

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.

Крім цього, початок війни означає не лише високі державні витрати, а й загальну паніку на ринку через невизначеність та високу загрозу. Часто, поведінка споживачів стає менш раціональною та значно відрізняється від звичайної, ринок знаходиться в турбулентному стані, підприємства не можуть працювати ефективно через різку від'їзд працівників у безпечніші регіони. Утримувати умови ринкової економіки стає майже неможливим, оскільки різко виникають більш нагальні потреби, такі як забезпечення армії. Крім того, з'являється необхідність у підтримці споживачів та бізнесу, для забезпечення чого необхідно порушити класичні принципи вільного ринку. До прикладу, протягом більшої частини 2022 року НБУ втримував фіксований курс гривні до долара США на рівні 36,6 грн за 1 дол. США [4]. Це дозволило втримати паніку серед економічних агентів протягом цього періоду та підтримати споживачів. Але одночасно з тим, втримання фіксованого режиму обміну валют потребує постійного виснаження золотовалютних фондів, оскільки саме вони тепер стають стабілізаторами на ринку [5, с 115].

Крім того, ціни на імпорт також мають значний вплив на інфляцію через валюту. Велика кількість імпортованого товару на полицях в магазинах або як сировина для виробництва означає, що ІСЦ (індекс споживчих цін), який і представляє інфляцію, є більш чутливим до зміни курсу валют [6].

Відповідно до досліджень 2018 року щодо аналізу імпорту в Україну, Созанський Л. стверджує, що понад 70% виробництва переробної промисловості в Україні забезпечується імпортом у 9 з 16 випадків [7, с. 23–24]. В дослідженні 2020 року спостерігається схожа тенденція щодо високої імпортозалежності України й в деревообробній та хімічній промисловості [8, с. 152]. Одночасно з тим, для ефективного інфляційного таргетування та в умовах вільного ринку необхідно дотримуватися плавучого режиму обміну валюти, а не фіксованого, тому уникнути коливання валюти неможливо. Це спричиняє велику чутливість інфляції до зміни курсу валюти, що ускладнює її регуляцію.

Підсумовуючи, причиною введення інфляційного таргетування в Україні стали різкі коливання ІСЦ через початок збройного конфлікту у 2014 році. Військові дії стали значним поштовхом для регуляції та керування інфляцією через різке підвищення державних витрат, що значно підвищило інфляцію, та складність прогнозування. Крім того, деякі принципи вільного ринку, які необхідні для інфляційного таргетування, були обмежені для підтримки споживачів та бізнесу, такі як фіксований режим обміну валют. До того ж велика залежність українського ринку від імпортової продукції підвищує чутливість цін до коливання курсу та ускладнює регулювання інфляцією. Всі ці фактори стали значними викликами для інфляційного таргетування в Україні, які потребують необхідних заходів для владнання.

#### Список використаних джерел:

1. Інфляція та інфляційні цілі НБУ *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/about/targets/target-k> (дата звернення: 24.04.2026).
2. Індекс інфляції (2000-2026). *МінФін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> (дата звернення: 24.04.2026).
3. Carlson K. M. The lag from money to prices. *Canadian Parliamentary Review*. 1980. No. 62. P. 3–10.
4. Національний банк України. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 24.04.2026).
5. Яременко О. О. Теоретичні аспекти золотовалютних резервів. *Економіка та держава*. 2011. № 11. С. 114–116.
6. McCarthy J. Pass-through of Exchange Rates and Import Prices to Domestic Inflation in Some Industrialized Economies. 4th ed. Нью-Йорк : Eastern Economic Journal 33, 2007.
7. Созанський Л. Й. Оцінка залежності економіки України від імпорту продукції переробної промисловості в сегментах проміжного споживання і валового нагромадження основного капіталу. *Статистика України*. 2018. № 3 (82). С. 15–25.

8. Ревак І. О., Кондро І. В. СЕКТОРАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ІМПОРТОЗАЛЕЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ. *Соціально-правові студії*. 2014. Вип. 3 (9). С. 145–153.

**Ходєєв А.О.,**  
здобувач освіти, ОПП «Економіка», 4 курс,  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

## **ШЕРИНГОВА ЕКОНОМІКА ЯК СОЦІОЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується зростаючою нестабільністю, структурними трансформаціями та переосмисленням усталених моделей господарювання. Глобальні кризи – фінансова 2008–2009 рр., пандемічна 2020–2021 рр. та геополітична невизначеність наступних років, а також погіршення екологічної ситуації актуалізували пошук альтернативних економічних моделей, здатних забезпечити стійкість і адаптивність суспільства.

Недоліком традиційної лінійної моделі економіки є те, що вона орієнтована на безперервне нарощування виробництва та індивідуальне володіння, що призводить до вразливості у кризові періоди. Серед основних факторів вразливості можна виділити:

- висока вартість активів через власне володіння;
- низька ефективність використання активів;
- залежність від ланцюгів постачання;
- інерційність виробництва.

Зокрема, під час фінансової кризи 2008–2009 рр. загальний обсяг промислового виробництва в ЄС лише за 12 місяців скоротився на 22 індексні пункти, при цьому випуск споживчих товарів тривалого користування впав на 25%. Проте криза COVID-19 виявилася ще більш деструктивною: всього за два місяці (лютий–квітень 2020 р.) індекс промислового виробництва обвалився на 29 пунктів, а сектор товарів тривалого користування скоротився вдвічі. Ці кризи відкинули рівень промисловості ЄС до показників 1990-х років і підтвердили, що в умовах гострої невизначеності і зовнішніх шоків, за умови різкого падіння попиту, традиційна модель індивідуального володіння та безперервного виробництва є нестійкою [1, 3].

Надмірне накопичення активів, що не використовуються на повну потужність, стає фінансовим тягарем для домогосподарств та підприємств. Відповідно до звіту представленою Ellen MacArthur Foundation, у країнах Європи середньостатистичний приватний автомобіль перебуває в нерухомому стані 92% часу, офісні приміщення використовуються лише на 35–50% навіть у робочі години. До того ж, близько 31% харчових продуктів втрачається в ланцюгах створення вартості, а середній цикл життя промислових активів (за винятком будівель) становить лише дев'ять років. Сумарні щорічні втрати від такої моделі споживання лише у сферах мобільності, харчування та будівництва оцінюються у 7,2 трлн євро. Цей аналіз демонструє, що індивідуальне володіння активами, які не використовуються на повну потужність, вимиває капітал із реального сектору та створює надлишкове фінансове навантаження [2, 13].

Сучасною альтернативою до традиційної економічної моделі є шерингова економіка, що являє собою соціоекономічну систему, яка заснована на спільному використанні товарів і послуг замість їх індивідуального придбання. Механізм шерингової економіки базується на принципово іншій логіці, ніж традиційна модель: замість того щоб виробляти новий товар під кожен акт споживання, платформа з'єднує власника недовикористаного активу з тим, хто потребує тимчасового доступу до нього, стягуючи комісію за посередництво. Фундаментальна відмінність від традиційної моделі полягає у заміщенні принципу володіння принципом доступу: споживач отримує корисний ефект від активу – мобільність, житло, послугу, знання без переходу права власності та пов'язаних із ним витрат на придбання, обслуговування й амортизацію [3, 95]. Як зазначає Арун Сандарараджан, шерингова економіка переводить виробництво і розподіл благ із