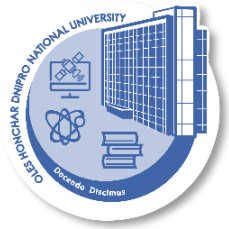
Funded by the
European Union



Erasmus+
Jean Monnet Modules

DOI: 10.15421/conf.2025.01

Materials of the International Scientific and Practical Conference

Green Economy And Green Growth – Opportunities For Sustainable Development

May 22-23, 2025

---

as part of the project
101085435 EUGDProSED ERASMUS-JMO-2022-HEI-TCH-RSCH «The European Green Deal as a prospect of sustainable economic development» within the Erasmus+ Programme "Jean Monnet Actions in the field of Higher Education" for 2021-2027

Dnipro,
Ukraine
2025

Funded by the
European Union

Erasmus+
Jean Monnet Modules

DOI: 10.15421/conf.2025.01

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

Зелена економіка та зелене зростання – можливості для сталого розвитку

22-23 травня 2025 р.

у рамках проекту Програми Європейського Союзу ЕРАЗМУС+ Жан Моне 101085435 – EUGDProSED – ERASMUS-JMO-2022-HEI-TCH-RSCH «Європейський зелений курс як перспектива сталого економічного розвитку»

**м. Дніпро,
Україна
2025**

УДК [330.544.2:502.171](06)

Materials of the International Scientific and Practical Conference “Green Economy And Green Growth – Opportunities For Sustainable Development”, 22-23.05.2025, Dnipro. Organizers: I. Privarnikova, O. Zinchenko, V. Redko, V. Iakovenko, O. Pashchenko. Dnipro: DNU, 2025. 306 p.

Матеріали Міжнародної науково-практичнії конференції «Зелена економіка та зелене зростання – можливості для сталого розвитку», 22-23.05.2025 р., м. Дніпро. Упорядкувальники: І.Ю.Приварникова, О.А.Зінченко, В.Є.Редько, В.С.Яковенко, О.В.Пащенко. Дніпро: ДНУ, 2025. 306 с. DOI: 10.15421/conf.2025.01

Затверджено вченою радою
факультету економіки
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара,
протокол № 12 від 02.06.2025 р.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the authors only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

СЕКЦІЯ 1

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ЗЕЛЕНОЇ УГОДИ

State support for promoting the green economy

Filiz Giray[1]

1. Green Economy for A Sustainable Economy.

Sustainable economic growth requires innovation, advanced skills, supporting institutions, and ecological balance policies. Environmental pollution and climate change have caused countries worldwide to face several of challenges. Many sectors, such as agriculture, building, energy, and transportation, have a share in environmental pollution. The most important indicator of climate change is global warming and excessive rainfall. The global average temperature has risen to over 1.5°C [1]. The main cause of global warming is environmental pollution. With greenhouse gas emissions, the energy sector contributes the most to global warming. Industrialization and urbanization have led to an increase in the energy demand. Fossil fuels used in the energy sector harm the environment and natural resources. According to the International Energy Agency (IEA), the energy sector is responsible for about three-quarters of the emission emissions, which increase global average temperatures by another 1.1 degrees. In addition, globally, the energy sector is the most significant contributor to greenhouse gas emissions, accounting for 75.6% of total emissions [2].

Food security is an issue that is on the agenda along with climate change. Food safety is widely recognized by The United Nations' Food and Agricultural Organization (FAO) as follows: a situation that exists when all people, at all times, have physical, social, and economic access to sufficient, safe, and nutritious food that meets their dietary needs and food preferences for an active and healthy life [3].

Effects such as drought or floods caused by global warming and precipitation, decrease in water resources, and increased uncertainty in climate lead to a decrease in agricultural production, an increase in the prices of agricultural products, an increase in soil erosion due to the increasing length of the season and the increase in precipitation created by it, resulting in a change in the distribution of agricultural and ecological regions, and changes in marketing and supply chain infrastructure [4]. These developments have led to the problem of food insufficiency and security in the face of increasing population. However, agricultural activities (energy consumption, production, animal breeding, fertilization, pesticides, etc.) can also cause climate change by emitting greenhouse gases [5].

To solve these serious problems experienced around the world, all sectors should be aware of the need for a green economy. In other words, today, the green economy is an issue that should be included in both the private and public sector policies in many areas, such as energy, innovation, agriculture, transportation, technology, and building. The theory of ecological modernization has been the hegemonic paradigm that has guided environmental policies around the World [6].

---

[1] *Filiz Giray* – Professor of Public Finance Department, Bursa Uludag University, Turkey.

As the most widely used definition of green economy, a green economy is an economy that increases human well-being and reduces social inequalities, significantly reducing environmental risks and ecological shortages [7]. The ability of the green economy to meet expectations depends on its adoption by all countries. In recent years, there have been significant initiatives to create a green economy, although the degree varies, especially according to the level of development of the countries. Currently, fossil fuels – coal, natural gas, and oil – provide 82 percent of the world's primary energy. Still, due to the decarbonization policy over the past two years, most firms are focusing on deploying low-carbon energy [8].

Another area where the green economy needs to be implemented is transportation. The automotive industry continues its transition from internal combustion engines to electric vehicles, but the pace of adoption varies greatly from country to country. According to the International Energy Agency (IEA), the worldwide sales share of electric cars has tripled from 4.2 percent of sales in 2020 to 14 percent in 2022 [9].

In addition, in many countries, it is seen that buildings cause energy inefficiency with insufficient heat energy due to low insulation levels or old designs. In 2021, the European Commission stated that 75 percent of buildings in the EU are not energy efficient. This situation is a particular issue for the 2050 national net-zero targets [10].

2. Government Support in the Green Economy.

Government intervention is necessary in the creation of a green economy. One of these intervention tools is government support. The main reasons why the environment is accepted as a global public service is the externalities it creates. The market mechanism fails to internalize externalities. Firms and individuals will pollute more because they will not pay the cost of the pollution they impose on other people [11]. Therefore, state intervention is mandatory. Besides, forming a green economy requires more than economic dominance in green technology and the amount of natural resources in a given country. For example, the pressure of opposition from interest groups is another indicator of achieving green economy policy goals. However, innovation is crucial in creating a green economy despite all these factors. In this context, the concept of environmental or eco-innovation is included in the literature. Eco-innovation is any innovation activity that protects the environment or aims to improve the existing level significantly. Eco-innovation includes new production processes, new products or services, and new management and business methods likely to prevent or significantly reduce environmental risks, pollution, and other adverse effects of resource use throughout the life cycle of related activities. It is a subset of environmental innovation. It aims to mitigate climate change, adapt to its effects, and incorporate social innovations in all segments of society [12].

Government support is one of the tools used to create a green economy to eliminate or reduce environmental problems. These support the supply and demand side. Government support is generally seen in three ways. The first is direct monetary payments as budget transfers from the state budget, and the second is tax incentives. The third consists of indirect supports, such as policies that determine the market prices of specific goods and services [13]. Tax incentives aim to reduce investment costs for

firms through tax discounts, ultimately reducing tax debt, increasing private efficiency, and helping firms achieve optimal social production [14]. Environmental tax incentives include low tax rates, investment tax credits, investment discounts, accelerated depreciation, tax exemptions, and exclusions. Direct financing through tax incentives, grants, and loans are the two most widely used policy tools to motivate private organizations to be environmentally responsible.

Government support is applied in all sectors contributing to environmental pollution for the green economy. The state provides direct monetary incentives, tax incentives, and market price supports to producers and consumers to ensure food security caused by the problems in agricultural production caused by climate change [15] [16].

The green economy requires the use of renewable energy in the energy sector. Renewable energy sources include wind, closed-loop biomass, open-loop biomass, geothermal energy, solar energy, municipal solid waste, hydropower, marine, and hydrokinetics [17]. The dissemination of renewable energy sources cannot be realized by firms due to some limitations, especially high investment costs. Renewable energy systems have the technical potential to sustainably reduce greenhouse gas emissions to zero or low levels for all global energy services [18]. For these reasons, thanks to government support firms can create renewable energy sources. Another goal of promoting renewable energy sources is energy security as a political objective [19]. The tax incentives commonly used in green energy are tax exemptions and exclusions, tax refunds, tax credits, and lower tax rates [20].

For a sustainable road transport system, adopting technology-driven innovations and alternative fuels is imperative. For this purpose, promoting alternative fuel vehicles is another green economy step. According to data from the International Energy Agency, the worldwide sales share of electric cars has tripled from 4.2 percent of sales in 2020 to 14 percent in 2022. These developments are promising for the green economy.

To reduce the consumption of polluting fossil fuels, some authors (Monasterolo & Raberto; Coady meat. al.) In their study, they recommend that the subsidies given by the state for fossil fuel from the budget be reduced or completely abolished [21]. Countries significantly reducing fossil fuel subsidies include the UK, France, Spain, Indonesia, China, India, Japan, EU Eastern European countries, and Russia [22].

In the area of technology, for example, Canada, the Netherlands, and Japan rely mostly on tax incentives, while Sweden, Finland, and Germany recommend direct financing almost exclusively. France, Denmark, Spain, the United Kingdom, and the United States prefer to use both instruments simultaneously [23]. Today, tax incentives given to renewable energy sources in the energy sector are a more important source of public support than direct budget expenditures [24].

Countries use tax incentives different ways. For example, a notable consumption tax exclusion is applied in Germany, the Slovak Republic, Denmark, Sweden, and Poland if electricity is produced from renewable energy. Limited tax incentives for personal income tax are available in Belgium, France, Czechia, and Luxembourg. Tax

incentives in corporate income are usually in the form of deductions from taxable income in Belgium, Greece, Czechia, and Spain. Countries with lower value-added tax rates include France, Italy, and Portugal. On the other hand, France applies tax exemptions to solar energy and wind, hydropower, and biomass energies [25].

For the green economy, the environmental policy rigidity index, which measures the rigidity and intensity of environmental policies, has been established by the OECD as the main measure of the scale of incentives and penalties. Table 1 shows these index data [26].

Table 1 – Environmental Policy Stringency Index Country Rankings (2017)

Country	Rank
Denmark	1
Netherland	2
Finland	3
United Kingdom	4
Switzerland	5
France	6
Australia	7
Sweden	8
Germany	9
Poland	10
Canada	11
Italy	12
South Korea	13
Japan	14
United States	15
Czechia	16
Spain	17
Portugal	18
Ireland	19
India	20

Source: KPMG, 2017.

Table 1 shows the countries in the top 20. It is seen that the OECD countries in the first rank are more developed. Environmental policy stringency index indicates that developed countries are generally more sensitive to the green economy because although environmental problems can be considered as negative side effects of the economic development of countries, as countries become richer, more densely populated, and more technically advanced, the desire and ability to face these challenges also increase [26]. Moreover, while more developed economies have more tools to access eco-innovations, less developing countries face several of challenges, such as a lack of indigenous eco-innovation capabilities [27].

Conclusion.

The increased environmental pressure has caused countries to focus on this issue globally. Countries that have power in the green economy will be the countries that manage and shape change in the future. Sustainable development is only possible with environmentally friendly investments. For this reason, all countries need to increase

the green economy. Government support should be used as an essential tool to achieve this goal, especially by developing countries. In particular, environmental R&D and technological innovation can be expanded by government subsidy and tax incentives. While tax incentives should be increased in activities aimed at developing the green economy, subsidies transferred from the budget should be reduced in areas that emit fossil waste and greenhouse gases. If government support includes in all sectors that create environmental pollution, green economy will reach its goal.

Referens:

1. Charting A Sustainable Future: Transformative Policies for India's Energy, Agriculture, and Transport Sectors by Saranga, H., Roy, S., Chowdhury, S. IIMB Management Review. 2024. 36, 21. https://doi.org/10.1016/j.iimb.2024.02.005

2. Charting a sustainable future: Transformative policies for India's energy, agriculture, and transport sectors by Saranga, H., Roy, S., Chowdhury, S. IIMB Management Review. 2024. 36, 21. https://doi.org/10.1016/j.iimb.2024.02.005

3. Trade Reforms and Food Security by FAO, 2003. Rome: https://www.fao.org/3/y4671e/y4671e00.htm#Contents.

4. Climate Change, Global Food Security, and the U.S. Food System, 2015. 1,8. https://www.usda.gov/oce/energy-and-environment/food-security.

5. Why Are Estimates of the Terrestrial Carbon Balance So Different? by Houghton, R.A. Global Change Biology. 2003. 9. 500-509. https://doi.org/10.1046/j.1365-2486.2003.00620.x

6. The Impact of Innovation and Green Fiscal Incentives on Employment in Spain, view of Public Economics by Martínez-Ros, E., Kunapatarawong, R. 2019. 231-4, 127. https://doi.org/10.7866/hpe-rpe.19.4.4

7. Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradi cation by UNEP. 2011. Nairobi: UNEP.

8. Net Zero Readiness Report 2023 by KPMG. 2023, 16.

9. Net Zero Readiness Report 2023 by KPMG. 2023, 16.

10. Net Zero Readiness Report 2023 by KPMG. 2023. 21.

11. Taxation, Innovation and the Environment: A Policy Brief by OECD. 2011. 1.

12. Toward the Green Economy: Assessing Countries' Green Power by Never, B. German Institute of Global and Area Working Papers. 2013. 5.

13. Analyzing Energy Subsidies in the Countries of Eastern Europe, Caucasus and Central Asia by OECD. 2013.

14. The Impact of Innovation and Green Fiscal Incentives on Employment in Spaineview of Public Economics by Martínez-Ros, E., Kunapatarawong, R., Review of Public Economics, 2019. 231(4).126. https://doi.org/10.7866/hpe-rpe.19.4.4

15. Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2023: Adapting Agriculture to Climate Change by OECD. 2023. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/3ac265b3-en/index.html?itemId=/content/component/3ac265b3-en#chapter-d1e20-16aed196e0

16. Agricultural Bias in Focus by Baliño, S., Laborde, D., Murphy, S., Parent, M., Smaller, C. and Traoré, F. IISD and IFPRI. 2019. 3,12. https://www.iisd.org/system/files/publications/agricultural-bias-in-focus.pdf.

17. Green Energy Tax Policies: State and Federal Tax Incentives for Renewable Energy and Energy Efficiency by Garciano, J.L. Natural Resources & Environment. (Spring, 2011). 25(4).

18. Carbon Emission and Mitigation Cost Comparisons Between Fossil Fuel, Nuclear and Renewable Energy Resources for Electricity Generation by Sims, R.H. E., Rogner, H.-H. and Gregory, K. Energy Policy. 2003. 31, 1316. https://doi.org/10.1016/S0301-4215(02)00192-1.

19. Energy Tax Incentives and the Alternative Minimum Tax by Carlson, C. ve Metcalf, G.E. National Tax Journal. (September, 2008). 61(3), 478. https://doi.org/ 10.17310/ntj.2008.3.08

20. Analyzing Energy Subsidies in the Countries of Eastern Europe, Caucasus and Central Asia by OECD, 2013, 21.

21. The Impact of Phasing Out Fossil Fuel Subsidies on the Low-Carbon Transition by Monasterolo, I & Raberto, M. Energy Policy. 2019. https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.08.051 ; Global Fossil Fuel Subsidies Remain Large: An Update Based on Country-Level Estimates by Coady, D. L. P., Le, N.-P. & Shang, B. 2019, IMF Working Paper WP/19/89.

22. Perverse subsidies. Inter Press Services by Myers, N. 2007. http://www.ipsnews.net/2007/08/perverse-subsidies.

23. Science, Technology and Industry Scoreboard 2011 by OECD. Paris: OECD Publishing. 2011.

24. Analyzing Energy Subsidies in the Countries of Eastern Europe, Caucasus and Central Asia by OECD. 2013.

25. Tax Incentives to Promote Green Electricity: An Overview of EU-27 Countries by Cansino, j. M., Pablo-Romero, M. D. P., Román, R. and Yñiguez, R. Energy Policy. 2010. 38. 6000, 6002, 6006

26. Green Tax Index An exploration of Green Tax Incentives and Penalties by the KPMG, 2017. 15-53.

27. Taxation, Innovation and the Environment: A Policy Brief by OECD. 2011.

28. Toward the Green Economy: Assessing Countries' Green Power by Never, B. German Institute of Global and Area Working Papers. 2013. 5.

Роль місцевого самоврядування в розвитку екоініціатив та сталого підприємництва

Сніжана Батуринець[1], Ольга Джур[2]

В умовах глобальної екологічної кризи та зростання актуальності реалізації Європейського зеленого курсу зростає значення регіонального та місцевого рівнів управління. Саме місцеве самоврядування має унікальне положення для впровадження екологічних ініціатив, оскільки воно безпосередньо взаємодіє з громадами, бізнесом та місцевими інституціями. Через політику сталого розвитку на місцевому рівні формується основа для зеленої трансформації економіки, зокрема через впровадження комплексних місцевих стратегій, що включають екологічне планування, просторовий розвиток, збереження природних ресурсів та екологічну освіту населення [1].

Одним із важливих інструментів є прийняття та реалізація стратегій сталого розвитку територіальних громад, що включають заходи з енергоефективності, управління відходами, розвитку сталої мобільності та підтримки екологічно відповідального підприємництва. Такі стратегії базуються на принципах міжсекторальної взаємодії та демократичної участі громадян, дозволяючи об'єднати зусилля місцевої влади, громадських організацій, бізнесу та мешканців. В Україні понад 270 громад приєдналися до ініціативи «Угода мерів – Схід», і лише у 2022 році було реалізовано понад 320 проєктів з енергоефективності, сталої мобільності та управління відходами, що дозволило скоротити викиди CO_2 в середньому на 10–15% у межах цих громад [2]. Успішними прикладами є створення енергетичних кооперативів, запровадження муніципальних програм з екологічного моніторингу та розвиток інфраструктури для сортування і переробки сміття. Наприклад, громада м. Славута реалізувала проєкт модернізації вуличного освітлення із застосуванням енергоощадних LED-технологій, що дало змогу скоротити споживання електроенергії на 55% та зекономити близько 1,2 млн грн на рік [3].

При розгляді джерел фінансування екологічних ініціатив місцевих громад в Україні слід використовувати фінансову підтримку Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України, Міністерства розвитку громад та територій України (Мінрегіон), Державний фонд регіонального розвитку (ДФРР), Державний фонд регіонального розвитку (ДФРР), Міжнародні донорські організації та програми (Програма розвитку ООН (ПРООН) в Україні; Європейський Союз в Україні; USAID Україна; інші фонди та програми: Global

[1] *Батуринець Сніжана Романівна* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент організацій, ДНУ ім. Олеся Гончара, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: baturynets.s@365.dnu.edu.ua.

[2] *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

Environment Facility (GEF), European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), Northern Environment Finance Corporation (NEFCO) тощо), українські та міжнародні екологічні фонди та організації, платформи для залучення фінансування (краудфандинг), регіональні та місцеві програми підтримки.

Місцеве самоврядування відіграє як координуючу, так і стимулюючу роль у впровадженні екоініціатив. По-перше, органи місцевого самоврядування можуть виступати як замовники екологічних рішень, ініціюючи реалізацію заходів із підвищення енергоефективності, розвитку зеленої інфраструктури, модернізації систем утилізації відходів тощо. По-друге, вони виконують роль ініціаторів проектів зі сталого розвитку, розробляючи місцеві програми та нормативно-правові акти, що стимулюють впровадження екологічних технологій на території громад.

Водночас місцеві органи влади можуть виступати посередниками та провайдерами фінансування, активно залучаючи ресурси з міжнародних джерел - таких як програми Європейського Союзу (LIFE, Horizon Europe, Urban Agenda, European Green Deal), фонди ООН (UNDP, UNEP), проєкти GIZ, USAID тощо. Вони подають заявки на участь у грантових конкурсах, супроводжують екологічні проєкти від етапу ідеї до реалізації та звітування, сприяють залученню приватного бізнесу до співфінансування.

Завдяки такій багаторівневій діяльності відкривається доступ до фінансових та експертних ресурсів, що дозволяє реалізовувати інноваційні екопроєкти, такі як енергоощадне освітлення, впровадження альтернативної енергетики, створення центрів переробки відходів, розвиток громадського екологічного транспорту, міських садів тощо. Це, у свою чергу, стимулює створення нових робочих місць, підвищує якість життя населення та зміцнює інвестиційну привабливість територіальних громад.

Сталий розвиток неможливий без підтримки підприємництва, яке враховує екологічну та соціальну відповідальність. У цьому контексті важливим напрямом є розвиток екостартапів – малого та середнього бізнесу, орієнтованого на впровадження зеленої інфраструктури, альтернативної енергетики, вторинної переробки ресурсів. За даними Державного агентства з енергоефективності, лише у 2023 році було підтримано понад 45 екостартапів, більшість з яких працювали в галузях сонячної енергетики, енергоефективного будівництва та апсайклінгу. Місцева влада може сприяти розвитку таких ініціатив, створюючи сприятливе інноваційне середовище: впроваджуючи бізнес-інкубатори, пропонуючи пільгове оподаткування, надаючи комунальні приміщення на конкурсних засадах, а також допомагаючи у маркетингу продукції через регіональні платформи підтримки екологічного підприємництва.[5]

Окрім цього, важливо формувати культуру сталого розвитку серед населення, залучаючи мешканців до процесів планування, консультацій, участі у спільних екопроєктах. Успішні приклади участі громад у розробці планів дій для сталого енергетичного розвитку (SECAP) свідчать про зростаючу екосвідомість та готовність громадян підтримувати сталі ініціативи.

Отже, місцеве самоврядування в умовах реалізації Європейського зеленого курсу виконує не лише управлінську функцію, але й роль каталізатора сталого розвитку, об'єднуючи ресурси та зусилля різних зацікавлених сторін. У 2023 році в межах урядової програми «єРобота» було видано майже 24 тисячі грантів на старт або розвиток бізнесу, що сприяло створенню понад 60 тисяч робочих місць [6]. Зокрема, у 2024 році за програмою «Гранти для переробних підприємств» держава виплатила 375 грантів на загальну суму 1,79 млрд грн . Ці дані свідчать про активну підтримку екологічно орієнтованого підприємництва на місцевому рівні. Для подальшого розвитку екоініціатив в Україні важливо забезпечити нормативну, фінансову та організаційну підтримку з боку держави, розвивати кадровий потенціал у громадах, а також створити ефективні механізми моніторингу та оцінки результативності екологічної політики на місцевому рівні [7].

Список використаних джерел:

1. ПРООН в Україні. Грант на підтримку розробки місцевих політик у громадах Дніпропетровщини та Миколаївщини. URL: https://www.undp.org/uk/ukraine/news/proon-oholoshuye-hrant-na-pidtrymku-rozrobky-mistsevykh-veteranskykh-polityk-u-hromadakh-dnipropetrovshchyny-ta-mykolayivshchyny (дата звернення: 10.05.2025).

2. EU4Energy. Підсумки ініціативи «Угода мерів – Схід» за 2022 рік. URL: https://eu4energy.iee.org.ua/reports2022 (дата звернення: 10.05.2025).

3. Славутська міська рада. Освітлення міста – пріоритетний напрямок роботи. URL: https://slavuta-mvk.gov.ua/archives/24216 (дата звернення: 10.05.2025).

4. Мінрегіон України / Проєкт RFA. Каталог грантових можливостей для громад (квітень 2024). URL: https://decentralization.ua/news/19422 (дата звернення: 10.05.2025).

5. Державний фонд енергоефективності. Підтримка інноваційних стартапів – 2023. URL: https://saee.gov.ua/uk/news/2023/startups-support (дата звернення: 10.05.2025).

6. єРобота: за 2,5 року дії програми гранти отримали 24 тис. підприємців, створено 60 тис. робочих місць. Електронне джерело. URL: https://skilky-skilky.info/ierobota-za-2-5-roku-dii-prohramy-hranty-otrymaly-24-tysiachi-pidpryiemtsiv (дата звернення: 12.05.2025).

7. У 2024 році переробним підприємствам надано 1,8 млрд грн грантів. Електронне джерело. URL: https://skilky-skilky.info/u-2024-rotsi-pererobnym-pidpryiemstvam-nadano-1-8-mlrd-hrn-hrantiv/ (дата звернення: 12.05.2025).

Перспективи розвитку зеленої енергетики в умовах відбудови України

***Богдан Бєльський*[1]**

Сучасні реалії змушують світову спільноту переглядати традиційні підходи до економічного розвитку. Зелена економіка та зелене зростання стають не просто модними трендами, а необхідними умовами виживання людства в умовах загострення екологічних проблем та вичерпання природних ресурсів. Для України питання переходу до зеленої економіки набуває особливого значення в контексті відбудови країни та наближення до європейських стандартів.

Аналіз останніх досліджень свідчить, що проблематика зеленої економіки активно вивчається вітчизняними та зарубіжними вченими. Зокрема, теоретичні засади зеленого зростання розглядаються у працях Б. Данилишина, Л. Мусіної, О. Чмиря та інших. Питання зеленої енергетики досліджують С. Кудря, І. Гайдуцький, Т. Желєзна. Однак проблематика впровадження принципів зеленої економіки в умовах відбудови України після війни залишається недостатньо дослідженою.

Мета роботи – визначити перспективні напрями розвитку зеленої енергетики в Україні з урахуванням сучасних реалій та вимог Європейського зеленого курсу.

Зелена економіка, за визначенням ЮНЕП, – це економіка, яка призводить до підвищення добробуту людей та зміцнення соціальної справедливості при одночасному зниженні екологічних ризиків та дефіциту природних ресурсів [1]. У центрі зеленої економіки – сталий розвиток та раціональне використання ресурсів.

Аналіз досвіду країн ЄС показує, що розвиток зеленої енергетики стимулює не лише покращення екологічної ситуації, а й створює нові робочі місця, сприяє економічному зростанню. За даними Міжнародного агентства з відновлюваної енергетики (IRENA), збільшення частки "зеленої" енергії у світовому енергобалансі до 36% до 2030 року дозволить створити 24 млн нових робочих місць.

Україна має значний потенціал у сфері зеленої енергетики. Зокрема, технічно-досяжний потенціал вітрової та сонячної енергетики оцінюється у 60-70 млрд кВт·год/рік та 38,2 млрд кВт·год/рік відповідно [3]. Проте, наразі цей потенціал використовується не повною мірою. Частка відновлюваних джерел у загальному енергобалансі України у 2023 році склала лише 9,2%.

