



Funded by the  
European Union



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ  
ВНУ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ, КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ  
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ,  
МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. ФРАНКА  
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МЕНЕДЖМЕНТІ  
КУ «АГЕНЦІЯ РОЗВИТКУ РІВНОГО» РМР  
РІВНЕНСЬКА ФАБРИКА КАВИ**

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

Збірник матеріалів  
V Всеукраїнської науково-практичної конференції  
здобувачів вищої освіти та молодих науковців  
(Рівне, 27 листопада 2025 р.)

*Рекомендовано до видання Вченою радою  
Рівненського державного гуманітарного університету,  
протокол № 13 від 18.12.25 р.*

Відповідальна за випуск к. е. н., професор Тетяна Панюк

**Рецензенти:**

**Ірина Юхименко-Назарук** – доктор економічних наук, професор, декан факультету документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики, Рівненський державний гуманітарний університет (м. Рівне, Україна), член-кореспондент Академії економічних наук України

**Оксана Конарівська** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Національний університет водного господарства та природокористування (м. Рівне, Україна)

*Матеріали круглого столу під час конференції опубліковано в рамках реалізації  
проєкту ERASMUS+ JEAN MONNET MODULE «Динамічні креативні індустрії:  
Розкриття потенціалу економіки ЄС та виклики для України» № 101172651 –  
VCIEU-CU – ERASMUS-JMO-2024-HEI-TCH-RSCH*

*Матеріали круглого столу фінансуються Європейським Союзом. Проте висловлені  
погляди та думки належать лише авторам і не обов'язково відображають погляди  
Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та  
культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не можуть нести за них  
відповідальність.*

**Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів: V  
Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих  
науковців, 27 листопада 2025 р.: [тези доп.]. – Рівне: РДГУ, 2025. – 153 с.**

Збірник містить тези доповідей результатів актуальних досліджень здобувачів вищої освіти та молодих науковців, що стосуються тенденцій розвитку бізнесу в умовах невизначеного середовища, а також пропозиції щодо їх врахування при управлінні діяльністю організацій. Розраховано на здобувачів вищої освіти, науковців, викладачів закладів вищої освіти, фахівців із економіки, маркетингу та управління, підприємців, представників органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Матеріали подано у авторській редакції. За достовірність даних та унікальність поданого до друку матеріалу відповідальність несуть автори.

## ЗМІСТ

|                        |   |
|------------------------|---|
| ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ | 7 |
|------------------------|---|

### СЕКЦІЯ I. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА (КРУГЛИЙ СТІЛ)

|                                       |                                                                                                               |    |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Вікторія Жигула<br>Богдан Юськів      | КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ЧИННИК<br>ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ<br>СТРАТЕГІЙ                           | 8  |
| Іван Матвіїв<br>Сергій Хомич          | ЦИФРОВІ ЕКОСИСТЕМИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА<br>ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ У КРЕАТИВНІЙ<br>ЕКОНОМІЦІ                            | 11 |
| Євгеній<br>Остаповець<br>Оксана Пелех | КРЕАТИВНИЙ ХАБ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА<br>МІСЬКОГО ТА КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ: ВІД<br>СКВОТІВ ДО СУЧАСНИХ ЕКОСИСТЕМ | 16 |
| Оксана<br>Паламарчук                  | ЦИФРОВА ТА КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКИ: СИНЕРГІЯ<br>МАЙБУТНЬОГО                                                       | 20 |
| Софія Приступа<br>Богдан Юськів       | КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ<br>МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ РОЗДРІБНОЇ<br>ТОРГІВЛІ                   | 22 |
| Вадим Рубель<br>Ольга Пляшко          | ІННОВАЦІЙНІ КРАУДФАНДИНГОВІ МОДЕЛІ:<br>МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ КРЕАТИВНИХ<br>ІНДУСТРІЙ                      | 25 |
| Сергій Хомич                          | ЗАЙНЯТИСТЬ У КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ В ЕПОХУ<br>ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ВИКЛИКИ ТА<br>МОЖЛИВОСТІ                     | 28 |
| Володимир<br>Шитов<br>Оксана Пелех    | ПОВЕДІНКОВІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ У<br>ЦИФРОВИХ ЕКОСИСТЕМАХ КРЕАТИВНОЇ<br>ЕКОНОМІКИ                           | 32 |

