингом Startupblink, на сьогодні Україна знаходиться на 29 місці серед 202 країн по рівню розвитку стартап-екосистеми [70].

Водночас ще залишаються фактори, які негативно впливають на розвиток IT-індустрії в Україні: відтік фахівців у зв'язку відносно низькою оплатою праці;

недосконалі освітні програми; політична нестабільність та проблеми у судовій гілці влади, відносно критична інфраструктура. Управління усіма цими факторами мають брати на себе державні органи та уряд. Під час спалаху пандемії у 2020 р. багато країн одразу вживали заходи для підтримки економіки та бізнес клімату в країні. У таблиці 3.2 наведено порівняльний аналіз стимулювання ІТ галузі у різних країнах.

**Таблиця 3.2** Порівняльний аналіз стимулювання ІТ галузі у різних країнах

Показник	Україна	Франція	Індія	Нідерланди	Велика Британія	Бельгія	Угорщина
Грошові дотації		+	+	+	+	+	+
Фінансова підтримка			+	+			
Стимули щодо сплати податку на прибуток				+		+	
Кредити		+	+	+	+	+	+
Зниження внесків на соціальне забезпечення		+	+	+			+
Патентні стимули		+	+	+	+	+	+
Зниження ставки податку		+	+	+	+	+	+
Податкові пільги	+						+
Податкові канікули	+	+	+				+
Звільнення від сплати податків						+	+

*Джерело: складено автором на основі даних [71]*

Згідно з даною таблицею, найпопулярнішими рішеннями для підтримки ІТ-галузі були такі заходи, як грошові дотації, кредитування та зниження ставки податків. Водночас бачимо, що Україна ще не використала багато можливостей для стимулювання ІТ-індустрії і все ще має великий запас інструментів для впровадження. Незважаючи на існуючу проблематику, попит на ІТ-технологій в Україні невпинно зростає: продовжується автоматизація різних виробничих процесів, розробка мобільних додатків, ігор, збільшується потреба в “хмарних” сервісах [72]. Значно підвищується і популярність діджиталізації державних процесів та послуг. ІТ-послуги забезпечують більш зручну та швидку взаємодію з державою, що призводить до зменшення бюрократії та спрощення функцій

державної системи. Наприклад, у сфері охорони здоров'я електронний облік може створити цифрову картку стану здоров'я для кожного громадянина, у сфері громадського транспорту - онлайн розклад руху, картки містян та безконтактні платежі, а у громадській сфері - зручний та ефективний доступ до звітності адміністративних одиниць.

З приходом нової влади у 2019 р. зазнав змін і орган виконавчої влади, який відповідає за розвиток інформаційних технологій. Сьогодні в Україні діє Міністерство цифрової трансформації України, яке замінило Державне агентство з питань електронного урядування України постановою Кабінету Міністрів України №856 від 18 вересня 2019 р. У даному акті визначено правові передумови для функціонування відповідного органу, зазначено засади, цілі та принципи діяльності [73]. На рис. 3.14 наведено перелік функцій, які виконує Міністерство цифрової трансформації України згідно із прийнятим положенням.

формування та реалізація державної політики у сфері цифровізації, цифрової економіки	формування та реалізація державної політики у сфері розвитку інформаційного суспільства розвитку цифрових навичок та прав громадян	формування та реалізація державної політики у сфері надання електронних, довірчих та адміністративних послуг
формування та реалізація державної політики у сфері розвитку інфраструктури широкосмугового доступу до Інтернету та телекомунікацій, електронної комерції та бізнесу	формування та реалізація державної політики у сфері розвитку відкритих даних та інтероперабельності ІТ-індустрії	забезпечення умов для функціонування суб'єктів правових відносин у сфері електронних довірчих послуг

**Рисунок 3.14** - Функції Міністерства цифрової трансформації

*Джерело: складено автором на основі даних [73]*

Міністр цифрової трансформації Михайло Федоров зазначив, що амбітна ціль міністерства - це стати світовим лідером з цифрової трансформації до 2024 р. На сьогодні країни конкурують між собою за кваліфіковані трудові ресурси, тому єдина стратегія України з досягнення світового лідерства в ІТ-сфері - забезпечити усі можливі умови для збереження наявних працівників сфери



інформаційних технологій, а також зробити Україну найпривабливішою країною в світі для ведення бізнесу. Аби досягти даної цілі, Михайло Федоров зазначив, що потрібно мати чіткий план становлення найзручнішою державою для людей і бізнесу, підтримку влади, бізнесу та громадськості, а також володіти операційною спроможністю для організації відповідних процесів [74].

