

УДК 005.7:330.34:005.96

DOI: <https://doi.org/10.18664/btie.93.357153>

КРЕАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

*Терлецький І. О., здобувач третього освітньо-наукового рівня вищої освіти
(ХНУ імені В.Н. Каразіна)*

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-1262-6698>

У статті здійснено комплексний бібліографічний та наукометричний аналіз наукових публікацій з проблематики креативного управління економічним розвитком суб'єктів господарювання в умовах повоєнної трансформації. Дослідження проведено на основі даних відкритої наукової платформи Lens.org із використанням логічних пошукових запитів за ключовими словами «creative management» та «creativity in management». Проаналізовано динаміку публікаційної активності у 2017–2025 рр.,

типологічну структуру документів, географічний розподіл наукових досліджень та галузеву структуру знань. Встановлено міждисциплінарний характер досліджень, у яких домінують напрями бізнесу, психології, комп'ютерних наук та соціальних наук. Обґрунтовано роль креативного управління як ключового чинника забезпечення адаптивності, інноваційності та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в умовах повоєнного відновлення економіки України. Визначено основні структурні компоненти креативного управління та їх вплив на економічний розвиток підприємств. Результати дослідження дозволяють окреслити сучасний стан наукового дискурсу та виявити недостатньо досліджені аспекти інтеграції креативного управління в процеси повоєнної трансформації економіки.

Ключові слова: креативне управління, економічний розвиток, суб'єкти господарювання, повоєнна трансформація, бібліографічний аналіз, наукометричний аналіз, Lens.org, інновації.

CREATIVE MANAGEMENT OF THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF BUSINESS ENTITIES IN THE CONTEXT OF POST-WAR TRANSFORMATION

Terletskyi I. O., PhD student (V. N. Karazin Kharkiv National University)

The article presents a comprehensive bibliographic and scientometric analysis of scientific publications on the issues of creative management of the economic development of business entities in the context of post-war transformation. The study was conducted on the basis of data from the open scientific platform Lens.org using logical search queries with the keywords “creative management” and “creativity in management”. The dynamics of publication activity in 2017–2025, the typological structure of documents, the geographical distribution of scientific research, and the sectoral structure of knowledge were analyzed. The interdisciplinary nature of the research was established, with the dominant fields being business, psychology, computer science, and social sciences. The geographical distribution of publications confirmed the global nature of the research, in particular, it was found that the USA, China, Great Britain, Indonesia and Malaysia demonstrate the highest activity. It was found that Ukraine also occupies a prominent place, which indicates the growing interest of domestic scientists in the problems of creative management in the context of transformational changes. It is emphasized that compared to leading countries, the level of publication activity in the country remains moderate, which creates significant potential for further development of research in this area. The role of creative management as a key factor in ensuring the adaptability, innovativeness, and competitiveness of business entities in the context of the post-war recovery of Ukraine's economy was substantiated. The main structural components of creative management and their influence on the economic development of enterprises were identified. The research results make it possible to outline the current state of scientific discourse and to identify insufficiently studied aspects of the integration of creative management into the processes of post-war economic transformation.

Keywords: creative management, economic development, business entities, post-war transformation, bibliographic analysis, scientometric analysis, Lens.org, innovation.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку національної економіки України характеризується високим рівнем невизначеності, деформаціями та необхідністю відродження економічного потенціалу в умовах повоєнного періоду. Традиційні структурними інструменти управління економічним

розвитком, що ґрунтуються переважно на адміністративно-планових або ресурсно-орієнтованих підходах, виявляються недостатньо ефективними для забезпечення стійкого зростання, підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та інтеграції України у глобальні економічні процеси.

У цих умовах особливого значення набуває перехід до інноваційної моделі розвитку, в якій ключову роль відіграють знання, креативність, підприємницькі ініціативи та здатність до генерації нових управлінських рішень. Економічний розвиток дедалі більше визначається не лише обсягом залучених матеріальних ресурсів, а й якістю управління, рівнем організаційної культури, спроможністю до творчого переосмислення бізнес-моделей та впровадження нестандартних підходів до розв'язання економічних проблем.

Разом із тим у наукових дослідженнях і практиці управління досі переважають фрагментарні уявлення про креативність як окрему особистісну характеристику або як елемент інноваційної діяльності, тоді як її роль у системі управління економічним розвитком підприємств і економіки загалом залишається недостатньо систематизованою. Відсутність цілісної концепції креативного управління обмежує можливості ефективного використання творчого потенціалу персоналу, управлінських команд і організацій у процесах відновлення та модернізації економіки.