### СЕКЦІЯ II. ЕКОНОМІКА

|                                       |                                                                                                    |    |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Алла Вальковець                       | ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ<br>ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ:<br>МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ | 36 |
| Вадим Левчик<br>Ольга Пляшко          | ОГЛЯД СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ<br>БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ                                     | 39 |
| Яна Тарасюк<br>Ольга Пляшко           | ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА СПЕЦИФІКА<br>ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВ<br>МАРКЕТИНГУ                  | 43 |
| Олексій Шкода<br>Оксана<br>Паламарчук | ЗБЛИЖЕННЯ МОНЕТАРНИХ ПОКАЗНИКІВ УКРАЇНИ<br>ТА КРАЇН ЄС                                             | 45 |

### СЕКЦІЯ ІІІ. МАРКЕТИНГ

|                                             |                                                                                                                                  |    |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Авдасьова К.<br>Тетяна Сак                  | ІМІДЖ ТОВАРУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ТОВАРНІЙ<br>ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА                                                                   | 48 |
| Віталій Безруков<br>Тетяна Панюк            | МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ПОБУДОВИ<br>КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОЇ МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА                                                          | 50 |
| Сергій Бенчук<br>Тетяна Панюк               | МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ<br>ЦЕМЕНТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ<br>СОБІВАРТОСТІ ВИРОБНИЦТВА                            | 54 |
| Сергій Гарбар<br>Тетяна Панюк               | ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК КЛЮЧОВИЙ<br>ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ:<br>МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ                      | 58 |
| Ірина Гіс<br>Ольга Пляшко                   | ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ:<br>АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ                                                                      | 62 |
| Павло Дробина<br>Тетяна Панюк               | ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:<br>СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ПРАКТИЧНІ РІШЕННЯ                                                    | 66 |
| Максим Зінчук<br>Оксана<br>Паламарчук       | DIGITAL-МАРКЕТИНГ: ФОКУС НА СПОЖИВАЧА                                                                                            | 69 |
| Олександра<br>Ковальчук<br>Руслан Стрільчук | CRM-СИСТЕМА ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ<br>ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ<br>ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА                            | 71 |
| Мартин К.,<br>Олена Зарічна                 | РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ<br>СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ                                                     | 74 |
| Марценюк А.<br>Тетяна Сак                   | ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ СФЕРИ<br>ПОСЛУГ                                                                                 | 77 |
| Ігор Овсійчук<br>Тетяна Панюк               | БРЕНДИНГ У СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ<br>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА                                                             | 80 |
| Тарас<br>Олексієвець                        | РОЛЬ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ У ФОРМУВАННІ<br>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІЙ:<br>ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ УКРАЇНИ ТА ЧЕСЬКОЇ<br>РЕСПУБЛІКИ | 83 |
| Яна Прокопчук<br>Оксана<br>Паламарчук       | МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ<br>АГРОПРОДУКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ<br>ПІДПРИЄМСТВА                                      | 86 |
| Ігор Сафронов<br>Оксана<br>Паламарчук       | ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ<br>ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ                                                            | 88 |
| Віталій Семенюк<br>Тетяна Панюк             | РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ<br>НА ПІДПРИЄМСТВІ                                                                         | 90 |
| Наталія Урбанюк<br>Ольга Пляшко             | РОЛЬ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ<br>ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ                                                     | 94 |