Відповідно до функцій та потреб, перерахованих вище, Міністерство цифрової трансформації визначило цілі, які воно планує реалізувати до 2024 р. На рис. 3.15 наведено чотири основні цілі, що стосуються державних послуг, інфраструктури для забезпечення інформаційними технологіями, цифрової освіти та ІТ-індустрії.



**Рисунок 3.15** - Цілі Міністерства цифрової трансформації до 2024 р.

*Джерело: складено автором на основі даних [75]*

Уряд України активно проводить політику розвитку інформатизації державних послуг, зокрема із приходом нової влади все частіше лунає такий вираз, як “держава у смартфоні”, суть якого полягає у тому, щоб перевести усі послуги, що надаються державою, в онлайн-формат. Інструментом, за допомогою якого відбувається втілення політики інформатизації - це онлайн-додаток та портал “Дія”, яким вже активно почали користуватися громадяни, а можливість отримувати нові державні послуги все активніше проводяться через

даний додаток [72]. Значущим нововведенням стало оновлення процесу реєстрації статусу фізичної особи-підприємця, що дало змогу відкривати ФОП протягом десяти хвилин [76]. Серед інших послуг, які вже можна отримати через додаток “Дія”, можна відзначити: отримання допомоги по безробіттю, використання електронного підпису, проведення реєстрації місця проживання дитини, а також послуга “єМалятко” - можливість зареєструвати народження дитини, отримати свідоцтво про народження та замовити до 9 інших державних послуг, необхідних для новонародженої дитини [77]. Також нові державні послуги, як от проведення запису на чергу вакцинації від COVID-19 або отримання одноразової допомоги ФОПам та найманим працівникам, також реалізовані через додаток “Дія” [77], а восени 2021 р. з’явиться можливість подавати декларацію і сплачувати податки через додаток [76].

В рамках створення привабливого інвестиційного та бізнес-клімату, Міністерство цифрової трансформації розробило та подало на розгляд парламенту законопроекти, необхідні для запуску віртуальної бізнес-країни Дія.City зі спрощеною системою оподаткування. Суть даної ініціативи полягає у створенні віртуальної мережі резидентів, яка буде базуватись на особливому правовому режимі для ІТ-індустрії, який полегшить ведення технологічного бізнесу, залучення іноземних інвестицій та пошук трудового капіталу. Особливістю Дія.City полягає у тому, щоб полегшити ведення ІТ-бізнесу не лише українцям, але й підприємцям з усього світу [71].

Поряд із впровадженням ініціатив щодо оптимізації надання публічних послуг та покращення бізнес-клімату в країні, Міністерство цифровізації також займається і популяризацією та впровадженням нових заходів, що сприяють розвитку освіти у цифровій та підприємницьких сферах [74]. Зокрема, спільно із Міністерством освіти та науки було запущено Всеукраїнську школу онлайн, яка вже стала проектом на 160 тисяч користувачів. Також в рамках проекту "Дія. Цифрова освіта" було впроваджено курси навчання інформаційної грамотності та використання ІТ-інструментів для вчителів, який вже пройшло понад 30 тисяч викладачів [76]. Крім цього, у програму майже 90 вищих навчальних закладів

було введено предмет «інноваційне підприємництво», а також було ініційовано збільшення бюджетних місць для навчальних напрямів, що стосуються ІТ-сектору [74].