Особливо загострюється ця проблема в умовах повоєнної трансформації, коли суб'єкти господарювання змушені одночасно вирішувати завдання відновлення виробничих потужностей, адаптації до змін ринкової кон'юнктури, впровадження цифрових та організаційних інновацій, а також пошуку нових джерел конкурентних переваг. За таких обставин креативне управління перестає бути допоміжним інструментом і перетворюється на один із

ключових факторів економічного розвитку.

Таким чином, існує об'єктивна необхідність у поглибленні теоретико-методологічних засад креативного управління економічним розвитком, а також у формуванні практичних механізмів його впровадження на рівні суб'єктів господарювання та економіки в цілому. Саме недостатня розробленість системного підходу до креативного управління в умовах структурних змін і повоєнного відновлення й обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі останніх років спостерігається стійке зростання інтересу до проблематики креативного управління як сучасного підходу в теорії менеджменту та як потенційного фактору економічного розвитку організацій і суб'єктів господарювання [1-10]. Це зумовлено посиленням ролі знань, інновацій, людського капіталу та стратегічного мислення в умовах цифровізації й глобальної конкуренції, що стимулює пошук не лише нових ідей, але й ефективних управлінських механізмів їх реалізації.

Зокрема, І. Саух та О. Вікарчук [1] здійснили ґрунтовний аналіз наукових публікацій з проблематики *creativity in management* та *creative management*, показавши, що тема креативного управління стає одним із центральних напрямів сучасних досліджень у менеджменті, що відображається у зростанні кількості публікацій у базах Scopus та Web of Science за останню декаду. Автори систематизують основні підходи до розуміння креативного управління як складової системи менеджменту, пов'язаної з конкурентоспроможністю, стратегічним плануванням і сталим розвитком організацій.

У межах аналізу креативного менеджменту в діяльності підприємств О. Ястремська [2] окреслює ключові

напрями досліджень, що розкривають взаємозв'язок між креативним підходом до управління та інноваційною активністю організацій, включаючи стимули розвитку творчого потенціалу персоналу, роль креативного лідерства та значення організаційних умов для генерації нових ідей.

Вагомий внесок у дослідження управлінських аспектів креативності робить М. Криштанович [3], який підкреслює, що сучасна організаційна парадигма лідерства не може ігнорувати комунікацію та підтримку творчих процесів як невід'ємну складову управлінської діяльності. Автор акцентує увагу на необхідності формування такого управлінського середовища, яке стимулює ініціативність і творчу поведінку працівників.

Креативне управління, попри інноваційний характер, ґрунтується на класичних принципах менеджменту, сформульованих А. Файолем, зокрема на функціональному поділі управлінської діяльності на планування, організацію, мотивацію (керівництво) та контроль, які залишаються універсальною основою управління організаціями незалежно від характеру застосовуваних інструментів [7].

Доцільно також врахувати підходи до управління, обґрунтовані в дослідженні Ю. Ус, де стратегічний контролінг розглядається як важливий елемент системи антикризового управління підприємством. Такий підхід дає підстави стверджувати, що сучасне управління розвитком суб'єктів господарювання має спиратися не лише на планування та контроль результатів, а й на своєчасне виявлення ризиків, адаптацію управлінських рішень до змін середовища та забезпечення стійкості функціонування підприємства в умовах невизначеності. У контексті повоєнної трансформації це особливо важливо, оскільки саме поєднання стратегічного бачення, контролінгу та гнучкості управління формує основу для відновлення й

подальшого економічного розвитку [9].

Структурний та процесний підхід до креативного управління представлено у роботі А. Лабуз та Й. Вішневська [4], які пропонують модель креативного менеджменту, що включає планування, організацію, мотивацію та контроль. Запропонована модель дозволяє розглядати креативність як керований процес, інтегрований у систему менеджменту підприємства.

Окрему групу сучасних досліджень становлять праці, присвячені цифровій трансформації управління та її впливу на креативний менеджмент. Зокрема, Н. Василик [5] доводить, що цифровізація створює нові можливості для розвитку креативних управлінських практик, сприяючи підвищенню гнучкості організацій, швидкості прийняття рішень та адаптивності до змін зовнішнього середовища.

Важливим для дослідження є також підхід В. Прохорової, у межах якого система управління підприємством розглядається крізь призму інноваційних напрямів її формування. Такий підхід дозволяє акцентувати увагу на тому, що ефективно управління економічним розвитком суб'єктів господарювання передбачає не лише використання традиційних адміністративних функцій, а й активне впровадження інноваційних підходів, здатних підвищувати результативність діяльності, адаптивність і конкурентоспроможність підприємства. У сучасних умовах така позиція узгоджується з логікою креативного управління, оскільки орієнтує систему менеджменту на оновлення, гнучкість та пошук нових управлінських рішень [10].