Основними бар'єрами розвитку зеленої енергетики в Україні є:

недосконаліть нормативно-правової бази;

недостатнє фінансування та висока вартість технологій;

адміністративні перешкоди;

[1] *Бєльський Богдан Павлович* – здобувач першого (бакалаврського) рівн вищої освіти, спеціальність «ЗЦБ», 1 курс, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

низький рівень екологічної свідомості населення;

пошкодження значної частини зеленої інфраструктури внаслідок війни.

Водночас, процес відбудови України відкриває унікальні можливості для «зеленого перезавантаження»" енергетичного сектору. Зокрема:

Диверсифікація енергетичних джерел підвищить енергетичну безпеку країни.

Децентралізація енергопостачання на основі ВДЕ зробить енергосистему більш стійкою до зовнішніх загроз.

Впровадження енергоефективних технологій під час відбудови дозволить значно скоротити енергоспоживання.

Узгодження енергетичної політики з Європейським зеленим курсом сприятиме євроінтеграції України.

Для успішного розвитку зеленої енергетики в Україні доцільно:

Вдосконалити законодавчу базу відповідно до вимог Європейського зеленого курсу;

Запровадити додаткові фінансові стимули для розвитку зеленої енергетики (пільгові кредити, податкові пільги);

Розвивати державно-приватне партнерство у реалізації проєктів зеленої енергетики;

Сприяти підвищенню енергоефективності житлово-комунального господарства;

Стимулювати розвиток малої розподіленої енергетики.

Досліджено особливості та можливості впровадження зеленої енергетики в процесі відбудови України. Проаналізовано зарубіжний досвід розвитку зеленої економіки та його застосування в українських реаліях. Визначено основні перешкоди та стимули для зеленої трансформації енергетичного сектору України. Запропоновано напрями вдосконалення державної політики у сфері зеленої енергетики.

Проведене дослідження дозволяє дійти висновку, що зелена енергетика має стати одним із пріоритетних напрямів відбудови України. Це не лише відповідає глобальним трендам та вимогам Європейського зеленого курсу, але й створює економічні переваги: нові робочі місця, залучення інвестицій, підвищення енергетичної безпеки країни.

Маркетингові стратегії сталого розвитку в умовах Європейської зеленої угоди

***Наталя Горбач*[1, 2]**

В умовах зростаючої екологічної свідомості суспільства та в контексті амбітної Європейської зеленої угоди (European Green Deal), спрямованої на кліматичну нейтральність, бізнес відіграє ключову роль у впровадженні принципів сталого розвитку. Маркетингові стратегії, зокрема комунікаційні, перестають бути лише інструментом збуту, набуваючи стратегічної ваги в інтеграції екологічних цінностей. Метою даного дослідження є аналіз комунікаційних стратегій компаній Європейського Союзу щодо просування екологічно чистих товарів в умовах Європейської зеленої угоди.

За одним із визначень комунікаційна стратегія – це заздалегідь розроблений комплекс дій, спрямований на налагодження зв'язку з різними аудиторіями. Вона охоплює всі можливі способи контакту з громадськістю, координуючи їх для досягнення конкретних результатів, таких як підвищення впізнаваності торгової марки, збільшення обсягів продажів, формування лояльної спільноти клієнтів та залучення постійних покупців [1].

Для більш детального розуміння структури комунікаційної стратегії розглянемо основні етапи її розробки (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Основні етапи комунікаційної стратегії

Етап	Питання	Дії
1. Оцінка наявної позиції	Як нас сприймають зараз?	Зібрати інформацію про те, як організацію бачать медіа, партнери, громадськість. Виявити недоліки та переваги.
2. Формулювання цілей	Чого ми прагнемо?	Визначити конкретні й досяжні цілі, яких планується досягти завдяки комунікації.
3. Визначення цільової аудиторії (ЦА)	З ким ми будемо взаємодіяти?	Виявити ключові групи, з якими потрібно вибудовувати контакт, і зрозуміти їхні очікування.
4. Створення провідного повідомлення	Що ми хочемо сказати?	Розробити чіткі, переконливі меседжі, що відповідають інтересам аудиторії.
5. Вибір способів комунікації	Як ми будемо це доносити?	Обрати канали й інструменти, які найкраще працюють з кожною цільовою групою.
6. Перевірка результатів	Що вдалося досягти?	Аналізувати ефективність дій, коригувати підходи та оновлювати стратегію.

Джерело: укладено авторами на основі [1; 3; 4].

[1] *Горбач Наталя Валеріївна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, 2й курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: baturynets.s@365.dnu.edu.ua.здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, horbach.nv@365.dnu.edu.ua.

[2] Науковий керівник – *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

В нашому ж дослідженні мова йде про сталий розвиток, концепція якого передбачає потребу встановлення рівноваги між задоволенням нинішніх потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, враховуючи потребу в безпечному та здоровому середовищі. Згідно з визначенням Комісії Брундтланд, сталий розвиток – це процес, що забезпечує задоволення потреб сучасників без обмеження здатності майбутніх поколінь задовольняти власні потреби [2; 3].

Поєднавши загальні принципи комунікації з ключовими аспектами сталого розвитку, такими як екологічна відповідальність, соціальна справедливість та економічна доцільність ми отримаємо поняття комунікаційної стратегії сталого розвитку. Ця стратегія дозволяє бізнесам та організаціям не тільки ефективно взаємодіяти з аудиторією, а й показувати свою відповідальність стосовно довкілля, громади та економіки, добиваючись збалансованих результатів у цих сферах. Вона гарантує чесність, прозорість, екологічність та довіру, сприяючи розвитку стійких відносин із зацікавленими сторонами та підтримці сталого розвитку.

Одним із ефективних інструментів реалізації такої стратегії виступає екологічний маркетинг (або «зелений маркетинг») - підхід, що поєднує комунікацію з екологічними ініціативами підприємства. Він використовує різні «інструменти»: від розповідей про екологічні ініціативи компанії до впровадження на заводах технологій, які допомагають економити ресурси, використання екологічної упаковки (або взагалі відмови від зайвої), і навіть створення «зелених офісів», де всі дбають про довкілля. Це ціла система, спрямована на сталий розвиток.

Цей підхід має історичне підґрунтя: у 1975 році Американська асоціація маркетингу (American Marketing Association) вперше провела семінар на тему «Екологічний маркетинг». Уже на початку 1980-х років увагу громадськості привернули екологічні товари, коли було встановлено, що аерозольні балончики, які містять фреони, становлять загрозу для озонового шару Землі [4].

Екологічний маркетинг охоплює весь життєвий цикл продукту - від розробки до утилізації, передбачаючи виробництво й продаж товарів з турботою про довкілля на кожному етапі. Це шлях, орієнтований на відповідальне споживання та екологічну етику в бізнесі.

Сталий розвиток бізнесу є невід'ємною частиною зеленого маркетингу. Це означає використання екологічно чистих методів, таких як використання відновлюваної енергії, зменшення споживання енергії та води, утилізація та повторне використання матеріалів, а також етичне постачання ресурсів. Для підтвердження дотримання принципів сталого розвитку компанії часто здобувають сертифікати «Organic», «Fair Trade» та інші [5].

Світові бренди вже давно усвідомили важливість поєднання бізнесу з принципами сталого розвитку. Компанії Європейського Союзу активно впроваджують стратегії зеленого маркетингу, демонструючи екологічну відповідальність не лише у виробництві, а й у комунікації зі споживачами. Показовим прикладом впровадження принципів сталого розвитку є компанія IKEA, яка визначає турботу про людей і планету як інтегральну складову своєї

корпоративної стратегії. Однією з ключових цілей компанії є повний перехід до використання пластику, виготовленого з відновлюваних або перероблених матеріалів, у всій своїй продукції до 2030 року [6; 8].

Крім того, IKEA послідовно відмовляється від використання одноразових пластикових виробів, замінюючи їх багаторазовими, переробленими або компостними альтернативами, що відповідає принципам циркулярної економіки. Окрім IKEA, вагомий внесок у просування екологічно чистих товарів роблять такі компанії ЄС, як The Body Shop, що акцентує на етичному виробництві та використанні натуральних інгредієнтів, та Unilever, яка активно інтегрує принципи сталого розвитку у свою бізнес-модель через програму *Unilever Sustainable Living Plan*. Ця ініціатива охоплює широкий спектр екологічних та соціальних заходів, спрямованих на зменшення впливу на довкілля та покращення умов життя у країнах присутності компанії. З моменту впровадження програми Unilever зафіксувала зростання продажу своїх екологічно чистих продуктів на 50%, що свідчить про високий попит на сталі товари [7].

Окрім компаній Європейського Союзу, іншим яскравим прикладом є Patagonia – американська компанія, яка спеціалізується на виробництві одягу для активного відпочинку. Вона стала символом відповідального бізнесу завдяки своїй глибокій екологічній філософії. Patagonia не лише фінансує екологічні ініціативи, але й активно інформує споживачів про важливість збереження природи. Наприклад, у 2019 році компанія передала 100% прибутку, отриманого в «Чорну п’ятницю», на підтримку проєктів із захисту довкілля. Така стратегія не лише зміцнила репутацію бренду, а й залучила нову аудиторію, що підтримує сталі практики [7].

В умовах глобальних викликів та зростаючої екологічної обізнаності бізнес стає знаряддям у втіленні принципів сталого розвитку. Комунікаційні стратегії, зокрема зелені маркетингові заходи, відіграють важливу роль у просуванні екологічно чистих товарів та формуванні прихильності серед споживачів, що підтримують сталі практики. Важливим моментом є не тільки інформування громадськості, а й реальні дії, які компанії вчиняють для зменшення впливу на довкілля, таких як використання відновлюваних матеріалів, перехід до циркулярної економіки та підтримка соціальних ініціатив. Приклад таких компаній, як IKEA, The Body Shop, Unilever та Patagonia, показує, що стратегічний підхід до екологічного маркетингу може не лише позитивно впливати на імідж бренду, а й приводити до збільшення попиту на екологічно чисті вироби. Такі компанії демонструють, як можливо поєднувати бізнесову ефективність із турботою про довкілля, формуючи сталі взаємини з клієнтами та підтримуючи засади сталого розвитку. Зелений маркетинг та стратегії сталого розвитку стають не тільки потребою в умовах Європейської зеленої угоди, а й виграшною стратегією для бізнесу, оскільки вони відповідають вимогам сучасного ринку, який дедалі більше орієнтується на екологічну відповідальність та соціальну справедливість.

Список використаних джерел:

1. SendPulse Blog. Що таке комунікаційна стратегія і як її створити? URL: https://sendpulse.ua/blog/communication-strategy (дата звернення: 12.05.2025).
2. Вікіпедія. Сталий розвиток. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B9_%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BA (дата звернення: 12.05.2025).
3. International Institute for Sustainable Development (IISD). Sustainable Development. URL: https://www.iisd.org/mission-and-goals/sustainable-development (дата звернення: 12.05.2025).
4. Інформаційний ресурс Національного гірничого університету. Екологічний маркетинг. URL: https://ir.nmu.org.ua/server/api/core/bitstreams/b8ad7604-4a9c-4572-b68f-58a05525da0c/content (дата звернення: 12.05.2025).
5. Cue for Good. Green Marketing Strategies. URL: https://www.cueforgood.com/blog/green-marketing-strategies/ (дата звернення: 12.05.2025).
6. IKEA. Поступова відмова від одноразового пластику. URL: https://www.ikea.com/ua/uk/this-is-ikea/sustainable-everyday/postupova-vidmova-vid-odnorazovogo-plastiku-pub4e600ed1/ (дата звернення: 12.05.2025).
7. Finway. Нові методи оцінки успіху компаній. URL: https://finway.com.ua/novi-metody-otsinky-uspihu-kompanij/ (дата звернення: 12.05.2025).
8. Джур О., Балачіна Є. Особливості застосування стандартів Зеленої Угоди на Українських підприємствах. *Економіка та суспільство*, (69). https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5095/5042. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-25 (дата звернення: 10.05.2025).

Органічне сільске господарство в країнах Європи: кластеризація моделей розвитку та положення України

Юрій Гуртовий[1], Роман Іванов[2]

Органічне виробництво є важливою складовою «зеленої» економіки, що реалізується задля досягнення балансу між економічним зростанням, соціальним добробутом та екологічною безпекою за рахунок вирощування сільськогосподарської продукції високої якості з одночасним ощадливим використанням природних ресурсів. Для країн Європи органічне сільське господарство є не тільки багатофункціональною моделлю господарювання, але і пріоритетною сферою, що вважається індикатором зрілості їх системи агровиробництва.

Беручи до уваги те, що Україна, яка веде переговори про вступ до ЄС, також взяла курс на розвиток органічного виробництва, що є однією із цілей Національної економічної стратегії на період до 2030 року, а українське сільське господарство є експортно-орієнтовною галуззю, розвиток цієї сфери в Україні потребує прискорення [1]. Проте успішна трансформація державної аграрної політики у цьому напрямку неможлива без порівняльного аналізу рівня залученості українських та європейських виробників в органічний сектор, який визначається не тільки часткою земель з органічним статусом, але і кількістю та динамікою господарств. З цих причин метою поточного дослідження є виявлення організаційних моделей органічного виробництва та первинна оцінка їх ефективності.

Для досягнення поставленої мети була сформована вибірка з 32-х країн Європи: ЄС-27 та Сполученого Королівства як основних країн-партнерів України у зовнішній торгівлі, Ліхтенштейну та Швейцарії як країн, що впливають на тенденції розвитку органічного сектору у світі, та Молдови, яка є країною-кандидатом на членство в ЄС, як і Україна, та зобов’язана наблизити законодавство щодо «зеленого» зростання до правової системи ЄС.

Аналіз кількості органічних виробників дає підстави стверджувати, що за цим показником Україна у 2022 році займала передостанні місця серед країн Європи, лідером серед яких є Італія з 82593 виробниками (рис.1).

У той час, як Греція, Франція та Португалія демонструють не тільки значну кількість виробників, але і рекордні показники її приросту порівняно з 2011 роком, у 2022 році в українському органічному землеробстві функціонувало

[1] *Гуртовий Юрій Валентинович* – здобувач третього рівня вищої освіти, кафедра економічного моделювання, обліку та статистики, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: hurtovyi_yu@365.dnu.edu.ua.

[2] *Іванов Роман Вячеславович* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічного моделювання, обліку та статистики, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: ivanov_r@365.dnu.edu.ua.

лише 360 виробників, в Люксембурзі – 149, Молдові – 139, Ліхтенштейні – 39, Мальті – 25.

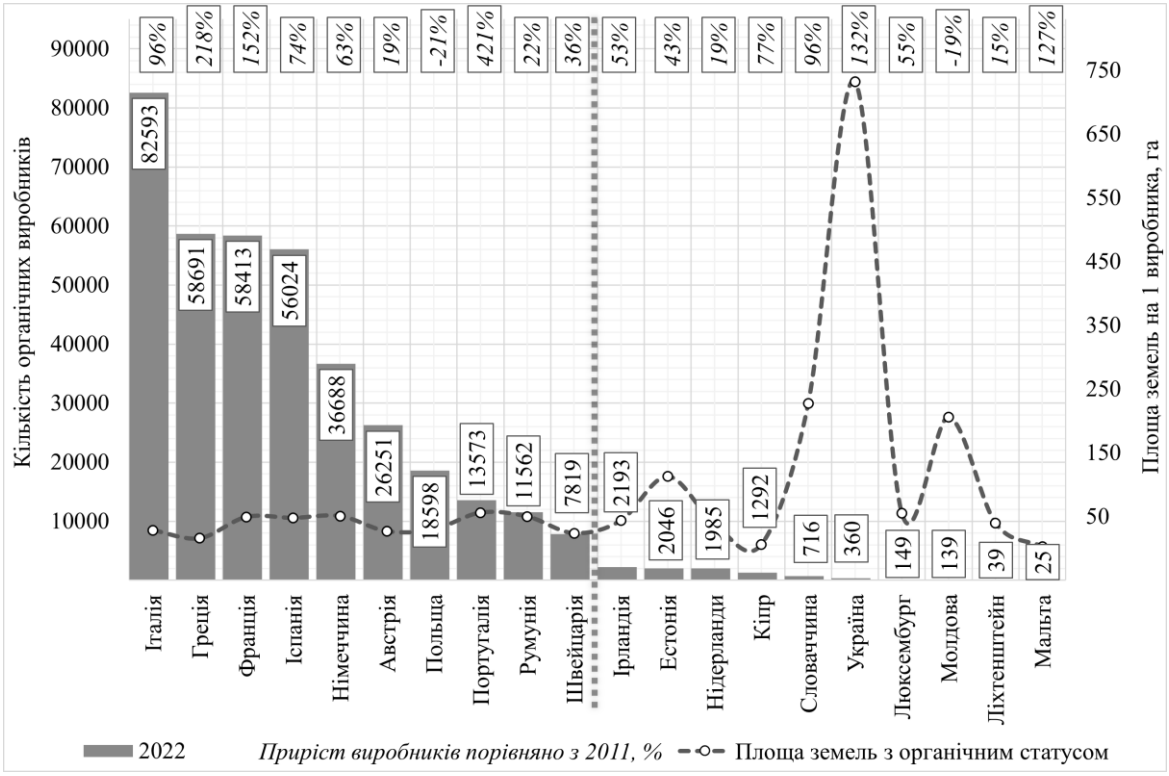


Рисунок 1 – Топ-10 країн Європи з найбільшою та найменшою кількістю органічних виробників у 2022 р., їх приріст порівняно з 2011 р. та середня площа на виробника у 2022 р.

Примітка: кількість органічних виробників у країнах, не представлених на рисунку, знаходяться в діапазоні між Швейцарією та Ірландією.

Джерело: побудовано авторами за даними [2].

Як наслідок, маючи значні земельні ресурси та незначну кількість виробників, в Україні фактично відсутній розвиток малих фермерських господарств, оскільки спостерігається концентрація органічних площ в одного виробника (732,28 га). В ЄС на одного виробника припадає площа, що в середньому становить 40, 43 га та є у 18 разів меншою порівняно з Україною, а цілями Спільної сільськогосподарської політики є підтримка доходів малих і середніх фермерських господарств, а також молодих фермерів.

Для того, щоб виявити типові моделі розвитку органічного виробництва, була здійснена кластеризація досліджуваних країн за двома показниками – часткою органічних площ у структурі сільськогосподарських угідь (%) та кількістю органічних виробників у 2022 році. У результаті застосування методу ієрархічного кластерного аналізу Варда, що ґрунтувався на квадраті евклідової відстані та попередній стандартизації вхідних даних за допомогою z-оцінки, 32 країни були розподілені на 4 чітко виражені кластери, що представлені на рис. 2.

Для подальшої інтерпретації кластерів були розраховані середні величини за цими двома показниками та оцінена середня площа органічних угідь на одного виробника, щоб оцінити ефективність виокремлених моделей органічного виробництва з точки зору їх організаційної структури (рис. 3).

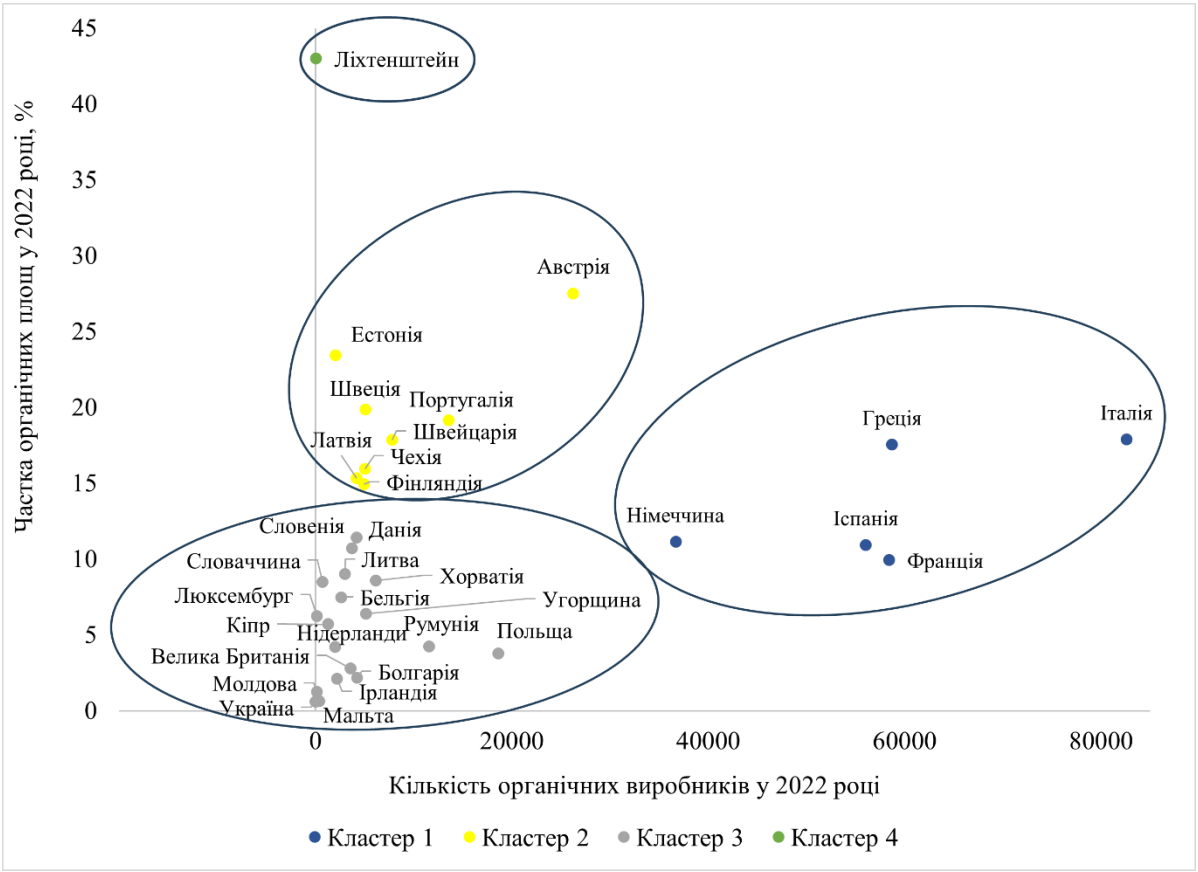


Рисунок 2 – Розподіл країн Європи з різними рівнями розвитку органічного виробництва за кластерами

Джерело: розраховано та побудовано авторами.

Ward Method		Кількість органічних виробників у 2022	Частка органічних площ у 2022, %	Площа земель з органічним статусом на 1 виробника, га
1	Mean	58481,80	13,5060	38,3780
	N	5	5	5
	Std. Deviation	16297,308	3,88948	15,55267
2	Mean	8617,13	19,2650	73,7000
	N	8	8	8
	Std. Deviation	7908,447	4,35468	37,59852
3	Mean	3870,28	5,3344	102,8072
	N	18	18	18
	Std. Deviation	4622,465	3,42457	169,47942
4	Mean	39,00	43,0000	39,8700
	N	1	1	1
	Std. Deviation	.	.	.
Total	Mean	13470,31	11,2709	83,4966
	N	32	32	32
	Std. Deviation	21267,380	9,10500	129,35578

Рисунок 3 – Усереднені показники країн, згрупованих за різними рівнями розвитку органічного виробництва за результатами ієрархічної кластеризації

Джерело: розраховано та побудовано авторами.

До першого кластеру відносяться країни (Італія, Німеччина, Греція, Іспанія, Франція), для яких характерна найбільша кількість органічних виробників (в середньому понад 58 тис.) та рівень органічних площ (13.51%), що є більшим за середній для ЄС-27 у 2022 році. З огляду на найменшу кількість площ у розрахунку на одного виробника (38, 38 га), система органічного виробництва країн спирається на малі та середні фермерські господарства.

До другої групи відносяться країни, що хоч і мають помірну кількість виробників (7908), однак для них характерна більша частка угідь з органічним статусом (19,27%). Разом з цим, організаційна структура моделі цих країн є більш збалансованою, адже країни кластеру досягають значних результатів одразу за двома ключовими напрямками, поєднуючи і масштаб виробничої діяльності, і її інтенсивність. До третього кластеру відноситься найбільша кількість країн (18), для яких характерний переважно низький рівень розвитку органічного виробництва, великі площі якого сконцентровані в руках одного оператора (понад 100 га).У свою чергу, Ліхтенштейн є унікальною країною, оскільки, незважаючи на надзвичайно малу кількість виробників (39), країна має найвищу частку органічних угідь (43%) у 2022 році. Це є свідченням їх фокусу на чіткій і виваженій екологічній політиці та відданості принципам сталого розвитку.

З огляду на отримані результати, надмірна концентрація органічних площ великими виробниками не є стимулятором рівня розвитку органічного виробництва в країні. Базуючись на цьому припущенні, Україні, яка відноситься до третього кластеру з низьким рівнем його розвитку, при трансформації стратегії державної аграрної політики слід брати за орієнтир організаційну структуру країн, що відносяться до другого кластеру, які досягають значних результатів, орієнтуючись не на великі агрохолдинги, а на малих та середніх виробників.

Розвиток малих фермерських господарств в сфері українського органічного виробництва є складним через бар’єри входження в галузь – як економічні, так і технічні фактори. На думку економістів, хоча фермери і виявляють зацікавленість у виробництві органічної продукції, необхідність здійснення тривалих інвестицій протягом конверсійного періоду у придбання спеціальної техніки та обладнання, засобів захисту рослин, добрив, насіннєвого матеріалу та кормів є значними труднощами [3]. Внаслідок необхідності здійснення постійних інвестиційних витрат малі підприємства можуть отримати збитки у короткостроковій перспективі та припинити виробничу діяльність взагалі. Окрім цього, на дохід впливає проведення щорічної сертифікації, ризик неотримання державної компенсації, нижча врожайність органічного рослинництва та зростання використання робочої сили внаслідок трудомісткості боротьби з шкідливими або небажаними рослинами без використання отрутохімікатів.

