



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

СЕКЦІЯ II. ЕКОНОМІКА

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

СЕКЦІЯ ІІІ. МАРКЕТИНГ

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

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

СЕКЦІЯ IV. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

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

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

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

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

<https://ms.detector.media/trendi/post/26959/2021-03-30-pershyy-indeks-mediagramotnosti-yakyy-diagnoz-postavyly-krytychnomu-myslennyu-ukraintsiv/>

6. Рудик М. Вплив соціальних медіа на формування громадської думки. *Вісник львівського університету*. 2020. 48. С.196-206. URL: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/10560/10625>
7. Як пов'язані Telegram-канали нардепів і чий найпопулярніший? / Рух ЧЕСНО. URL: <https://www.chesno.org/post/5640/>

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ЧИННИК ПОЛІТИЧНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

Терехова Н., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти

**Постельжук О.П., к.іст.н., доцент кафедри політології та міжнародних
відносин**

Рівненський державний гуманітарний університет

У сучасних умовах глобалізації, цифровізації та зростання ролі інформаційних технологій медіапростір перетворився на один із ключових чинників впливу на суспільно-політичні процеси. Масові комунікації, соціальні мережі та цифрові платформи не лише забезпечують доступ до інформації, а й формують суспільні настрої, політичні орієнтації та моделі поведінки громадян. У цьому контексті особливої актуальності набуває проблема медіаграмотності як здатності особистості критично сприймати інформацію, аналізувати джерела, виявляти маніпуляції та усвідомлювати наслідки поширення медіаконтенту.

Для України питання медіаграмотності має не лише освітній, а й виразний політичний та безпековий вимір. Тривале перебування держави в умовах гібридної війни, активне використання інформаційно-психологічних операцій, поширення дезінформації та пропаганди створюють серйозні виклики для

політичної стійкості суспільства. Політична стійкість у цьому контексті розуміється як здатність політичної системи та громадян зберігати демократичні цінності, легітимність інститутів влади та соціальну згуртованість за умов криз, зовнішнього тиску й внутрішніх трансформацій. Саме медіаграмотність виступає одним із ключових механізмів забезпечення такої стійкості, оскільки зменшує вразливість громадян до маніпулятивних впливів і сприяє формуванню відповідальної політичної культури.

Особливої уваги в цьому процесі потребує українська молодь як стратегічно важлива цільова аудиторія. Молоде покоління є найбільш активним користувачем цифрових медіа та соціальних мереж, які дедалі частіше стають основним джерелом політичної інформації. Водночас саме молодь формує майбутній електорат, кадровий потенціал державного управління та громадянського суспільства, що зумовлює її ключову роль у забезпеченні довгострокової політичної стабільності України. Разом із тим висока швидкість споживання інформації, домінування візуального контенту та алгоритмічне формування інформаційних «бульбашок» підвищують ризик поширення фейкових новин, політичних маніпуляцій і радикалізації молодіжного середовища.

Медіаграмотність є комплексною здатністю особистості критично сприймати, аналізувати, інтерпретувати та створювати медіаконтент з усвідомленням його соціальних, політичних і культурних наслідків. У політичному вимірі медіаграмотність виступає ключовим інструментом формування свідомого громадянина, здатного розрізняти достовірну інформацію від маніпулятивної, пропагандистської чи дезінформаційної [1].

В умовах гібридної війни та інформаційного протистояння медіаграмотність набуває значення елементу національної безпеки та політичної стійкості держави, оскільки зменшує вразливість суспільства до інформаційних атак і зовнішнього впливу на політичні процеси.

Політична стійкість розглядається як здатність політичної системи та громадянського суспільства зберігати стабільність, демократичні цінності та

ефективність функціонування в умовах криз, конфліктів і зовнішніх загроз. Медіаграмотність безпосередньо впливає на цю стійкість через: підвищення рівня довіри до демократичних інститутів. зниження рівня радикалізації та політичної поляризації. формування відповідальної політичної участі. протидію фейковим новинам та інформаційним маніпуляціям [2].

Громадяни з високим рівнем медіаграмотності менш схильні до емоційного реагування на політичні меседжі та більш орієнтовані на раціональне оцінювання подій.

Українська молодь є однією з найбільш активних груп споживачів цифрового контенту та соціальних мереж, що робить її водночас і рушієм демократичних змін, і вразливою до інформаційних загроз. Саме молодь формує майбутній електорат, політичну еліту та громадянське суспільство України.

До ключових характеристик молоді як цільової аудиторії належать:

1. висока інтенсивність споживання онлайн-медіа;
2. домінування соціальних мереж як джерела політичної інформації;
3. схильність до візуального та емоційного контенту;
4. активна участь у громадських і волонтерських ініціативах [3].