Поряд із ініціативами діджиталізації зі сторони уряду, Україна також має потужний потенціал розвитку стартап напрямку, який посідає важливе місце в підвищенні рівня ІТ-індустрії та покращенні інвестиційного клімату як від зовнішніх, так і внутрішніх інвесторів. Переважна більшість стартапів, що реалізуються в Україні, належить до сфери інформаційно-комп'ютерних технологій. Для їх поширення та масштабування необхідні мінімальні ресурси та виробничі потужності, вони забезпечують високу додану вартість і є дуже затребуваними у світі, через що багато з них купуються зарубіжними корпораціями або орієнтовані на зовнішній ринок. Сервіс Startupblink на основі аналізу стартапів у 202 країнах світу, розробив рейтинг, в якому Україна станом на 2021 р. посіла 29 місце [70]. Методологія цього аналізу базується на трьох стовпах: кількість стартапів та інших супутніх або креативних організацій, якість цих стартапів, що вимірюється через кількість залучених інвестицій та стадії залучення, розмір команди та час існування стартапу, а також звертається увага на легкість ведення бізнесу в країні та інфраструктуру для розвитку креативних індустрій. На сьогодні українська стартап-карта налічує 389 зареєстрованих стартапів, найпопулярнішими з яких є LetyShops, Mobalytics, Livestream, PetCube та Grammarly. Водночас в Україні налічується близько 200 тис. технічних спеціалістів, що створює для України потенціал до створення глобального стартап-центру. Найбільшими містами української стартап-екосистеми є Київ, Одеса, Львів та Харків. Центральну позицію займає Київ, який посідає 34 місце у всьому світі у рейтингу по розвитку стартапів і який налічує близько 29 міжнародних локацій з високим рівнем впливу на стартапи по всьому світу. Одеса займає 235 місце, Львів 299 та Харків 435 [78].

Київ вважають найдинамічнішою стартап-екосистемою в східній Європі. Тут розташовано близько 500 стартапів (спільно з неофіційними), більше ніж 150 коворкінг спейсів, інкубаторів, акселераторів та технічних університетів, а

щороку проходить більше тисячі стартап- і тех-подій. Водночас більше ніж 20 венчурних фондів розташували тут свої офіси протягом останніх трьох років. Серед них A Ventures, U.Ventures, TA Ventures, IG.VC, Digital Future, Horison Capital та Dragon Capital. Окрім цього в Києві базується Українська асоціація венчурного та приватного капіталу UVCA, що була створена з метою поширення інформації про можливості інвестування в Україні та багатовекторної підтримки інвесторів у всіх аспектах діяльності – від інформаційної підтримки до встановлення міжнародних контактів та зв'язку із урядом [79]. На рис. 3.16 зображено щорічний обсяг венчурних інвестицій в Україну.



**Рисунок 3.16** - Щорічний обсяг венчурних інвестицій в Україну

*Джерело: складено автором на основі даних [79]*

Розвиток IT-індустрії та стартап руху в Києві пояснюється високим рівнем технічних спеціальностей у вищих навчальних закладах, розвинена мережа IT-середовищ та ініціатив, а також гучні історії успіху місцевих стартапів. В 2017 р. був відкритий перший інноваційний парк в Україні UNIT.City, який сконцентрував всю IT-екосистему в одному місті. Цілі UNIT.city до 2025 р. включають наступні: розмістити 300 стартапів, R&D лабораторій та акселераторів на території парку, забезпечити 15 тис. робочих місць, а також 2 тис. місць для студентів технічних спеціальностей [81]. Щорічно там проводиться більше 400 бізнес та IT подій, а також більше 20 освітніх програм