Для Молдови, як і України, теж характерна значна площа сільськогосподарських угідь з органічним статусом (205, 87 га) на одного виробника, проте для малих та середніх органічних підприємств Молдови за даними розроблені спеціальні програми державної підтримки, які передбачають різні інструменти, а також виділення фінансової підтримки та моніторинг її впливу [4]. В межах фінансової підтримки органічним виробникам, що

залишаються у системі органічного агровиробництва щонайменше 5 років, надаються постінвестиційні гранти з метою компенсації втраченого доходу і додаткових витрат фермерів, пов'язаних із переходом від конвенційного сільського господарства. Окрім цього, повідомляється про можливості отримати авансові гранти на розвиток стартап-проєктів, авансові гранти на розвиток села, прямі виплати на голову худоби, відшкодування акцизного збору з дизельного палива, авансові субсидії на поліпшення земель.

Використовуючи європейський досвід, одним із способів часткового зменшення витрат для малих підприємств в Україні може стати можливість групової сертифікації. В країнах ЄС групова сертифікація введена в дію новим Регламентом Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 2018/848 про органічне виробництво й маркування органічних продуктів з 1 січня 2022 року [5]. Невеликі фермери можуть об'єднатися в кооперативи та зекономити час, фінансові ресурси, спільно і виробляючи продукцію, і проходячи її сертифікацію. Українські нормативно-правові акти, що регулюють порядок сертифікації органічного виробництва, не зазнавали суттєвих змін після їх прийняття у 2020 році, а тому не передбачають групової сертифікації для малих виробників.

Окрім цього, збільшення обсягу державної підтримки (дотацій, компенсації вартості витрат, вигідних умов кредитування), що за прикладом ЄС надається і протягом конверсійного періоду, теж мотивувала б входження малих і молодих фермерів у сферу органічного виробництва в Україні, особливо в сільській місцевості. Враховуючи трудомісткість органічного землеробства, це сприятиме зменшенню рівня безробіття, що зросло у сільській місцевості з моменту укрупнення громад в рамках реформи адміністративно-територіального устрою у 2015-2020 роках.

Список використаних джерел:

1. Ivanov, R., Hurtovyi, Y., Ivanov, K. Problems of the Organic Agricultural Production Development as Threats to Ukraine's Economic Security. *European Journal of Management Issues*. 2024. Т. 32, № 2. С. 115-130. URL: https://doi.org/10.15421/192410.

2. Data on organic agriculture world-wide. *FiBL*. URL: https://statistics.fibl.org/world.html (дата звернення: 3.05.2024).

3. Łuczka, W. Problems of organic agriculture development in the farmers' opinion. *Annals of The Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*. 2023. Т. 25, № 4. С. 283-296. URL: https://doi.org/10.5604/01.3001.0054.0916.

4. Cimpoieş, L., Coşalîc, D. Organic farming support policy in Moldova. *Scientific papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development"*. 2023. Т. 23, № 2. С. 159-164. URL: https://www.researchgate.net/publication/378207556_ORGANIC_FARMING_SUPPORT_POLICY_IN_MOLDOVA (дата звернення: 15.05.2025).

5. Regulation (EU) 2018/848 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 on organic production and labelling of organic products and repealing Council Regulation (EC) No 834/2007. *EUR-Lex*. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02018R0848-20220101#M6-2 (дата звернення: 11.04.2025).

Сталий розвиток економічних систем в умовах поширення Європейської зеленої угоди: перспективи та виклики

***Дар'я Ковтун*[1]**

Сталий економічний розвиток визначається як збалансоване економічне зростання, яке враховує екологічні, економічні та соціальні аспекти, без виснаження ресурсів, забезпечуючи можливості для майбутніх поколінь [1]. «Європейська зелена угода» (ЄЗУ), офіційно представлена як «дорожня карта» для досягнення кліматичної нейтральності та модернізації Європи, встановлює ключові цілі: досягнення нульового рівня викидів парникових газів до 2050 року, скорочення викидів щонайменше на 55% до 2030 року (відносно 1990 року) та розрив залежності економічного зростання від використання ресурсів [4], [7]. Детальніше, головні цілі Європейської зеленої угоди викладені в табл. 1.

Таблиця 1 – Стратегічні цілі «Європейської зеленої угоди»

Мета	Кінцевий термін	Опис
Вуглецева нейтральність	2050 рік	Зведення викидів CO2 до межі, коли обсяг викидів відповідає їхньому поглинанню
Зменшення викидів парникових газів	2030 рік	Скорочення викидів парникових газів на 55% у порівнянні з 1990 роком
Розвиток відновлювальних джерел енергії	Постійний процес	Збільшення частки відновлювальних джерел в загальному енергобалансі

Джерело: розроблено автором на основі [4]

ЄЗУ охоплює всі сектори економіки: енергетику, транспорт, промисловість, сільське господарство, будівництво тощо. Ключові напрямки включають перехід до відновлювальної енергетики, екологічно чисту індустріалізацію, покращення енергоефективності будівель, впровадження екологічно чистого транспорту, нульове забруднення навколишнього середовища та відновлення біорізноманіття. Наприклад, ініціатива «Циркулярна економіка» передбачає заходи на всіх етапах життєвого циклу продукції - від виробництва до утилізації, що сприяє зменшенню споживання первинних ресурсів, стимулюючи інновації та створення робочих місць [8], [9].

Новий «План з чистої промисловості» (Clean Industrial Deal, лютий 2025) інтегрує кліматичні та конкурентні цілі: для досягнення світового лідерства в циркулярній економіці та підвищення конкурентоспроможності виробників ЄС до 2030 року (зокрема, переробка понад 50% сталі, сплавів тощо) [8]. Ця стратегія передбачає понад 175 директив і регуляцій, що стимулюють інвестиції

[1] *Ковтун Дар'я Олексіївна* – бакалавр міжнародних економічних відносин, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна.

в чисту енергетику, «зелені» технології та управління вуглецевими викидами підприємств [2].

ЄЗУ тісно пов'язана з Глобальною програмою ООН зі сталого розвитку (ЦСР 2030). Дослідники відзначають, що це не просто кліматична ініціатива, а «ширша стратегія сталого зростання» [1]. Наприклад, польові дослідження показують важливість узгодження досягнення кліматичних цілей з усіма іншими Цілями сталого розвитку (наприклад, боротьба з бідністю, нерівністю, освіта). Водночас, ЄЗУ проголошує принцип «ніхто не залишиться осторонь» (Just Transition), що передбачає соціальні гарантії та підтримку регіонів, залежних від вуглецевих галузей. Однак науковці застерігають, що недостатність інструментарію та невизначеність оцінки економіко-соціальних наслідків можуть поставити під загрозу реалізацію плану і навіть єдність ЄС. Як показують дослідження, без врахування довгострокових наслідків і якісної системи моніторингу, впровадження цілей ЄЗУ та ЦСР 2030 залишатиметься «невизначеним» [10].

Однією з ключових ідей ЄЗУ є роз’єднання економічного зростання від використання ресурсів. Офіційні дані Євростату показують, що з 2000 року ресурсопродуктивність економіки ЄС зросла майже на 44%. Особливо помітний прогрес спостерігається у відновленні після пандемії: з 2021 по 2023 рік економіка ЄС зросла майже на 4%, тоді як споживання матеріальних ресурсів скоротилося більше ніж на 3% [6]. Це ілюструє поступовий успіх у оптимізації споживання ресурсів і підвищенні ефективності виробництва. Загалом, ці результати підтверджують цілі ЄС щодо стимулювання економічного зростання з мінімізацією впливу на навколишнє середовище.

Енергетичний сектор ЄЗУ передбачає широке впровадження відновлювальних джерел енергії та чистих технологій. Наприклад, Єврокомісія звітує про використання 1,8 трильйона євро з Фонду відновлення ЄС та програми «Horizon» для фінансування «зеленої трансформації» [3]. Для бізнесу це відкриває нові можливості: за даними PwC [2], понад 175 нових директив стимулюють інвестиції в кліматичні технології, спонукаючи до перегляду моделей постачання та звітності. При цьому зростає акцент на конкурентоспроможності: «Clean Industrial Deal» підкреслює прагнення ЄС зберегти лідерство у розробці чистих технологій (25% світових «зелених» патентів) та забезпечити промислове виробництво відповідно до нових кліматичних стандартів [8].

Соціальний вимір трансформації також враховується: ЄЗУ має на меті "не залишити нікого осторонь", що включає підтримку працівників вуглецевих галузей і регіонів, сприяння набуттю навичок для "зелених" професій та соціальний захист [10]. Дослідження показують, що країни з високим рівнем реалізації "зелених" ініціатив (наприклад, Швеція) демонструють кращі результати в сфері сталого розвитку, а недотримання соціальних аспектів призводить до затримок та проблем (наприклад, в Ірландії) [7].

Також, розглянемо не менш важливе питання в нашій темі, це кількість викидів парникових газів в країнах ЄС (рис. 1).

Рисунок 1 – Зміна інтенсивності викидів парникових газів від валової доданої вартості за 2013–2023 рр., у -%

Джерело: розроблено автором на основі [5].

На рис. 1 представлено зміни інтенсивності викидів парникових газів від валової доданої вартості у країнах ЄС. Інтенсивність викидів парникових газів визначає обсяг викидів (у перерахунку на еквівалент CO2) на одиницю валової доданої вартості (у євро). Зниження інтенсивності викидів свідчить про зменшення обсягу викидів при тому самому обсязі економічної доданої вартості. Інтенсивність викидів парникових газів у Європейському Союзі зменшилася на 32% з 2013 по 2023 роки [5]. Це означає, що економіка ЄС одночасно збільшила свою додану вартість (+19%) та зменшила викиди парникових газів. Найбільше скорочення інтенсивності викидів зафіксовано в Естонії (-60,8%), Ірландії (-50%) та Словенії (-41,4%). Водночас Австрія (-16,7%), Литва (-17,1%) та Люксембург (-18,7%) досягли помірного скорочення інтенсивності викидів парникових газів.

Хоча ЄЗУ відкриває нові можливості (інвестиції в "чисті" технології, робочі місця в екосекторах, підвищення конкурентоспроможності), вона також створює виклики. Пандемія COVID-19 та війна в Україні уповільнили впровадження "зелених" ініціатив через різке зростання цін на енергоносії та підвищену увагу до енергетичної безпеки [1]. Крім того, створення таких механізмів, як механізм вуглецевого кордону (CBAM), може вплинути на зовнішньоекономічні зв’язки: він стимулює декарбонізацію імпортованої продукції, але викликає дискусії щодо можливих негативних наслідків для торговельних партнерів [11]. Однак, Європейська комісія закликає підвищувати глобальні кліматичні амбіції та впроваджувати "справедливі" регулювання у всьому світі, щоб уникнути "вуглецевого витоку" [8], [11].

Перспективи передбачають подальше використання інноваційних технологій та фінансування "зеленої" трансформації. Єврокомісія вже виділила значні кошти (1/3 від пакету відновлення «NextGenerationEU Recovery Plan») на проекти, які поєднують кліматичні та економічні цілі [4]. Досвід показує, що за

умови постійного моніторингу та науково обґрунтованої політики, ЄЗУ може значно прискорити стале зростання.

Як висновок, хочу сказати, що Європейська зелена угода - це амбітна стратегія, спрямована на інтеграцію кліматичних, економічних і соціальних цілей сталого розвитку. Вона відкриває можливості для модернізації економічних систем через декарбонізацію, енергоефективність і циркулярну економіку, водночас забезпечуючи справедливий перехід для всіх. Реалізація ЄЗУ вже призвела до значного скорочення викидів у ключових секторах та збільшення ресурсопродуктивності ЄС. Проте різні стартові позиції країн, суспільно-політичні кризи та необхідність великих інвестицій створюють виклики. Подальший успіх залежить від посилення міжнародної координації, гнучкого фінансування зелених інновацій та забезпечення соціальної підтримки в перехідний період. Таким чином, ЄЗУ формує новий формат сталого розвитку економічних систем, що орієнтовані на поєднання економічного зростання з екологічною безпекою та соціальною справедливістю.

Список використаних джерел:

1. Assessing the sustainability of the European Green Deal and its interlin kages with the SDGs. URL: https://www.nature.com/articles/s44168-024-00104-6
2. Buysing Damsté C., Kinghorn R., Kuo I. How the EU's Green Deal is driving business reinvention. PwC Insight. URL: https://www.pwc.com/gx/en/issues/esg/eu-green-deal-reinvention.html
3. European Commission - Research & Innovation. Research and innovation for the European Green Deal. URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/strategy/strategy-research-and-innovation/environment-and-climate/european-green-deal_en
4. European Commission. (2020). The European Green Deal. URL: https://ec.europa.eu/green-deal
5. Eurostat. EU greenhouse gas emissions reduced by 7% in 2023. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/w/ddn-20250113-1
6. Eurostat. Material flow accounts and resource productivity. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Material_flow_accounts_and_resource_productivity
7. Evaluating the Progress of the EU Countries Towards Implementation of the European Green Deal: A Multiple Criteria Approach. URL: https://www.mdpi.com/2073-445X/14/1/141
8. Green growth revisited: The EU's Clean Industrial Deal. URL: https://www.sciencespo.fr/psia/chair-sustainable-development/2025/02/28/green-growth-revisited-the-eus-clean-industrial-deal/
9. The EU SWITCH to Green Flagship Initiative. The EU Green Deal – a roadmap to sustainable economies. URL: https://www.switchtogreen.eu/the-eu-green-deal-promoting-a-green-notable-circular-economy/
10. The green deal – just transition and sustainable development goals Nexus. URL: https://ideas.repec.org/a/eee/rensus/v168y2022ics136403212200644x.html
11. Ülgen S. A Political Economy Perspective on the EU's Carbon Border Tax. Carnegie Europe. URL: https://carnegieendowment.org/research/2023/05/a-political-economy-perspective-on-the-eus-carbon-border-tax?lang=en

Особливості комплексної оцінки якості м’ясних продуктів з мікроводоростю chlorella

Ольга Кожемяка[1], Людмила Пешук[2]

Сьогодні продовольча безпека нашої країни проходить глобальні випробування. Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування проголошено в Цілях сталого розвитку України на період до 2030 року [1]. Окрім цього, наша держава схвалила Стратегії продовольчої безпеки України на період до 2027 року, де зазначається покращення показника - “Фактор якості та безпечності їжі” (71,3 бала із 100 або 52-е місце у рейтингу за Глобальним індексом продовольчої безпеки). За його оцінками, українці вживають достатньо якісного білка, а харчові продукти загалом є безпечними, хоча раціон середнього українця не відзначається різноманітністю [2].

В рамках зазначеного вектору наукові установи активно підтримують Цілі та Стратеії, працюючи в напрямку розробки нових харчових продуктів, які сприятимуть забезпеченню добового раціону людини повноцінними білками, вітамінами, мінералами тощо. Так, перспективним джерелом білковомісної сировини є мікроводорості *Chlorella*. Включення мікроводоростей до складу харчових продуктів відкриває перспективи для розробки оздоровчих продуктів харчування, оскільки вони є природним джерелом поживних речовин та біологічно активних сполук.

Важливим критерієм для споживача залишається якість харчової продукції. В першу чергу споживач сприймає сенсорні ознаки продукту: зовнішній вигляд, смак, запах тощо. Також споживачу небайдужа інформація про склад продукту, харчову та енергетичну цінність, наявність біологічно активних речовин тощо. Тому при розробці харчового продукту необхідно включити в спектр досліджень такі показники, які охоплюють взаємопов'язані властивості, що характеризують якість даної продукції. Орієнтуючись на споживача, необхідно прагнути, щоб якість продукції охоплювала не тільки їхні передбачені функції та характеристики, але також їхні сприймані цінність і користь [3].

Для комплексної оцінки якості м’ясних продуктів було використано принципи кваліметрії. Таким чином, було вивчено певну кількість властивостей продукту і враховано ті показники, які є необхідними й достатніми для оцінки якості продукту.

Під час дослідження нами було розраховано комплексний показник якості контрольного і дослідного зразків м'ясних паштетів, збагачених мікроводоростю

[1] *Кожемяка Ольга Володимирівна* – аспірант, Інститут продовольчих ресурсів НААН, м. Київ, Україна, e-mail: olgakogem@ukr.com.

[2] *Пешук Людмила Василівна* – доктор сільськогосподарських наук, професор, професор кафедри харчових технологій, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: scorpion17lv@ukr.net.

Chlorella від 0.5 % до 3.0 %. Контрольним зразком було обрано рецептуру паштету за ДСТУ 4432:2005 [4, 5]. До спектру досліджень увійшли органолептичні показники, показниками харчової та енергетичної цінності, в тому числі збалансованість по амінокислотному складу, мікробіологічні та показниками безпеки (токсичні елементи).

Для кожного з показників розраховували відносні показники якості продукції за формулами, що наведені нижче. Враховували, якщо підвищення значення показника сприяло підвищенню якості продукції, використовували формулу:

$$K_i = \frac{P_i}{P_{i\,\text{баз}}}, \qquad (1)$$

де *Pi*– значення *i*-го показника (*i*=1,2,3…*n*) якості оцінюваної продукції;

Pi баз – значення *i*-го показника якості базового зразка;

n – кількість оцінюваних показників.

Якщо зниження значення показника спричиняло підвищення якості виробу, застосовували формулу:

$$K_i = \frac{P_{i\,\text{баз}}}{P_i} \qquad (2)$$

Визначення коефіцієнту вагомості окремо кожного показника в межах груп та між групами встановлювали у рамках експертної групи з дотриманням умови, що

$$\sum_{i=1}^{n} M_i = 1 \qquad (3)$$

Комплексні показники якості (групові та загальний) розраховували за допомогою формули

$$K_0 = \sum_{i=1}^{n} M_i P_i \qquad (4)$$

Розрахували групові (для кожної групи властивостей – PA, PB, PC, PD, PE) та комплексні показники якості виробів. Результати розрахунків наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Результати визначення комплексної оцінки якості м'ясних паштетів

Оцінка якості за властивостями	Паштет за ДСТУ 4432:2005 (контроль)	Паштет з вмістом *Chlorella* 0.5 %
Органолептичні показники, PA	0,197	0,198
Хімічний склад та енергетична цінність, PB	0,193	0,304
Біологічна цінність – збалансованість по амінокислотному складу, PC	0,35	0,370
Мікробіологічна стабільність продукту, PD	0,051	0,053
Токсичні елементи, PE	0,028	0,073
Комплексний показник якості K_0	0,818	0,998

Для оцінювання скористались шкалою Харрингтона [6], що поділяється на п'ять інтервалів: 1,00…0,80 – дуже добре; 0,80…0,63 – добре; 0,63…0.37 – задовільно; 0,37…0,20 – погано; 0,20…0,00 – дуже погано.

Висновок. Комплексна оцінка якості паштетів з мікроводоростю *Chlorella* за шкалою оцінювання відповідає рівню «дуже добре», та підвищилась в порівнянні з контрольним зразком на 22 %. Мікроводорость *Chlorella* сприяє покращенню таких показників в м'ясних продуктах, як «хімічний склад та енергетична цінність» і «збалансованість по амінокислотному складу».

Список використаних джерел:

1. Указ Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» станом на 30.09.2019/ *Урядовий кур'єр* від 02.10.2019.2019. № 188; *Офіційний вісник України* від 07.10.2019. 2019. № 21. С. 17, стаття 890.

2. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії продовольчої безпеки України на період до 2027 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації» станом на 23.07.2024/ Кабінет Міністрів України. – *Урядовий кур'єр* від 27.07.2024.2024. № 152; *Офіційний вісник України* від 12.08.2024. 2024. № 70, стаття 4220, код акта 126161/2024.

3. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT), ДП «УкрНДНЦ». Київ, 2016. 45 с.

4. ДСТУ 4432:2005 Паштети м`ясні. Технічні умови, ДП «УкрНДНЦ». Київ, 2006. 15 с.

5. Kozhemiaka O. V., Peshuk L. V. Chlorella as a biologically active component in the technology of health and wellness products. Journal of Chemistry and Technologies. 2023. №2 (31). P. 230-239. https://doi.org/10.15421/jchemtech.v31i2.275148.

6. Harrington E. C. The desirable function / E. C. Harrington // Industrial Quality control. – 1965. – № 21, Vol. 10. – P. 124–131.

Сталий розвиток через призму соціальної відповідальності

Олександра Кравцова[1], Ганна Дугінець[2]

У сучасному світі, що стрімко змінюється під впливом глобалізації, кліматичних викликів та соціально-економічної нестабільності, питання сталого розвитку набуває особливої актуальності. Стійке майбутнє неможливе без переосмислення ролі людини, бізнесу та держави у формуванні відповідального підходу до навколишнього середовища, ресурсів і суспільства загалом. Саме тому соціальна відповідальність постає як невід'ємна складова концепції сталого розвитку. Соціальна відповідальність виходить за межі благодійності чи дотримання законів – вона є свідомим вибором діяти в інтересах суспільства та довкілля. Її інтеграція в економічну, політичну та культурну практику дозволяє створювати системні зміни, які сприяють довготривалому розвитку громад, регіонів і країн.

Згідно з дослідженням MIT Sloan Management Review, компанії з високим ESG-рейтингом (Environmental, Social, Governance) демонструють на 25% вищу рентабельність у довгостроковій перспективі. Ця закономірність підкріплюється даними про те, що інвестори все частіше розглядають ESG-фактори як ключові критерії оцінки ризиків та потенціалу. Яскравим прикладом є американська компанія Patagonia, яка перетворила циклічну економіку на основу своєї бізнес-моделі. Її програма ремонту одягу Worn Wear не лише зменшила вуглецевий слід на 30% (згідно зі звітом компанії за 2021 рік), але й залучила мільйони клієнтів через прозору комунікацію про екологічні цінності. Патагонія також інвестує 1% від річного обороту в екологічні організації, що стало стандартом для багатьох «зелених» стартапів [1, с.83]. В Україні приклад Nova Poshta ілюструє, як соціальні інвестиції трансформуються в конкурентні переваги. Компанія відновила понад 50 шкіл у зонах бойових дій, створила освітні програми для дітей-переселенців та впровадила систему екологічної логістики (електровени, паперові накладені). Як наслідок, її репутаційний індекс (за даними Ranking.UA) зріс на 40% у 2023 році, а рівень лояльності клієнтів перевищив 85%. Це підтверджує тезу про те, що ESG-стратегії не лише покращують імідж, але й генерують економічні дивіденди через зростання довіри споживачів та партнерів.

Європейський Зелений курс (EU Green Deal) став каталізатором системних змін, інтегруючи соціальну відповідальність у глобальну декарбонізацію. Україна, як асоційований член ЄС, адаптувала його принципи через програму «Зелена економіка» (2023). Компанії з нульовими викидами отримують знижку на податок на прибуток (до 20%), а також доступ до державних тендерів на пріоритетних умовах.

---

[1] *Кравцова Олександра Олександрівна* – здобувачка, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна.

[2] *Дугінець Ганна Володимирівна* – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світової економіки, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна.

За підтримки Європейського інвестиційного банку (ЄІБ) впроваджуються проекти сонячних і вітрових електростанцій. Наприклад, будівництво ВЕС «Дністровська» потужністю 500 МВт отримало 150 млн євро кредиту від ЄІБ, що забезпечить енергоресурсами 200 тисяч домогосподарств [2, с.157].

Паризька угода (2015) акцентує на соціальних аспектах кліматичних змін. Національно визначені внески (NDC) країн-учасниць базуються на принципах справедливого переходу (just transition). Наприклад, Німеччина виділила €40 млрд на перекваліфікацію працівників вугільної промисловості, а ПАР інтегрувала програми соціального захисту для громад, які постраждали від закриття шахт. Україна, згідно зі своїми NDC, планує до 2030 року зменшити викиди на 65% (від рівня 1990 року), але викликом залишається інклюзивність цих змін: 30% сільських громад досі не мають доступу до «зелених» технологій через брак фінансування.

Синергія між секторами стає ключем до успіху. Наприклад, спільний проект ЄС та українських НУО «Енергетична трансформація громад» поєднує державні субсидії, корпоративні інвестиції (наприклад, від ДТЕК) та громадянські ініціативи. Це дозволило відновити 15 шкіл із сонячними панелями та створити 500 «зелених» робочих місць у 2023 році [3, с.5]. Глобальна динаміка ESG-інвестицій, звітності та викидів CO_2 наведена у табл.1.

Таблиця 1 – Глобальна динаміка ESG-інвестицій, звітності та викидів CO_2 [4]

Показник	2015	2020	2023	Прогноз 2030
Інвестиції в ESG-фонди (трлн $)	22,8	35,7	41,2	53
Частка компаній з ESG-звітами (%)	45%	65%	78%	90%
Викиди CO_2 (глобальні, млрд тонн)	36,4	34,7	33,9	30

Аналіз даних за період 2015–2023 років та прогноз до 2030 року демонструє суттєві зрушення у глобальній економічній та екологічній динаміці. Інвестиції в ESG-фонди зросли на 80% - з 22,8 трлну 2015 р. до 41,2 трлн у 2023 році, що свідчить про структурну трансформацію фінансових ринків, де сталість стає ключовим критерієм прийняття рішень. Очікується, що до 2030 року цей показник досягне $53 трлн, підкріплюючи тренд на довгострокові інвестиції в етичні та екологічно безпечні активи. Паралельно спостерігається різке зростання корпоративної прозорості: частка компаній, які публікують ESG-звіти, збільшилася з 45% у 2015 році до 78% у 2023 році, а до кінця десятиліття наблизиться до 90%. Це свідчить про зміну парадигми управління, де соціальна та екологічна відповідальність інтегруються в ядро бізнес-стратегій. Динаміка декарбонізації та відновлюваної енергетики в ЄС наведена у табл. 2.

Таблиця 2 – Динаміка декарбонізації та відновлюваної енергетики в ЄС [4]

Показник	2015	2020	2023	Ціль 2030
Викиди CO_2 (від 1990 року, зміна %)	-20%	-22%	-23%	-55%
Частка ВДЕ в енергобалансі (%)	16,7%	22,1%	27,4%	45%

Аналіз представлених даних свідчить про суттєвий прогрес Європейського Союзу у сфері екологічної трансформації, водночас виявляючи певні виклики на шляху до досягнення амбітних цілей на 2030 рік. За період з 2015 по 2023 роки ЄС досяг помітних результатів: рівень викидів CO_2 скоротився з -20% до -23%

відносно показників 1990 року, частка відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) у загальному енергобалансі зросла з 16,7% до 27,4%. Прогрес України у сфері сталого розвитку наведено у табл. 3.

