



СУЧАСНІ ТРЕНДИ В ПОВЕДІНКОВОМУ МАРКЕТИНГУ

MODERN TRENDS IN BEHAVIORAL MARKETING

ТЕЗИ V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



**MODERN TRENDS
IN BEHAVIORAL MARKETING**

**СУЧАСНІ ТРЕНДИ
В ПОВЕДІНКОВОМУ МАРКЕТИНГУ**

Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)
NGO "Ukrainian Logistics Association" (Ukraine)
NGO "Ukrainian Marketing Association" (Ukraine)
NGO "Union of Marketing Managers of Ukraine" (Ukraine)

MODERN TRENDS IN BEHAVIORAL MARKETING

**Abstracts
of the V International Scientific and Practical Conference**

Lviv, November 6–7, 2025

Lviv
Lviv Polytechnic Publishing House
2025

Кафедра маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)
ВГО «Українська Асоціація Логістики» (Україна)
ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна)
ВГО «Об'єднання маркетологів України» (Україна)

СУЧАСНІ ТРЕНДИ В ПОВЕДІНКОВОМУ МАРКЕТИНГУ

**Тези доповідей
V Міжнародної науково-практичної конференції**

Львів, 6–7 листопада 2025 р.

Львів
Видавництво Львівської політехніки
2025

Сучасні тренди в поведінковому маркетингу: тези
М 266 доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції.
[Електронне видання]. – Львів: Видавництво Львівської
політехніки, 2025. – Режим доступу:
<https://science.lpnu.ua/uk/stpm/tezy-dopovidey> (укр.);
<https://science.lpnu.ua/stpm/proceedings> (англ.), вільний. –
Заголовок з екрана. – Мова укр. і англ.
ISBN 978-966-994-097-1

Викладено матеріали, розглянуті на конференції, у яких питання сучасної теорії поведінкового маркетингу та емпіричних досліджень подано як єдине поле наукових результатів: представлено узгоджені теоретичні інтерпретації, емпіричні перевірки та систематизовано вітчизняний і міжнародний практичний досвід інтеграції маркетингових рішень у різні сектори економіки, публічну політику та соціальну сферу.

Матеріали видання можуть бути корисними для науковців і викладачів закладів вищої освіти, керівників і фахівців бізнес-структур та органів державного управління, практиків із маркетингу, комунікацій і логістики, здобувачів усіх рівнів вищої освіти

УДК 339.188.4

Матеріали подано в авторській редакції

Відповідальний за випуск У. О. Балик

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Почесні голови: Шаховська Н.Б., Гончар М.Ф.

Співголови: Глинський Н.Ю., Дейнега І.О.

Члени комітету: Александрівчюте Б., Бальцежак А., Бочко О.Ю., Віктор Я., Гайдук А.Б., Їлдірим О., Ковальчук С.В., Косар Н.С., Кочарян І.С., Кочкіна Н., Кузьмак О.І., Кузьор А., Лилик І.В., Ліповські М., Магефа А., Малага З., Мальчик М.В., Мних О.Б., Окландер М.А., Петецькі І., Посилкіна О.В., Похопень Й., Прокопенко О.В., Решетнікова І.Л., Ромат Є.В., Савіна Н.Б., Солнцев С.О., Сохацька О.М., Старостіна А.О., Федорченко А.В., Хованец Х., Храпкіна В.В., Чубала А., Чухрай Н.І., Шафалюк О.К., Шохійон Н.Н., Якимишин Л.Я.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова: Балик У.О.

Члени комітету: Васильців Н.М., Гринів Н.Т., Демків О.Я., Довгунь О.С., Донець Д.М., Кіндій М.В., Костюк О.С., Леонова С.В., Прийма Л.П., Швець О.М.

Секретар: Питуляк Н.С.

