

однаковим для всіх країн, оскільки якість внутрішніх інституційно-політичних рамок, обсяг міжнародних резервів і стійкість фінансової системи суттєво визначають здатність країни протистояти зовнішнім шокам і зберігати відносну політичну автономію. Це зумовлює важливість подальшого дослідження зазначених механізмів на прикладі України як малої відкритої економіки з особливою вразливістю до зовнішніх фінансових умов.

#### **Список використаних джерел:**

1. Miranda-Agrippino S., Rey H. The Global Financial Cycle. Cambridge, MA : National Bureau of Economic Research, 2021. URL: <https://doi.org/10.3386/w29327> (дата звернення: 10.04.2026).
2. Global and domestic financial cycles: variations on a theme / I. Aldasoro та ін. BIS Working Papers. 2020. Т. 864. С. 32. URL: <https://www.bis.org/publ/work864.pdf> (дата звернення: 10.04.2026).
3. Juhro S. M., Iyke B. N., Narayan P. K. Capital flow dynamics and the synchronization of financial cycles and business cycles in emerging market economies. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money. 2024. С. 101980. URL: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2024.101980> (дата звернення: 10.04.2026).
4. Emerging Market Resilience: Good Luck or Good Policies?. IMF Working Paper. 2025. Т. 256, № 1. С. 51–71. URL: <https://doi.org/10.5089/9798229033886.001> (дата звернення: 10.04.2026).
5. Шлапак А. В. Глобальні фінансові цикли і проблема регулювання міжнародних потоків капіталу: роль банків і макропруденційної політики у протидії кризам. Вісник мариупольського державного університету. 2022. № 23. С. 109–119. URL: <https://doi.org/10.34079/2226-2822-2022-12-23-109-119> (дата звернення: 10.04.2026).

**Столярець А.М.,**

*здобувачка освіти, ОПП «Економіка», 3 курс,*

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

### **ВПЛИВ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ**

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та зростання глобальної конкуренції традиційні методи управління вичерпують свою ефективність. Цифрова трансформація охоплює всі сфери діяльності підприємства, вимагаючи не просто впровадження новітнього програмного забезпечення, а й докорінної перебудови управлінської парадигми. У такому динамічному середовищі особливого значення набуває креативний менеджмент, який виступає стратегічним інструментом генерування інноваційних ідей та розвитку творчого потенціалу персоналу. Саме він дозволяє підприємствам вчасно адаптуватися до змін та забезпечувати стійке економічне зростання.

Розуміння природи креативності суттєво еволюціонувало: від простої функції інтелекту до характеристики цілісної особистості. З позицій психології вона розглядається як стійка здатність до творчої обдарованості [1, с. 112], а філософські підходи підкреслюють її роль у створенні нового, незвичного бачення існуючих проблем [2, с. 215]. В економічній площині креативність трактується як уміння успішно вирішувати бізнес-завдання нестандартним чином, відхиляючись від прийнятих схем мислення [3]. Наукові погляди, зокрема концепції Е. Торренса та А. Маслоу, доводять, що цей потенціал притаманний кожній людині, проте вимагає правильної мотивації та відсутності соціального тиску для свого повного прояву.

На відміну від хаотичного творчого процесу, креативний менеджмент є цілеспрямованою та керованою системою. Він не обмежується лише концептуалізацією нових ідей, а передбачає

їхнє впровадження через конкретні інноваційні рамки та процеси, що складають ядро розвитку бізнесу [4, с. 142]. У цифровому середовищі цей процес стає значно ефективнішим завдяки сучасним інструментам колективного вирішення завдань, аналітиці та можливостям швидкого тестування гіпотез. Таким чином, творчість трансформується з особистісної риси окремого працівника у структурований і відновлюваний ресурс організації.

Важливим аспектом впливу креативного менеджменту на фінансово-економічну ефективність підприємства є його здатність підвищувати рівень інноваційної активності. Саме інновації виступають ключовим драйвером довгострокового зростання, оскільки забезпечують оновлення продуктового портфеля, вдосконалення бізнес-процесів та підвищення якості управлінських рішень. У цьому контексті креативний менеджмент формує сприятливе середовище для генерування, відбору та реалізації інноваційних ідей, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства. Зокрема, впровадження нових технологій, цифрових платформ та інтелектуальних систем управління дозволяє значно підвищити ефективність операційної діяльності та скоротити часові витрати на виконання ключових процесів.

Крім того, креативний менеджмент сприяє формуванню інноваційної корпоративної культури, яка базується на принципах відкритості, довіри та підтримки ініціативи. Така культура стимулює працівників до активної участі у процесах вдосконалення діяльності підприємства, що, у свою чергу, підвищує рівень їх залученості та продуктивності праці. Відомо, що високий рівень залученості персоналу прямо корелює зі зростанням фінансових результатів підприємства, оскільки працівники більш відповідально ставляться до виконання своїх обов'язків, проявляють ініціативу та орієнтуються на досягнення стратегічних цілей організації.