Таблиця 3 – Прогрес України у сфері сталого розвитку [5]

Показник	2015	2020	2023	Ціль 2030
Частка ВДЕ в енергобалансі (%)	4%	9%	14%	25%
Кількість ESG-звітів компаній	12	85	123	300+
Інвестиції у «зелену» енергетику (млн €)	120	280	500	1500

Аналізуючи динаміку ключових показників сталого розвитку в Україні за період 2015-2023 років, можна констатувати значний прогрес у трьох основних напрямках. У сфері енергетичної трансформації спостерігається стійке зростання частки відновлюваних джерел енергії у загальному енергобалансі країни – з 4% у 2015 році до 14% у 2023 році, що свідчить про успішну реалізацію державної політики у цій сфері. Однак для досягнення цільового показника 25% до 2030 року Україні необхідно подвоїти поточні темпи розвитку відновлюваної енергетики, що вимагатиме значних додаткових інвестицій та інституційних зусиль.

Отже, сучасний світ переживає глобальну трансформацію, де соціальна відповідальність стала ключовим чинником сталого розвитку. ESG-інвестиції зросли на 80% за останнє десятиліття, досягнувши $41,2 трлн у 2023 році, при цьому компанії з високими ESG-показниками демонструють на 25% вищу рентабельність. ЄС досяг значних успіхів у декарбонізації, знизивши викиди на 23% та збільшивши частку ВДЕ до 27,4%, проте для досягнення цілей 2030 року потрібно подвоїти зусилля. Україна, незважаючи на складні умови, показала вражаючий прогрес: частка ВДЕ зросла в 3,5 рази, кількість ESG-звітів - у 10 разів. Досвід Patagonia та Nova Poshta доводить, що соціальна відповідальність генерує реальні економічні переваги. Основним викликом залишається розрив між зростанням ESG-інвестицій та їх впливом на декарбонізацію. Для подолання цього необхідно розвивати інституційну інфраструктуру, залучати міжнародне фінансування та впроваджувати інноваційні технології. Соціальна відповідальність перетворилася на стратегічну необхідність і стане вирішальним чинником у побудові стійкого майбутнього.

Список використаних джерел:

1. Котов І. В. Теоретичні основи управління сталим розвитком територіальних громад. Право та державне управління. 2023. №3. С. 83–88.

2. Островський І. А., Стадник Г. В. Сталий розвиток в цифровій економіці: стратегії, виклики та індикатори розвитку «розумних» міст. Економічний простір. 2024. №189. С. 157–162.

3. Редько К. Ю., Мірошниченко В. Р. Дослідження сталого розвитку в Україні: оцінка стану виконання цілей. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2022. №22. С. 5–13.

4. Reckmann N. What Is Corporate Social Responsibility? 2023: веб-сайт. URL: https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporatesocial-responsibility.html

5. Цілі сталого розвитку. Індикатори для України / Держ. служба статистики України. URL: https://sdg.ukrstat.gov.ua/uk

Розвиток зеленої енергетики в Україні

***Богдан Очеретяний*[1]**

Зелена економіка стала одним із провідних векторів сучасного глобального економічного розвитку, що виникла у відповідь на зростаюче виснаження природних ресурсів та деградацію навколишнього середовища, спричинені промисловим зростанням. Вона являє собою модель, що сприяє сталому розвитку шляхом раціонального та ефективного використання природних ресурсів, зменшення забруднення навколишнього середовища та сприяння соціальному добробуту. Головною метою цієї моделі є забезпечення економічного зростання, яке не пов'язане з надмірним використанням природного капіталу, тим самим зберігаючи екосистеми для майбутніх поколінь [1]

Зелена економіка покликана функціонувати в межах екологічних меж планети, прагнучи скоротити викиди вуглецю та екологічні ризики, одночасно підвищуючи ефективність використання ресурсів та сприяючи соціальній справедливості. Одним із найважливіших її компонентів є розвиток відновлюваних джерел енергії, широко відомих як «зелена» енергія. Ці джерела енергії не тільки екологічно чисті, але й сприяють енергетичній незалежності, охороні здоров'я, інноваціям та сталому економічному зростанню. Відновлювана енергія включає такі джерела, як вітер, сонце, гідроенергія та біоенергія, які можна використовувати без постійного виснаження природних ресурсів. На відміну від викопного палива, яке викидає парникові гази та сприяє глобальному потеплінню, відновлювані джерела енергії пропонують чисті, безпечні та дедалі конкурентоспроможніші альтернативи. [1]

В європейському контексті перехід до відновлюваної енергетики вже показав вражаючі результати. Наприклад в 2024 році понад 71% електроенергії у країнах-членах ЄС вироблялося з відновлюваних джерел, таких як вітер, сонце, гідроенергетика та біоенергетика. [5] Серед найуспішніших країн у цій галузі – Швеція, Фінляндія, Данія, Польща та Іспанія. Швеція, наприклад, досягла значних успіхів, активно підтримуючи будівництво понад 2000 гідроелектростанцій та сприяючи використанню біомаси для виробництва електроенергії, що робить її лідером у європейському секторі відновлюваної енергетики. Данія, яка досягла 50% вітрової енергії в загальному структурі електроенергетики, планує повністю відмовитися від вугілля та нафтопродуктів на своїх електростанціях до 2035 року, тим самим повністю перейшовши на чисті джерела енергії. [1] Німеччина в 2024 році виробила 71 кВт сонячної енергії. Угорщина має найвищу у світі частку сонячної енергії в структурі електроенергії – 25%. Такого результату вдалося досягти завдяки масштабній програмі

[1] *Очеретяний Богдан Романович* – здобувач першого (бакалаврського) рівн вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: ocheretianyi.b.r@365.dnu.edu.ua.

стимулювання сонячної енергетики в житлових будинках, яка сприяла збільшенню потужностей. [2]

Україна має значний потенціал відновлюваної енергетики. Станом на початок 2020-х років технічно досяжний енергетичний потенціал з альтернативних джерел у традиційних паливних еквівалентах оцінювався приблизно в 63 мільйони тонн на рік. Однак фактична частка відновлюваної енергії в енергетичному балансі країни залишається низькою, спочатку становлячи лише близько 3%. Згідно з національною енергетичною стратегією, Україна планує збільшити цю частку до 20% до 2030 року. Незважаючи на виклики, спричинені повномасштабним російським вторгненням, Україна продовжує нарощувати свої потужності зеленої енергетики. На початок 2022 року загальна встановлена потужність об'єктів відновлюваної енергетики перевищила 9,5 гВт. Навіть попри те, що близько 25% цієї потужності, включаючи 75% вітрових електростанцій (1,25 гВт) та 14% сонячних станцій (0,6 гВт), знаходяться на територіях, які наразі перебувають під окупацією, Україні все ж вдалося виробити близько 10% своєї електроенергії з сонячної та вітрової енергії у 2023 році, а з урахуванням великих гідроелектростанцій – понад 20% [3]

Сонячна енергетика є найбільш розвиненим сегментом зеленої енергетики в Україні. На початок 2024 року сонячна енергетика становила близько 7,3 гВт встановленої потужності, або майже 90% від загальної потужності відновлюваної енергетики країни. Найсприятливіший період для виробництва сонячної енергії – з квітня по жовтень у південних регіонах та з травня по вересень у північних регіонах. Майбутні прогнози передбачають помірне, але стабільне зростання сонячних установок, включаючи побутові сонячні енергетичні системи. До 2030 року виробництво сонячної енергії може досягти 13,5 тис. гВт, із загальною потужністю 12,2 гВт (включаючи 7,2 гВт від виробників та 5 гВт від активних споживачів) [3].

Вітроенергетика, хоча й значно постраждала від війни, має багатообіцяючий потенціал розвитку, особливо в південних та південно-східних регіонах, де швидкість вітру є оптимальною для сучасних турбін. Станом на початок 2024 року потужність вітроенергетики становила 512 МВт, при цьому приблизно 1,4 ГВт було втрачено через зайнятість. Тим не менш, розвиток потужніших турбін та нових наземних вітрових електростанцій може збільшити виробництво до 17,5 тисячі гВт до 2030 року. Розвиток морської вітроенергетики залишається обмеженим, з прогнозованою потужністю 100 мВт та виробництвом 271 гВт. [3]

Сільське господарство України забезпечує достатні ресурси для біоенергетики за рахунок рослинних залишків, гною та енергетичних культур. На початку 2024 року біомасні та біогазові установки становили близько 320 мВт. З огляду на 10 мільйонів тонн твердих побутових відходів, що утворюються щорічно та понад 5500 сміттєзвалищ, існує значний невикористаний потенціал для виробництва біогазу. До 2030 року виробництво електроенергії з біомаси та біогазу може зрости до 3850 гВт, за умови збільшення потужності до 876 мВт.

Довгострокова стратегія України передбачає, що виробництво електроенергії з відновлюваних джерел енергії досягне майже 44 тисячгГВт до 2030 року. Оскільки більшість довоєнних зелених об'єктів були зосереджені в південних регіонах, майбутній розвиток буде зосереджений на енергодефіцитних районах. [3]

Стратегія зеленої енергетики України відповідає енергетичним та екологічним директивам ЄС, і країна активно гармонізує своє законодавство з європейськими стандартами.. Перехід України до зеленої енергетики отримує життєво важливу підтримку від міжнародних організацій, зокрема Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (UNDP). Програма відновлення зеленої енергетики для України, започаткована UNDP, являє собою значну багатосторонню ініціативу, спрямовану на відновлення енергетичних систем, пошкоджених війною, а також на закладання основи для довгострокової стійкості. Окрім постачання та встановлення обладнання, UNDP проводить навчання для місцевих постачальників та кінцевих користувачів, особливо на критично важливих об'єктах, таких як лікарні. Програма робить акцент на децентралізації, стійкості та інтеграції робочої сили. Ці стратегічні зусилля забезпечують не лише короткострокову стабільність, але й більш інклюзивну та готову до майбутнього енергетичну систему для України. [4]

Незважаючи на численні переваги, перехід України до зеленої енергетики стикається зі значними труднощами. Напади на енергетичну інфраструктуру посилили нагальність децентралізації та захисту зелених об'єктів. Також ключовим викликом є фінансування будівництва та модернізації електростанцій, що використовують відновлювану енергетику. Інвестиції в передові технології, включаючи системи накопичення енергії та високоефективні турбіни, є важливими для максимізації ефективності та стабільності мережі.

Україна продемонструвала вражаючу рішучість та адаптивність. Якщо поточні стратегії будуть підкріплені послідовною політикою, міжнародною співпрацею та іноземними інвестиціями, Україна має хороші можливості для досягнення своєї амбітної мети – 20% відновлюваної енергії в своєму енергетичному балансі до 2030 року. Більше того, завдяки впровадженню європейських систем сертифікації та гарантій походження енергії, Україна може стати ключовим експортером зеленої електроенергії до Європейського Союзу. Стратегічні інвестиції, розумні політичні рішення та інклюзивні моделі зростання будуть ключем до розкриття повного потенціалу сектору зеленої енергетики та забезпечення сталого енергетичного майбутнього для всіх українців. Таким чином, зелена енергія є не лише інструментом відновлення та стійкості, але й основою для довгострокової інтеграції України в європейський економічний та енергетичний ландшафт.

Список використаних джерел:

1. Бутенко В. Розвиток зеленої енергетики в Україні [Електронний ресурс] // Едорада. – 2022. – URL: https://edorada.org/en/articles/575. (дата звернення: 7.05.2025)
2. В 2024 році світ виробив рекордний 41% електроенергії з чистих джерел [Електронний ресурс] // Екополітика. – URL: https://ecopolitic.com.ua/ua/news/u-2024-roci-svit-virobiv-rekordnij-41-elektroenergii-z-chistih-dzherel/. (дата звернення: 7.05.2025)
3. Зростання до 27%, що саме пропонує план "зеленої" енергетики України до 2030 року [Електронний ресурс] // РБК Україна. – URL: https://www.rbc.ua/rus/news/zrostannya-27-shcho-same-proponue-plan-zelenoyi-1724000519.html. (дата звернення: 7.05.2025)
4. United Nations Development Programme. Програма зеленого відновлення енергетики України [Електронний ресурс]. – URL: https://www.undp.org/uk/ukraine/projects/prohrama-zelenoho-vidnovlennya-enerhetyky-ukrayiny. (дата звернення: 7.05.2025)
5. World surpasses 40% clean electricity with Europe leading as a solar superpower [Електронний ресурс] // Euro News. – 2025. – URL: https://www.euronews.com/green/2025/04/08/world-surpasses-40-clean-electricity-with-europe-leading-as-a-solar-superpower. (дата звернення: 7.05.2025)

Використання штучного інтелекту у зеленій економіці: можливості, виклики та перспективи розвитку

***Ірина Приварникова*[1], *Марк Сердюков*[2]**

У XXI столітті глобальні екологічні виклики, зокрема зміна клімату, деградація природних ресурсів, втрата біорізноманіття та забруднення навколишнього середовища, стимулюють пошук нових шляхів для переходу до зеленої економіки. Значну роль у цьому переході відіграють інноваційні технології, зокрема штучний інтелект (ШІ), який виступає одним із інструментів гармонійного поєднання економічного зростання, соціальної справедливості та екологічної рівноваги. Інтеграція ШІ у зелені економічні процеси відкриває широкі можливості для підвищення ефективності використання ресурсів, мінімізації екологічного сліду та розвитку нових бізнес-моделей, орієнтованих на принципи сталого розвитку.

ШІ має здатність радикально змінити спосіб функціонування економічних систем завдяки аналітиці великих даних, здатності прогнозувати складні процеси та автоматизувати ухвалення рішень. Як зазначають автори В. Македон, О. Михайленко та Р. Вазов, робототехніка, ШІ та інші цифрові технллогії призводять до кардинальних змін виробництва і споживання і, по суті, знаменують настання нового технологічного укладу [1]. Крім того, застосування таких технологій у зеленій економіці може сприяти ефективнішому використанню ресурсів, зниженню негативного впливу на довкілля та підтримці сталого розвитку у різних секторах економіки.

Однією з ключових сфер застосування ШІ є енергетика. Інтелектуальні енергосистеми (smart grids), що використовують алгоритми ШІ, дозволяють оптимізувати розподіл енергії, балансувати попит і пропозицію, прогнозувати виробництво енергії з відновлюваних джерел залежно від погодних умов. Завдяки цьому забезпечується мінімізація втрат енергії та підвищення ефективності енергоспоживання. Зокрема, передбачення пікових навантажень допомагає уникати перевантажень мережі та скорочує потребу у використанні викопного палива для покриття попиту.

У сільському господарстві ШІ сприяє розвитку прецизійного землеробства. Використання дронів, сенсорних систем і аналізу супутникових знімків дозволяє в режимі реального часу моніторити стан ґрунтів, визначати потреби рослин у воді чи поживних речовинах, прогнозувати врожайність. Це дає змогу зменшити використання пестицидів і добрив, зберігаючи при цьому високу продуктивність

[1] *Приварникова Ірина Юліївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і міжнародного менеджмента, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: privarnikova.irina@gmail.com.

[2] *Сердюков Марк Віталійович* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 1 курс, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: serdiukov_m@365.dnu.edu.ua.

сільського господарства та знижуючи навантаження на екосистеми.

Особливий інтерес викликає застосування ШІ у циркулярній економіці та управлінні відходами. Технології комп'ютерного моніторінгу та прогнозування допомагають автоматизувати сортування відходів, а аналітичні системи пропонують оптимальні стратегії повторного використання матеріалів. Алгоритми машинного навчання, обробка зображень і роботизовані системи дозволяють автоматизувати процеси сортування сміття, підвищуючи ефективність переробки матеріалів. Це сприяє розвитку циркулярної економіки, де продукти і матеріали максимально довго залишаються у використанні, а кількість відходів зводиться до мінімуму.

Крім того, ШІ є важливим інструментом для екологічного моніторингу. Моделі прогнозування змін клімату, моделювання екосистем, виявлення забруднення повітря чи води в реальному часі – все це завдяки можливостям обробки великих масивів даних. Інтелектуальні системи допомагають науковцям, урядовцям та громадськості краще розуміти екологічні процеси та вчасно вживати заходів для збереження довкілля.

Проте впровадження штучного інтелекту у зелену економіку супроводжується низкою викликів, які вимагають комплексного вирішення. Насамперед слід враховувати енергетичну вартість технологій ШІ. Процеси виробництва і навчання великих моделей нейронних мереж потребують значних обсягів електроенергії, що, у свою чергу, може призводити до збільшення викидів парникових газів, якщо ця енергія отримується з невідновлюваних джерел. Таким чином, важливо забезпечувати використання «зелених» джерел енергії для обслуговування дата-центрів і створювати енергоефективні алгоритми. Потрібна критична оцінка екологічної вартості кожної технологічної інновації, а також створення прозорих стандартів «зеленого» ШІ.

Ще одним викликом є необхідність етичного регулювання розвитку ШІ. Важливо гарантувати, що новітні технології не поглиблюють соціальну нерівність і не стають джерелом нових форм екологічної чи цифрової несправедливості. Принципи прозорості, підзвітності та інклюзивності мають стати основою політик і практик у сфері ШІ для зеленої економіки та враховувати етичні аспекти – захист даних, соціальну справедливість та недопущення цифрової нерівності.

Особливу увагу слід приділити питанням доступності інновацій для країн, що розвиваються. Нерівний доступ до цифрових технологій може закріпити існуючі економічні та екологічні диспропорції на глобальному рівні. Тому підтримка трансферу технологій, розбудова цифрової інфраструктури та зміцнення освітніх програм у сфері ШІ мають стати пріоритетними завданнями міжнародної співпраці.

У контексті перспектив розвитку ШІ для зеленої економіки можна виділити кілька ключових напрямів:

- розробка і впровадження енергоефективних алгоритмів і моделей;
- інтеграція етичних стандартів у розробку і використання технологій;
- активізація досліджень у галузі «зеленого» машинного навчання;

– розвиток партнерств між урядами, бізнесом, науковими установами та громадськими організаціями для спільної реалізації екологічних інновацій.

Отже, потенціал штучного інтелекту в трансформації економіки у більш стійку та екологічно відповідальну є значним. Штучний інтелект має стати рушієм змін на шляху до зеленої економіки. Його відповідальне і стратегічне застосування може сприяти досягненню Цілей сталого розвитку ООН, забезпечуючи екологічно чисте, економічно ефективне та соціально справедливе майбутнє. Проте для цього необхідне узгоджене зусилля всіх учасників глобальної екосистеми – від технологічних компаній до державних регуляторів і громадянського суспільства. Успіх залежить від свідомого управління ризиками і розвитку інклюзивних стратегій використання ШІ на благо довкілля і суспільства.

Список використаних джерел:

1. Makedon, V., Mykhailenko, O., & Vazov, R. (2021). Dominants and Features of Growth of the World Market of Robotics. European Journal of Management Issues, 29(3), 133-141. https://doi.org/10.15421/192113

2. Матеріали круглого столу «Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності», 16.05.2023 р., м. Дніпро. Укладачі: І.Ю.Приварникова, О.А.Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. 232 с. DOI: 10.15421/conf.2023.01

Розвиток «зеленої» іт-інфраструктури та енергоефективних технологій в європейських компаніях

***Микита Ромах*[1, 2]**

Цифрова трансформація охоплює всі сфери життя, а стрімке зростання ІТ-інфраструктури спричиняє значне енергоспоживання та викиди CO_2. У відповідь європейські компанії впроваджують «зелені» ІТ-рішення, що допомагають зменшити екологічний вплив, скоротити витрати та підвищити ефективність і репутацію бізнесу.

«Зелена інфраструктура» – це підхід, визначений Європейською Комісією як потенційна стратегія захисту біорізноманіття та створення здорових, стійких екосистем. Зелена інфраструктура передбачає захист, створення, відновлення та поєднання зелених насаджень для створення у довкіллі як природних, так і антропогенних мереж – від парків до зелених стін, ділянок польових квітів, лісовкритих земель, плавнів тощо. Зелена інфраструктура має сприяти пом'якшенню наслідків зміни клімату та адаптації до них, збереженню здоров'я екосистем, впровадженню принципів сталого розвитку та зміцненню екосистемних послуг (переваг, які екосистеми надають людям) [1].

Основна мета зеленої ІТ-інфраструктури – зробити цифрові технології не лише ефективними та продуктивними, а й безпечними для екології. Це досягається завдяки низці ключових технологічних і організаційних рішень, які детально розглянемо нижче.

Для управління внутрішніми ІТ-системами компанії та забезпечення цифрових послуг як для внутрішніх, так і для зовнішніх користувачів використовуються різноманітні складові. Зазвичай виділяють три основні компоненти, що формують ІТ-інфраструктуру будь-якої організації: апаратне забезпечення, програмне забезпечення та мережеві технології (рис. 1).

Якщо говорити про Європейський Союз, то він активно просуває «зелені» технології в ІТ-сфері через законодавчі ініціативи, як-от Директива про енергоефективність (EED), Кодекс поведінки для дата-центрів та Регламент Ecodesign. Це стимулює компанії зменшувати споживання енергії, переходити на відновлювані джерела та впроваджувати енергоощадне обладнання. Країни на кшталт Данії, Швеції та Нідерландів стали лідерами у застосуванні таких практик, поєднуючи ефективність із турботою про довкілля.

---

[1] *Ромах Микита Андрійович* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] Науковий керівник – *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара., м. Дніпро, Україна.

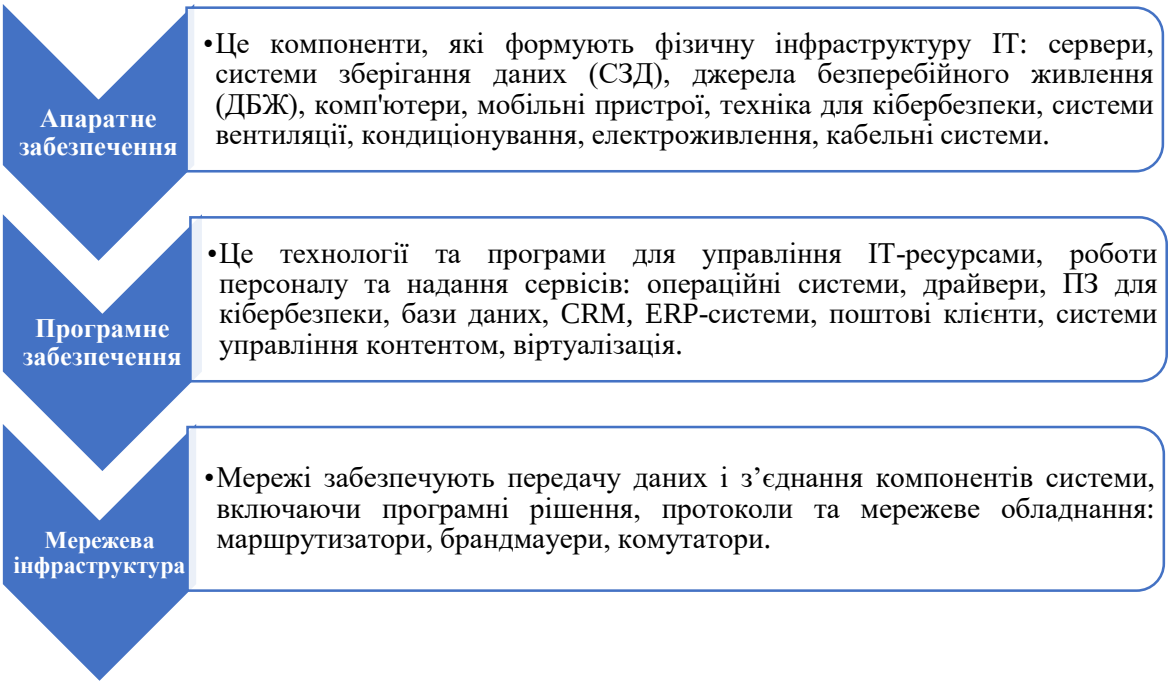


Рисунок 1 – Компоненти IT-інфраструктури

Складено автором на основі [2].

Нижче представлена табл. 1, яка ілюструє основні напрямки сталого розвитку IT-інфраструктури на прикладі європейських компаній.

Таблиця 1 – Практичні кейси впровадження «зелених» IT-рішень

Напрямок практики	Країни/Компанії	Опис реалізації
Перехід на відновлювану енергію	Нідерланди, Данія, Швеція	Дата-центри використовують вітрову (Нідерланди, Данія) та гідроелектричну енергію (Швеція) для живлення.
Оптимізація енергоспоживання за допомогою ШІ	Equinix, OVHcloud	Використання алгоритмів машинного навчання для автоматичного регулювання систем охолодження, знижуючи споживання енергії до 30%.
Використання надлишкового тепла	Париж, Осло	Генерація тепла від серверів, яке використовується для обігріву житлових кварталів та комунальних об'єктів.
Циркулярна економіка	Atos, Ericsson	Впровадження програм з повторного використання та переробки серверного обладнання для зменшення витрат і електронних відходів.

Джерело: складено автором на основі [3], [4], [5].

Але якщо відбувається впровадження «зелених» IT-рішень, то виникають питання щодо фінансування таких інновацій. Оскільки реалізація таких проектів часто потребує значних інвестицій у новітні технології та модернізацію інфраструктури, необхідне сприяння з боку держави та фінансових установ.

Фінансування та підтримка «зелених» ініціатив у Європі здійснюються через програми EEEF, Horizon Europe, Digital Europe та InvestEU, які спрямовані на зменшення енергоспоживання та розвиток ВДЕ. Важливу роль відіграють також пільгові кредити від Європейського інвестиційного банку, що знижують

витрати компаній і стимулюють впровадження сталих IT-рішень. Основні приклади компаній, які успішно реалізували інновації у сфері сталого розвитку, наведені в табл. 2.