Попри значну кількість публікацій, актуальним залишається питання інтеграції концепцій креативного управління з проблематикою стратегічного економічного розвитку суб'єктів господарювання, особливо в умовах посткризових і повоєнних трансформацій. У більшості досліджень креативність

розглядається або на рівні окремих управлінських практик, або в контексті інноваційної діяльності, тоді як системний зв'язок між креативним управлінням і економічним розвитком на мезо- та макрорівнях залишається недостатньо розробленим, що обумовлює необхідність подальших наукових досліджень у цій сфері.

Водночас у зарубіжних дослідженнях дедалі частіше підкреслюється значення креативного потенціалу та інноваційної активності як чинників економічного розвитку і конкурентоспроможності територій та організацій. Зокрема, Р. Флорида доводить, що розвиток економіки знань та формування «креативного класу» виступають важливими передумовами економічного зростання та структурної трансформації економіки [8].

Об'єктом дослідження є процеси управління економічним розвитком суб'єктів господарювання в умовах структурних змін та повоєнного відновлення національної економіки.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні засади, механізми та інструменти креативного управління економічним розвитком суб'єктів господарювання в повоєнний період.

Дослідження ґрунтується на застосуванні комплексу загальнонаукових та спеціальних методів пізнання, що забезпечують системний аналіз проблематики креативного управління економічним розвитком суб'єктів господарювання в умовах повоєнної трансформації. Методологічну основу дослідження становлять методи аналізу та синтезу, індукції й дедукції, порівняльного та системного підходів, що дозволяють узагальнити теоретичні положення сучасної управлінської науки та сформулювати цілісне бачення досліджуваної проблеми.

Ключовим інструментом дослідження обрано бібліографічний та

наукометричний аналіз, який застосовується з метою ідентифікації основних наукових напрямів, провідних авторів, інституцій та країн, що формують сучасний науковий дискурс з проблематики креативного управління. Емпіричною базою дослідження слугує масив наукових публікацій, відібраних із відкритої наукової платформи Lens.org шляхом використання логічних пошукових комбінацій із застосуванням операторів AND/OR за ключовими словам «creative management» та «creativity in management», розміщеними у назвах, анотаціях або ключових словах публікацій [6].

Послідовність проведення дослідження включає такі етапи:

- формування вибірки наукових публікацій за визначеними пошуковими критеріями;

- первинний скринінг та систематизацію відібраних джерел;

- аналіз динаміки публікаційної активності за роками, типами документів, країнами та галузями знань;

- узагальнення отриманих результатів з метою виявлення ключових тенденцій, наукових пріоритетів і проблемних аспектів розвитку теорії та практики креативного управління економічним розвитком у повоєнний період.

Запропонована методика забезпечує об'єктивність і репрезентативність результатів та створює аналітичне підґрунтя для подальшого формування концептуальних підходів до креативного управління економічним розвитком суб'єктів господарювання України в умовах післявоєнного відновлення.

Метою статті є здійснення комплексного бібліографічного аналізу наукових публікацій, присвячених креативному управлінню економічним розвитком суб'єктів господарювання, з метою виявлення ключових дослідницьких напрямів, галузей знань, країн та основних проблемних аспектів у сучасних дослідженнях з питань управління,

економічного розвитку та повоєнної трансформації економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній управлінській науці креативне управління сформувалося як окремий напрям менеджменту, орієнтований на інтеграцію творчого мислення, інноваційних підходів та нестандартних управлінських рішень у процеси стратегічного й операційного управління організаціями. На відміну від традиційних управлінських моделей, які ґрунтуються переважно на стандартизованих процедурах і регламентованих бізнес-процесах, креативне управління передбачає активне використання інтелектуального та творчого потенціалу персоналу як ключового ресурсу економічного розвитку.

Креативне управління позиціонується як управлінська парадигма, що спрямована на формування гнучких організаційних структур, розвиток інноваційної культури та підтримку процесів генерації, відбору й впровадження нових ідей. У межах цього підходу управління розглядається не лише як координація ресурсів, а як процес створення нової економічної цінності через поєднання знань, креативності та підприємницької ініціативи.

Структурно система креативного управління охоплює такі ключові компоненти: стратегічне бачення розвитку організації, організаційні механізми стимулювання творчості, інструменти підтримки інноваційних процесів, а також управлінські рішення, спрямовані на адаптацію до змін зовнішнього середовища. Взаємодія цих елементів формує цілісну модель, у межах якої креативність стає не випадковим чинником, а керованим ресурсом економічного розвитку.

У контексті повоєнної трансформації економіки України

значення креативного управління істотно зростає, оскільки саме воно забезпечує здатність суб'єктів господарювання переосмислювати бізнес-моделі, знаходити нові ринкові ніші та відновлювати конкурентоспроможність в умовах високої невизначеності та ресурсних обмежень. Таким чином, креативне управління постає як одна з ключових основ формування нової траєкторії економічного розвитку у повоєнний період.

