

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ РІВНЕНСЬКИЙ
ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ
ВНУ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. ФРАНКА
КУ «АГЕНЦІЯ РОЗВИТКУ РІВНОГО» РМР
STANISŁAW STASZIC STATE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES IN
PIŁA (POLAND)
УНІВЕРСИТЕТ КАРЛОСА 3 В МАДРИДІ (ІСПАНІЯ)
AKDENIZ UNIVERSITY (TURKEY)
UNIVERSITY OF INSUBRIA (ITALY)
UNIVERSITY OF PAVIA (ITALY)
MARIA CURIE-SKŁODOWSKA UNIVERSITY (POLAND)
CRACOW UNIVERSITY OF ECONOMICS (POLAND)
“1 DECEMBRIE 1918” UNIVERSITY OF ALBA IULIA (ROMANIA)**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
У МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СУЧАСНІ ТРЕНДИ ПОВЕДІНКИ
СПОЖИВАЧІВ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ**

24-25 лютого 2026 р.

Рівне
Видавець Ю. Кукса
2026

УДК 338:[339:658]
С 91

*Рекомендовано до видання Вченою радою
Рівненського державного гуманітарного університету,
протокол № 3 від 26.03.26 р.*

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

Рецензенти:

Олена Зарічна – доктор економічних наук, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу, та менеджменту, Ужгородський національний університет

Тетяна Сак – кандидат економічних наук, завідувач кафедри маркетингу, Волинський національний університет імені Лесі Українки



Funded by the
European Union

*Матеріали конференції опубліковано в рамках реалізації проекту
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 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 (ЕАСЕА). Ні Європейський Союз, ні ЕАСЕА не можуть нести за них відповідальність

Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: V Міжнародна науково-практична конференція, 24-25 лютого 2026 р. : [тези доп.] – Рівне : РДГУ, 2026. – 114 с.

ISBN 978-617-8672-56-0

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.

УДК 338:[339:658]

ISBN 978-617-8672-56-0

© Рівненський державний
гуманітарний університет, 2026

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Голова:

Павелків Роман Володимирович – професор, в.о. ректора Рівненського державного гуманітарного університету

Члени:

Гладунов Олександр Варфоломійович – віце-президент Української асоціації маркетингу;

Вовк Вікторія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент;

Калинець Катерина Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент;

Gülden Bölük, Doctor Habilitated in Economic Sciences, Professor;

Gavana Giovanna, Associate Professor;

Jan Polcyn, Doctor Habilitated in Economic Sciences, Professor;

Kister Agnieszka, Associate Professor with habilitation, University Professor;

Maican Silvia-Stefania, PhD in Marketing, Head of the Business;

Anna Maria Moisello PhD in Business Administration; Professor;

Valerio Veglio, PhD in Marketing and Management, Professor of Management, Associate Professor;

Czesław Mesjasz;

Beata Skwarek, доктор гуманітарних наук, доцент.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Панюк Тетяна Петрівна – к. е. н., професор, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом РДГУ;

Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна – д. е. н., професор;

Зарічна Олена Володимирівна. – д. е. н., професор;

Сак Тетяна Василівна – к. е. н., доцент;

Міщук Наталія Володимирівна – к. е. н., доцент;

Савчук Марія Валеріївна – керівник;

Конарівська Оксана Богданівна – к. е. н., доцент;

Вальковець Алла Степанівна – ст. викладач;

Коханевич Тетяна Петрівна – ст. викладач;

Либак Ірина Анатоліївна – ст. викладач;

Крайчук Сергій Олександрович – к. т. н., доцент;

Паламарчук Оксана Степанівна – к. е. н., доцент;

Пелех Оксана Богданівна – д. е. н., професор;

Пляшко Ольга Степанівна – к. е. н., доцент;

Стрільчук Руслан Миколайович – к. е. н., доцент;

Хомич Сергій Васильович – к. е. н., доцент;

Юськів Богдан Миколайович – д. політ. н., професор.

стандартів GRI та CSRD, створення ESG-комітетів, управління ESG-ризиками, впровадження цифрових платформ бронювання.