Таблиця 2 – Приклади впровадження «зелених» IT-рішень європейськими компаніями

Компанія	Опис впроваджених рішень
Microsoft	Встановлення стратегії сталого розвитку з використанням ВДЕ для дата-центрів та оптимізація енергоспоживання.
Amazon Web Services (AWS)	Інвестиції в проекти з відновлювальної енергії та впровадження енергоефективних технологій у центрах обробки даних.
Siemens	Є членом Green Software Foundation та динамічно працює над розробкою енергоефективного програмного забезпечення, наприклад, для оптимізації виробничих процесів та інтелектуальних мереж.
Google	100% використання ВДЕ в дата-центрах та офісах, а також інноваційні рішення для зменшення вуглецевого сліду.

Джерело: складено автором на основі [6].

Табл. 2 демонструє, як провідні компанії, такі як Microsoft, Amazon Web Services (AWS), Siemens і Google, впроваджують «зелені» IT-ініціативи. Microsoft використовує відновлювані джерела енергії для своїх дата-центрів, AWS інвестує в проекти з відновлюваної енергії, а Google досягла 100% використання ВДЕ. Ці компанії показують, як поєднувати економічну вигоду та екологічні переваги, забезпечуючи сталий розвиток і зменшення негативного впливу на довкілля.

Впровадження «зелених» IT-рішень стикається з кількома викликами, серед яких найважливішими є високі початкові витрати, технічні обмеження та недостатня обізнаність про переваги таких технологій (рис. 2). Інвестування в нові енергоефективні технології потребує значних витрат, а старі системи можуть ускладнювати впровадження інновацій. Окрім того, деякі компанії не повною мірою розуміють економічні вигоди від сталих рішень [7].

Рисунок 2 – Основні виклики впровадження «зелених» IT-рішень в Європі

Перспективи впровадження «зелених» ІТ-рішень є багатообіцяючими (рис.3). Зниження операційних витрат і покращення корпоративного іміджу дозволяють компаніям не тільки економити, але й привертати нових клієнтів. Окрім цього, пільгові кредити та гранти допомагають фінансувати сталий розвиток, а новітні технології зміцнюють конкурентоспроможність.

Рисунок 3 – Основні перспективи впровадження «зелених» ІТ-рішень в Європі

Тож розвиток «зеленої» ІТ-інфраструктури та енергоефективних технологій у Європі є ключовим напрямком для сталого розвитку цифрової економіки, знижуючи екологічний вплив і скорочуючи викиди CO_2. Успішні приклади компаній, як Microsoft та Google, а також прогресивні країни, такі як Нідерланди та Швеція, показують ефективність сталих рішень у ІТ. Однак високі початкові витрати та технічні обмеження вимагають підтримки урядів і фінансових установ. Перспективи розвитку «зеленої» ІТ-інфраструктури виглядають оптимістично, з огляду на зниження операційних витрат та зростаючий попит на сталий розвиток, що дозволить створити більш екологічно відповідальну цифрову інфраструктуру в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Дослідники вивчили питання політики «зеленої інфраструктури» у Швеції. *Зелена трансформація України*. URL: https://greentransform.org.ua/doslidnyky-vyvchyly-pytannya-polityky-zelenoyi-infrastruktury-u-shvetsiyi/ (дата звернення: 14.05.2025).

2. ІТ-інфраструктура підприємства: що це таке, і які компоненти включає - Netwave. *Netwave*. URL: https://netwave.ua/blog/it-infrastruktura-pidpryemstva-shcho-ce-take-i-yaki-komponenty-vklyuchae/ (дата звернення: 14.05.2025).

3. Маммедов А. О. Перспективи розвитку галузі відновлювальних джерел в Україні на прикладі досвіду країн Європейського союзу. *Наукові тренди постіндустріального суспільства*. 2024. С. 57–61.

URL: https://www.researchgate.net/publication/380469990_PERSPEKTIVI_ROZVITKU_GALUZI_VIDNOVLUVALNIH_DZEREL_ENERGII_V_UKRAINI_NA_PRIKLADI_DOSVIDU_KRAIN_EVPROPEJSKOGO_SOUZU (дата звернення: 14.05.2025).

4. Пузирьова П., Садовський Є. ECOSYSTEM OF INNOVATIVE IT CLUSTERS IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *"Scientific notes of the University"KROK"*. 2025. No. 1(77). P. 42–53. URL: https://doi.org/10.31732/2663-2209-2025-77-42-53 (date of access: 14.05.2025).

5. Серажим Т., Гнатюк Л. СУЧАСНІ ТЕХНІКИ ПОКРАЩЕННЯ ЗЕЛЕНИХ ІНФРАСТРУКТУР ТА СТРАТЕГІЙ ЗЕЛЕНЕННЯ В МІСТАХ КАНАДИ. Теорія та практика проектування. 2024. № 33. С. 287–294. URL: https://doi.org/10.32782/2415-8151.2024.33.30 (дата звернення: 14.05.2025).

6. Тренд на «зелені» дата-центри у світі: чому і як бізнес інвестує в екорішення | Kyivstar Business Hub. *Kyivstar Business Hub – корпоративний блог для бізнесу*. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/trend-na-zeleni-data-czentri-u-sviti-chomu-i-yak-biznes-investuye-v-ekorishennya?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 14.05.2025).

7. Джур О., Балачіна Є. Особливості застосування стандартів Зеленої Угоди на Українських підприємствах. *Економіка та суспільство*, (69). https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5095/5042. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-25 (дата звернення: 14.05.2025).

Інвестиції як інструмент забезпечення сталого розвитку підприємництва територіальних громад

Ольга Рудаченко[1], Валентина Смачило[2]

У сучасних умовах соціально-економічної нестабільності, спричиненої повномасштабною війною, внутрішніми кризами та глобальними викликами, питання сталого розвитку територіальних громад (ТГ) України набуває особливої ваги. Відновлення місцевої економіки, забезпечення життєздатності підприємницьких ініціатив та підвищення якості життя населення потребують ефективних і довгострокових механізмів підтримки. Одним із ключових інструментів у цьому процесі є інвестиції – як внутрішні, так і зовнішні, які здатні активізувати економічну діяльність, створити нові робочі місця, модернізувати інфраструктуру та стимулювати підприємництво [1-2].

Зокрема, територіальні громади, що отримали розширені повноваження в межах децентралізації, потребують якісного інституційного та фінансового підґрунтя для розвитку. Інвестиції в малий і середній бізнес, інноваційні ініціативи, аграрний сектор, сферу послуг та локальну інфраструктуру здатні не лише активізувати економіку на місцях, але й забезпечити її стійкість до зовнішніх шоків. У цьому контексті особливої актуальності набуває дослідження механізмів залучення та ефективного використання інвестицій як основи для сталого розвитку підприємництва [3-4]. Вивчення ролі інвестицій як інструменту забезпечення сталого підприємницького розвитку територіальних громад дозволяє визначити стратегічні підходи до формування місцевої економічної політики, орієнтованої на довготривалу ефективність, соціальну згуртованість та підвищення конкурентоспроможності громад у посткризовий період. Так, в табл. 1 наведено основні інвестиційні механізми розвитку та підтримки ТГ.

Інвестиційна підтримка територіальних громад є ключовим чинником забезпечення сталого розвитку підприємництва, особливо в умовах децентралізації та економічних викликів. Аналіз механізмів (табл.1) на різних рівнях управління демонструє наявність широкого спектру інструментів фінансової, інституційної та консультаційної допомоги для бізнесу. На державному рівні основну роль відіграють програми фінансування, податкові стимули та залучення інвестицій через інфраструктурні проєкти. Місцеві громади зосереджуються на розвитку власного потенціалу через підтримку малого та середнього бізнесу, створення сприятливого середовища для інвесторів та активне використання механізмів громадського бюджету. Міжнародні інституції забезпечують додаткові можливості шляхом надання

[1] *Рудаченко Ольга Олександрівна* – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна, e-mail: polkin87@ukr.net.

[2] *Смачило Валентина Володимирівна* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна, e-mail: Miroslava.valya@gmail.com.

грантів, кредитів та консультаційної підтримки, спрямованої на довгостроковий ефект та впровадження кращих практик.

Таблиця 1 – Механізми інвестицій, розвитку та підтримки ТГ

Рівень	Механізм підтримки	Опис програм	Приклади
Державні органи влади	Державні програми розвитку регіонів	Фінансування проєктів розвитку інфраструктури, бізнесу та інновацій	ДФРР, Програма підтримки малого і середнього бізнесу
	Податкові пільги та інвестиційні стимули	Зменшення податкового навантаження, підтримка новостворених підприємств та стартапів	Податкові канікули, індустріальні парки
	Державні банки розвитку	Надання пільгових кредитів для малого та середнього бізнесу, інвестиційних проєктів	Банківські установи
	Публічно-приватне партнерство	Співпраця держави з бізнесом у реалізації проєктів	Проєкти будівництва доріг, бізнес-центрів, логістичних хабів
Місцеві органи влади	Програми місцевого економічного розвитку	Підтримка локальних ініціатив, розвиток малого бізнесу	Створення бізнес-інкубаторів, місцеві фонди розвитку
	Земельна та інфраструктурна підтримка	Виділення землі, комунікацій, приміщень для бізнесу	Індустріальні зони, пільгові оренди
	Підтримка через ЦНАП та місцеві ради	Консультації, дозвільні послуги, супровід підприємців	Місцеві офіси підтримки підприємництва
	Партисипативний бюджет	Фінансування ідей громадян, у т.ч. бізнес-проєктів	Бюджет участі в містах
Міжнародна підтримка	Гранти та технічна допомога	Безповоротне фінансування проєктів розвитку громад та підприємництва	USAID, GIZ, DOBRE, UNDP
	Програми міжнародних фінансових інституцій	Кредити та гранти для муніципалітетів бізнесу	ЄБРР, Світовий банк, NEFCO
	Освітні та консультаційні програми	Навчання підприємців, розвиток управлінських навичок	Програми EU4Business, Erasmus for Young Entrepreneurs
	Партнерські проєкти та ініціативи	Співпраця з містами-побратимами, міжнародні проєкти розвитку	Проєкти INTERREG, U-LEAD з Європою

Таким чином, важливою умовою ефективної реалізації інвестиційного потенціалу є координація між рівнями управління, прозорість процесів, а також активна участь самих громад у формуванні стратегічного бачення розвитку.

Такий комплексний підхід дозволяє не лише стимулювати підприємницьку активність, але й забезпечувати економічну стабільність та соціальну згуртованість на місцях.

Список використаних джерел:

1. Смачило В. В., Рудаченко О. О., Кулініч О. В., Корольов Є. Інструменти підтримки та розвитку підприємництва в територіальних громадах // Наукові інновації та передові технології. – 2025. – № 2(42). – С. 993–1003.

2. Рудаченко О. О., Димченко О. В., Смачило В. В., Палант О. Ю., Тараруєв Ю. О. Стратегії відновлення територіальних громад та розвитку підприємництва у післявоєнний період // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». – 2025. – № 3. – Режим доступу: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-3-10762

3. Томашевська А. В., Сурай І. Г. Інвестиції в інфраструктурні проєкти як ключовий фактор розвитку та відбудови територіальних громад // Наукові перспективи. Серія «Державне управління». – 2023. – № 7(37). – С. 65–74.

4. Федорчак О. В. Податкові інструменти стимулювання інвестиційної діяльності: державно-управлінський аспект // Ефективність державного управління. – 2020. – Вип. 3(64), ч. 2. – С. 225–245.

Вплив Європейської зеленої угоди на трансформацію національної економіки України у напрямку сталого розвитку

Ільяс Сбехат[1], Ганна Дугінець[2]

Європейська зелена угода – це не просто стратегія екологічного оздоровлення Європейського Союзу. Це цілісний соціально-економічний порядок денний, який задає нову логіку функціонування економіки, промисловості, енергетики, агросектору та транспорту. Україна, яка обрала курс на євроінтеграцію і вже стала країною-кандидатом на вступ до ЄС, поступово входить у простір дії цього документа. З одного боку – як партнер у торгівлі та енергетиці, а з іншого – як держава, що прагне впровадити європейські принципи сталого розвитку в межах власної економічної трансформації.

Європейська зелена угода передбачає досягнення кліматичної нейтральності ЄС до 2050 року та зниження викидів щонайменше на 55% до 2030 року. Для України ці цілі стають актуальними не лише через політичну солідарність з ЄС, а й з економічної необхідності. Адже понад 40% українського експорту орієнтоване саме на ринки Європейського Союзу. Основні позиції – сталь, цемент, електроенергія та добрива – вже з 2026 року підпадатимуть під механізм вуглецевого коригування імпорту (CBAM). Якщо ці товари не матимуть підтвердженої низької вуглецевої інтенсивності, вони будуть обкладатися додатковим податком, що знизить їхню конкурентоздатність і зменшить валютні надходження до бюджету [1].

Такий сценарій вимагає не лише адаптації технічних регламентів, а й переосмислення самої логіки економічного розвитку. Зелена угода – це про відхід від індустріального минулого і перехід до моделі сталого зростання, де ресурси використовуються ефективно, відходи переробляються, а виробництва орієнтуються не тільки на прибуток, а й на довгостроковий екологічний ефект. Це вимагає від України впровадження цифрових інструментів обліку викидів, модернізації енергетики, переходу до відновлюваних джерел, розбудови екологічної інфраструктури та інтеграції в європейські ринки зелених технологій [2].

Ситуація ускладнюється тим, що нинішня структура економіки України базується на високій енергоємності, сировинному експорті та значному вуглецевому навантаженні. За офіційними даними, близько 80% електроенергії виробляється на теплових та атомних станціях, а промисловість – зокрема металургія, цементна і хімічна галузі – характеризується одними з найвищих рівнів викидів у Європі. У відповідь на це Міністерство захисту довкілля

[1] *Сбехат Ільяс Німер* – здобувач, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна.

[2] *Дугінець Ганна Володимирівна* – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світової економіки, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна.

розробило дорожню карту з впровадження CBAM і систем моніторингу викидів, але темпи реформ залишаються недостатніми. Водночас провідні українські експортери вже розпочали сертифікацію вуглецевого сліду своєї продукції за міжнародними стандартами, розуміючи невідворотність змін [3].

Попри виклики, інтеграція у зелений порядок денний ЄС відкриває перед Україною унікальні перспективи. Завдяки географічному положенню, кліматичному потенціалу та наявності кваліфікованих кадрів Україна може стати регіональним лідером у сфері відновлюваної енергетики, виробництва зеленого водню, енергоощадного будівництва та управління відходами. Уже зараз у державі діють десятки проєктів з біоенергетики, будуються сонячні та вітрові електростанції, а також запроваджуються механізми «зелених» інвестицій, зокрема через участь у ініціативах Європейського інвестиційного банку та ЄБРР [4].

Ще один ключовий аспект – соціально-економічна справедливість. У межах ЄЗУ значна увага приділяється концепції Just Transition – справедливого переходу, який передбачає підтримку працівників і регіонів, що постраждають від згортання традиційних галузей. В Україні це особливо актуально для вугільних регіонів – наприклад, Донецької чи Львівської областей. Саме тут необхідно розгортати програми перекваліфікації, сприяти розвитку малого і середнього бізнесу, створювати альтернативні робочі місця у нових зелених секторах. Це дозволить уникнути соціального вибуху і водночас закласти основу для нової моделі зайнятості [5].

Впровадження Зеленої угоди також змінює підходи до бізнесу. Підприємства, що виходять на ринки ЄС, повинні не лише дотримуватися технічних стандартів, а й впроваджувати системи екологічного менеджменту, звітувати про викиди, демонструвати соціальну відповідальність і прозору корпоративну політику. Це означає глибшу інтеграцію в європейські виробничі ланцюги, нові вимоги до корпоративного управління та інституційної культури. З іншого боку – це можливість зміцнити довіру міжнародних партнерів і стати частиною інноваційних кластерів, які сьогодні формуються в межах ЄЗУ [6].

У цілому, Європейська зелена угода є не викликом, а історичним шансом для України. Вона змушує рухатися вперед, модернізувати інфраструктуру, формувати екологічну політику, нарешті зробити сталий розвиток не декларацією, а системною частиною економічного управління. Україна вже має приклади успішної адаптації – від агровиробників, які експортують органічну продукцію в ЄС, до індустріальних підприємств, що впровадили системи верифікації викидів. Завдання держави – створити сприятливе середовище для масштабування цих практик. Завдання бізнесу – адаптуватися швидше, ніж того вимагає бюрократія. Завдання суспільства – підтримати екологічну модернізацію не через гасла, а через щоденні дії.

Список використаних джерел:

1. European Commission. Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM). URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_3668
2. Центр економічного відновлення. Аналітика впливу CBAM на експорт України. URL: https://cer.org.ua/green-deal
3. Зелене відновлення України. Платформа проєктів. URL: https://greenrecovery.org.ua
4. Несходовський І. Чому Green Deal – це шанс, а не загроза для України. – Економічна правда, 2023. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2023/02/14/697274/
5. World Bank. Just Transition in Eastern Europe. Report, 2022. URL: https://www.worldbank.org/en/region/eca/publication/just-transition
6. Українська кліматична мережа. Позиція щодо Європейської зеленої угоди. URL: https://climategroup.org.ua

Стан та перспективи енергетичної продуктивності економіки України

Карина Тростянська[1], Аліна Рудик[2]

Енергетична продуктивність економіки України є ключовим індикатором її енергоефективності та сталого розвитку. В умовах високої енергозалежності та потреби в модернізації енергетичного сектору підвищення продуктивності використання енергії стає стратегічним завданням. Аналіз сучасних тенденцій свідчить про поступове зниження енергоємності ВВП, однак темпи покращення залишаються нижчими, ніж у країнах ЄС. Для досягнення цілей енергетичної безпеки та економічної стабільності Україні необхідно активізувати політику енергоефективності, залучати інвестиції в чисті технології та реалізовувати довгострокові програми з підвищення енергетичної продуктивності.

Для України питання енергетичної продуктивності має особливу вагу. Історично наша економіка залишалася енергоємною, з високими втратами у мережах, застарілими технологіями та низькою енергоефективністю у житловому секторі. У порівнянні з розвиненими країнами Європи, Україна довгий час демонструвала значно нижчу енергетичну продуктивність. Наприклад, ще на початку 2010-х років енергоємність українського ВВП була приблизно в 2,5–3 рази вищою, ніж у середньому по ЄС. Це означало, що на одиницю економічної продукції в Україні витрачалося значно більше енергетичних ресурсів, ніж у європейських країнах.

У період з 2020 по 2024 роки в Україні спостерігається тенденція до зменшення загального обсягу споживання електроенергії, особливо з боку промисловості. Якщо у 2020–2021 роках промисловий сектор споживав понад 50 000 млн кВт·год, то вже у 2023–2024 роках цей показник зменшився майже на 40%. Причинами є повномасштабна війна, руйнування енергетичної інфраструктури, скорочення промислового виробництва та вимушене зниження споживання. Водночас, обсяг споживання з боку населення залишався більш стабільним, навіть з незначним зростанням у 2024 році. Така динаміка свідчить про зміну структури енергоспоживання в країні, з переорієнтацією на побутовий сектор [2].

Одним із важливих індикаторів, що дозволяє оцінити рівень енергоефективності держави, є енергоємність валового внутрішнього продукту (ВВП) - кількість енергії, споживаної для створення одиниці економічного продукту. Цей показник демонструє, наскільки ефективно економіка

[1] *Тростянська Карина Миколаївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного моделювання, обліку та статистики, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] *Рудик Аліна Олександрівна* – здобувач першого (бакалавського) рівня вищої освіти, спеціальність 051 Економічна кібернетика, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

використовує паливно-енергетичні ресурси. Україна, яка прагне інтегруватися в європейський простір, стикається з проблемою значно вищої енергоємності в порівнянні з країнами ЄС.

Порівняння енергоємності ВВП України з країнами ЄС представимо на рис. 1.

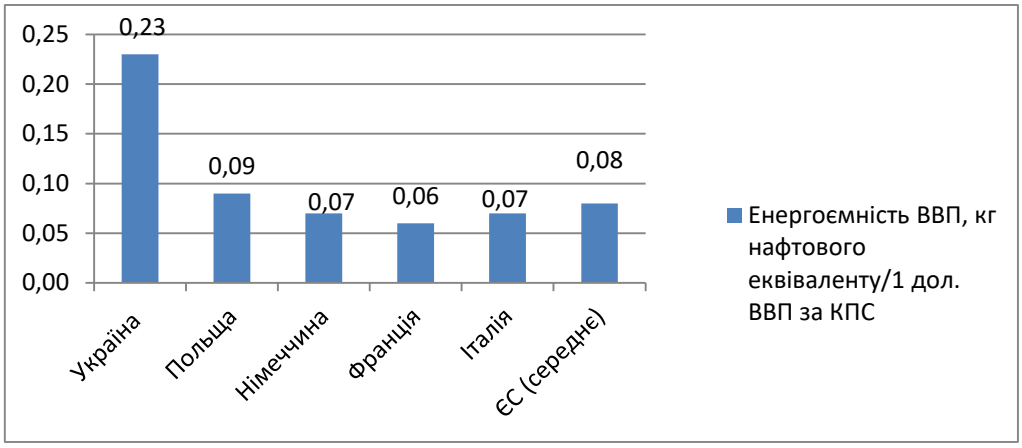


Рисунок 1 – Порівняння енергоємності ВВП України з країнами ЄС у 2023 р.

Джерело: створено на підставі [3]

Як бачимо, енергоємність ВВП України значно перевищує відповідні показники країн ЄС: вона майже втричі вища за середньоєвропейський рівень. Це свідчить про низьку енергоефективність національної економіки, що вимагає впровадження сучасних технологій, підвищення ефективності виробництва та зменшення енергетичних втрат.

Останнє десятиліття стало періодом поступових змін. Після підписання Угоди про асоціацію з ЄС Україна взяла на себе зобов'язання адаптувати національне законодавство до європейського в частині енергоефективності. Було започатковано Національний план дій з енергоефективності, запроваджено систему енергетичного моніторингу, прийнято закон «Про енергоефективність» (2021 р.), що відповідає директивам ЄС [1]. Також, частина промислових підприємств перейшла на сучасні технології виробництва, що дозволило зменшити споживання енергії на одиницю продукції.

Отже, у найближчі роки прогнозується поступове покращення енергетичної продуктивності економіки України завдяки модернізації інфраструктури, розвитку відновлюваних джерел енергії, зниженню втрат у системах транспортування енергії та переходу до більш енергоефективних технологій. Очікується, що за умов стабілізації ситуації в країні та збереження темпів інтеграції з європейськими енергетичними стандартами, енергоємність ВВП знизиться на 10–15% до 2030 року. Ключову роль у цьому процесі відіграватимуть інвестиції в "зелену" енергетику, енергосервісні контракти, цифровізація енергетичного сектора, а також міжнародна технічна допомога, зокрема в рамках "Зеленого курсу" ЄС. Підвищення енергетичної ефективності дозволить не лише зменшити залежність від імпорту енергоносіїв, а й зміцнити конкурентоспроможність української економіки в післявоєнний період.

Важливим напрямом стане впровадження енергоефективних технологій у промисловості, аграрному секторі та ЖКГ. Застосування енергозберігаючих матеріалів, систем обліку енергії та енергетичного менеджменту сприятиме зменшенню енерговитрат. Передбачається також активніша участь держави у вдосконаленні законодавства, стимулюванні інновацій і контролі за дотриманням стандартів. Комплексний підхід до енергоефективності забезпечить довгостроковий позитивний ефект і підтримку сталого розвитку України.

Список використаних джерел:

1. Закон України "Про енергетичну ефективність" від 13.11.2021 р. № 1818-IX URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1818-20#Text

2. Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України, 2024 URL: https://saee.gov.ua/

3. Світовий банк – Energy Use Database. URL: https://data.worldbank.org/indicator/EG.USE.COMM.GD.PP.KD

Сталий розвиток як основа економічної трансформації України в умовах євроінтеграції

Карина Тростянська[1], Діана Федорчук[2]

У сучасних умовах сталий розвиток стає стратегічною основою функціонування держав і міжнародних об'єднань. Кліматичні зміни, ресурсне виснаження, соціальні дисбаланси та геополітична нестабільність вимагають переходу до збалансованої моделі розвитку. Україна, що прагне євроінтеграції, здійснює поступову адаптацію економічної моделі відповідно до європейських підходів, спираючись на досвід та правову базу ЄС. Євроінтеграційний курс, закріплений в Угоді про асоціацію, є не лише політичним вибором, а й стимулом для впровадження принципів сталого розвитку. Метою дослідження є аналіз процесу адаптації економіки України до політик сталого розвитку ЄС, з урахуванням поточних досягнень, викликів та перспектив інтеграції в екологічний та соціально-економічний простір Євросоюзу.

Концепція сталого розвитку передбачає баланс економічного, соціального та екологічного вимірів. Згідно з визначенням Комісії Брундтланд (1987), це розвиток, що задовольняє потреби сучасності без загрози для майбутніх поколінь. У XXI столітті головними орієнтирами є Цілі сталого розвитку ООН (17 цілей, 169 завдань) [1], Європейський зелений курс із досягненням кліматичної нейтральності до 2050 року [1], та Стратегія «Європа 2030», що визначає довгострокові пріоритети ЄС.

Прогрес у сфері сталого розвитку в ЄС відстежується за допомогою індикаторів Eurostat:

- рівень викидів CO_2 на душу населення – 6,5 т (ЄС, 2022) та 4,5 т (Україна) [3];
- частка відновлюваних джерел – 23% (ЄС, 2022) [4];
- рівень зайнятості – 74,6%, соціальної ізоляції – 11,1% [4];
- інвестиції в науку та інновації – 2,3% ВВП (2022) [5].

Україна адаптує законодавство у сферах довкілля, енергетики, транспорту та відходів. Угодою про асоціацію відкрито шлях до реформ у сфері енергоефективності, управління відходами, декарбонізації. Частка відновлюваних джерел енергії в Україні у 2023 році становить 14% – нижче за середній показник ЄС [6]. Понад 30 міжнародних проєктів, зокрема «EU4Environment» та «Green Recovery for Ukraine», підтримують екологічні реформи [7]. Водночас існують проблеми – фрагментарність реформ, нерівномірність впровадження, фінансова нестача, відставання від європейських

---

[1] *Тростянська Карина Миколаївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного моделювання, обліку та статистики, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] *Федорчук Діана Сергіївна* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 051 Економічна кібернетика, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

стандартів. Війна посилила виклики, спричинивши руйнування інфраструктури, екологічне забруднення та втрату ресурсів. За оцінками UNEP, понад 30% природоохоронних територій постраждали, а збитки довкіллю можуть перевищити 55 млрд дол. США [8]. Серед бар'єрів – дублювання функцій владних органів, слабкий контроль за екологічними нормами, обмежене зелене фінансування, високі витрати на модернізацію, низький рівень екологічної свідомості. Війна обмежує доступ до міжнародної підтримки та довгострокових проєктів.