Структурні компоненти креативного управління формують основу управлінської системи, спрямованої на активізацію інноваційних процесів, розвиток людського капіталу та підвищення адаптивності організацій до змін зовнішнього середовища. У контексті повоєнної трансформації економіки України їх значення істотно зростає, оскільки саме вони забезпечують здатність суб'єктів господарювання ефективно реагувати на виклики нестабільності та відновлювати економічну діяльність.

Узагальнення основних структурних компонентів креативного управління та напрямів їх впливу на економічний розвиток суб'єктів господарювання представлено в таблиці 1.

Дані таблиці 1 свідчать, що креативне управління має комплексний характер і охоплює стратегічні, організаційні, поведінкові та інноваційні компоненти. Їх взаємодія забезпечує формування гнучких управлінських механізмів, здатних підтримувати економічний розвиток підприємств у складних умовах нестабільності.

Особливого значення ці компоненти набувають у повоєнний період, коли суб'єкти господарювання змушені швидко адаптуватися до нових економічних умов, переосмислювати бізнес-моделі та формувати нові джерела конкурентних переваг.

Таблиця 1

Структурні компоненти креативного управління та їх вплив на економічний розвиток суб'єктів господарювання в умовах повоєнної трансформації

| Структурний компонент креативного управління | Зміст компонента | Напрямок впливу на економічний розвиток | Значення в умовах повоєнної трансформації | Джерело |
|---|---|--|--|----------|
| Стратегічне бачення розвитку | Формування довгострокових цілей розвитку організації, орієнтованих на інноваційність, адаптивність та підвищення конкурентоспроможності | Забезпечує узгодженість управлінських рішень із цілями економічного розвитку | Дозволяє підприємствам переорієнтувати діяльність відповідно до нових економічних умов та потреб відновлення | [4], [8] |
| Організаційна культура творчості | Формування середовища, що стимулює генерацію нових ідей, ініціативність працівників та відкритість до змін | Підвищує гнучкість організації та здатність до інновацій | Сприяє швидкій адаптації підприємств до нестабільного повоєнного економічного середовища | [1], [2] |
| Креативне лідерство | Орієнтація керівництва на підтримку творчих процесів, розвиток персоналу та формування інноваційного мислення | Активізує людський капітал і стимулює інноваційні процеси в організації | Забезпечує ефективну мобілізацію управлінських команд у процесах відновлення діяльності підприємств | [3] |
| Мотивація творчої активності персоналу | Використання матеріальних та нематеріальних стимулів для розвитку ініціативності та інноваційного мислення працівників | Підвищує продуктивність праці та залученість персоналу | Відіграє важливу роль у збереженні кадрового потенціалу підприємств у післякризовий період | [2], [5] |
| Інструменти підтримки інновацій | Використання цифрових технологій, нових управлінських практик та механізмів генерації ідей | Сприяє модернізації бізнес-процесів та підвищенню конкурентоспроможності підприємств | Дозволяє суб'єктам господарювання швидше відновлювати діяльність і впроваджувати нові бізнес-моделі | [5] |
| Адаптивне управлінське рішення | Прийняття гнучких управлінських рішень відповідно до змін зовнішнього середовища | Забезпечує стійкість розвитку підприємства в умовах ризику та невизначеності | Має ключове значення для реагування на виклики повоєнного періоду | [1], [4] |
| Інтеграція знань і підприємницької ініціативи | Поєднання професійних знань, досвіду та творчих підходів до управління | Формує нову економічну цінність і сприяє розвитку нових напрямів діяльності | Створює передумови для довгострокового економічного відновлення та зростання | [8] |

Джерело: систематизовано автором на основі [1–5].

У повоєнний період стратегії відновлення та розвитку економіки України, програми підтримки підприємництва, інновацій та цифрової трансформації виступають ключовими елементами державної політики, що формують рамкові умови для впровадження креативного управління на рівні суб'єктів господарювання. Визначені у цих документах пріоритети щодо модернізації виробництва, розвитку людського капіталу та інноваційної економіки відображають потребу у переході до нової моделі економічного розвитку, заснованої на знаннях, творчості та підприємницькій ініціативі.

Разом із тим ефективність реалізації цих стратегічних пріоритетів значною мірою залежить від того, наскільки креативне управління інтегроване у практики діяльності підприємств, управлінські процеси та механізми прийняття рішень. Саме тому для цілісного розуміння стану та перспектив розвитку креативного управління доцільним є звуження дослідницького фокусу до аналізу наукових публікацій, що безпосередньо висвітлюють його ключові аспекти в контексті економічного розвитку та повоєнної трансформації.