Використані джерела

1. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper & Brothers, 1953. 276 p.
2. Friedman M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. The New York Times Magazine. 1970. September 13. P. 32-33, 122-126.
3. Westerveld J. The Rascal Multitude: A Proposal for the Development of Ecology. 1986. URL: <https://doi.org/10.1007/978-1-349-18642-7> (дата звернення: 15.02.2026).
4. United Nations. Report of the United Nations Conference on Environment and Development (Rio de Janeiro, 3-14 June 1992). New York: UN, 1993. 598 p.
5. ISO 14001:1996. Environmental management systems — Specification with guidance for use. Geneva: International Organization for Standardization, 1996.
6. Global Reporting Initiative. Sustainability Reporting Guidelines. Amsterdam: GRI, 1997. URL: <https://www.globalreporting.org> (дата звернення: 15.02.2026).
7. United Nations Global Compact. The Ten Principles of the UN Global Compact. New York: UN, 1999. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> (дата звернення: 15.02.2026).

*Сяська О. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри документальних комунікацій та менеджменту
Рівненський державний гуманітарний університет
olena.syaska@rshu.edu.ua*

СВІДОМЕ СПОЖИВАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ: АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується безпрецедентним антропогенним тиском на екосистеми планети. Протягом десятиліть домінуюча модель економічного зростання базувалася на лінійному принципі «видобути –

виробити – спожити – викинути», що призвело до критичного вичерпання невідновлюваних природних ресурсів та масштабної деградації довкілля. У відповідь на ці виклики в науковому та суспільному дискурсі дедалі більшої ваги набуває концепція сталого розвитку або свідомого споживання.

Сталий розвиток – це концепція розвитку суспільства, яка передбачає задоволення потреб нинішнього покоління без загрози для можливостей майбутніх поколінь задовольняти власні потреби [1]. Інакше кажучи, сталий розвиток спрямований на досягнення балансу між економічним зростанням, соціальним добробутом та збереженням довкілля. Це не просто модна тенденція чи етичний вибір окремих груп населення, а докорінна зміна парадигми взаємодії людини з природою, яка передбачає раціоналізацію потреб, мінімізацію відходів та відповідальність за життєвий цикл кожного використаного продукту.

Проте індивідуальні зусилля споживачів не можуть бути по-справжньому ефективними без системної підтримки на рівні державної політики та глобальних економічних трансформацій. Саме тут свідоме споживання природних ресурсів стає невід’ємною складовою та інструментом реалізації стратегії сталого розвитку. Ця глобальна концепція виступає як точка рівноваги між задоволенням потреб нинішнього покоління та збереженням ресурсного потенціалу для нащадків. Сталий розвиток інтегрує в собі три життєво важливі вектори: економічну стабільність, соціальну інклюзивність та екологічну безпеку, де раціональне природокористування є фундаментом для виживання людства.

Для України питання переходу до моделі сталого розвитку сьогодні стоїть особливо гостро. Поєднання глобальних кліматичних зобов’язань та необхідність подолання катастрофічних наслідків війни вимагають ретельного моніторингу екологічних показників. Одним із найрелевантніших інструментів такого аналізу є індекс екологічної ефективності (Environmental Performance Index, EPI), який дозволяє порівнювати екологічні результати країн за комплексними показниками стану довкілля та його споживання.

Індекс екологічної ефективності (ЕРІ), який є комплексним показником оцінки екологічної політики держави та окремих її суб'єктів. Глобальний аналіз екологічної ефективності країн проводять Центр екологічної політики та права при Єльському університеті, в якому 180 країн оцінюються за станом їх навколишнього середовища та життєдіяльністю екосистем. Результати аналізу оприлюднюються раз на два роки.

Для визначення індексу ЕРІ досліджуються 58 показників в 11 категоріях, зокрема якість повітря та питної води, зміна клімату, біорізноманіття, сільське господарство, викиди забруднюючих речовин, управління відходами та ін. Ці показники дозволяють оцінити в національному масштабі стан довкілля, здоров'я населення та екологічної політики кожної досліджуваної країни. Загальний рейтинг ЕРІ показує, які країни найкраще вирішують екологічні проблеми, з якими стикається кожна держава.

В 2020 р. Україна зайняла 60 місце серед 180 країн із загальним балом 49,5 (із можливих 100) [2], що свідчило про нижчий рівень екологічної ефективності порівняно з провідними державами та про значні проблеми у сфері природокористування. Всі європейські країни за даними 2020 р. були попереду, крім Молдови (87 місце) та Грузії (102 місце).

У 2022 р. Україна піднялася до 52-ої позиції з показником 49,60 [3]. Незначне зростання балу вказувало на певний прогрес у політиці охорони довкілля. Покращилися показники у сфері управління відходами та якості питної води. Стабільність балу (49.6) вказувало на те, що Україна рухалася в темпі загальносвітових трендів щодо екологічної політики.