|                                          |                                                                                                       |     |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Хрущ Є.<br>Олена Зарічна                 | СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ<br>ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА                                        | 96  |
| Шустик І.<br>Тетяна Сак                  | НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ<br>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ                                                | 98  |
| Юрій Ягушин                              | МАРКЕТИНГОВІ ВИКЛИКИ КАВОВОГО БІЗНЕСУ:<br>ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД ПІДПРИЄМЦЯ В УМОВАХ<br>БРАКУ СПЕЦІАЛІСТІВ | 100 |
| Роман Яковенко<br>Тетяна Панюк           | РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ВЕЛИКИХ<br>ПІДПРИЄМСТВАХ                                              | 104 |
| Станіслав<br>Якубовський<br>Тетяна Панюк | ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ<br>МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ                                    | 109 |
| Нікітюк Т. Богдан<br>Юськів              | ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВЕБСТОРИНОК<br>КОНКУРЕНТІВ                                                        | 113 |

#### **СЕКЦІЯ IV. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

|                                 |                                                                                                                     |     |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Сергій Антипчук<br>Ольга Пляшко | ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-<br>ПРОЦЕСІВ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ<br>ПІДПРИЄМСТВА: ЕФЕКТИВНІСТЬ І ПЕРЕВАГИ | 117 |
| Ірина Либак                     | ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА СТРАТЕГІЧНОГО<br>УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА<br>ОСНОВІ МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ         | 120 |

#### **СЕКЦІЯ V. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ СУЧАСНИХ СУСПІЛЬНИХ СИСТЕМ: ПОЛІТИКА, ЕКОНОМІКА, МАРКЕТИНГ, ОСВІТА**

|                                        |                                                                                                    |     |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Іванна Сутулець<br>Тетяна Панюк        | УКРАЇНСЬКЕ ОБЛИЧЧЯ ЕКОНОМІЧНОЇ<br>КІБЕРНЕТИКИ                                                      | 125 |
| Марія Вавринюк<br>Ольга Пляшко         | ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА В СУЧАСНІЙ<br>ЕКОНОМІЦІ: КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦЯ ТА<br>ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ | 127 |
| Маргарита<br>Демидович<br>Ольга Пляшко | ВСТУПНІ ТРЕНДИ В ЕКОНОМІЧНІЙ КІБЕРНЕТИЦІ                                                           | 130 |
| Костюкевич О.<br>Лесняк В.             | МІЖНАРОДНИЙ ІМІДЖ УКРАЇНИ У СВІТОВИХ<br>МЕДІА: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА<br>СПРИЙНЯТТЯ             | 134 |
| Боярин О.<br>Невинна Г.                | НАЦІОНАЛЬНІ ЗАГРОЗИ ІНФОРМАЦІЙНІЙ БЕЗПЕЦІ<br>В УКРАЇНІ: ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ                            | 138 |

|                              |                                                                                        |     |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Олексійчук І.<br>Валюх Л.    | МОДЕЛІ ЦИФРОВОГО ВРЯДУВАННЯ В СУЧАСНИХ<br>ДЕМОКРАТІЯХ                                  | 140 |
| Муляр О.<br>Герасимчук Т.    | ВПЛИВ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ, МЕДІА ТА<br>СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОЛІТИЧНІ ПАРТІЇ В<br>УКРАЇНІ | 144 |
| Терехова Н.<br>Постельжук О. | МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ЧИННИК ПОЛІТИЧНОЇ<br>СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ                  | 148 |

# **ЦИФРОВА ТА КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКИ: СИНЕРГІЯ МАЙБУТНЬОГО**

*Паламарчук О.С., к.е.н., доцент кафедри економіки та управління  
бізнесом*

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Цифрова економіка є ключовим компонентом нової економіки, що базується на використанні даних, цифрових технологіях та інтелектуальних рішеннях, що пронизують політичні, соціальні, виробничі й культурні процеси, забезпечуючи переважання цифрових технологій над аналоговими моделями. Ще донедавна цифрові технології були лише інструментом для креативних індустрій, проте вже сьогодні цифрова економіка виступає середовищем їх існування.