У цьому зв'язку обґрунтованим видається застосування методології бібліографічного та наукометричного аналізу, яка дозволяє ідентифікувати провідні наукові напрями, ключових дослідників, інституції та країни, що здійснюють вагомий внесок у формування сучасного наукового дискурсу з проблематики креативного управління економічним розвитком.

Бібліографічне дослідження здійснюється шляхом аналізу наукових публікацій, що містять ключові слова («creative management» та «creativity in management») у назві, анотації або ключових словах. Відбір публікацій здійснено з використанням відкритої наукової платформи Lens.org на основі логічних пошукових комбінацій із

застосуванням операторів AND/OR. У межах цього аналізу охоплено наукові статті та оглядові публікації, присвячені як концептуальним засадам креативного управління, так і практичним аспектам його застосування у діяльності суб'єктів господарювання, зокрема щодо впливу на інноваційність, конкурентоспроможність, адаптивність організацій та економічний розвиток в умовах трансформацій і повоєнного відновлення.

За результатами первинного скринінгу наукових публікацій, відібраних у відкритій науковій платформі Lens.org, встановлено загальну тенденцію до зростання публікаційної активності з проблематики креативного управління у період 2017–2020 рр.: від 160 наукових праць у 2017 році до пікового значення 337 публікацій у 2020 році (рис. 1). У подальші роки спостерігається поступове зниження кількості публікацій, що може бути зумовлено зміною наукових пріоритетів, впливом глобальних кризових явищ та трансформацією дослідницьких підходів. Загалом виявлена динаміка свідчить про стійкий науковий інтерес до проблематики креативного управління, зокрема у контексті адаптації управлінських моделей до умов нестабільності та структурних змін.

У результаті аналізу типологічної структури наукових публікацій, відібраних за допомогою відкритої наукової платформи Lens.org, встановлено, що серед різних типів документів переважають наукові статті (Journal Articles). Із загальної кількості 1777 публікацій, відібраних за досліджуваною тематикою, 1313 одиниць становлять саме наукові статті. Це свідчить про високу академічну зацікавленість дослідницької спільноти до проблематики креативного управління та її розвитку в межах сучасних управлінських і економічних досліджень. Поряд із науковими статтями у вибірці представлені матеріали конференцій (128 публікацій), розділи монографій (116), монографії (47), дисертаційні дослідження (15), препринти

(30) та аналітичні звіти (8), що відображає досліджуваної проблематики (рис. 2). різноманіття форм наукової комунікації з

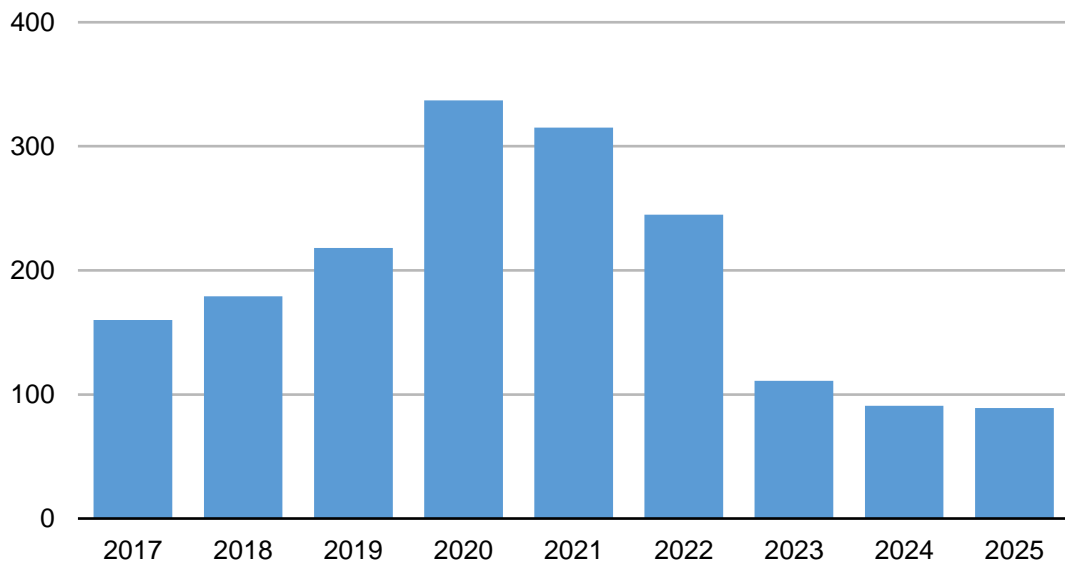


Рис. 1. Динаміка публікацій за пошуковим запитом «creative management» та «creativity in management» (2017-2025 pp.)