<i>Кочарян І. С.</i> МАРКЕТИНГ СПІВПЕРЕЖИВАННЯ: ЯК ТЕАТР І КІНО ПІД ЧАС ВІЙНИ АПЕЛЮЮТЬ ДО ЕМОЦІЇ ГЛЯДАЧА	162
<i>Oleh Kuzmak, Olena Kuzmak</i> BEHAVIORAL DESIGN OF SUSTAINABLE CONSUMPTION: CREATIVE INDUSTRIES AS A DRIVER OF TRANSFORMATION	164
<i>Леонісова С.В., Рудник Л.В.</i> МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФРАНЧАЙЗИНГУ У БУДІВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	167
<i>Мащак Н.М., Петрук Є.О.</i> КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	169
<i>Мних О.Б., Донець В.Р.</i> ПЕРЕЗАВАНТАЖЕННЯ БІЗНЕС-СТРУКТУР І ЗМІНА МОДЕЛЕЙ ЇХ ПОВЕДІНКИ У ФОРС-МАЖОРНИХ ОБСТАВИНАХ	171
<i>Ігор Новаківський, Назарій Бідник</i> ІНТЕГРАЦІЯ ПОВЕДІНКОВОЇ АНАЛІТИКИ У ЦИФРОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА	173
<i>Перевозова І.В.</i> МАРКЕТИНГОВА ПОВЕДІНКА ОБОРОННИХ КОМПАНІЙ ЄВРОПИ: МІЖ ЕТИКОЮ, РЕПУТАЦІЄЮ ТА СУСПІЛЬНИМИ ОЧІКУВАННЯМИ	174
<i>Прядка М.М.</i> РОЛЬ НАСКРІЗНИХ НАВИЧОК У ЗМІЦНЕННІ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ ТА ЗАЛУЧЕННІ ТАЛАНТІВ	178
<i>Рикованова І.С., Колесник Д.В.</i> ДРОПШИПІНГ: МАРКЕТИНГОВА РЕАКЦІЯ НА ПОВЕДІНКУ ЦИФРОВОГО СПОЖИВАЧА	179
<i>Савицька Н.Л.</i> ПОВЕДІНКОВО-ОРІЄНТОВАНА МОДЕЛЬ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОДІЇ	182
<i>Саган Х.Б., Саган В.Р.</i> СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ СТРАТЕГІЧНИХ ПАРТНЕРСТВ	185
<i>Скибінський Н.О.</i> БАР'ЄРИ ФОРМУВАННЯ ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СТЕЙКХОЛДЕРНО-ОРІЄНТОВАНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО ІНДУСТРІЇ 5.0	188
<i>Стамат В.М., Корньова В. Ю.</i> ІНСТРУМЕНТИ СИСТЕМОГО АНАЛІЗУ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ДОВГОСТРОКОВИХ ВІДНОСИН НА РИНКУ	189
<i>Тараненко І.В., Яременко С.С.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЯК ПЕРЕДУМОВА УСПІШНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ	191
<i>Таранський І.П., Кривейко М.І.</i> КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ В ГАЛУЗІ ПЕРВИННОЇ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ ЧЕРЕЗ ПАРТНЕРСТВО ДЕРЖАВНИХ ТА ПРИВАТНИХ МЕДИЧНИХ УСТАНОВ	193
<i>Тимоцько Р.М.</i> ГІБРИДНИЙ ПІДХІД ДО ЗАКУПІВЛІ МАРКЕТИНГОВИХ ПОСЛУГ: ПОВЕДІНКОВІ ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ	196
<i>Толчанова З.О., Красько Д.М.</i> РОЛЬ АЙДЕНТИКИ БРЕНДУ У ФОРМУВАННІ ЕМОЦІЙНОГО ЗВ'ЯЗКУ ТА ВПЛИВ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ	198
<i>Турко В.В., Склярчук Т.В.</i> ПОВЕДІНКОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ У ЦИФРОВИХ КОМАНДАХ	200
<i>Устік Т.В., Котінова О.А.</i> АРХЕТИПИ БРЕНДУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ТА ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ	202
<i>Храпкіна В.В., Зелена А.О.</i> ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕКЛАМІ	204
<i>Шандрівська О.Є., Дячук В.Р.</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ВІДЕОІГОР: АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ, ДИСТРИБУЦІЇ ТА СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ	205
<i>Шиян Д.В., Івашиків І.М.</i> ЗМІНА ЕЛЕВАТОРНИХ ПОТУЖНОСТЕЙ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ ЯК ЛОГІСТИЧНОГО ЛАНЦЮГА «ПОЛЕ-ЕЛЕВАТОР-ПОРТ»	208

Секція 6

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

<i>Балик У.О., Гриневецька А.О.</i> ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ІНФЛЮЕНСЕРІВ НА ФОРМУВАННЯ ТРЕНДІВ СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ СЕРЕД МОЛОДІ	211
<i>Балик У.О., Стасіцький І.А., Стець О.М.</i> ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА СТРАТЕГІЮ ПРОДУКТУ ОЛІС-ЖИРОВОГО РИНКУ	212
<i>Балук Н.Р.</i> ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА КУПІВЕЛЬНУ ПОВЕДІНКУ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	214

Великий вплив на ринок мають соцмережі. Зокрема, вони призвели до виникнення такого явища, як неочікувана популярність. До прикладу, нова ідея часто призводить до значного розголосу у соцмережах, що призводить до тимчасового підвищення інтересу до гри чи жанру, які раніше могли залишатися непомітними.