для стартапів, де викладають представники компаній з Кремнієвої долини. В майбутньому UNIT.City хочуть перетворити на повноцінне містечко - центр інноваційності та креативності. Одночасний розвиток інфраструктури вклав неоціненну роль і тут, окрім вже вищезазначених, хочеться відзначити наступні компанії: RadarTech - перший корпоративний акселератор, 1991 Mariupol - центр розвитку стартапів на сході України, WNISEF - регіональний фонд прямих інвестицій, що фінансується США, Часопис - перший український коворкінг спейс та популярний івент-майданчик у Києві [78]. Київський досвід перейняв також Івано-Франківськ, де в 2017 р. було створено ще один український інноваційний центр Промприлад.Реновація, який станом на 2019 р. вже залучив 5 мільйонів доларів та розмістив 25 організацій та компаній [82]. Важливим фактором, який щороку стимулює ріст інвестицій є те, що Україна вже має історії успішних реалізацій стартапів, як от RingLabs що був куплений Amazon за 1 млрд. доларів, Lookserу (куплений Snapchat за 150 млн. долл.), GitLab, Grammarly, Preply та Viewdle. Усі ці стартапи змогли в українських реаліях побудувати повноцінні компанії, які були продані за більш, ніж 50 млн \$.

Отже, галузь інформаційних технологій є надзвичайно актуальною у світі сьогодні і Україна вже робить активні кроки щодо оптимізації надання публічних послуг, покращення бізнес-клімату в країні та підвищення рівня освіченості населення у цифровій сфері. Поряд із заходами зі сторони уряду, сфера стартапів в Україні стає все більш популярною і вже має перші історії успіху. Продовження позитивного тренду венчурних інвестицій, а також розвитку креативної та інноваційної інфраструктури на прикладі акселераторів та стартап-інкубаторів дасть Україні неабиякі перспективи для успішного фінансово-економічного розвитку в майбутньому.

### **Висновки до розділу 3**

Отже, Україна дуже швидко інтегрувалась в глобальну економічну систему, незважаючи на внутрішні та зовнішні конфлікти, слабку владу та

пострадянські рудименти як в економічному, так і ментальному плані. Природа українського експорту креативних товарів та послуг все ще не є диверсифікованою, що говорить про низьку готовність до міжнародної конкуренції.

Незважаючи на перелік перешкод та проблем, Україна має достатньо потенціалу для реалізації креативної економіки. Обсяг експорту товарів та послуг, частка ВВП в економіці країни, а також кількість зайнятих невпинно зростає, що говорить про високий потенціал для розвитку креативних індустрій. Водночас індустрія інформаційних технологій в Україні розвивається із неабияким темпом і є важливим сектором у економіці країни. Для забезпечення стійкого зростання та збільшення кількості висококваліфікованих ІТ-спеціалістів, уряд України має зосередитись створенні сприятливого бізнес-клімату та стабільного політичного середовища, що позитивно сприятиме розвитку ІТ-бізнесу та збільшить кількість прямих іноземних інвестицій.

Динамічний сектор стартапів, широкий спектр акселераторів, інкубаторів та громадських організацій, що готові допомагати українським виробникам, підприємцям та науковцям у починаннях, надавати необхідні навички, знання та захищати від базових помилок, дає Україні неабиякі перспективи для розвитку креативної економіки. В інформаційному просторі все частіше з'являються новини про українські стартапи, що залучають кошти у венчурних фондах та інвесторів з Естонії, Америки та Європи, що є важливим показником становлення України на міжнародному ринку стартапів. Окрім цього, у все більшій кількості українських міст починають з'являтися креативні ініціативи, що позитивно впливають на становлення креативного класу та створюють основу для майбутнього розвитку креативних індустрій в Україні.

## ВИСНОВКИ

У наші дні креативний сектор є не просто галуззю економіки, а й стратегією розвитку, в основу якої покладено безперервний інноваційний розвиток, навчання протягом усього життя та пошук нових підходів до вирішення нових проблем. Особливістю є те, що креативні індустрії базуються на інтелектуальному капіталі та на творчому людському потенціалі, чітких обмежень якому поки немає. Індустрія інформаційних технологій, яка є складовою частиною креативної економіки, вже давно заявила про себе як одна з найперспективніших сфер для інвестицій на основі показників частки від ВВП та рівня зайнятості. Згідно з показниками та фактами, що наведені у кваліфікаційній роботі, Україна має неабиякий потенціал щодо розвитку креативних індустрій та галузі інформаційних технологій. Саме тому, за умови відповідного державного регулювання, підтримки інституцій та громадськості, а також створення сприятливого бізнес-клімату, євроінтеграція та глобалізація позитивно впливатимуть на підвищення конкурентоспроможності та забезпечать довготерміновий економічний ріст за рахунок притоку інвестицій та отримання нових знань та навичок українцями.