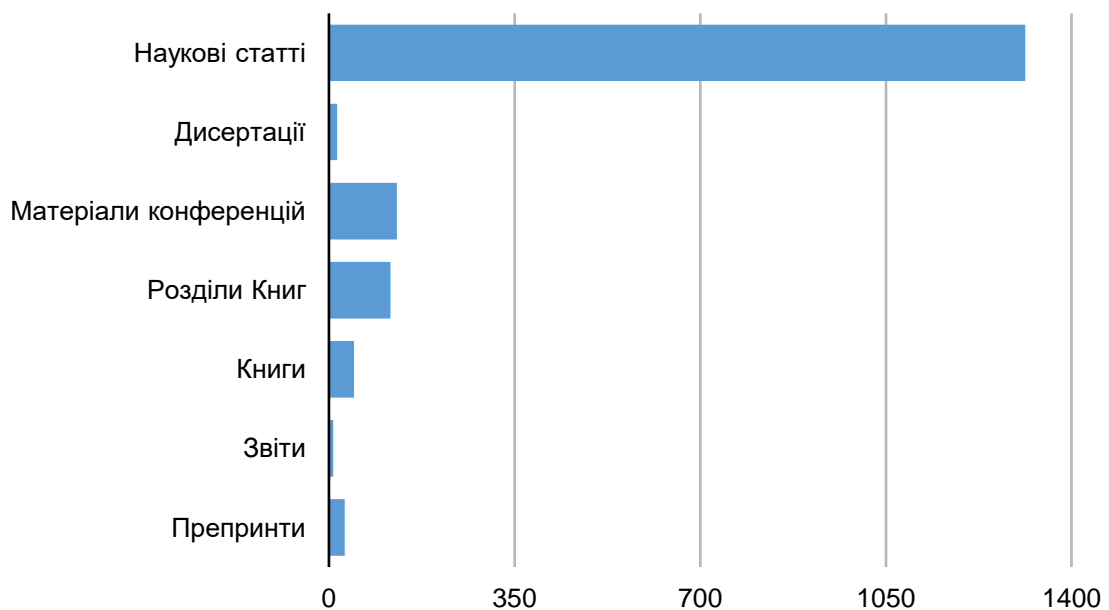


Рис. 2. Класифікація за типом документу за пошуковим запитом «creative management» та «creativity in management» (2017-2025 pp.)

Дані, відображені на рис. 3, ілюструють географічний розподіл наукової активності у сфері досліджень креативного управління. Загалом зафіксовано наукові публікації дослідників із широкого кола країн, що свідчить про глобальний характер наукового дискурсу з

означеної проблематики. Найвищу публікаційну активність демонструють Сполучені Штати Америки (91 публікація), що зумовлено розвиненою науково-дослідною інфраструктурою та значною увагою до управлінських інновацій. Високі показники також

характерні для Великої Британії (57 публікацій), Китаю (62), Індонезії (51) та Малайзії (41), що свідчить про активне залучення як розвинених країн, так і країн, що розвиваються, до досліджень у сфері креативного управління.

Серед європейських країн вагомий внесок у наукові дослідження забезпечують Іспанія (27 публікацій), Польща (25), Італія (12), Німеччина (13) та Франція (14), що відображає інституційну зацікавленість у розвитку сучасних

управлінських підходів. Україна посідає помітне місце з 46 науковими працями, що свідчить про зростаючий інтерес вітчизняних науковців до проблематики креативного управління, зокрема в контексті економічного розвитку та трансформаційних процесів. Водночас порівняно з країнами-лідерами рівень публікаційної активності залишається помірним, що формує значний потенціал для подальшого розвитку досліджень у цьому напрямі.

