



Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Навчально-науковий інститут фінансів,
економіки, управління та права
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний
центр МВС України



Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної
академії наук України» (Україна)

Сумський державний університет (Україна)

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (Україна)

Національний університет харчових технологій (Україна)

Hochschule Burgenland. University of Applied Sciences (Австрія)

Jagiellonian University (Польща)

СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА НАУКА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Матеріали XV Всеукраїнської науково-практичної
Інтернет-конференції з міжнародною участю
12 листопада 2025 року



Полтава 2025

товарів або послуг з метою максимізації фінансового результату для підприємства. Розглянемо далі процес формування цінової політики на підприємстві та основні фактори, які впливають на ухвалення відповідних рішень.

Література

1. Маркетинг. Світовий досвід та український вимір. Підручник. За ред. Старостіної А.О. ТОВ «Видавництво Ліра-К», Київ. 490 с. (Розділ 6. П.6.4. співавтор: Чичуліна К.В.).

УДК 330.3

Бойко Т.Р., Сова К.О., студентки
Хадарцев О.В., к.е.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

У контексті глобалізованого світу креативне підприємництво дедалі більше відіграє роль рушія економічного розвитку, джерела інновацій та соціального прогресу. Європейський Союз послідовно демонструє усвідомлення стратегічної важливості культурних і креативних індустрій, втілюючи багаторівневі програми для стимулювання їх зростання [1].

Однією з провідних ініціатив є програма «Креативна Європа», спрямована на підтримку культурної багатоманітності та підвищення конкурентоспроможності культурного й творчого секторів. У новому бюджетному циклі 2021-2027 років вона отримала фінансування у розмірі 2,44 мільярда євро. Програма структурована за трьома напрямками:

- культура – освітні, мистецькі та коопераційні ініціативи;
- медіа – розвиток кіно, телебачення та цифрового контенту;
- міжсекторальна співпраця – цифровізація, нові бізнес-моделі та інновації.

Особливу увагу ЄС приділяє підтримці малого та середнього бізнесу у сфері. Створено Фонд гарантій для культурних і креативних секторів, який адмініструється Європейським інвестиційним фондом, що забезпечує фінансові гарантії, необхідні для залучення кредитів на вигідних умовах. Інший важливий напрям – розвиток інноваційного підприємництва. Європейський інститут інновацій і технологій започаткував платформу EIT Culture & Creativity, яка поєднує бізнес, освіту та дослідження задля розвитку підприємницьких компетенцій у ККІ. Програма охоплює стартап-акселератори, навчальні модулі та практичні дослідницькі ініціативи. Крім фінансової підтримки, значна увага приділяється розвитку європейських мереж креативної співпраці. У межах «Креативної Європи» діють десятки культурних об'єднань, що об'єднують

організації з різних країн, сприяючи транснаціональній кооперації та обміну досвідом [2].

Прикладом ефективного регіонального розвитку креативного сектору виступає Польща. За даними статистичних служб, тут діють понад 145 тисяч суб'єктів креативного підприємництва. Основна концентрація — у Варшаві, однак помітні кластери сформувались і у Вроцлаві, Лодзі, Познані та Гданську. Польська модель базується на підтримці дизайну, модної індустрії, цифрових ігор та культурних інституцій. Серед інновацій — створення відеоігор для медичної реабілітації, що поєднує технології з соціальною функцією. В Естонії креативна економіка охоплює 3% ВВП та забезпечує п'ять відсотків національної зайнятості. У секторі функціонує понад 12% компаній країни.

Особливий акцент держава робить на міждисциплінарній співпраці: культурологи, економісти, IT-фахівці та фінансисти працюють над спільними рішеннями. Держава підтримує збереження культурної спадщини, заохочуючи водночас новаторські підходи та роботу з молоддю, формуючи відкритий, живий і креативний простір. У Фінляндії креативні простори формуються не лише за рахунок архітектурного середовища чи об'єктів нерухомості, а насамперед завдяки активній творчій діяльності мешканців. Саме людський потенціал, здатність до самовираження та культурної ініціативи виступають основою таких просторів. Яскравим прикладом є Design District Helsinki — квартал, що охоплює понад 170 об'єктів на 25 вулицях столиці, яким із 2005 року управляє Асоціація креативного кластера. Головні цілі цієї ініціативи — збереження культурної ідентичності регіону, промоція творчого бізнесу та формування сприятливого урбаністичного середовища. У Швеції прикладом креативної урбаністики став район Norra Vantorget у центрі Стокгольма, де у 2008 році був реалізований масштабний культурно-розважальний проект. Тут у стислі терміни сформувався кластер клубів та барів, орієнтованих на різні вікові й музичні аудиторії. Серед помітних культурних локацій — історичний камерний театр Strindbergs Intima, дизайнерський готель Clarion Sign, який водночас використовується як простір для культурних подій. У Данії традиційно функціонує система державної підтримки культури, яка базується на соціал-демократичній моделі. Вона передбачає широке фінансування мистецьких ініціатив, доступних для всіх верств населення. У країні діє потужна система культурної освіти, велика кількість професійних діячів культури, а також розвинена інфраструктура для реалізації культурних проектів [3]. Одними з головних орієнтирів культурної політики є створення якісного культурного продукту, його доступність, збереження спадщини, а також передача культурних цінностей молоді. Також велика увага приділяється підтримці творчих ініціатив у середовищі мігрантів, дітей та інших соціальних груп.

ЄС реалізує всебічну політику підтримки креативного підприємництва, визнаючи його стратегічне значення для економічного зростання, інновацій та соціального прогресу, прикладами чого є Польща, Естонія, Фінляндія, Швеція та Данія. Загалом європейський підхід базується на інвестиціях у людський

потенціал, інтелектуальні ресурси та творчість як ключові чинники розвитку.

Література

1. Карінцева О.І., Литвиненко С.М., Харченко М.О., Ібрагім Х.Ж., Дейнека, А.В., Чорток М.В. Розвиток креативної економіки як провідний напрям цифрових трансформацій: досвід Європи та практика України. *Підприємництво і торгівля*. 2023. №37. С. 27-40. DOI: 10.32782/2522-1256-2023-37-03.

2. Федулова Л.І. Перспективи розвитку креативної економіки в Україні. *Економічний вісник університету*. 2016. №37/1. С. 63-68.

3. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.

УДК 332:338

Галайда Т.О., старший викладач
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ ЯК НАСЛІДОК СКАСУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОГО КОДЕКСУ

Суттєві зміни чекають на бізнес у час коли здійснюватися перехід від старих законодавчих норм до нових правил в умовах перехідного періоду через скасування Господарського кодексу України.

Закон України «Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб» не лише скасовує Господарський кодекс України (ГКУ), а й суттєво змінює правове поле ведення бізнесу в Україні. Документ набирає чинності через 6 місяців після опублікування (з 28.08 2025р.), а перехідний період триватиме три роки. Скасування ГКУ виключає подвійне регулювання господарської діяльності. Відтепер основним нормативним актом, що визначатиме правила функціонування бізнесу, стане Цивільний кодекс України [1].

Ключовими змінами в діяльності українського бізнес-середовища стануть:

1) Нові підходи до визначення господарської діяльності – вона тепер чітко розмежовується на підприємницьку (прибуткову) та некомерційну (без мети отримання прибутку).

2) Реформування статусу підприємств – змінено підходи до визначення суб'єктів господарювання.

3) Спрощення реєстрації та класифікації підприємств – запроваджені чіткі критерії для розмежування мікро-, малого, середнього та великого підприємництва.