У даній науковій роботі було проведено роботу над наступними питаннями:

- досліджено історію розвитку та передумови виникнення поняття креативної економіки, наведено процес розвитку класифікації та визначення конкретних секторів креативної економіки, а також описано походження креативного класу та окреслено його характерні якості та ознаки;
- проаналізовано місце інформаційних технологій у роботі фінансових компаній;
- визначено основні ризики при впровадженні ІТ-систем та запропоновано перелік порад для їх попередження;

- окреслено актуальність використання інформаційних технологій фінансовими компаніями під час пандемії COVID-19;
- шляхом економетричного моделювання на основі лонгітюдних даних визначено вплив розвитку індустрії інформаційно-телекомунікаційних технологій на фінансовий стан країн світу та України;
- наведено аналіз показників ефективності креативної економіки в Україні, а також проведено порівняння з іншими країнами по обсягу частки у ВВП та рівню зайнятості у креативних індустріях;
- розглянуто становлення індустрії інформаційних технологій та ключові показники економічної ефективності в Україні;
- наведено перспективи та ключові заходи уряду щодо розвитку ІТ-галузі;
- проаналізовано стан та потенціал розвитку стартапів в Україні.

Отже, в часи глобальної цифровізації та інтеграції країн, розвиток креативної економіки та галузі інформаційних технологій є обов'язковим фактором для становлення національних економік та фінансових ринків, завдяки високому потенціалу до створення робочих місць, генерації доданої вартості та розвитку культурної складової суспільства. Україну все ще очікує перелік комплексних викликів в рамках державної політики щодо становлення креативної економіки, розбудови інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, а також розвитку культурної та ціннісної складової суспільства. Однак Україна володіє неабияким потенціалом щодо розвитку креативної економіки, зокрема завдяки сфері інформаційних технологій, а також активному стартап руху. Саме тому при вдалій кооперації державної влади, громадськості та бізнесу, Україна має неабиякі перспективи щодо залучення іноземних інвестицій, економічного зростання та розвитку інноваційного середовища завдяки креативним індустріям.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хосе Ортега-і-Гассет. Бунт мас, Хосе Ортега-і-Гассет. – Нью-Йорк: Видання Організації Чотирьох Свобід України (ООЧСУ), 1965. – 158 с.
2. Garnham N. From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*. 2005. Vol. 11, No. 1.
3. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. Електронний журнал «Ефективна економіка». – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555>.
4. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія, С. А. Давимука, Л. І. Федулова ; ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”. – Львів, 2017. – 528 с.
5. Landry C. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* / Charles Landry. – London: Earthscan Publication Ltd. – 300 с.
6. Креативный класс. Люди, которые создают будущее / Ричард Флорида; пер.с англ. Н. Яцюк ; — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. —420 с.
7. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* / John Howkins. – London: Penguin Books, 2001. – 288 с.
8. The creative economy: key concepts and literature review highlights, Hill Strategies Research Inc. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://hillstrategies.com/2017/02/22/the-creative-economy-key-concepts-and-literature-review-highlights/>.
9. Поснова Т. В. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". - 2018. - № 3(2). Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj\\_2018\\_3\(2\)\\_\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_3(2)__21)
10. Creative economy outlook and country profiles. UNCTAD. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf).