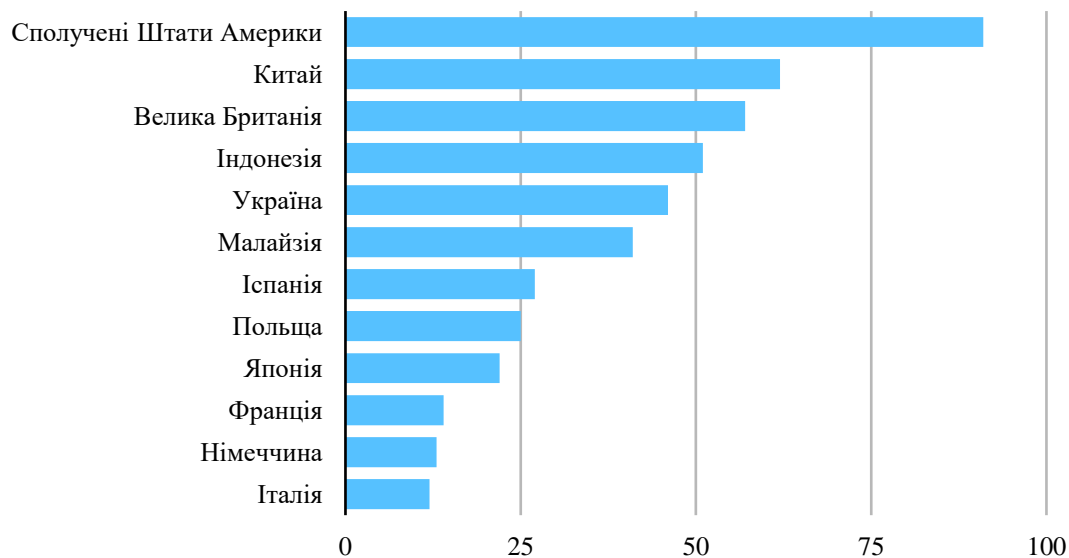


Рис. 3. Географічний розподіл наукових публікацій з проблематики креативного управління за країнами (2017-2025 рр.)

Важливою складовою дослідження є аналіз розподілу наукових публікацій за галузями знань, що представлено на рис. 4. Отримані результати свідчать про виражений міждисциплінарний характер досліджень у сфері креативного управління. Найбільшу частку публікацій становлять праці з галузі бізнесу та підприємництва (Business – 555 публікацій), що підтверджує домінування управлінського та організаційного підходів у дослідженні означеної проблематики. Значний внесок також забезпечують психологія (Psychology – 466 публікацій) та комп'ютерні науки (Computer science – 441), що відображає зростаючу увагу до

поведінкових аспектів управління та цифрових інструментів підтримки креативних процесів.

Високий рівень наукової активності зафіксовано також у межах соціології (320 публікацій), політології (361), креативності як окремого наукового напрямку (Creativity – 291), економіки (Economics – 218) та інженерії (Engineering – 201). Такий розподіл свідчить про комплексний характер досліджень креативного управління, яке розглядається не лише як управлінська концепція, а й як соціально-психологічний, економічний та технологічний феномен.

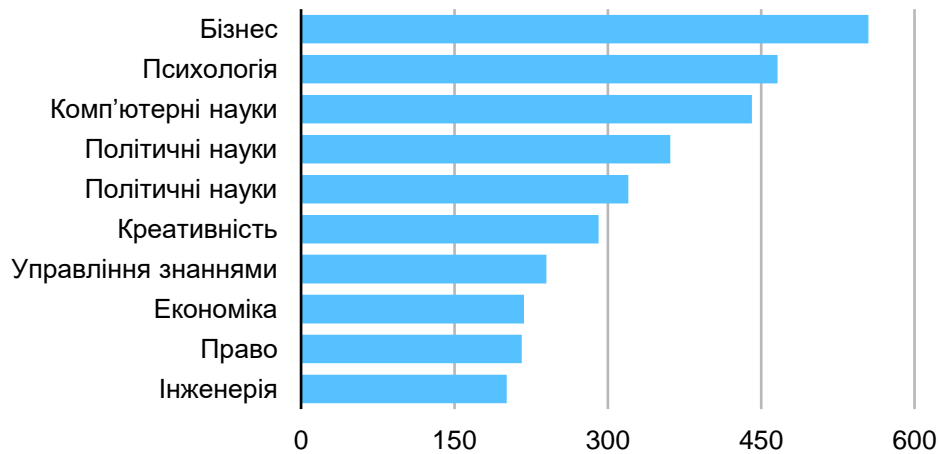


Рис. 4. Розподіл наукових публікацій з проблематики креативного управління за галузями знань (2017-2025 рр.)

Висновки. Проведений бібліографічний аналіз наукових публікацій, відібраних на платформі Lens.org за ключовими словами «creative management» та «creativity in management», дозволив узагальнити сучасний стан досліджень проблематики креативного управління та визначити основні тенденції її розвитку у 2017–2025 рр. Отримані результати засвідчили стійкий інтерес наукової спільноти до означеної тематики, що проявляється у значній кількості публікацій та розширенні тематичного поля досліджень.

Встановлено, що найбільш активно проблематика креативного управління розробляється у межах бізнесу і підприємництва, психології, комп'ютерних наук, соціології та політичних наук. Це підтверджує міждисциплінарний характер досліджень і домінування управлінських, поведінкових, соціальних та цифрових підходів до осмислення креативного управління. Поряд із цим економічний аспект представлений меншою кількістю публікацій порівняно з бізнесом, психологією та комп'ютерними науками, що свідчить про доцільність подальшого поглиблення досліджень саме у площині економічного розвитку суб'єктів господарювання.