В 2024 р. значення індексу України становило 54,6 балів, країна піднялася до 41-го місця у глобальному рейтингу. Проте, «стрибок» України на 41 місце не є наслідком цілеспрямованої та системної екологічної політики держави, а значною мірою зумовлений деіндустріалізацією через війну. Воєнні дії призвели до падіння економіки України, руйнування інфраструктури, скорочення виробництва та зменшення споживання енергії. Зростання показника індексу екологічної ефективності відбулося в умовах різкого

скорочення промислової активності, особливо у базових, екологічно найбільш навантажених галузях – металургії, хімічній промисловості та енергетиці. Втрата або зупинка великих промислових підприємств автоматично призвела до зменшення обсягів промислових викидів, зокрема парникових газів.

Ключовим фактором стало фактичне припинення роботи металургійного комплексу Азовсталь, який до війни входив до числа найбільших промислових забруднювачів України. Руїнування комбінату та зупинка виробництва означали різке скорочення викидів CO₂, оксидів азоту, пилу та інших забруднювальних речовин, що безпосередньо вплинуло на індикатори, які використовуються при розрахунку EPI.

Таким чином, проведений аналіз динаміки індексу екологічної ефективності показав, що формальне покращення позицій України у міжнародних рейтингах у 2024 р. не відображає реальних структурних змін у сфері екологічної політики, а значною мірою є наслідком воєнного скорочення промислової діяльності та зниження обсягів викидів.

Для забезпечення сталого майбутнього України першочергово необхідно орієнтувати післявоєнне відновлення економіки на принципи «зеленої» трансформації, передбачаючи модернізацію промисловості на основі енергоефективних і низьковуглецевих технологій, розвиток відновлюваної енергетики. Важливим завданням є інтеграція екологічних вимог у всі напрями державної економічної та регіональної політики, що дозволить уникнути відтворення екологічно небезпечних моделей господарювання.

Не менш важливим чинником сталого розвитку є формування культури свідомого споживання природних ресурсів, що передбачає підвищення рівня екологічної освіти, зміну поведінкових моделей населення та стимулювання відповідального бізнесу. Держава має створити ефективні економічні та інституційні механізми заохочення екологічно відповідних рішень, зокрема через податкові стимули, екологічні інвестиції та посилення контролю за використанням природних ресурсів.

Отже, сталий розвиток України можливий лише за умови поєднання післявоєнного відновлення з екологічною модернізацією, послідовного впровадження принципів свідомого природокористування та активної участі суспільства у формуванні екологічно безпечного майбутнього. Лише така модель розвитку дозволить забезпечити довгострокову економічну конкурентоспроможність країни, соціальну справедливість і збереження природного потенціалу для майбутніх поколінь.

Використані джерела

1. Цілі сталого розвитку та їх адаптація для України. *Сталий розвиток для України*. URL: <https://dev.sd4ua.org/shho-take-stalij-rozvitok/printsipi/> (дата звернення: 17.02.2026).
2. Environmental Performance Index 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/343263658_Environmental_Performance_Index_2020 (дата звернення: 18.02.2026).
3. Environmental Performance Index 2022. URL: <https://epi.yale.edu/downloads/epi2022technicalappendixv02.pdf> (дата звернення: 18.02.2026).
4. Environmental Performance Index 2024. URL: <https://epi.yale.edu/downloads/2024-epi-report-20250106.pdf> (дата звернення: 18.02.2026).

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ І. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ НА РИНКАХ ТОВАРІВ

І ПОСЛУГ

Коханевич Т. П. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ
ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ 4

Гарбар С. П. РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ
ТРАНСФОРМАЦІЙ
7

Безпарточний М. Г., Безпарточна О. С. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ
ЗАЛЕЖНО ВІД МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ЗБУТУ.....
10

СЕКЦІЯ ІІ. ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА ТА ПРИЙНЯТТЯ СПОЖИВЧИХ РІШЕНЬ

Вовчанська О. М., Іванова Л. О., ПСИХОЛОГІЧНІ ТРИГЕРИ У
СТРАТЕГІЯХ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ
..... 14

Хомич С. В., Матвіїв І. Р. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ПЛАТІЖНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НА СПОЖИВЧІ РІШЕННЯ.....
20

Либак І. А. ПОВЕДІНКОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ ВИБОРУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ
ОСВІТИ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ
24