Креативна економіка охоплює медіа, дизайн, рекламу, індустрію відеоігор, музичний та кіно контент. Креативні індустрії стають драйвером розвитку культурного потенціалу та національного іміджу [1]. Цифрові технології забезпечують інструменти монетизації, освітні платформи та глобальні канали дистрибуції. З огляду на це, стає зрозумілим чому цифрові платформи сприяють масштабуванню унікального людського таланту.

Цифровізація охоплює усі ключові сектори: промисловість, фінанси, освіту, медицину, транспорт, державні послуги, забезпечуючи, як мінімум 4% додаткового зростання ВВП щороку [3]. Очевидно, що розвиток екосистем даних, ринків праці та навичок робочої сили завдяки цифровим технологіям демонструє кореляцію зі станом ефективності комунікацій та темпами економічного зростання.

Цифрова економіка базується на використанні цифрових технологій, великих даних, штучного інтелекту, хмарних сервісів та інноваційних ІТ-рішень [2]. У цілому цифрова економіка виступає каталізатором модернізації держави, підвищення її конкурентоспроможності та інтеграції до цифрового простору. Креативна економіка ж ґрунтується на творчості, інтелектуальних здібностях,

культурному потенціалі та унікальних ідеях [4]. Таким чином, цифрова та креативна економіки – це два взаємодоповнювальні напрями розвитку сучасного суспільства.

Їх синергія формує нову модель прогресу, в якій цифрові інструменти посилюють творчі можливості, а креативність визначає зміст і цінність цифрових товарів чи послуг. Така взаємодія відкриває можливості для розвитку стартапів, креативних індустрій, інноваційних сервісів і цифрової трансформації бізнесу [5].

Для держав, що прагнуть успіху в ХХІ столітті, ставка на синергію цифрового та креативного є безальтернативною. Країни, що інвестують у цифрову та креативну економіку, підвищують глобальну конкурентоспроможність. Це особливо актуально для України, яка має унікальну комбінацію: потужний ІТ-сектор світового рівня та багату культурну спадщину.

Отже, використання цифрових технологій підсилює творчий потенціал суспільства, а креативність формує зміст та унікальність цифрових продуктів. Поєднання цифрових технологій і креативності визначає нову траєкторію економічного зростання, трансформує ринки та створює нові джерела економічної цінності.

#### Використані джерела

1. Креативна економіка : дайджест. Вип. 62. Нац. ун-т харч. технол., Науково-техн. б-ка ; підгот. О.В. Олабоді. – Київ, 2021. – 41 с. URL : <http://library.nuft.edu.ua>

2. Цифрова економіка : підруч. А.Ю. Голобородько, О.Ю. Гусєва, С.В. Легомінова, Київ: Видавництво ДУТ, 2020. – 400 с.

3. Цифрова економіка. URL : <https://lnk.ua/RVdKmMme3>

4. Що таке креативна економіка. URL : <https://algoritmy.org/blogs/shcho-take-kreatyvna-ekonomika-i-chomu-yiyi-nazyvaiut-novoiu-ekonomichnoi-epokhoiu>

5. Яковенко В.С. Моделювання вектору розвитку креативної економіки в Україні. Причорноморські економічні студії. Вип. 46 (2), 2019. С. 128–133.



## Тези

V Всеукраїнської науково-практичної конференції  
здобувачів вищої освіти та молодих науковців  
«Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах  
сучасних викликів»

Упорядники: І. А. Либак

Верстка та дизайн: І. А. Либак

Адреса оргкомітету та редколегії:

33028, вул. Степана Бандери, 12,

м. Рівне,

Україна

e-mail: [creativeindustries2024@gmail.com](mailto:creativeindustries2024@gmail.com)

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61568676749279>

<https://www.instagram.com/creativeindustries2024/>

сайт: [creative.rshu.edu.ua](http://creative.rshu.edu.ua)