Водночас недостатній рівень критичного мислення та фрагментарне сприйняття інформації можуть підвищувати ризики маніпулятивного впливу.

Медіаграмотність сприяє формуванню усвідомленої політичної поведінки молоді, що проявляється у: відповідальному ставленні до виборів та політичної участі, здатності розпізнавати пропаганду та інформаційні вкиди, підтримці демократичних цінностей і прав людини, активному громадянському діалозі без поширення мови ворожнечі.

Таким чином, медіаграмотна молодь стає важливим чинником стабільності та розвитку демократичної політичної системи.

Серед пріоритетних напрямів підвищення медіаграмотності молоді в Україні доцільно виокремити:

- інтеграцію медіаосвіти в навчальні програми закладів освіти;
- розвиток неформальної освіти та молодіжних медіапроектів;

- державну підтримку програм з протидії дезінформації;
- співпрацю з громадськими організаціями та міжнародними партнерами;
- використання цифрових платформ та соціальних мереж для поширення якісного просвітницького контенту [4].

Медіаграмотність у сучасних умовах виступає одним із ключових чинників забезпечення політичної стійкості держави та суспільства. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій, розширення інформаційного простору та посилення інформаційно-психологічних впливів здатність громадян критично сприймати медіаконтент, аналізувати джерела інформації та розпізнавати маніпулятивні повідомлення набуває стратегічного значення для збереження демократичних цінностей і стабільності політичної системи.

Доведено, що медіаграмотність безпосередньо впливає на рівень політичної свідомості та поведінки громадян, знижуючи їхню вразливість до дезінформації, пропаганди та політичних маніпуляцій. Особи з високим рівнем медіаграмотності демонструють більшу схильність до раціонального аналізу політичних подій, відповідальної участі у громадському житті та підтримки демократичних інститутів. У цьому контексті медіаграмотність слугує інструментом зміцнення довіри до політичної системи й підвищення соціальної згуртованості, що є важливими складовими політичної стійкості.

Особливу роль у цьому процесі відіграє українська молодь як стратегічно важлива цільова аудиторія. Молоде покоління є найбільш активним учасником цифрового інформаційного простору, що одночасно створює як можливості для розвитку громадянської активності, так і загрози у вигляді підвищеного ризику маніпулятивного впливу. Встановлено, що недостатній рівень медіаграмотності серед молоді може сприяти формуванню фрагментарного політичного світогляду, емоційного реагування на інформаційні подразники та поширенню недостовірних повідомлень.

Водночас підвищення рівня медіаграмотності української молоді сприяє формуванню відповідальної політичної культури, розвитку критичного мислення та усвідомленої громадянської позиції. Медіаграмотна молодь здатна

не лише протидіяти інформаційним загрозам, а й виступати активним суб'єктом політичної комунікації, поширюючи якісний контент і підтримуючи демократичні процеси в суспільстві. Таким чином, інвестиції у медіаосвіту молодого покоління мають довгостроковий ефект для забезпечення політичної стабільності та безпеки України.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що формування медіаграмотності української молоді є необхідною передумовою зміцнення політичної стійкості держави в умовах сучасних викликів. Реалізація системної державної політики у сфері медіаосвіти, поєднаної з ініціативами громадянського суспільства та міжнародною підтримкою, сприятиме створенню стійкого інформаційного середовища, розвитку демократичної культури та підвищенню рівня національної безпеки України.

Використані джерела

1. Поцулко О., Аветісова І. Роль психологічного фактчекінгу в підвищенні медіаграмотності студентської молоді. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса*. Серія «Психологічні науки». 2022. Вип. 1(1), URL: <https://jvestnik-psychological.donnu.edu.ua/article/view/14247>
2. Рюль В. Дослідження медіаграмотності студентської молоді на Закарпатті. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота», 2025. №57, С. 174–177. URL: <http://visnyk-ped.uzhnu.edu.ua/article/view/342801>
3. Ласкова-Ярмоленко А., Слинькова Т. Медіаграмотність в системі освіти: вимоги сучасності у сфері соціальної комунікації. *Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи*. 2024. 1(32), 100–105. URL: <https://pi.iod.gov.ua/ojs/index.php/pi/article/view/36>
4. Юрій, А. О. (2023). Медіаграмотність та емоційна стійкість населення України у контексті протидії російській агресії. *Протидія дезінформації в умовах російської агресії проти України: виклики і перспективи*. URL: <https://doi.org/10.32782/ppss.2023.1.80>

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

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

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

сайт: creative.rshu.edu.ua