СЕКЦІЯ ІІІ. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА

Сак Т. В. ФОРМУВАННЯ ПОВЕДІНКОВИХ МОДЕЛЕЙ ЦИФРОВОГО СПОЖИВАЧА В ПЛАТФОРМНІЙ ЕКОНОМІЦІ ПІД ВПЛИВОМ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	
	26
Polcyn J., Moisello A. M., Maican S. Ş., Vovk V. DIGITAL TRANSFORMATION AND ONLINE EFFICIENCY OF BUSINESS IN EU COUNTRIES: AN EMPIRICAL APPROACH	29
Бойко А.Д., Хоменко І.О. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ РОЗВИТКУ E-COMMERCE	
	33
Максимчук Н.С. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ	36
Вальковець А.С. ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОГО СПОЖИВЧОГО ДОСВІДУ В ЕКОСИСТЕМІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ УКРАЇНИ	
	39

СЕКЦІЯ IV. СВІДОМЕ, СТАЛЕ ТА ЕТИЧНЕ СПОЖИВАННЯ

Глинський Н.Ю., Калинець К.С. ЕВОЛЮЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ВІД ЕКОНОМІЧНОГО ЕГОЇЗМУ ФРІДМАНА ДО ІНТЕГРОВАНИХ СТАНДАРТІВ ESG	
	43
Сяська ОВ. СВІДОМЕ СПОЖИВАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ: АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	46
Юхименко-Назарук І.А., Олексієвець Т.І. СТАЛИЙ БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЙ У КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ІНСТРУМЕНТ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ	51

Свистун Т. Л. ЕТИКА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ЯК ДОМІНАНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ІТ-БІЗНЕСУ В 2026 РОЦІ
55

Лігостаєв В. В. ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПІДХОДУ ДО МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ 58

СЕКЦІЯ V. СПОЖИВАЧ У ПЕРІОДИ КРИЗ І ТРАНСФОРМАЦІЙ

Зарічна О. В. СОЦІАЛЬНО-ПОВЕДІНКОВІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧІВ У ПРОЦЕСІ ВИБОРУ ТОВАРІВ В УМОВАХ ВІЙНИ
61

Шкода О. В., Паламарчук О. С. ІНФЛЯЦІЙНІ ОЧІКУВАННЯ ТА СПОЖИВЧИЙ ПОПИТ: КЕЙС УКРАЇНИ В 2026 РОЦІ
64

Панюк Т. П. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ: МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД У УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 66

Бенчук С.О. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ НА ЦЕМЕНТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ
70

СЕКЦІЯ VI. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ

Юськів Б. М. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК РИНКУ, КУЛЬТУРИ ТА ДЕРЖАВИ 75

Паламарчук О. С. РОЛЬ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ У ФОРМУВАННІ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ 80

Яковенко Р. О. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ У КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ
82

Пляшко О. С. ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, СТІЙКІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ	85
Пелех О. Б. МАРКЕТИНГОВІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ КРЕАТИВНИХ ПРОЄКТІВ	89
Пелех О. Б., Остаповець Є. Ф. КРЕАТИВНІ ХАБИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ	94
Гладунов О. В. ТРАНСФОРМАЦІЯ КЛАСИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ В КОНТЕКСТІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ...	99
Карпчук Н. П. ВИКЛИКИ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ. ЯК ІРЛАНДІЯ ПІДТРИМУЄ МИТЦІВ	103
Хомич С. В. ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ПРОДУКТІВ	107

Наукове видання

«СУЧАСНІ ТРЕНДИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ»

Тези доповідей
V Міжнародної науково-практичної
конференції
24-25 лютого 2026 року

Упорядники: І. А. Либак
Верстка та дизайн: І. А. Либак
Адреса оргкомітету та редколегії:
33028, вул. Степана Бандери, 12,
м. Рівне, Україна

Тел. 0972115521
e-mail: keub@rshu.edu.ua
<https://www.facebook.com/ek.rdgu>
https://www.instagram.com/ekonomika_marketing
сайт: <https://ekibernetika.org.ua/>



Funded by the
European Union



ДИНАМІЧНІ
КРЕАТИВНІ
ІНДУСТРІЇ



Видавець Юрій Кукса
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 8301 від 9 травня 2025 р.
вул. Фабрична, 8, м. Рівне, 33022;
097 42 66 444

Розміщено на сайтах:
<https://rshu.edu.ua/contact/naukovi-vydannia>
creative.rshu.edu.ua