Подальший розвиток передбачає створення системи «зеленої» трансформації, інтегрованої в національні стратегії, активізацію співпраці з ЄС, розширення зеленого банкінгу, екологічного страхування, випуск зелених облігацій [9], підтримку малого та середнього бізнесу в екотехнологіях, цифровізацію екоконтролю.

Таким чином, адаптація економіки України до стандартів сталого розвитку ЄС – складний, в але необхідний процес. Попри виклики, реформи демонструють готовність до змін. Ці процеси потребують стратегії, міжсекторальної координації, громадської участі та міжнародної допомоги. У післявоєнний період сталий розвиток має стати основою нової моделі економіки України, орієнтованої на добробут, безпеку та ефективне використання ресурсів. Сталий розвиток має стати не лише основою економічної політики, але й частиною суспільного договору на відновлення України.

Список використаних джерел:

1. United Nations. Sustainable Development Goals. URL: https://sdgs.un.org/goals (дата звернення: 22.04.2025).
2. European Commission. European Green Deal. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en (дата звернення: 22.04.2025).
3. Our World in Data. CO_2 emissions. URL: https://ourworldindata.org/co2-emissions (дата звернення: 22.04.2025).
4. Eurostat. Statistics explained. URL: https://ec.europa.eu/eurostat (дата звернення: 22.04.2025).
5. European Innovation Scoreboard 2023. URL: https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/statistics/performance-indicators/european-innovation-scoreboard (дата звернення: 22.04.2025).
6. International Renewable Energy Agency (IRENA). Statistics. URL: https://www.irena.org/Statistics (дата звернення: 22.04.2025).
7. OECD. EU4Environment Programme. URL: https://www.eu4environment.org (дата звернення: 22.04.2025).
8. United Nations Environment Programme (UNEP). News and Stories. URL: https://www.unep.org/news-and-stories (дата звернення: 22.04.2025).
9. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). Green Bonds. URL: https://www.ebrd.com/green-bonds (дата звернення: 22.04.2025).

Використання поновлювальної сировини інвазійних рослин у контексті біоекономіки

***Володимир Феденко*[1]**

Серед напрямів відбудови України відповідно Європейського зеленого курсу виділяють подолання негативних екологічних наслідків воєнних дій, забезпечення сировинної та енергетичної безпеки [1]. Внаслідок мілітарних порушень різного типу одним із негативних наслідків для природного середовища є трансформація рослинного покриву України шляхом інтенсивного поширення чужорідних (адвентивних) видів, у тому числі найбільш агресивних інвазійних видів зі значною здатністю до експансії [2]. Проникнення та поширення чужорідних організмів є глобальною загальносвітовою проблемою, яка загрожує біорізноманіттю, призводить до негативних соціальних наслідків та економічних збитків. Виявлення, прогнозування та нейтралізація біологічних інвазій є складовою біобезпеки країни [3]. Останнім часом відбувається зміна парадигм відносно фітоінвазій: від витратної моделі з оцінюванням економічних збитків на основі баз даних [4] до частково компенсованого менеджменту інвазійних рослин шляхом використання їх ресурсного потенціалу [5]. Акцентована увага до інвазійних рослин пояснюється їх особливостями, які пов'язані із продукуванням значної біомаси упродовж вегетаційного періоду, високим ступенем толерантності до несприятливих умов середовища та інтенсивним поширенням. Такі особливості дають підстави вважати інвазійні види рослин практично невичерпним джерелом поновлювальної сировини. Відповідно до таких змін менеджменту спостерігається інтенсивний розвиток нового напряму – біоекономіки, метою якої є використання відновлюваних біологічних ресурсів для виробництва продуктів із різним функціональним призначенням [6]. Біомасу інвазійних рослин використовують для виробництва енергії, біопалива, будівельних матеріалів, біосорбентів, паперових виробів, біовугілля, фармацевтичних препаратів, косметологічних засобів та продуктів харчування [7]. Оскільки інвазійний статус рослин визначають для певного регіону, для подальшого розвитку біоекономіки необхідна розробка нових методів перероблення біоресурсу інвазійних рослин з урахуванням екорегіонального підходу [8].

Мета – розробка підходів використання ресурсного потенціалу інвазійних рослин регіональної флори у контексті біоекономіки.

Діагностика інвазійності рослин. Для розробки критеріїв ідентифікації віднесення видів рослинного світу до інвазійних при проведенні інвентаризації, здійсненні контролю за проникненням та поширенням для мінімізації несприятливого впливу в різних сферах господарської діяльності відповідно до плану заходів з реалізації Стратегії біобезпеки та біологічного захисту на 2022–

[1] *Феденко Володимир Савелійович* – кандидат хімічних наук, старший науковий співробітник, старший науковий співробітник НДІ біології, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

2025 роки [3] запропоновано метод діагностики інвазійності видів рослин [9]. Інвазійність – характерні для виду рослин властивості або функціональні ознаки, що визначають здатність бути інвазійним після його введення в екосистему. Метод базується на особливості інвазійних рослин до більш ефективної взаємодії із запилювачами на стадії запилювання квіток порівняно із нативними рослинами, що призводить до зростання насіннєвої продуктивності як одного із факторів інвазійності. Порівняно із відомими дослідженнями запропонований методичний підхід на основі відбивальних характеристик квіток дозволяє удосконалити систему контролю інвазійності видів рослин і відрізняється спрощеною процедурою, підвищеною достовірністю та можливістю прогнозування ризику набуття видів статусу інвазійних.

Ідентифікація лікарської рослинної сировини. Сировина інвазійних рослин представляє інтерес для створення лікарських засобів завдяки наявності комплексу біологічно активних речовин, які обумовлюють фармакологічні властивості різної направленості дії [5, 7]. На прикладі інвазійного виду робінії звичайної (*Robinia pseudoacacia* L.) розроблено неруйнівний оптичний метод ідентифікації для удосконалення процедури стандартизації на стадії заготівлі лікарської сировини квіток (Flores Robiniae pseudoacaciae) [10].

Отримання та неруйнівний аналіз натуральних барвників. Наявність пігментів у біомасі інвазійних рослин обумовлює їх використання як перспективне джерело для отримання натуральних барвників відповідно до сучасного тренду заміни синтетичних продуктів на екологічно безпечні [5, 7]. На прикладі інвазійного виду золотушника канадського (*Solidago canadensis* L.) отримано натуральний барвник типу алюмінієвого лаку відповідно вимогам щодо натуральних барвників для текстильних матеріалів та біорозкладаних полімерів: доступність рослинної сировини, водна екстракція біомаси за підвищеної температури без використання хімічних реагентів та органічних розчинників [11]. Важливим аспектом цього процесу є застосування, екологічно безпечного розчинника, зменшення стадійності процесу за рахунок використання рослинного екстракту без попереднього розділення на індивідуальні сполуки, що відповідає принципам «зеленої» хімії. Запропоновані спектральні критерії удосконалюють методичну базу неруйнівного аналізу барвників типу алюмінієвих лаків.

Дизайн біологічно активних металокомплексних сполук. Біомаса інвазійних рослин відрізняється високим вмістом біологічно активних флавоноїдів [5, 7]. Хелатувальна властивість цих метаболітів створює основи для дизайну нових металлокомплексних сполук із більш вираженим біологічним ефектом. Так, для комплексу, який синтезовано шляхом взаємодії стандартного рутину і сполук кальцію, встановлено більш виражену антиоксидантну та гіполіпідемічну дію порівняно із вільним лігандом [11]. Підтверджена можливість отримання такого препарату із використанням рутин-вмісної сировини золотушника канадського, а також запропоновані спектральні критерії твердофазної ідентифікації [11]. Отримані результати підтвердили перспективу розширення сировинної бази для отримання біологічно активних препаратів.

Створення біогібридних матеріалів. Одним із напрямів стабілізації фенольних антиоксидантів є створення нових біогібридних матеріалів [5]. Як варіант розв'язання цієї проблеми може бути іммобілізація флавоноїдів із використанням неорганічних наповнювачів [12]. Серед цих матеріалів найефективнішим за сорбційною здатністю вважають оксид алюмінію як допоміжну речовину у фармацевтичній практиці. Такий препарат отримано шляхом хемосорбції флавоноїдів із екстракту біомаси амброзії полинолистої (*Ambrosia artemisiifolia* L.) [13], яка спричиняє найсуттєвіший економічний збиток серед інвазійних видів рослин у Європі [4]. Використовуючи аналогічний спосіб, одержано біогібридний матеріал із використанням біомаси золотушника канадського [14]. Встановлена здатність до хемосорбції флавоноїдів з екстрактів рослинної сировини може бути використана для концентрування цих природних антиоксидантів, створення композицій з твердим дисперсійним середовищем для покращення біофармацевтичних характеристик (підвищення розчинності та біодоступності фармацевтично активних інгредієнтів). Важливим аспектом запропонованої процедури є можливість застосування біосумісного сорбенту, екологічно безпечного розчинника, функціоналізація неорганічного наповнювача відразу із рослинного екстракту без попереднього розділення на окремі фітокомпоненти.

Аналізуючи отримані результати, слід зазначити, що запропоновані напрями розширюють сферу використання поновлювальної сировини інвазійних рослин для розвитку біоекономіки.

Список використаних джерел:

1. Зінченко О. А., Апальков С. С. Європейський зелений курс на шляху реалізації національних економічних інтересів. *Проблеми економіки*. 2023. № 1. С. 42-48. URL: https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-1-42-48

2. Феденко В. С. Трансформація рослинності за умов впливу воєнних дій на природне середовище в Україні (огляд літератури). *Екологія та ноосферологія*. 2023. Т.34, №2. С. 101-107. URL: https://doi.org/10.15421/032315

3. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії біобезпеки та біологічного захисту на 2022–2025 роки: розпорядження Кабінету Міністрів України від від 7 липня 2022 р. № 573-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/573-2022-%D1%80#Text

4. Haubrock P. J., Turbelin A. J., Cuthbert R. N. et al. Economic costs of invasive alien species across Europe. *NeoBiota*. 2021. V. 67. P. 153-190. URL: https://doi.org/10.3897/neobiota.67.58196

5. Lorenzo P., Morais M. C. Strategies for the management of aggressive invasive plant species. *Plants.* 2023. V. 12, N 13. Article 2482. URL: https://doi.org/10.3390/plants12132482

6. European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Publications Office (2018) A sustainable bioeconomy for Europe: Strengthening the connection between economy, society and the environment: Updated bioeconomy strategy. URL: https://data.europa.eu/doi/10.2777/792130

7. Klavins M., Purmalis O., Klavina L. et al. Biomass of invasive plants as a resource for the development of the bioeconomy. *BioResources*. 2024. V. 19, N 4. P. 9788–9817. URL: https://ojs.bioresources.com/index.php/BRJ/article/view/23285

8. Lázaro-Lobo A., Campos J. A., Díaz González T. E. et al. An ecoregion-based approach to evaluate invasive plant species pools. *NeoBiota*. 2024. V. 96. P. 105–128. URL: https://doi.org/10.3897/neobiota.96.116105

9. Патент 155944 Україна, МПК G01J 3/28, G01J 3/30, G01N 21/25. Спосіб діагностики інвазивності видів рослин / В. С. Феденко. – №u202305557. – Заявл. 20.11.2023; Опубл. 17.04.2024, Бюл. № 16. URL: https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1795684/

10. Патент 149352 Україна, МПК G01J 3/28, G01J 3/30, G01N 21/25. Спосіб ідентифікації квіток робінії / В.С. Феденко. — № u202102955, Заявл. 02.06.2021; Опубл. 10.11.2021, Бюл. № 45. URL: https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1637438/

11. Феденко В. С. Відбивальні та колориметричні характеристики металокомплексів флавоноїдів золотушника канадського. *Journal of Chemistry and Technologies*. 2024. V. 32, N 1. P. 65-74. URL: https://doi.org/10.15421/jchemtech.v32i1.26295

12. Патент 123285 Україна, МПК A61K 36/00, A61K 45/00, A61P 39/06. Спосіб одержання антиоксидантної композиції / В.С. Феденко. – № a201903030. – Заявл. 28.03.2019; Опубл. 10.03.2021, Бюл. № 10. URL: https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1482060/

13. Феденко В. Світлопоглинальна здатність квіток інвазійного виду *Ambrosia artemisiifolia* L. *Biota. Human. Technology*. 2025. № 1. С. 28-38. URL: https://doi.org/10.58407/bht.1.25.2

14. Феденко В. С. Хемосорбція флавоноїдів золотушника канадського на оксиді алюмінію. *Journal of Chemistry and Technologies*. 2022. V. 30, N 3. P. 340-348. URL: https://doi.org/10.15421/jchemtech.v30i3.262972

СЕКЦІЯ 2

«ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Green transformation of ukraine's financial sector: instruments for strengthening banking resilience

***Ivan Bakalo*[1]**

Under the current conditions of full-scale war in Ukraine, the banking system is facing unprecedented challenges, combining macroeconomic instability, rising inflationary risks, disruptions in financial chains, and structural transformations within the economy. In addition, the energy crisis caused by massive attacks on critical infrastructure requires not only urgent responses but also a strategic rethinking of the development model of the financial sector. In this context, the banking system functions not merely as a tool for maintaining monetary stability, but as a key factor in overall economic resilience, ensuring the continuity of payment operations, business lending, and the refinancing of critically important sectors.

The purpose of this study is to provide a comprehensive justification for the relevance and effectiveness of the green transformation of Ukraine's financial sector as a means of strengthening banking resilience in a time of martial law.

The focus lies in identifying key tools that enhance banks' adaptability to shock impacts through the implementation of environmentally oriented practices, responsible financing mechanisms, increased risk transparency, and the development of innovative market models.

To achieve this objective, the study also includes:

– an analysis of the current state of Ukraine's banking system under the influence of the Russian Federation's military aggression and the resulting macroeconomic distortions;

– a description of practical adaptation cases by major banks (notably PrivatBank, Credit Agricole Bank, and OTP Bank) to the conditions of crisis instability;

– an examination of specific green instruments implemented by Ukrainian banks in practice (such as green bonds, ESG screening, financing of energy efficiency projects, etc.);

– an assessment of the role played by the National Bank of Ukraine in shaping a regulatory framework for sustainable finance;

– the development of proposals on how Ukraine's experience could be extrapolated to the international financial system, particularly in strengthening the resilience of the American banking model.

The methodological foundation of this study is based on a combination of qualitative analysis of the regulatory framework for sustainable finance, a comparative approach to assessing the adaptive strategies of banks in various countries, and content analysis of official reports and publicly available financial documents of leading Ukrainian banks. To assess the effectiveness of green financial instruments, the study applies elements of systems analysis, which allow for the identification of both

[1] *Bakalo Ivan* – Consultant, Master of International Economic Relations, Brooklyn, USA.

structural and dynamic relationships between the factors of ecological transformation and banking sector financial stability.

Within the empirical component of the research, the official reports of PrivatBank, Credit Agricole Bank, and OTP Bank for the years 2022–2024 were analyzed. These documents illustrate changes in portfolio structure, approaches to risk management, and lending practices oriented toward renewable energy, energy efficiency, and sustainable development initiatives [1; 2; 3].

Additionally, the examination of strategic documents from the National Bank of Ukraine – particularly the "Strategy for the Development of Sustainable Finance until 2025" – made it possible to identify both institutional and regulatory prerequisites for the transformation, as well as the existing barriers to the implementation of sustainable financial instruments[6; 7].

A compelling example of resilience is PrivatBank, which during 2023–2024, despite the challenging security environment, continued to expand its digital services and invest in ecosystem-based projects focused on renewable energy and support for small businesses in the field of energy efficiency. In particular, the bank implemented a pilot green finance program in partnership with the European Bank for Reconstruction and Development, aimed at providing preferential loans to enterprises adopting low-emission technologies [2]. Moreover, PrivatBank maintained a high level of liquidity–its Liquidity Coverage Ratio (LCR) remained above 200% throughout 2023, indicating financial endurance even under macroeconomic stress [3].

Another illustrative case is Credit Agricole Bank, a member of the global Crédit Agricole Group. The bank integrated its parent institution's ESG strategies into the Ukrainian context, especially through participation in programs that support climate-focused businesses and agricultural enterprises employing organic production methods. In 2023, the bank financed over 30 projects in the areas of sustainable energy and agroecology, including partnerships with the International Finance Corporation (IFC) and the Green for Growth Fund (GGF) [4].

Likewise, OTP Bank has been actively developing directions in eco-financing and responsible banking. According to its 2023 non-financial report, 10% of new credit products issued were allocated to support businesses meeting criteria in energy efficiency, sustainable transport, or waste recycling [5]. The bank also conducted an internal risk assessment in line with European standards that included climate factors, forming the basis for an updated risk management policy.

An analysis of financial performance reveals that banks adopting green approaches have not only preserved operational efficiency but also enhanced their investment attractiveness. In 2023, PrivatBank posted a profit of 37.5 billion UAH, Credit Agricole Bank earned over 1.9 billion UAH, and OTP Bank reported approximately 2.3 billion UAH in profit–record figures for a crisis period [6].

Therefore, even under martial law, Ukraine's leading banks are demonstrating not only the capacity for self-preservation but also a readiness for modernization through ecologically oriented strategies. This signals a new quality of financial resilience that combines adaptability, innovation, and responsibility.

One of the most important instruments of green transformation is green lending, which offers preferential conditions for financing projects in the fields of renewable energy, energy-efficient technologies, and sustainable agricultural production. According to data from the European Bank for Reconstruction and Development, the share of green loans in the total credit portfolio of partner banks in Ukraine increased from 4% in 2020 to over 11% in 2023 [2]. This not only contributes to the modernization of the economy but also helps create new segments of borrowers with lower risk profiles, thereby improving the overall asset quality of banks.

Equally significant is the introduction of green bonds, which enable banks to attract targeted financing from international capital markets for the implementation of environmentally focused projects. In 2023, Ukraine registered its first pilot issues of such bonds, made possible by harmonizing the regulatory framework with European standards and through initiatives by the National Bank of Ukraine aimed at developing a sustainable finance market [3].

Another key direction of green transformation is the implementation of ESG scoring and the inclusion of non-financial risks in decision-making systems. For example, in 2023 OTP Bank introduced a borrower evaluation model that considers environmental footprint and adherence to ethical production principles [4]. This approach not only strengthens risk control mechanisms but also positions the bank as a responsible player in the financial market.

The National Bank of Ukraine, in its Strategy for the Development of Sustainable Finance until 2025, has outlined a clear vision for integrating climate risks into regulatory policy and gradually transitioning banks toward mandatory non-financial reporting. These measures aim to establish a long-term foundation for financial stability, where transparency and sustainability become key metrics of effectiveness [5].

The Ukrainian model, shaped under the pressure of war, is characterized by a high level of stress resilience. Banks have been forced to embed risk management strategies that ensure rapid response to physical threats, energy supply disruptions, the loss of branch networks, and logistical breakdowns.

Under these conditions, green instruments – from ESG scoring to environmentally justified financial products – have become not only a means of responsible positioning but also a practical tool for survival and balance sheet strengthening [3].

For banks in the United States, which often focus on market efficiency under stable conditions, the Ukrainian experience offers a different perspective: sustainable development as a crisis management strategy. The growing convergence of climate and geopolitical risks in the global context reinforces the argument that adapting to such challenges through the greening of banking models increases a system’s capacity for self-regulation.

Furthermore, Ukrainian banks have demonstrated strong performance in digital transformation, which ensured continuity of customer service and financial flows even with limited access to physical branches. This aspect may also be relevant for the U.S. market, particularly in the context of climate-related disasters or political instability.

Additionally, the example of coordination between the National Bank of Ukraine and international partners – including the IMF, World Bank, EBRD, and GGF – illustrates the potential for effective ecosystem-based management even in the absence of full macro financial autonomy. This affirms the viability of ESG as a bridge between internal reforms and external support [4].

The conclusions drawn from this analysis confirm that the green transformation of Ukraine's financial sector under martial law is not only strategically appropriate but critically necessary for ensuring financial stability, long-term liquidity, and increased trust in banking institutions. Ukrainian banks, operating amid extreme uncertainty, have successfully responded to crisis challenges by integrating ESG approaches, developing responsible finance instruments, cooperating with international partners, and implementing digital solutions to support sustainable projects.

Notably, the experiences of PrivatBank, Credit Agricole Bank, and OTP Bank deserve special attention.

Despite challenging macroeconomic conditions, these institutions have expanded their participation in green lending projects, implemented environmental responsibility policies, and strengthened their managerial capacity to identify and monitor non-financial risks. This has enabled them not only to maintain profitability but also to establish a new quality of engagement with clients, donors, and public institutions [1–3].

This experience holds significant value for the international financial community, particularly for U.S. banks, which in 2023 faced internal crises due to neglect of complex risk factors. The Ukrainian model demonstrates the effectiveness of ESG as a systemic safeguard that increases banks' resilience to external shocks and provides a foundation for long-term development under conditions of instability [4; 5].

In this context, several priority directions should be identified to support the green transformation of the financial sector. First, it is important to enhance government support through the introduction of fiscal incentives and to promote the further development of the domestic green bond market, which will facilitate the attraction of targeted investments into environmental projects. At the same time, the gradual integration of mandatory non-financial reporting into regulatory requirements for banks should be pursued, aligning with European standards of transparency and accountability. Special attention should be paid to stimulating bank lending to enterprises operating in environmentally sensitive sectors of the economy, particularly in renewable energy, sustainable transport, and circular production.

Finally, a key vector should be the deepening of international cooperation in the field of ESG finance, which will contribute to strengthening Ukraine's external economic resilience and integrating the country into the global ecosystem of responsible investment.

Thus, the green transformation of the financial sector is not merely a component of environmental policy, but a comprehensive model for strengthening both national and global financial security. The Ukrainian experience can and should be integrated into broader regulatory frameworks for financial stability, especially in the international context.

Referens:

1. Asian Development Bank. *Sustainable development after COVID-19: The role of SDG bonds.* 2022. URL: https://www.adb.org/publications/sustainabledevelopment-after-covid-19-sdg-bonds (accessed: 16.05.2025).

2. Livoshko T. *Monitoring according to ESG principles and its impact on the competitiveness of business entities.* Bulletin of Khmelnytskyi National University. 2022. Vol. 1, No. 5. P. 158–164. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=14357 (accessed: 16.05.2025).

3. National Bank of Ukraine. *Policy for the development of sustainable finance until 2025.* Kyiv, 2021. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Policy_rozvytok-stalogo-finansuvannja_2025_en.pdf?v=4 (accessed: 16.05.2025).

4. Gumbau A. *Ukraine sets plans for ambitious 'green' reconstruction.* Energy Monitor. August 24, 2022. URL: https://www.energymonitor.ai/green-infrastructure/ukraine-setsplans-for-ambitious-green-reconstruction/?cf-view (accessed: 16.05.2025).

5. Mazars. *Responsible banking practices: benchmark study 2021.* URL: https://www.mazars.pl/content/download/1037302/54110016/version//file/Responsible%20banking%20practices%20-%20benchmark%20study%202021.pdf (accessed: 16.05.2025).

6. Cabinet of Ministers of Ukraine. *The government has started developing a roadmap for climate change measures.* Ukrinform. 2021. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3305542-urad-rozpocav-formuvanna-doroznoi-karti-zahodiv-u-sferi-zmini-klimatu.html (accessed: 16.05.2025).

7. Klynovyi D. V., Moroz V. V., Kovtun O. A., Danylchuk H. B. *Transformation of the national financial system of Ukraine: comprehension and ways of integration to sustainability.* IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2023. Vol. 1254. URL: https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/1254/1/012119 (accessed: 16.05.2025).

Модернізація системи керування сонячним трекером

Наталія Ащепкова[1], Андрій Іванов[2]

Пошкодження інфраструктурних об’єктів обумовлює дефіцит генерації електричної енергії. За таких обставин потрібно не лише відновлювати зруйновані електростанції, але звернути увагу на створення нових або модернізацію існуючих потужностей.

В деяких регіонах (Херсонська, Миколаївська та Дніпропетровська область) вже широко використовуються сонячні електростанції. Переваги використання сонячної енергії:

– необмежений потенціал: сонячна енергія є безмежним джерелом, доступним на всій планеті.

– екологічно чиста енергія: виробництво сонячної енергії не викидає парникові гази або інші забруднюючі речовини.

– зменшення залежності від палива: сонячна енергія дозволяє зменшити залежність від обмежених запасів палива.

Об’єктом нашого дослідження є система керування приводом сонячних панелей.

Мета нашого дослідження – модернізація електроприводу системи керування сонячних панелей з метою підвищення продуктивності.

Монокристалічні, і полікристалічні сонячні панелі довговічні, мають схожі показники втрати продуктивності внаслідок перегріву [1]. Фотомодулі відрізняються один від одного зовні – кольором і текстурою. Полікристалічні батареї повільніше деградують. У монокристалічних фотомодулів вище ККД, але коштують вони дорожче в середньому на 10%.

Довгий час вважалося, що у полікристалічних модулів втрати потужності при недостатній інсоляції менше. Зараз, згідно численних тестів, відомо, що при різному рівні освітленості фоточутливість полі - та монокристалічних панелей практично однакова [2].

Для збереження продуктивності протягом всього терміну експлуатації слід звертати увагу не на тип, а на якість сонячних панелей. Кращими вважаються фотоелектричні модулі класу Grade A. Вони не мають зовнішніх вад, довго служать з мінімальною (до 5%) втратою продуктивності. У батарей Grade B є похибки, які часто видно тільки фахівцям: незначні подряпини, сліди припою. Саме низька якість у фотомодулів Grade C і D. Наявні у них виражені недоліки призводять до зниження потужності електрогенеруючих пристроїв більш ніж на 30% [3].