Не менш важливим є вплив креативного менеджменту на систему прийняття управлінських рішень. У традиційних умовах управління рішення часто приймаються на основі стандартних підходів та минулого досвіду, що не завжди є ефективним у швидкозмінному цифровому середовищі. Натомість креативний менеджмент передбачає використання нестандартних підходів, сценарного мислення та методів дизайн-мислення, що дозволяє враховувати ширший спектр факторів і генерувати альтернативні варіанти рішень. Це підвищує якість управління, знижує рівень ризиків та сприяє більш ефективному використанню ресурсів підприємства.

Особливу роль у сучасних умовах відіграє інтеграція креативного менеджменту з цифровими технологіями. Використання великих даних (Big Data), штучного інтелекту, машинного навчання та хмарних сервісів відкриває нові можливості для аналізу інформації, прогнозування тенденцій і прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Поєднання аналітичного потенціалу цифрових технологій із творчим мисленням персоналу дозволяє підприємствам формувати інноваційні бізнес-моделі, швидко адаптуватися до змін ринкового середовища та забезпечувати стійкий розвиток.

Варто також зазначити, що креативний менеджмент позитивно впливає на інвестиційну привабливість підприємства. Компанії, які активно впроваджують інновації та демонструють здатність до постійного розвитку, викликають більшу довіру з боку інвесторів і партнерів. Це сприяє залученню додаткових фінансових ресурсів, розширенню діяльності та підвищенню ринкової вартості підприємства. У свою чергу, ефективне використання залучених інвестицій забезпечує подальше зростання фінансових показників і зміцнення позицій підприємства на ринку.

Окрему увагу слід приділити ролі людського капіталу в системі креативного менеджменту. Саме працівники є носіями знань, ідей та інновацій, тому їх розвиток і мотивація є ключовими чинниками успіху підприємства. Інвестування у навчання, підвищення кваліфікації та розвиток креативного мислення персоналу сприяє формуванню конкурентних переваг, які важко відтворити конкурентам. У результаті підприємство отримує можливість не лише ефективно функціонувати в умовах цифрової економіки, а й формувати нові тренди на ринку.

Утім, поряд із беззаперечними перевагами впровадження креативного менеджменту в умовах цифрової трансформації слід враховувати й низку викликів та обмежень, які можуть впливати на його ефективність. Насамперед, це пов'язано з високим рівнем невизначеності

цифрового середовища, де швидкість змін часто перевищує здатність організацій адаптуватися до них. У таких умовах навіть інноваційно орієнтовані підприємства можуть стикатися з проблемою надлишку ідей, коли велика кількість креативних рішень ускладнює процес їхнього відбору та пріоритизації. Це, у свою чергу, вимагає розвитку чітких критеріїв оцінювання інновацій та ефективних механізмів управління портфелем ідей.

Додатковим викликом є необхідність балансування між свободою творчості та організаційною дисципліною. Надмірна автономія працівників без належної координації може призводити до фрагментації управлінських процесів і зниження узгодженості стратегічних рішень. Водночас надмірна регламентація здатна пригнічувати креативність і зменшувати мотивацію персоналу до генерації інноваційних рішень. Отже, ефективний креативний менеджмент потребує гнучкої системи управління, яка забезпечує оптимальний баланс між структурованістю та свободою дій.

Компанія «Google LLC» є однією з провідних транснаціональних технологічних корпорацій світу, що спеціалізується на розробці цифрових продуктів, інтернет-сервісів і програмного забезпечення. Вона була заснована у 1998 році Ларрі Пейджем і Сергієм Брінном як науково-дослідний проект, метою якого було вдосконалення пошукових технологій в мережі Інтернет. Сьогодні Google входить до складу холдингу Alphabet Inc. та займає провідні позиції на світовому ринку інформаційних технологій, забезпечуючи мільярди користувачів доступом до інформації, комунікаційних сервісів і цифрових платформ [5].

Основною місією компанії є організація світової інформації та забезпечення її доступності й корисності для кожного користувача. Для досягнення цієї мети Google активно впроваджує інноваційні рішення, інвестує у розвиток штучного інтелекту, хмарних технологій, мобільних платформ і цифрових екосистем. Продуктовий портфель компанії включає такі відомі сервіси, як пошукова система Google, YouTube, Google Maps, Gmail, Google Cloud та інші, що формують основу цифрової інфраструктури сучасного суспільства.

Важливою особливістю діяльності «Google LLC» є її інноваційно орієнтована модель управління, яка базується на поєднанні гнучкої організаційної структури, високого рівня автономії підрозділів та розвитку креативного потенціалу персоналу. Компанія активно застосовує принципи креативного менеджменту, спрямовані на стимулювання творчого мислення, генерацію нових ідей і їх швидку реалізацію у вигляді конкурентоспроможних продуктів. Саме завдяки цьому Google протягом тривалого часу залишається одним із лідерів інноваційного розвитку та демонструє стабільне зростання фінансово-економічних показників.