Використані джерела

1. Подскребко О.С., Іванченко Н.О. Аналіз ринку цифрових відеоігор та його вплив на економіку. *Економічний простір*. 2021. № 175. С. 130–135. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/download/1009/978/> (дата звернення: 10.10.2025).
2. Шолудько О., Грицина О., Данилишин Р. Ринок відеоігрової індустрії як складова світового економічного ринку. *Аграрна економіка*. 2022. Т. 15, № 3-4. С. 130–139. URL: <https://scispace.com/pdf/video-game-industry-market-as-a-component-of-the-global-2a6ralmr.pdf>. (дата звернення: 10.10.2025).
3. 2024 Steam statistics: 19,000 games released, 25 billion hours played. *hi-Tech.ua*. URL: <https://hi-tech.ua/en/2024-steam-statistics-19000-games-released-25-billion-hours-played/>. (дата звернення : 10.10.2025).
4. Video Gaming Industry Statistics: Reports 2025. *WifiTalents*. URL: <https://wifitalents.com/video-gaming-industry-statistics/>. (дата звернення: 10.10.2025).
5. All about Video Games. Video Games Europe, 2025. 40 p. URL: <https://www.videogameseurope.eu/wp-content/uploads/2025/08/VGE-2024-KF-2024.pdf>. (дата звернення: 10.10.2025).

**Шиян Д.В., д.е.н., професор
професор кафедри маркетингу**

Харківський національний економічний ім. С.Кузнеця

Івашиків І.М., к.е.н., с.н.с.

**старший науковий співробітник відділу науково-консультаційного та інформаційного
забезпечення економіки та маркетингу**

*Прикарпатська державна сільськогосподарська дослідна станція
Інститут сільського господарства Карпатського регіону НААН*

ЗМІНА ЕЛЕВАТОРНИХ ПОТУЖНОСТЕЙ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ ЯК ЛОГІСТИЧНОГО ЛАНЦЮГА «ПОЛЕ-ЕЛЕВАТОР-ПОРТ»

В умовах повномасштабного військового вторгнення відбулося знищення інфраструктури та елеваторних потужностей в Україні, які давали можливість аграріям зберігати насіння зернових, зернобобових та олійних культур на логістичному ланцюгу «поле - елеватор - порт».

За останнє десятиліття більшість великих агрохолдингів побудували величезні зернохословища у яких зберігали насіння зернових та олійних культур для експорту закордон. Вони надавали послуги елеваторів для зберігання сільськогосподарської продукції для дрібних і середніх фермерських господарств, які не мають власних зернохосовищ, а збувати вирощену продукцію відразу з поля зернотрейдерам по заниженій ціні, на думку багатьох сільськогосподарських товаровиробників, не є економічно вигідним і доцільним. Важливим є те, що на елеваторах надаються різноманітні додаткові послуги (визначення ерукової кислоти для ріпаку і ряд інших послуг), які дозволяють реалізовувати сільськогосподарським товаровиробникам насіння зернових, зернобобових та олійних культур з відповідними якісними показниками і параметрами.

Згідно отриманих даних, на початку військового вторгнення після 24 лютого 2024 року російськими агресорами було знищено значну кількість зернохосовищ загальною місткістю 3 млн. тонн. Разом з тим, за допомогою супутникового зв'язку було досліджено тільки 344 зернохосовища із 1399 наявних елеваторів в Україні у довоєнний період. Нами розглянуто 11 областей у яких були