11. Rafael B. Creative service industries and regional productivity, B. Rafael, S. Vicent, *Regional Science*. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://rsaiconnect.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/pirs.12187>.
12. Creative Industries Mapping Documents 1998, Department for Digital, Culture, Media & Sport. – 1998. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>.
13. Facts & Figures on the Creative Economy. National Assembly of State Art Agencies. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: [https://nasaa-arts.org/nasaa\\_research/facts-figures-on-the-creative-economy/](https://nasaa-arts.org/nasaa_research/facts-figures-on-the-creative-economy/).
14. Joern H. Block, Christian O. Fisch & Mirjam van Praag (2017) The Schumpeterian entrepreneur: a review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship, *Industry and Innovation*, 24:1, 61-95, DOI: 10.1080/13662716.2016.1216397
15. Сакало О. Є. Креативний клас як провідна група сучасного суспільства, О. Є. Сакало, *Грані*. - 2015. - № 8. - С. 77-80. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani\\_2015\\_8\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_8_16)
16. Homo creativus: книга Річарда Флориди про новий клас, що завойовує світ. KfundMedia. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://kfund-media.com/homo-creativus-knyga-richarda-florydy-pro-novyj-klas-shho-zavojovuye-svit/>.
17. Про телекомунікації: Закон України від 24.10.2020 №1280-IV.
18. Tech Nation Report 2018, Technation. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://technation.io/insights/report-2018/>.
19. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 14.04.2021 №2664-III.
20. Global Fintech Report 2019, PWC. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/assets/pwc-global-fintech-report-2019.pdf>.

21. Ismail N. How technology is impacting the finance and banking sector, Nick Ismail, Information Age. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.information-age.com/technology-finance-banking-sector-123471800/>.
22. Role of Information Technology in Financial Reporting and Management, notesmatic. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://notesmatic.com/role-information-technology-financial-reporting-management/>.
23. What is ERP?, Oracle. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oracle.com/erp/what-is-erp/>.
24. What does ERP stand for in Finance?, Diceus. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://diceus.com/what-does-erp-stand-for-in-finance/>.
25. Impact of information and communication technology and financial development on economic growth of OPEC developing economies, Kasetsart Journal of Social Sciences. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.researchgate.net/publication/323108087>.
26. Donner, J. The use of mobile phones by micro entrepreneurs in Kigali, Rwanda: changes to social and business networks. Inf Technol Int Dev 2006; 3(2): 3–19.
27. The Global Information Technology Report 2013 // World Economic Forum. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GITR\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2013.pdf).
28. ICTs for development: improving policy coherence, OECD. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/gov/pcsd/ictsfordevelopment-improvingpolicycoherence.htm>.
29. Faris Alshubiri. The impact of ICT on financial development: Empirical evidence from the Gulf Cooperation Council countries / Faris Alshubiri, Syed Ahsan Jamil, Mohamed Elheddad, International Journal of Engineering Business Management. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1847979019870670>.
30. Лук'яненко І. Г., Городніченко Ю. О. Сучасні економетричні методи у фінансах. Навчальний посібник.— К.: Літера ЛТД, 2002.— 352 с.

31. Automated teller machines (ATMs) (per 100,000 adults), TheWorldBank. – 2019. – Режим доступа до ресурсу:  
<https://data.worldbank.org/indicator/FB.ATM.TOTL.P5>.
32. Fixed broadband subscriptions, TheWorldBank. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.BBND>.
33. Mobile cellular subscriptions (per 100 people), TheWorldBank. – 2019. – Режим доступа до ресурсу:  
<https://data.worldbank.org/indicator/IT.CEL.SETS.P2>.
34. Financial Development Index Database, International Monetary Fund. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://data.imf.org/?sk=f8032e80-b36c-43b1-ac26-493c5b1cd33b&sId=1480712464593>.
35. Technology Risk in Financial Services, BDO.CO.UK – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.bdo.co.uk/en-gb/industries/financial-services/technology-risk-in-financial-services>.
36. What are the different it technology risks in financial services, hcltech. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.hcltech.com/technology-qa/what-are-different-it-technology-risks-in-financial-services>.
37. What's Trending: The State of IT Disaster Recovery, Zerto. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.zerto.com/blog/disaster-recovery/whats-trending-the-state-of-it-disaster-recovery/>.
38. Average cost per hour of enterprise server downtime worldwide in 2019, Statista. – 2020. – Режим доступа до ресурсу:  
<https://www.statista.com/statistics/753938/worldwide-enterprise-server-hourly-downtime-cost/>.
39. Amalendu G. Managing Risks in Commercial and Retail Banking, GHOSH Amalendu, John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd. – Singapore, 2012.
40. Information technology risks in financial services, Deloitte.. – 2018. – Режим доступа до ресурсу:  
<https://www2.deloitte.com/global/en/pages/risk/regulatory---legal/articles/information-technology-risks-financial-services.html>.