---

[1] *Ащепкова Наталія Сергіївна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри механотроніки,, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] *Іванов Андрій Миколайович* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

Техніко-економічні характеристики сонячних батарей [1-3]:

1. Потужність. В залежності від кількості фотоелементів (60, 72) батарея в середньому генерує 260-350 Вт. Заявлений показник розраховується при температурі навколишнього середовища 25 °С.

2. Коефіцієнт корисної дії (ККД) сонячних батарей – показник ефективності перетворення сонячної енергії пристроєм.

3. Толерантність – відхилення показника реальної потужності від паспортної. Бажано, щоб цей параметр був позитивним.

4. Температурний коефіцієнт потужності вказує на втрати/зростання продуктивності фотомодулів при підвищенні/пониженні температури навколишнього середовища.

5. Кількість струмопровідних доріжок. Чим більше шин у фотоелементі (технологія 4BB, 5BB), тим менш схильна панель утворення «гарячих» точок, мікротріщин.

6. Габаритні розміри. Знання довжини і ширини сонячних панелей допомагає розрахувати необхідну під них площа. Вага враховують при визначенні навантаження на покрівлю.

7. Гранична робоча температура. Фотомодулі з широким температурним діапазоном розраховані на функціонування в екстремальних кліматичних умовах.

8. Термін експлуатації. Якісні панелі служать більше 25-30 років. Гарантійний строк становить не менше 5 років.

Вибір між фіксованими панелями та панелями на трекерах залежить від конкретних умов експлуатації, таких як географічне розташування, бюджет та доступність простору для встановлення [4]. Фіксовані сонячні панелі встановлюються під постійним кутом і не змінюють своє положення протягом дня. Вони зазвичай мають монокристалічні або полікристалічні кремнієві елементи з ефективністю перетворення сонячної енергії від 15% до 22% . Такі панелі прості в монтажі та обслуговуванні, що робить їх популярними для домашніх та малих комерційних установок. Фіксовані сонячні панелі завжди зорієнтовані в одному напрямку, що призводить до зниження ефективності зранку і вечері, коли Сонце знаходиться на низькому горизонті.

Ефективність сонячних панелей можна підвищити за допомогою електроприводу шляхом використання технології «слідування за Сонцем» [5]. Сонячні трекери автоматично змінюють положення панелей, слідкуючи за рухом Сонця. Існують одновісні та двовісні трекери. За допомогою електроприводу панелі можуть автоматично слідувати за Сонцем, рухаючись горизонтально та вертикально, щоб максимально використовувати сонячне випромінювання протягом усього дня. Одновісні забезпечують підвищення вироблення електроенергії на 25–35%, а двовісні – до 45% у порівнянні з фіксованими панелями. Це досягається завдяки оптимальному позиціонуванню панелей відносно Сонця протягом дня.

Висновок. Модернізацію електроприводу і системи керування сонячним трекером доцільно проводити, оскільки панелі з трекерами забезпечують вищу

ефективність, особливо в ранкові та вечірні години, коли Сонце знаходиться низько над горизонтом. Математичне моделювання експлуатації сонячної панелі після модернізації системи керування сонячним трекером доводить, що:

панелі, що слідкують за Сонцем, мають вищу на 35% продуктивність завдяки постійному оптимальному нахилу. Це дозволяє їм генерувати більше електроенергії протягом дня;

фіксовані панелі мають стабільну потужність, але вона на 12% менша порівняно з панелями на трекерах;

панелі з трекерами можуть працювати ефективніше протягом більшого періоду доби, оскільки вони слідкують за рухом Сонця, забезпечуючи оптимальний кут падіння світла.

Список використаних джерел:

1. Мельник, Л., Маценко, О., Терещенко, В. (2020). Наукове обґрунтування підвищення техніко-економічної ефективності використання сонячної енергії. *Mechanism of an economic regulation,* 88, 10. https://doi.org/10.21272/mer.2020.88.10

2. Савченко, О., Козак, Х. (2019). Вплив типу кріплення сонячних модулів на потужність сонячної електростанції. *JEECS*, 5(1), 23–28. https://doi.org/10.23939/jeecs2019.01.023

3. Казіміров, О., Власов, К., Онипченко, П., & Костенко, І. (2021). Орієнтування сонячних панелей системи автономного електроживлення стаціонарного пункту управління. *Системи управління, навігації та зв'язку. Збірник наукових праць*. https://doi.org/10.26906/SUNZ.2021.1.045

4. Демченко, Ю. І. (2024). Підвищення ефективності використання сонячних панелей за рахунок керування електроприводом регулювання кута нахилу. *ЦНТУ*. https://dspace.kntu.kr.ua/items/283895ed-dd20-4476-b31b-cfcb1c966d51

5. Касаткіна, І. В., Жданович, А. С. (2023). Підвищення ефективності сонячних панелей за допомогою відстеження траєкторії переміщення сонця. *Наукова весна*. http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/163962

Впровадження системи "Розумний дім" з метою зменшення використання енергії

Наталія Ащепкова[1], Максим Шека[2]

Пошкодження інфраструктурних об’єктів обумовлює дефіцит генерації електричної енергії. За таких обставин потрібно не лише відновлювати зруйновані електростанції, але звернути увагу на економне споживання енергії.

Система "Розумний дім" дозволяє автоматизувати контроль за низкою побутових приладів та електричних пристроїв для підвищення комфорту та ефективності енергоспоживання. Основні категорії приладів, що можуть бути підключені до цієї системи, включають [1]:

1. Освітлення: автоматичне регулювання яскравості в залежності від часу доби або присутності людей у кімнаті.
2. Клімат-контроль: термостати для управління опаленням, кондиціонуванням та вентиляцією.
3. Системи безпеки: камери спостереження, датчики руху, сигналізація.
4. Побутова техніка: холодильники, пральні машини, посудомийні машини, що можуть включатися/виключатися залежно від споживання енергії.
5. Сонячні панелі та батареї: інтеграція з поновлюваними джерелами енергії для оптимального використання електричної енергії.

Система "Розумний дім" складається з декількох основних компонентів [2,3]:

1. Центральний мікроконтролер (або хаб): координує всі підключені пристрої, збирає дані з датчиків і управляє діями за допомогою програмного забезпечення.
2. Датчики: вимірюють температурні, світлові, рухові та інші параметри, на основі яких здійснюється автоматичне керування пристроями.
3. Актори: виконують команди на включення/виключення приладів (реле, управлінці для освітлення, нагрівання, кондиціонування тощо).
4. Користувацький інтерфейс: забезпечує взаємодію користувача з системою через мобільні додатки або веб-інтерфейс.

Для реалізації системи "Розумний дім" використовуються різноманітні мікроконтролери та плати розширення. Одні з найпопулярніших платформ [4]:

1. Arduino: використовується для розробки прототипів і управління простими пристроями.
2. Raspberry Pi: дозволяє створювати більш складні рішення завдяки своїй потужності і підтримці ОС Linux.
3. ESP8266 / ESP32: бездротові платформи, які використовуються для

[1] *Ащепкова Наталія Сергіївна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри механотроніки,, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] *Шека Максим Олексійович* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

підключення пристроїв до Інтернету.

4. Z-Wave, ZigBee: стандарти для створення бездротових мереж "Розумного дому", що дозволяють взаємодіяти з великою кількістю пристроїв.

Для керування "Розумним домом" використовуються як готові рішення, так і індивідуальні програмні розробки. До основних програмних засобів належать [5]:

1. OpenHAB: потужна система з відкритим кодом, що дозволяє інтегрувати різноманітні пристрої у єдину мережу.

2. Home Assistant: інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для керування пристроями через веб або мобільний додаток.

3. Domoticz: система автоматизації з можливістю підтримки різних типів датчиків та акторів.

4. IFTTT (If This Then That): програмне забезпечення для створення автоматизованих сценаріїв дій на основі подій.

Впровадження системи "Розумний дім" може привести до значної економії енергоресурсів завдяки оптимізації використання електроенергії. В якості об’єкту дослідження було розглянуто житловий будинок площею100 кв.м. з електричним опаленням. До системи "Розумний дім" входили прилади освітлення, клімат-контролю,системи безпеки та побутова техніка. Результати математичного моделювання доводять, що:

– зменшення витрат на енергію в залежності від пори року сягає до 30%. Автоматичне вимикання пристроїв, коли вони не використовуються, або використання енергоефективних режимів роботи;

– через оптимальне управління роботою приладів та їх своєчасне вимикання, зменшується знос на 20 %. Таким чином зростає термін служби обладнання.

Кошти зекономлені внаслідок впровадження системи "Розумний дім" можна інвестувати в поновлювані джерела енергії. Інтеграція сонячних панелей та вітрових турбін у систему "Розумний дім" дозволяє значно зменшити витрати на електроенергію та навіть продавати надлишки енергії в мережу.

Висновок. Для ефективного впровадження системи "Розумний дім" відповідно до принципів зеленої повістки важливо дотримуватися таких рекомендацій:

1. Інтеграція з поновлюваними джерелами енергії: системи повинні бути налаштовані на пріоритетне використання відновлювальних джерел енергії.

2. Оптимізація енергоспоживання: необхідно реалізовувати сценарії, які дозволяють зменшити енергоспоживання в години пік або в умовах високих тарифів на електроенергію.

3. Розвиток інтелектуальних мереж: застосування "розумних" лічильників та систем моніторингу енергоспоживання дозволить отримувати реальні дані та робити оперативні корективи.

Список використаних джерел:

1. Андріїв, І. В., Котляр, М. І. (2022). Використання "Розумного дому" для оптимізації енергоспоживання. *Науковий журнал "Енергетичні технології"*, 12(3), 45-50. https://doi.org/10.1234/energytech.2022.03.045

2. Бондаренко, О. П. (2021). Впровадження інтелектуальних систем для автоматизації будівель. *Технічні науки: дослідження та інновації*, 14(2), 98-102. https://doi.org/10.1234/techres.2021.02.098

3. Мельник, Р. О., Дорошенко, І. В. (2020). Автоматизація житлових будинків з використанням систем "Розумний дім". *Інженерія та технології*, 19(4), 77-82. https://doi.org/10.1234/engtech.2020.04.077

4. Тимошенко, В. С. (2019). Розвиток систем "Розумний дім" на основі IoT технологій. *Електронні системи та автоматика*, 10(1), 33-38. https://doi.org/10.1234/elecsys.2019.01.033

5. Савченко, К. П., Ковальчук, А. В. (2023). Інтелектуальна автоматизація будівель: технології, рішення, економічні переваги. *Журнал з енергоефективності та відновлювальних джерел*, 22(5), 125-130. https://doi.org/10.1234/energyef.2023.05.125

Залучення інвестицій у «зелені» проєкти в умовах ризиків та економічної нестабільності

***Єлизавета Балачина*[1, 2]**

В умовах повномасштабної війни Україна постала перед необхідністю не тільки забезпечити обороноздатність, а й модернізувати економіку, роблячи її більш гнучкою, інноваційною та екологічно сталою. Одним із ключових напрямів післявоєнного відновлення та трансформації є розвиток «зелених» високотехнологічних проєктів. Ці проєкти охоплюють такі сфери, як відновлювана енергетика, енергоефективність, циркулярна економіка, «розумна» інфраструктура та екологічно чисті технології [7]. Залучення інвестицій у ці галузі здатне не тільки забезпечити економічне зростання, а й підвищити енергетичну незалежність України.

Попри потенціал, інвестори наразі проявляють стриманість щодо участі в українських «зелених» ініціативах. Основна причина - поєднання воєнних загроз, економічних і регуляторних ризиків, які значно знижують інвестиційну привабливість країни.

Перш за все, це воєнні ризики. Активні бойові дії, масовані обстріли енергетичної інфраструктури, ризики окупації окремих територій створюють високу ймовірність знищення інвестиційних активів. Для проєктів у сфері відновлюваної енергетики (сонячні, вітрові електростанції) це критично, адже вони потребують довготривалого періоду окупності. Без державних чи міжнародних механізмів страхування ризиків інвестори остерігаються вкладати капітал у такі ініціативи [8, 9].

Другим серйозним викликом є економічна нестабільність. Високий рівень інфляції, дефіцит бюджету, обмеження валютного регулювання та коливання курсу гривні значно ускладнюють довгострокове фінансове планування. Додатковими перешкодами є нестабільність банківської системи, обмежений доступ до кредитних ресурсів та високі процентні ставки, які знижують можливості для фінансування капіталомістких екологічних проєктів [4].

Не менш важливими є регуляторні бар’єри. Інвестори часто звертають увагу на непрозорість адміністративних процедур, часті та непередбачувані зміни у нормативно-правовому полі, а також відсутність ефективних механізмів судового захисту прав у комерційних спорах. Високий рівень корупції додатково посилює ці ризики. Для іноземних компаній така ситуація створює

---

[1] *Балачіна Єлизавета Сергіївна* – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня прогама Міжнародний менеджмент, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] Науковий керівник – *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

невизначеність і підвищену ймовірність фінансових втрат, особливо в умовах загальної політичної та економічної кризи [5].

Незважаючи на виклики, саме зелена трансформація може стати основою відбудови України за європейськими стандартами. Серед основних переваг такого підходу - зміцнення енергетичної незалежності, модернізація промисловості, зниження викидів парникових газів та інтеграція до європейських ринків [2]. Передусім, розвиток відновлюваної енергетики дозволяє країні зменшити залежність від імпорту вуглеводнів [6]. У післявоєнний період цей фактор може стати вирішальним для безпеки. Україна вже має значний потенціал у сфері сонячної та вітрової енергетики, особливо на півдні та заході країни. У разі гарантій стабільності інвестори готові вкладати кошти у будівництво нових електростанцій.

Крім того, інноваційна складова «зелених» технологій відкриває широкі перспективи для створення стартапів, науково-дослідних кластерів та інтеграції з європейськими цифровими програмами. Програми Європейського Союзу, такі як Horizon Europe та Digital Europe, пропонують фінансування українським інноваторам, сприяючи розвитку локального виробництва компонентів для відновлюваних джерел енергії, систем енергозбереження та розумних мереж.

Зокрема, Horizon Europe, з бюджетом €95,5 мільярдів на 2021 - 2027 рр, підтримує українських дослідників та інноваторів, надаючи можливості для участі в проєктах, спрямованих на боротьбу зі зміною клімату та досягнення Цілей сталого розвитку ООН. Україна є асоційованою країною в цій програмі, що дозволяє українським організаціям брати участь на рівних умовах з країнами-членами ЄС [3].

Програма Digital Europe спрямована на підтримку цифрового зростання в Європі, включаючи Україну, зосереджуючись на штучному інтелекті, кібербезпеці та напівпровідниках. Це відкриває нові можливості для українських підприємств та дослідників у сфері цифрових технологій. Крім того, Європейська комісія запустила ініціативу EIC4Ukraine, яка надає €20 мільйонів для підтримки українських стартапів у сфері глибоких технологій, допомагаючи їм зростати та інтегруватися в європейський інноваційний простір [1].

Такі ініціативи сприяють створенню сприятливого середовища для розвитку «зелених» технологій в Україні, стимулюючи інновації та сприяючи економічному зростанню.

Для того щоб Україна стала більш привабливою для «зелених» інвесторів, держава має реалізувати низку стратегічних кроків, наведених у табл. 1.

Залучення інвестицій у «зелені» проєкти в умовах економічної нестабільності є важливою складовою модернізації економіки України в поствоєнний період. Такі проєкти, орієнтовані на відновлювану енергетику, циркулярну економіку та сталу інфраструктуру, відповідають сучасним глобальним трендам та мають потенціал для підвищення конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку.

Таблиця 1 – Бар'єри та виклики інвестування у «зелені» проєкти (шляхи мінімізації ризиків)

Визначена перешкода для інвестування	Запропонована стратегія вирішення
Високий рівень загального інвестиційного ризику: нестабільність макроекономічного середовища, непередбачуваність політики, ризик втрати активів та обмежена фінансова передбачуваність	Запровадження державних гарантій та механізмів компенсації: створення фінансових інструментів для зниження ризиків і захисту капіталу інвесторів.
Фінансова недоступність довгострокових ресурсів: обмежений доступ до недорогого фінансування, високі процентні ставки, недостатня активність внутрішнього ринку капіталу.	Розробка державних стимулюючих фінансових інструментів: впровадження бюджетних програм підтримки, державних субсидій, податкових преференцій
Регуляторна фрагментованість і зарегульованість процедур: складність адміністрування, нестабільність законодавчої бази, затягнутість процесів погодження інвестиційних ініціатив.	Регуляторна реформа та цифровізація процедур: спрощення дозвільної системи, впровадження цифрових сервісів, забезпечення стабільності правового середовища.
Відсутність спеціалізованих механізмів управління форс-мажорними ризиками: неможливість передбачити та компенсувати втрати від екзогенних факторів, включно з політичними та економічними шоками	Інституціоналізація системи страхування інвестиційних ризиків: створення страхових фондів, запровадження національних механізмів ризик-менеджменту для інвесторів

Успішне інвестування в екологічно орієнтовані ініціативи потребує чіткого стратегічного бачення з боку держави, створення стабільного нормативного середовища та розвитку інноваційної екосистеми. Залучення міжнародного досвіду, партнерства з транснаціональними компаніями та інтеграція у європейський «зелений курс» можуть стати додатковими факторами, що підсилюють довіру інвесторів навіть в умовах ризиків.

Список використаних джерел:

1. EU4Digital Initiative. URL: https://eufordigital.eu (дата звернення: 10.05.2025).
2. Green Industrial Recovery Programme for Ukraine 2024–2028. *United Nations Industrial Development Organization*: веб сайт. URL: https://www.unido.org/sites/default/files/unido-publications/2024-08/UKR_Green%20industrial%20recovery%20programme%20for%20Ukraine%202024-2028_external_online%20%281%29.pdf (дата звернення: 10.05.2025).
3. Horizon Europe – Ukraine. URL: https://horizon-europe.org.ua (дата звернення: 10.05.2025).
4. Дєєва Ю.О. Екологізація інвестиційної діяльності в Україні: стан, проблеми, перспективи. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2019. № 2(70). С. 150 - 158. URL: https://journals.uran.ua/vsed_oneu/article/view/168206 (дата звернення: 11.05.2025).
5. НАДПУ презентувала основні регуляторні перепони для реалізації інвестицій у добувну галузь. *Національна асоціація добувної промисловості України*: веб сайт. URL: https://neiau.com.ua/nadpu-prezentuvala-osnovni-regulyatorni-perepony-dlya-realizacziyi-investyczij-u-dobuvnu-galuz/ (дата звернення: 12.05.2025).

6. Політика Європейського Союзу: підручник / за ред. О. І. Шевчука. Дніпро: ПГАСА, 2023. 352 с. URL: https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2023/02/Pidruchnyk-Polityka-YES.pdf (дата звернення: 12.05.2025).

7. Програма «Енергонезалежність та Європейський зелений курс». *Платформа відновлення України*: веб сайт URL: https://recovery.gov.ua/project/program/energy-independence-and-green-deal (дата звернення: 12.05.2025).

8. Чи стане Україна зеленою? Чотири ризики для екологічного переходу після перемоги. *Економічна правда*: веб сайт. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2023/07/4/701830/ (дата звернення: 12.05.2025).

9. Джур О., Балачіна Є. Особливості застосування стандартів Зеленої Угоди на Українських підприємствах. *Економіка та суспільство*, (69). https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5095/5042. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-25 (дата звернення: 10.05.2025).

Інструменти зеленого маркетингу в просуванні екологічно орієнтованих інвестиційних проєктів

***Олександр Бей*[1]**

Під «зеленою економікою» розуміють принципово новий етап здійснення економічної діяльності, орієнтований на сталий розвиток, збереження довкілля та ефективне використання природних ресурсів. Поступовий перехід України до принципів зеленої економіки сприяє модернізації національної економіки, впровадженню інновацій і зменшенню негативного впливу на довкілля. Однак для ефективного впровадження курсу на сталий розвиток недостатньо спиратися лише на власний досвід – важливо враховувати і вивчати міжнародну практику переходу до зеленої економіки.

Актуальність запровадження новітніх екологічних технологій, що сприяють поліпшенню стану навколишнього середовища, дедалі частіше стає центральним питанням у порядку денному органів державної влади України, особливо в умовах екологічних викликів, загострених війною.

Зелені інвестиції – це інвестиції, спрямовані на розвиток та підтримку проєктів, які зменшують вплив на навколишнє середовище, сприяють збереженню природних ресурсів, підвищенню енергоефективності, використанню відновлюваних джерел енергії, зниженню викидів парникових газів та покращенню стану довкілля. Зелені інвестиції можуть бути здійснені у сфері як приватного, так і державного секторів економіки, а також у сфері міжнародних фінансових відносин [1, с.85].

Маркетинг зелених інвестицій – це комплекс заходів, спрямованих на залучення інвесторів до зелених проєктів. Для успішного маркетингу зелених інвестицій потрібно використовувати правильну комунікаційну стратегію та вміти налагоджувати діалог з цільовою аудиторією [2].

Для залучення інвесторів до зелених проєктів слід керуватися наступними кроками:

1. Показати переваги зелених інвестицій, зокрема надійність, стабільність та дохідність.

2. Спрямувати зусилля на створення інформаційної бази та підтримку діалогу з інвесторами.

3. Використовувати різноманітні канали комунікації, включаючи соціальні мережі, блоги, відео та інші інструменти.

4. Сприяти збільшенню кількості зелених проєктів, що дасть змогу інвесторам вибирати з більшої кількості пропозицій [3, с. 34].

У межах реалізації зазначених кроків особливої уваги заслуговують ті інструменти, які не лише інформують інвесторів, а й формують стійке сприйняття проєкту як екологічно значущого та інноваційного.

---

[1] *Бей Олександр Сергійович* – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

Значне місце посідає формування «зеленого» бренду інвестиційного проєкту – створення чіткого позиціонування на ринку як екологічно відповідального й інноваційного. Такий підхід поєднується з використанням цифрового маркетингу, зокрема соціальних мереж, відеопрезентацій та інтерактивних платформ, які демонструють реальні екологічні результати проєкту й забезпечують зворотний зв'язок з аудиторією. Окрім того, застосовуються методи екологічної сертифікації та маркування, що надають об’єктивне підтвердження екологічної спрямованості ініціативи, підвищуючи її легітимність у очах потенційних інвесторів [4].

Зростає також популярність таких інструментів, як краудфандинг та соціальні кампанії, що поєднують маркетингову та фінансову функції – з одного боку, дозволяючи залучати фінансування, а з іншого – формуючи широку громадську підтримку та медійну увагу до проєкту.

Застосування вищезгаданих інструментів дозволяє не лише підвищити інвестиційну привабливість екологічних проєктів, а й формувати їхню емоційну цінність для інвестора, яка стає дедалі важливішою в умовах переходу до економіки, орієнтованої на сталий розвиток.

Таким чином, зелений маркетинг є невід'ємною складовою управління сучасними інвестиційними проєктами, які претендують на залучення фінансування у сфері сталого розвитку. Його ефективна реалізація сприяє не лише досягненню екологічних і економічних цілей, але й утвердженню нових стандартів корпоративної поведінки на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. «Зелені» інвестиції у сталому розвитку: світовий досвід та український контекст. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2019_ZELEN_INVEST.pdf (дата звернення: 15.05.2025)

2. Global Sustainable Investment Alliance. Global Sustainable Investment Review 2020. Global Sustainable Investment Alliance. URL: https://www.gsi-alliance.org/wpcontent/uploads/2021/08/GSIR-20201.pdf (дата звернення: 15.05.2025)

3. Воробйова В. Маркетинг зелених інвестицій: як залучати інвесторів до зелених проєктів //Матеріали круглого столу «Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності», 16.05. 2023 р., м. Дніпро. Укладачі: І.Ю.Приварникова, О.А.Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. 232 с. 2023. С. 33.

4. Князєва Т. В., Мізик В. В. Маркетинг зелених інвестицій: реалії та перспективи впровадження маркетинг зеленых инвестиций: реалии и перспективы внедрения marketing of green investments: realities and //представництво конференції. 2021. С. 396.

Адаптація рекламної діяльності промислового підприємства до умов воєнного стану

Руслан Горб[1], Поліна Сокол[2]

Рекламна діяльність – це ключовий інструмент підтримки комунікації із споживачами, особливо у B2B-секторі, та чинник забезпечення стійкої ринкової позиції підприємства [1]. У період воєнного стану в Україні відбуваються глибокі трансформації ринкових умов, які впливають на економічну поведінку як бізнесу, так і споживачів. Це зумовлює потребу у перегляді рекламних стратегій промислових підприємств. Факторами дестабілізації виступають: порушення логістичних ланцюгів, економічна нестабільність, релокація клієнтів, емоційне напруження та дефіцит ресурсів [2].

Аналіз діяльності типового промислового підприємства, що спеціалізується на холодильному обладнанні, засвідчив значну залежність від традиційних офлайн-каналів просування (виставки, друкована продукція, партнерські контакти), при обмеженій онлайн-активності. Ця стратегія, особливо в умовах обмеженого фізичного доступу до цільових аудиторій, виявилась малоефективною. Протягом 2022–2024 років при зростанні витрат на рекламу спостерігалося зниження конверсії та нестабільність залучення нових клієнтів. Натомість конкуренти, які раніше перейшли до використання цифрових каналів, продемонстрували стійкіші результати .

Цифрова трансформація маркетингових комунікацій передбачає впровадження таргетованої реклами (зокрема в Meta та LinkedIn), контекстної реклами (Google Ads) та SEO-оптимізації сайту. Ці інструменти дозволяють максимально точно охопити релевантну аудиторію – закупівельників, логістів, девелоперів тощо. Нижче подано приклад структури витрат на цифрову рекламну кампанію для підприємства середнього рівня в умовах воєнного часу (рис. 1).

Крім того, адаптація рекламних повідомлень у кризових умовах передбачає зміну їхнього емоційного забарвлення – з прямої продажної комунікації на інформування про стабільність, підтримку, надійність. Для промислових компаній ключовими повідомленнями можуть бути: "енергоефективність рішень", "безперебійність постачання", "супровід в умовах ризиків", "локальна підтримка" тощо [4].