пошкоджені елеваторні потужності під час повномасштабного військового вторгнення російської федерації в Україну (табл. 1.). Таблиця демонструє масштаби знищення та пошкодження елеваторних потужностей в окремих регіонах України, що мають стратегічне значення для зберігання та експорту зернових. Найбільших втрат зазнала Миколаївська область, де знищено 13 елеваторів із 42 перевірених, що складає понад третину загальної кількості, а загальний дефіцит потужностей одночасного зберігання перевищив 700 тис. тонн при довоєнній потужності 2,5 млн тонн. У Запорізькій області знищено 10 з 12 перевірених елеваторів, що становить вражаючі 83% втрат, а дефіцит потужностей сягнув 1,4 млн тонн, тобто понад дві третини від довоєнного обсягу. Донецька втратила 17 з 18 перевірених об'єктів, фактично повністю втративши елеваторну інфраструктуру, при дефіциті зберігання 900 тис. тонн. У Харківській області знищено 9 елеваторів із 32, дефіцит перевищив 1,5 млн тонн - це свідчить про критичну ситуацію збереження врожаю в регіоні, який має потужну аграрну базу. Аналогічна ситуація у Херсонській області, де з 6 перевірених елеваторів знищено всі, при дефіциті в 800 тис. тонн. Чернігівська область, попри відносно меншу кількість знищених об'єктів (4), має один з найвищих показників дефіциту - 2,5 млн тонн, що перевищує довоєнну загальну місткість. Це пояснюється не лише фізичними руйнуваннями, а й повною зупинкою функціонування логістичної інфраструктури. Луганська область повністю втратила 4 з 4 перевірених елеваторів, що означає фактичне припинення діяльності зернозберігаючої інфраструктури в регіоні. Полтавська область має порівняно невеликі втрати - лише 2 з 27 перевірених елеваторів - однак її значний дефіцит у 900 тис. тонн при потужностях 4,5 млн тонн свідчить про перенавантаження на збереження через евакуацію продукції з інших регіонів. У Дніпропетровській області знищено 4 елеватори з 54, проте дефіцит потужностей сягнув 1,2 млн тонн, що також пов'язано з логістичним тиском з боку фронтів регіонів. У Житомирській області знищено 2 елеватори, проте її дефіцит - 1,1 млн тонн - дорівнює довоєнним потужностям, що свідчить про практичну втрату можливості зберігати зерно в межах області. Загалом аналіз таблиці демонструє критичний рівень пошкодження зернозберігаючої інфраструктури, що не лише порушило сезонний цикл агровиробництва, а й загрожує зривом експортного потенціалу, зниженням доходів аграріїв, а також продовольчою безпекою на національному та глобальному рівнях.

Таблиця 1

Знищені та пошкоджені елеваторні потужності в Україні після повномасштабного військового вторгнення у 2022 році

Області України	Знищено та пошкоджено, всього, тис. тонн	Кількість елеваторів			Загальна потужність одночасного зберігання, тис. тонн	Дефіцит елеваторних потужностей, тис. тонн
		Довоєнна кількість, од	Перевірено, од.	Знищено, од.		
Миколаївська	1046	70	42	13	2500	700
Запорізька	444	55	12	10	2100	1400
Донецька	439	35	18	17	1100	900
Харківська	300	87	32	9	2600	1500
Херсонська	185	59	6	6	2000	800
Полтавська	159	109	27	2	4500	900
Чернігівська	139	74	41	4	2100	2500
Дніпропетровська	121	93	54	4	3000	1200
Житомирська	111	54	14	2	1100	1100
Луганська	94	23	4	4	800	850

Джерело:[1]

Загальний аналіз знищення та пошкодження елеваторних потужностей в Україні після початку повномасштабного вторгнення у 2022 році свідчить про критичні втрати аграрної

інфраструктури в низці ключових областей, що забезпечували зберігання, логістику та експорт зернових. Найбільших втрат зазнали регіони на півдні, сході та північному сході країни, зокрема Миколаївська, Запорізька, Донецька, Харківська та Херсонська області, де було знищено або пошкоджено від третини до майже 100% перевірених елеваторів. Це призвело до масштабного дефіциту потужностей зберігання - подекуди навіть вищого за довоєнні обсяги - і зумовило значні логістичні навантаження на відносно безпечні області. Руйнування елеваторної мережі не лише скорочує доходи сільгоспвиробників і ставить під загрозу збереження врожаю, а й обмежує експортні можливості України на глобальному аграрному ринку, створюючи системні ризики для продовольчої безпеки.

Дана проблема в сучасний період вирішується через побудову нових елеваторів в західних областях України. Це дозволяє сільськогосподарським товаровиробникам мінімізувати витрати і експортувати сільськогосподарську продукцію по вигідній ціні.

Використані джерела

1. Пейдж Дж., Дикаленко М. Рейтинг знищених і пошкоджених елеваторів України: постраждали від 15 до 50% наявних потужностей. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/znisheni-ta-poshkodzheni-elevatori-v-ukrayini-2022-po-oblastyam-rejting> (дата звернення 15.09.2025)

2. Івашків, І.М. Бар'єри й труднощі розвитку аграрної логістики в Україні. Розвиток підприємництва в аграрному секторі економіки України в умовах глобальних викликів: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 23 – 24 квітня 2020 р.) / відп. ред. М.М. Ільчук. К.: НУБіП України, 2020. 105 с.

3. Івашків І.М. Аналіз формування логістичних систем зберігання насіння олійних та зернових культур в Україні. *Економічний аналіз*. 2014. Т. 18(3). С. 26 – 39.