41. Impact of the coronavirus pandemic on the global economy, Statista. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.statista.com/topics/6139/covid-19-impact-on-the-global-economy/#dossierSummary>
42. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Seventh edition, International Labor Organization. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_767028.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_767028.pdf).
43. What's the Outlook for Financial Services in the Next Normal?, Salesforce. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.salesforce.com/blog/financial-services-industry-pandemic-research/>.
44. The Covid Crisis Effects on the Financial Services Industry, Ravco Marketing. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://thefinanser.com/wp-content/uploads/2020/08/Covid-Effects-on-Financial-Services-Summer-2020-On-Screen-1.pdf>.
45. Cash is no longer king in times of COVID-19, Deloitte. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: <https://www2.deloitte.com/ch/en/pages/consumer-industrial-products/articles/cash-is-no-longer-king-in-times-of-covid19.html>.
46. Financial life during the COVID-19 pandemic, McKinsey&Company. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/a-global-view-of-financial-life-during-covid-19#>.
47. McGuinness E. Financial Services Build Resilience in Face of Crises Like COVID-19, Elizabeth McGuinness, CGAP. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.cgap.org/blog/financial-services-build-resilience-face-crises-covid-19>.
48. Hernandez E. The Role of Cash In/Cash Out in Digital Financial Inclusion, Emilio Hernandez, CGAP. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.cgap.org/blog/role-cash-incash-out-digital-financial-inclusion>.

49. The COVID-19 Crisis: Implications for the Financial Services Industry, Tata consultancy services. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.tcs.com/covid-19-crisis-implications-for-financial-services-industry>.
50. Сделка года: Snapchat купил одесский стартап Lookserу за \$150 млн, ain.ua. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2015/09/15/sdelka-goda-snapchat-kupil-odesskij-startap-lookserу-za-150-mln/>.
51. Grammarly raises \$90M at over \$1B+ valuation for its AI-based grammar and writing tools, Techcrunch. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://techcrunch.com/2019/10/10/grammarly-raises-90m-at-over-1b-valuation-for-its-ai-based-grammar-and-writing-tools/>.
52. Українська освітня платформа Preply залучила \$35 млн інвестицій, Forbes. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://forbes.ua/news/zasnovana-ukraintsyami-osvitnya-platforma-preply-zaluchila-35-mln-investitsiy-09032021-1129>.
53. Про Культуру: Закон України від 16.07.2020 № 2778-VI.
54. Уряд почав приймати заявки до Українського фонду стартапів. Економічна правда. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/12/2/654370/>.
55. Український фонд стартапів підбив підсумки першого року грантової діяльності, Ukrainian Startup Fund. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://usf.com.ua/ukrainskij-fond-startapiv-pidbiv-pidsumki-pershogo-roku-grantovoi-diyalnosti/>.
56. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України, KSE. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf>.
57. Country classification, UNCTADstat. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.html>.
58. UNESCO Institute for Statistics, 2019. International trade of cultural goods and services: measurement challenges