Аналіз динаміки публікаційної активності показав зростання кількості наукових праць у 2017–2020 рр. з подальшим

певним зниженням у наступні роки, що, однак, не заперечує збереження актуальності даної проблематики. За типом документів у структурі вибірки домінують наукові статті, що свідчить про сформованість академічного дискурсу у цій сфері. Географічний розподіл публікацій підтвердив глобальний характер досліджень: найвищу активність демонструють США, Китай, Велика Британія, Індонезія та Малайзія, тоді як Україна також посідає помітне місце, що засвідчує зростання інтересу вітчизняних науковців до проблем креативного управління в умовах трансформаційних змін.

Водночас результати дослідження дають підстави стверджувати, що у сучасному науковому дискурсі недостатньо розробленими залишаються питання системного зв'язку між креативним управлінням і економічним розвитком суб'єктів господарювання, особливо в умовах повоєнного відновлення. Недостатній рівень уваги до механізмів інтеграції креативного управління у практику повоєнної трансформації економіки України зумовлює необхідність подальших теоретико-методологічних і прикладних досліджень у цьому напрямі.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Saukh I., Vikarchuk O. Creativity in Management and Creative Management: Meta-

Analysis. *Marketing and Management of Innovations*. 2021. Vol. 1. P. 65-80. DOI:10.21272/mmi.2021.1-06

2. Iastremska O. M., Stamatina G. V., Yaroshenko V. V. Management of Creativity of Managerial Staff of Enterprises: A Theoretical and Practical Review. *Бізнес Інформ*. 2025. № 4. С. 459–475. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-4-459-475>

3. Kryshchanovych M., Bekh Y., Zhyzhko T., Povstyn O., Molnar O. The role of creative leadership in change management. *Creativity Studies*. 2025. Vol. 18 (2). P. 506–522. DOI:10.3846/cs.2025.22189

4. Labuz A., Wisniewska J. Creativity management model. *European Research Studies Journal*. 2024. Vol. XXVII, No. 1. P. 434–466.

5. Vasylyk N. System of creative management in an organization: essence, components, advantages and disadvantages. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3, No. 6. P. 80–89. <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240306.08>

6. Lens.org. URL: <https://www.lens.org>.

7. Fayol H. Administration industrielle et générale: prévoyance, organisation, commandement, coordination, contrôle. Paris : Dunod, 1916. 174 p.

8. Florida R. The Rise of the Creative Class. New York : Basic Books, 2002. 404 p.

9. Us Y. V., Kuznetsova G. V. Dialectic Approach to Forming the Theoretical Bases of Strategic Controlling in the System of Enterprise Crisis Management. *The Problems of Economy*. 2018. № 4. P. 155–161.

10. Прохорова В. В. Система управління промисловими підприємствами: інноваційні напрямки формування. *Бізнес Інформ*. 2019. № 8. P. 86–92.

REFERENCES

1. Saukh I., Vikarchuk O. (2021) Creativity in Management and Creative

Management: Meta-Analysis. *Marketing and Management of Innovations*. 2021. Vol. 1. P. 65-80. DOI:10.21272/mmi.2021.1-06

2. Iastremska O. M., Stamatina G. V., Yaroshenko V. V. Management of Creativity of Managerial Staff of Enterprises: A Theoretical and Practical Review. *Бізнес Інформ*. 2025. № 4. С. 459–475. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-4-459-475>

3. Kryshchanovych M., Bekh Y., Zhyzhko T., Povstyn O., Molnar O. The role of creative leadership in change management. *Creativity Studies*. 2025. Vol. 18 (2). P. 506–522. DOI:10.3846/cs.2025.22189

4. Labuz A., Wisniewska J. Creativity management model. *European Research Studies Journal*. 2024. Vol. XXVII, No. 1. P. 434–466.

5. Vasylyk N. System of creative management in an organization: essence, components, advantages and disadvantages. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3, No. 6. P. 80–89. <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240306.08> (in Ukrainian)

6. Lens.org. Available at: <https://www.lens.org>.

7. Fayol H. Administration industrielle et générale: prévoyance, organisation, commandement, coordination, contrôle. Paris : Dunod, 1916. 174 p.

8. Florida R. The Rise of the Creative Class. New York : Basic Books, 2002. 404 p.

9. Us Y. V., Kuznetsova G. V. Dialectic Approach to Forming the Theoretical Bases of Strategic Controlling in the System of Enterprise Crisis Management. *The Problems of Economy*. 2018. № 4. P. 155–161.

10. Prokhorova V. V. Systema upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy: innovatsiini napriamky formuvannia [The System of Management of Industrial Enterprises: the Innovative Directions of Formation]. *Biznes Inform*. 2019. № 8. P. 86–92. (in Ukrainian)

Стаття надійшла 27.02.26

Стаття прийнята до друку після рецензування 15.03.26

Стаття опублікована (оприлюднена) 22.04.26