Додатково варто зазначити, що ефективність креативного менеджменту в «Google LLC» значною мірою забезпечується через формування унікальної корпоративної культури, орієнтованої на експерименти та швидке тестування ідей. Одним із ключових підходів компанії є принцип «постійного експериментування», який передбачає запуск мінімально життєздатних продуктів (MVP) та їх подальше вдосконалення на основі даних користувачів. Така модель дозволяє мінімізувати ризики великих інноваційних проектів і водночас прискорює процес впровадження нових рішень на ринок. Крім того, значну роль відіграє система внутрішньої комунікації, яка сприяє швидкому обміну ідеями між командами та підрозділами.

Важливим елементом інноваційної екосистеми Google є також підтримка розвитку людського капіталу через програми професійного зростання, внутрішні освітні ініціативи та стимулювання самостійних проектів співробітників. Практика «20% часу», яка дозволяє працівникам частину робочого часу присвячувати власним ідеям, сприяла створенню низки успішних продуктів і сервісів. Такий підхід формує середовище, в якому креативність стає не епізодичною активністю, а системною складовою організаційної діяльності, що безпосередньо підсилює інноваційний потенціал компанії та її конкурентні переваги на глобальному ринку.

Таким чином, креативний менеджмент виступає важливим елементом сучасної системи управління підприємством, який забезпечує синергію між інноваціями, людським капіталом та цифровими технологіями. Його впровадження дозволяє підвищити ефективність використання ресурсів, покращити якість управлінських рішень, стимулювати інноваційну активність і забезпечити стабільне зростання фінансово-економічних показників. У довгостроковій

перспективі це створює основу для формування стійких конкурентних переваг та успішного розвитку підприємства в умовах цифрової трансформації.

#### Список використаних джерел:

1. Макаренко О. Г. Креативний менеджмент. 2011. 154 с.
2. Литвиненко С. Креативність як загальна здібність до творчості: сучасні підходи. Збірник наукових праць Полтавського державного педагогічного університету імені В.Г. Короленка. Серія «Педагогічні науки». Випуск 3 (50). Полтава. 2006. С. 215-219. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/VisnikPP/article/view/16421>
3. Галкіна Т.В. Вивчення впливу тестової ситуації на результати дослідження креативної особистості. Методипсихологічної діагностики. Вип. 2.-К: ІІ РАН. 2020.
4. Харун О. А. Формування креативності персоналу за умов інноваційного розвитку підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету, серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 16. Ч. 2. С. 142–145. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/16\\_2\\_2017ua/33.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/16_2_2017ua/33.pdf)
5. Google - офіційний сайт, історія створення, адреса компанії. URL: <https://file.liga.net/ua/companies/google-3305320>

**Ткаченко Ю. С.,**

*здобувачка освіти, ОПП «Економіка», 3 курс,  
Національний університет «Кієво-Могилянська Академія»*

### **ВИКЛИКИ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИКИ ІНФЛЯЦІЙНОГО ТАРГЕТУВАННЯ В УКРАЇНІ**

У 2015 році після низки інфляційних шоків Україна ввела систему інфляційного таргетування як основу монетарної політики, намагаючись досягти більш стабільної інфляції в 5% ( $\pm 1\%$ ) [1]. Незважаючи на успішне використання цієї політики іншими країнами, таких як Канада та Нова Зеландія, які вже протягом майже 15 років використовували її, українська економіка, яка розвивається, значно відрізняється від першопроходьців інфляційного таргетування, а тому предстала перед низкою власних складних викликів, спровокованих не тільки ринковими особливостями України, але й політичними та географічними. Тому виникає потреба у ретельному вивченні цих викликів для ефективного знаходження оптимальних рішень саме в умовах вітчизняної економіки. В цій роботі я розгляну найбільш яскраві виклики для інфляційного таргетування в Україні, зокрема пов'язані з війною та імпортозалежністю.

Одним із найбільших викликів для інфляційного таргетування, з масштабами якого не стикалася жодна інша країна з подібною політикою, є повномасштабна війна та перехід до воєнного режиму. Така ситуація викликає величезні державні витрати на оборону, які значно підвищують інфляцію. У 2014 році, інфляція зросла з 0,5% до 24,9%, а в 2015 склала вже 43,3%, у 2022 році інфляція піднялась з 10% до 26,6% [2]. При цьому такі різкі стрибки інфляції притаманні саме періодам ескалації конфлікту, тобто на початку у 2014 році та з переходом у повномасштабне вторгнення у 2022 році.

Але протидія стрибкам такої специфіки є достатньо складним завданням. Вплив на інфляцію має часовий лаг, тобто від моменту застосування інструментів до їх реального ефекту на індекс споживчих цін має пройти від 3 до 20 кварталів [3]. Саме тому є неймовірно важливим створення ефективної системи прогнозування інфляції на роки вперед, щоб забезпечити можливість діяти передчасно. Притому, передбачити початок війни за такий довгий період, а також спланувати всі необхідні дії та сценарії розвитку подій, є майже неможливим. Це значно ускладнює регуляцію та контроль інфляції в критичні моменти. Більше того, загальне прогнозування подій під час війни та їх впливу на економіку також є нескладною задачею, оскільки часто ворог діє непередбачувано.