- <https://unctad.org/system/files/non-official-document/cep2019-30-10-pwp-Lydia%20Delomeaux.pdf>
59. Skavronska, I. V. (2017), *Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development*, Economics and Sociology, Vol. 10, No. 2, pp. 87-106. DOI: 10.14254/2071-789X.2017/10-2/7
  60. Pofeldt E. The Top 10 Fastest Growing Freelance Markets in The World, Elaine Pofeldt, Forbes. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.forbes.com/sites/elainepofeldt/2019/08/18/the-top-10-fastest-growing-freelance-markets-in-the-world/?sh=6488c998733b>.
  61. The global creativity index 2015, Martin Prosperity Institute. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://budstars.com/martinprosperity/Global-Creativity-Index-2015.pdf>.
  62. Основні засади та шляхи формування спільної ідентичності громадян України, Центр Разумкова. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [https://razumkov.org.ua/images/Material\\_Conference/2017\\_04\\_12\\_ident/2017-Identi-3.pdf](https://razumkov.org.ua/images/Material_Conference/2017_04_12_ident/2017-Identi-3.pdf).
  63. Толерантність та як про неї говорити: посібник з миробудівництва в Україні, Міжнародний центр перспективних досліджень. – 2017. – 50 с.
  64. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури - стратегії реформ»: за станом на 1 лют. 2016 р., Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ: Парлам. вид-во, 2016.
  65. The country that codes. N-iX. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [https://s3euwest1.amazonaws.com/new.nix.com/uploads/2019/09/26/Software\\_development\\_in\\_Ukraine\\_2019\\_2020\\_IT\\_industry\\_market\\_report.pdf](https://s3euwest1.amazonaws.com/new.nix.com/uploads/2019/09/26/Software_development_in_Ukraine_2019_2020_IT_industry_market_report.pdf).
  66. IT Research 5.0, Lviv IT Cluster. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://itcluster.lviv.ua/en/projects/it-research/>.
  67. Про Концепцію Національної програми інформатизації: Закон України від 17.06.2020 № N 75/98-ВР.

68. Розвиток української it-індустрії: Аналітичний звіт, Асоціація «IT Ukraine». – 2018. – Режим доступу до ресурсу:  
[https://ko.com.ua/files/u125/Ukrainian\\_IT\\_Industry\\_Report\\_UKR.pdf](https://ko.com.ua/files/u125/Ukrainian_IT_Industry_Report_UKR.pdf).
69. 12 Reasons to Hire Ukrainian Software Developers for IT Outsourcing, DAXX. – 2020. – Режим доступу до ресурсу:  
<https://www.daxx.com/blog/outsourcing-ukraine/why-ukraine-best-it-outsourcing-destination>.
70. Map of Startups in Ukraine, Startupblink. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.startupblink.com/startups/ukraine>.
71. Презентація Дія City, Міністерство цифрової трансформації України. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://city-backend.diia.gov.ua/storage/uploads/files/shares/page/home/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%94%D1%96%D1%8F%20City.pdf>
72. Омельченко В. Перспективи та розвиток IT-технологій в Україні, Валерій Омельченко, ЛІГА.net. – 2020. – Режим доступу до ресурсу:  
<https://blog.liga.net/user/vomelchenko/article/35913>.
73. Питання Міністерства цифрової трансформації: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.09.2020 № 856
74. Україна може за 3-4 роки стати світовим лідером з цифрової трансформації – Федоров, Укрінформ. – 2020. – Режим доступу до ресурсу:  
<https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3153034-ukraina-moze-za-34-roki-stati-svitovim-liderom-z-cifrovoi-transformacii-fedorov.html>.
75. Про нас | Міністерство цифрової трансформації України, Міністерство цифрової трансформації України. – 2021. – Режим доступу до ресурсу:  
<https://thedigital.gov.ua/ministry>.
76. "Будете кайфувати": що нового чекає на нас у "Дії" та інші сюрпризи цифровізації. Інтерв'ю з Михайлом Федоровим, Рубрика. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://rubryka.com/article/mykhailo-fedorov/>.



77. Державні послуги онлайн, Міністерство цифрової трансформації України. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://diia.gov.ua/>.
78. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні - проблеми, перешкоди і можливості. Громадська Синергія. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>.
79. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Association (UVCA), UVCA. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://uvca.eu/en>.
80. Tech\_Ecosystem\_Guide\_To\_Ukraine, UNIT.City. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [https://data.unit.city/tech-guide/Tech\\_Ecosystem\\_Guide\\_To\\_Ukraine\\_En-1.1.pdf](https://data.unit.city/tech-guide/Tech_Ecosystem_Guide_To_Ukraine_En-1.1.pdf).
81. Перший в Україні інноваційний парк, UNIT.City. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://unit.city/>.
82. Промприлад.Реновація, Promprylad.ua. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://promprylad.ua/ua/>.