---

[1] *Горб Руслан Артемович* – здобувач першого (бакалавського) рівня вищої освіти, спеціальність Маркетинг, освітня прогама Маркетинг, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: horb.r@365.dnu.edu.ua.

[2] *Сокол Поліна Миколаївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: sokol_p_n@i.ua.

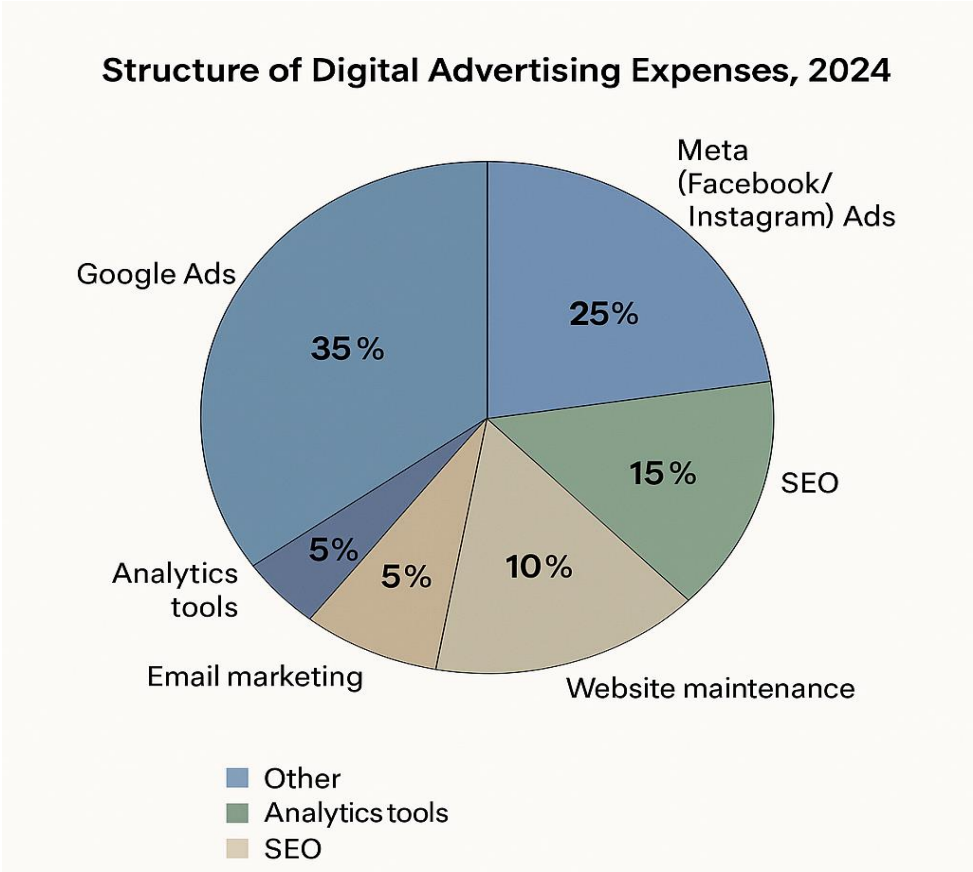


Рисунок 1 – Структура витрат на цифрову рекламну кампанію для підприємства середнього рівня в умовах воєнного часу

Одним з найбільш ефективних напрямів реклами в B2B-секторі під час війни виступає контент-маркетинг. Регулярна публікація кейсів впровадження продукції в умовах блекаутів, інтерв'ю з клієнтами або демонстрація роботи обладнання під час релокації виробництва – формують довіру до бренду. Як приклад, використання технічних блогів та кейсів на сайтах компаній дозволяє утримати увагу професійної аудиторії довше, ніж банерна реклама [5].

Не менш важливою складовою адаптації є побудова системи вимірювання ефективності реклами. Для цього доцільно використовувати:

- Google Analytics / GA4 – для відстеження поведінки користувачів на сайті;
- UTM-мітки – для ідентифікації каналів трафіку;
- CRM-систему – для фіксації звернень клієнтів та розрахунку показників ефективності (KPI);
- ROMI – для аналізу окупності рекламних витрат.

Формула ROMI:

ROMI = ((Дохід від реклами – Витрати на рекламу) / Витрати на рекламу) × 100%

У кризових умовах бажано встановити мінімальний поріг ROMI на рівні не менше 150%, що дозволяє мати запас міцності на випадок ринкових коливань [6].

Таким чином, адаптація рекламної діяльності промислового підприємства в умовах воєнного стану повинна бути комплексною та стратегічно виваженою. Насамперед, необхідно здійснити глибоку цифровізацію каналів комунікації, що дозволить забезпечити безперервний зв'язок із цільовою аудиторією навіть за обмежених ресурсів або фізичної недоступності традиційних медіа. Це включає активне використання соціальних мереж, e-mail маркетингу, мобільних додатків, платформ миттєвого обміну повідомленнями (месенджерів), а також адаптацію контенту до нових форматів.

Список використаних джерел:

1. Цуркан А. Рекламна діяльність підприємств в умовах воєнного стану [Електронний ресурс] // ДТЕУ. – Режим доступу: https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e14593cb-f2bc-4cc9-a015-436525e05636/content (дата звернення: 06.05.2025).
2. DiNANTA. Маркетингова стратегія під час війни та воєнного стану [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dinanta.com/blog/marketing-during-war (дата звернення: 06.05.2025).
3. Шиманська О. Переосмислення маркетингу в умовах війни // Економіка та суспільство. – 2023. – №47. – С. 89–95. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-13.
4. Рибалка Ю. Антикризова рекламна стратегія бізнесу в Україні під час війни // Вісник економіки. – 2023. – №2(64). – С. 51–57. – DOI: https://doi.org/10.37128/2411-4413-2023-2-7.
5. Климова І. Контент-маркетинг як інструмент підвищення довіри до бізнесу в B2B // Бізнес та економіка. – 2022. – №3(105). – С. 34–38.
6. Digital маркетинг в умовах війни: тренди, цифри, прогнози // Бізнес медіа «MMR». – 2023. – URL: https://mmr.ua/show/digital-marketynh-v-umovakh-vijny (дата звернення: 06.05.2025).

Зелена економіка в умовах воєнного стану: виклики та можливості для сталого розвитку України

Ольга Зінченко[1], Єлизавета Клопот[2]

Повномасштабна війна в Україні стала не лише гуманітарною та безпековою катастрофою, а й серйозним викликом для національної економіки. Зруйнована інфраструктура, втрати промислового потенціалу, вимушене переміщення населення та дефіцит енергетичних ресурсів вимагають нових підходів до економічного відновлення. У цих умовах концепція «зеленої» економіки набуває нового змісту: вона перетворюється з перспективної моделі на нагальну потребу.

Європейський зелений курс (European Green Deal) пропонує комплексний підхід до екологічної трансформації економіки на основі принципів сталого розвитку, енергоефективності, кліматичної нейтральності та циркулярної економіки. Впровадження цих принципів в Україні, навіть у воєнний період, відкриває перспективи для сталого відновлення та довгострокового зростання, сумісного з європейською інтеграцією.

Основні виклики для «зеленої» економіки у воєнний час:

1. Руйнування екосистем і природного середовища. Воєнні дії призводять до масштабного забруднення повітря, ґрунтів та вод, знищення природних територій і об'єктів природно-заповідного фонду. Постає виклик збереження та відновлення довкілля на тлі обмежених ресурсів та безпекових ризиків.

2. Пріоритет «виживання» над сталістю. В умовах надзвичайної ситуації держава змушена фокусуватися на швидких рішеннях, які не завжди відповідають екологічним критеріям. При цьому існує ризик зниження екологічних стандартів у процесі відбудови.

3. Енергетична криза. Руйнування критичної інфраструктури, зокрема ТЕС, ГЕС, електропідстанцій, поставило під загрозу енергозабезпечення мільйонів українців. Проте це також стимулює розвиток децентралізованої, відновлюваної енергетики як альтернативи вразливим централізованим системам.

Попри виклики, воєнний стан відкриває і певні вікна можливостей:

1. Переосмислення післявоєнного відновлення. Україна має шанс закласти екологічні стандарти вже на етапі проєктування майбутньої інфраструктури, використовуючи сучасні енергоефективні технології, екологічні матеріали та принципи кругової економіки.

2. Зростання міжнародної підтримки. ЄС та інші міжнародні донори

[1] *Зінченко Ольга Анатоліївна* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: ol-zinchenko@ukr.net.

[2] *Клопот Єлизавета* – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг , Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: klopot@365.dnu.edu.ua.

активно підтримують екологічні ініціативи в Україні. Зокрема, освітній проєкт EUGDProSED (European Green Deal as a Perspective for Sustainable Economic Development) в межах програми Erasmus+ Jean Monnet сприяє розвитку зеленої економічної освіти та інтеграції європейського досвіду в українську практику.

3. Зростання попиту на «зелені» технології. Внаслідок пошкоджень централізованих систем спостерігається зростання інтересу до локальних сонячних та вітрових установок, біоенергетики, технологій очищення води, утилізації відходів тощо.

У 2023–2025 рр. в різних регіонах України реалізовуються локальні проєкти з інсталяції сонячних панелей на об’єктах критичної інфраструктури (лікарні, школи), що фінансуються міжнародними фондами. Розробляються дорожні карти для «зеленої» реконструкції міст, з урахуванням принципів Європейського зеленого курсу.

Особливо перспективним є розвиток аграрного сектору на принципах сталого землекористування, біоорганічного виробництва та цифрового моніторингу природних ресурсів. Ці напрями не лише відповідають екологічним вимогам, а й підвищують конкурентоспроможність українського експорту

Зелена економіка в умовах воєнного стану – не утопія, а реалістичний напрямок відновлення України. Впровадження принципів Європейського зеленого курсу має стати основою для модернізації країни в післявоєнний період. Це потребує комплексної підтримки з боку держави, бізнесу, науки та міжнародних партнерів. Саме інноваційне, екологічно орієнтоване відновлення дозволить Україні не лише повернутися до довоєнного рівня розвитку, а й перейти на якісно новий, сталий рівень економіки.

Список використаних джерел:

1. Європейська комісія. Європейський зелений курс : Комунікація Комісії до Європейського парламенту, Ради, Європейського економічного і соціального комітету та Комітету регіонів. – Брюссель, 2019. – COM(2019) 640 final. – 24 с.

2. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. Позиція України щодо Європейського зеленого курсу. – Київ, 2020. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mepr.gov.ua/files/images/news_2020_01/Ukraine_position_EGD.pdf. – Назва з екрана.

3. Держава і глобальні виклики сталого розвитку / за ред. В. П. Андрущенка. – Київ : Національний педагогічний ун-т імені М. П. Драгоманова, 2021. – 324 с.

4. Сухорукова Л. М. Зелена економіка як складова сталого розвитку в умовах трансформації економіки України // Економіка та держава. – 2022. – № 7. – С. 45–49.

5. Global Witness. The Environmental Impact of War in Ukraine. – 2023. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.globalwitness.org/en/campaigns/environmental-activists/environmental-impact-war-ukraine/. – Назва з екрана.

6. Тищенко О. В. Перспективи розвитку відновлюваної енергетики в Україні в умовах війни // Економічний вісник Донбасу. – 2023. – № 1 (71). – С. 78–83.

7. EU Green Deal as a Perspective for Sustainable Economic Development (EUGDProSED). – Erasmus+ Jean Monnet Project. – 2024. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://eugdprosed.dnu.dp.ua/. – Назва з екрана.

Зелена модернізація українських міст в поствоєнний період

***Ольга Зінченко*[1]**

У зв'язку з масштабними руйнуваннями інфраструктури та потребою у відбудові міського середовища в Україні, зелена модернізація набуває особливої ваги. Вона дозволяє поєднати екологічні, соціальні та економічні цілі у процесі відновлення, зробивши українські міста безпечнішими, комфортнішими та енергоефективнішими.

Зелена модернізація – це цілісний підхід до реконструкції та розвитку міського простору на основі принципів сталого розвитку, кліматичної адаптації, декарбонізації та циркулярної економіки. Вона охоплює оновлення будівель, екологічний транспорт, зелену енергетику, управління відходами, водні рішення та цифрову трансформацію.

Основними пріоритетами відбудови при цьому стають «озеленення» [1]:

житлового фонду: термомодернізація, енергоефективні будівлі, «розумні» будинки;

громадського транспорту: електробуси, велоінфраструктура, інтеграція з міським плануванням;

енергетики: сонячні станції, малі вітрові установки, теплові помпи. урбаністики: міські парки, біокоридори, зелений ландшафтний дизайн;

інфраструктури: стійка до кліматичних ризиків, заснована на екологічних матеріалах.

Зелена модернізація неможлива без підтримки державної політики, прозорого планування, доступу до фінансування та активної участі громад. Важливу роль відіграють інструменти стратегічного планування (SECAP), механізми державно-приватного партнерства, грантові програми ЄС (Erasmus+, Horizon Europe, JTM) [2].

Україна має змогу переймати досвід таких міст, як Варшава, Вільнюс, Ляйпциг, які реалізували успішні проєкти з переходу до сталої міської екосистеми [3].

Так, наприклад, місцева влада м. Ляйпциг (Німеччина) ставку зробила на ревіталізацію постіндустріальної території. Місто успішно трансформувало колишні промислові райони у сучасні зелені квартали. Було також впроваджено концепцію «місто коротких відстаней» – усе необхідне у пішій доступності. Акцент робився на поєднанні житла, бізнесу та зелених зон.

Інший досвід у м. Варшава, де активно впроваджується електротранспорт (електробуси, трамваї), здійснюється енергоефективна модернізація дитсадків та шкіл, відбувається розширення парків і зелених насаджень як відповідь на зміну клімату.

[1] *Зінченко Ольга Анатоліївна* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: ol-zinchenko@ukr.net.

Активно розвиває цифрові рішення для сталого управління м. Вільнюс (Литва) за рахунок впровадження відкритих екомоніторингових систем, підтримки екостартапів, міського садівництва, локальних ініціатив, орієнтацію на цифровізацію екологічної політики.

Європейський досвід підтверджує, що зелена модернізація – це комплексна трансформація міського середовища. Україна може ефективно адаптувати ці приклади у власних містах у процесі відбудови, враховуючи екологічну, соціальну та технологічну складові. Адаптація цього досвіду має враховувати українські реалії – від потреб внутрішньо переміщених осіб до відновлення соціальних сервісів.

Університети, наукові центри та стартапи відіграють ключову роль у впровадженні «зелених» технологій та формуванні екосвідомого суспільства. Освітні програми з урбаністики, енергоефективності, екологічного менеджменту мають бути інтегровані в практику відновлення.

Але разом з тим, слід виділити і певні виклики зеленої модернізації: нестача фінансування, кваліфікованих кадрів, недостатня правова база та опір змінам. Водночас громади демонструють високий потенціал до трансформації, особливо у співпраці з міжнародними партнерами.

Зелена модернізація міст у поствоєнний період – це не лише технічне завдання, а стратегічна інвестиція у майбутнє України. Вона дозволяє зробити відбудову інноваційною, екологічною та соціально справедливою.

Список використаних джерел:

1. Зінченко, О., & Апальков, С. (2023). Європейський зелений курс на шляху реалізації національних економічних інтересів. *Проблеми економіки*, 1 (55), 42-48. https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-1-42-48

2. Гринько Т., Зінченко О. Аналіз європейського досвіду зеленої модернізації. *Актуальні проблеми економіки*, 2025. № 2 (284). С. 205-213. https://doi.org/10.32752/1993-6788-2025-1-284-205-213

3. Шишпанова Н. О., Кормишкіна І. В. Зелена економіка як інструмент повоєнного відновлення регіонів. *Інвестиції: практика та досвід*, 2024. № 10. С. 87-92. https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.10.87

Впровадження концепції «зеленої» економіки в готельний бізнес в умовах воєнного стану

***Олег Колонтаєвський*[1]**

В умовах воєнного стану в Україні готельна індустрія зазнає глибоких трансформацій, що пов'язані з необхідністю адаптації до нових економічних, екологічних та соціальних викликів. З огляду на глобальні тенденції переходу до сталого розвитку, особливої актуальності набуває впровадження концепції «зеленої» економіки в сферу гостинності. Це сприяє не лише збереженню довкілля, а й підвищенню конкурентоспроможності готельних підприємств, їх енергоефективності та стійкості до кризових ситуацій.

«Зелена» економіка передбачає економічну діяльність, яка спрямована на зниження впливу на довкілля, підвищення енергоефективності, впровадження ресурсозберігаючих технологій та використання відновлюваних джерел енергії [1, 2]. У готельному бізнесі ця концепція передбачає:

- впровадження систем енергозбереження та енергоефективності;
- використання екологічно чистих матеріалів та технологій;
- зниження обсягів викидів парникових газів та управління відходами;
- популяризацію екологічного туризму та просування «зелених» стандартів серед гостей.

Воєнний стан в Україні значно ускладнює економічну діяльність готелів, що пов'язано з: руйнуванням інфраструктури; зниженням туристичних потоків; обмеженим доступом до фінансових ресурсів; дефіцитом енергоносіїв.

Попри це, впровадження принципів «зеленої» економіки може слугувати важливим інструментом адаптації та відновлення діяльності готельних підприємств, зокрема:

1. Енергонезалежність. Встановлення сонячних панелей, теплових насосів, систем збереження енергії дозволяє зменшити залежність від централізованого постачання енергії, що є особливо актуальним в умовах бойових дій.

2. Зниження операційних витрат. Використання енергозберігаючого обладнання, модернізація систем тепло- та водопостачання сприяє зниженню витрат.

3. Соціальна відповідальність та підтримка іміджу. Впровадження «зелених» ініціатив підвищує лояльність клієнтів та партнерів, що цінують екологічно відповідальну діяльність навіть в умовах кризи.

4. Залучення інвестицій та грантів. Міжнародні донорські організації та фонди сприяють реалізації екологічних проєктів в Україні, що відкриває нові фінансові можливості для готелів.

Практичні заходи впровадження «зеленої» економіки в готелях України:

---

[1] *Колонтаєвський Олег Петрович* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна.

1. Енергомодернізація будівель – утеплення фасадів, встановлення енергоощадних вікон, модернізація систем опалення та вентиляції.

2. Автономне енергозабезпечення – встановлення сонячних електростанцій, акумуляторних систем збереження енергії.

3. Управління відходами та сортування сміття – впровадження систем роздільного збору сміття, використання біорозкладних матеріалів.

4. Використання локальних екологічно чистих продуктів – формування екологічного меню, співпраця з місцевими виробниками.

5. Освітні та комунікаційні програми для персоналу та гостей – навчання екологічним практикам, інформування про заходи готелю з охорони довкілля.

Незважаючи на складні економічні умови та виклики, пов’язані з воєнним станом, низка українських готелів вже демонструють успішні приклади впровадження екологічних ініціатив та принципів «зеленої» економіки.

Пріоритетними напрямками в цій роботі для готелів в України є приєднання до міжнародної екологічної програми Think Planet, яка передбачає скорочення енергоспоживання, використання енергоефективного обладнання, зменшення споживання води, біофільтрація стічних вод, сортування та переробку відходів; в рамках екологічної стратегії – впровадження енергозберігаючих технологій в системах опалення, вентиляції та кондиціювання; зменшення використання пластику; перехід на локальні джерела енергії (можливість переходу на сонячні панелі); використання локальних будівельних матеріалів, органічної сировини для ресторану [3].

Таким чином, впровадження концепції «зеленої» економіки в готельний бізнес України в умовах воєнного стану є не лише викликом, а й стратегічною можливістю для підвищення стійкості підприємств, оптимізації ресурсів, забезпечення енергонезалежності та формування нової моделі розвитку готельної індустрії, що враховує екологічні, економічні та соціальні аспекти. Навіть у складних умовах воєнного стану застосування принципів «зеленої» економіки є можливим і доцільним, адже воно створює передумови для стабільного функціонування галузі, прискорення її відновлення у післявоєнний період, а також інтеграції в глобальний простір сталого туризму та впровадження міжнародних екологічних практик. Це, своєю чергою, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готельного бізнесу України та зростанню туристичної привабливості країни на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Ліпич Л., Хілуха О., Кушнір М., Кошовий Б. Комплементарність концепції економіки сталого розвитку та «зеленої економіки». *Академічні візії*. 2023. № 19. URL: https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/363

2. Сич К., Бугайчук В., Грабчук І. Тенденції та перспективи розвитку зеленої економіки в україні. *Економіка та суспільство*. 2021. № 30. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-48

3. Think Planet. Radisson Hotel Group. URL: https://www.radissonhotels.com/en-us/corporate/responsible-business/planet

Антикризовий корпоративний менеджмент у період війни: виклики та можливості для зеленої економіки

Єлизавета Маруткова[1], Ольга Джур[2]

У сучасних умовах повномасштабної війни в Україні бізнес зіткнувся з безпрецедентними викликами. Руйнування інфраструктури, скорочення виробничих потужностей, нестабільність фінансових ринків та загроза фізичному існуванню підприємств вимагають швидкого реагування та ефективного антикризового управління. У цих обставинах особливого значення набуває корпоративний менеджмент, що не лише спрямований на виживання, але й покликаний сприяти стратегічній трансформації підприємств у напрямку зеленої економіки. Саме поєднання антикризового управління та зеленої трансформації стає ключовим чинником стійкості та оновлення бізнесу в умовах війни. У цьому контексті зелена економіка розглядається не лише як довгострокова перспектива сталого розвитку, а як нагальна потреба адаптації до нових реалій, що відкриває для підприємств додаткові можливості в умовах обмежених ресурсів, енергетичних криз і змін у споживчих пріоритетах.

Антикризовий корпоративний менеджмент є системою стратегічних і тактичних дій, спрямованих на забезпечення життєздатності підприємства в умовах турбулентності. В умовах війни ця система має розширене значення, адже крім економічних чинників, управлінцям доводиться враховувати безпекові, соціальні та гуманітарні ризики. Пріоритетними завданнями корпоративного менеджменту стають збереження персоналу, гнучке управління ресурсами, підтримка морального духу колективу, перебудова ланцюгів постачання та розвиток антикрихких бізнес-моделей. Водночас, актуалізується питання корпоративної відповідальності та етичності управління, що передбачає врахування екологічного фактору в усіх сферах діяльності компанії [2].

Зелена економіка, згідно з визначенням Програми ООН з навколишнього середовища, базується на принципах низьковуглецевого розвитку, ефективного використання ресурсів і соціальної інклюзивності. У кризовий період, зокрема під час війни, ці принципи стають особливо важливими. Втрата доступу до традиційних джерел енергії стимулює пошук альтернативних рішень – зокрема, використання сонячної, вітрової, біоенергетики, впровадження енергоощадних технологій, перехід до локального виробництва та цифровізація процесів. Компанії, які раніше інвестували у сталий розвиток, виявилися більш гнучкими та витривалими до шоків. У цьому сенсі зелена трансформація виступає не лише

[1] *Маруткова Єлизавета Олександрівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент організацій, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: marutkovalisa@gmail.com.

[2] *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

екологічною, а й стратегічною перевагою, яка дозволяє адаптуватися до змін зовнішнього середовища [1; 4].

В умовах воєнного стану в Україні зростає роль внутрішніх резервів підприємств, а отже, корпоративне управління має забезпечити швидке переосмислення пріоритетів і способів досягнення результатів. Одним із інструментів, що поєднує антикризове та екологічно відповідальне управління, є впровадження систем екологічного менеджменту, зокрема відповідно до стандарту ISO 14001. Це дозволяє не лише контролювати екологічні ризики, але й зменшувати витрати, оптимізувати виробництво та покращити репутацію компанії. Іншим інструментом є ESG-стратегії (Environmental, Social, Governance), що інтегрують екологічні та соціальні критерії в процеси управління та прийняття рішень. У поєднанні з принципами корпоративної соціальної відповідальності (CSR), такі стратегії дозволяють компаніям зберігати довіру суспільства та партнерів навіть у критичних умовах [1].

Досвід українських компаній у період війни демонструє, що попри складність ситуації, бізнес здатен адаптуватися до нових викликів, зберігаючи орієнтацію на сталий розвиток. Наприклад, компанія «Біосфера» зберегла фокус на виробництві товарів з екологічних матеріалів, розширивши інвестиції у переробку сировини. Логістичний оператор «Нова Пошта» не лише продовжує обслуговування під час війни, але й модернізує свої об’єкти за рахунок впровадження сонячних панелей, електротранспорту та енергоефективних систем освітлення. Агропромисловий холдинг МХП, зіткнувшись з енергетичними викликами, активізував проєкти з виробництва біогазу, що дозволяє зменшити залежність від газу та скоротити викиди парникових газів. Ці приклади засвідчують, що навіть у найскладніші періоди компанії можуть реалізовувати зелений вектор через правильну стратегію корпоративного управління.

Звичайно, реалізація зеленої трансформації потребує підтримки держави, міжнародних партнерів, а також інституційного середовища. Але перші кроки мають починатися з внутрішньої ініціативи підприємств. Це потребує лідерства, інноваційного мислення, готовності до змін та формування нової культури управління, що базується на принципах стійкості, відкритості та відповідальності. Зелений корпоративний менеджмент не є лише реакцією на зовнішні загрози, а трансформується у фундамент майбутнього економічного розвитку. Застосування антикризового корпоративного менеджменту в період війни з урахуванням викликів та можливостей для зеленої економіки повинно враховувати: 1) управління в умовах невизначеності та криз (гнучкість та адаптивність, оперативне реагування, безперервність бізнесу (Business Continuity Plan - BCP), управління ризиками, кризова комунікація); 2) виклики воєнного часу для зеленої економіки (переорієнтація ресурсів, руйнування інфраструктури, забруднення довкілля, зміни в регуляторній політиці, кадровий дефіцит); 3) можливості для зеленої економіки в умовах кризи (стимулювання енергетичної незалежності, відновлення за принципами «зеленого» будівництва, розвиток циркулярної економіки, підвищення екологічної свідомості, інновації

та технологічний розвиток); 4) роль держави (створення сприятливого регуляторного середовища, фінансова підтримка, стимулювання інновацій, забезпечення енергетичної безпеки, міжнародна співпраця); 5) рекомендації для компаній «зеленої» економіки (співпраця та партнерство, активна участь у відновленні, диверсифікація бізнесу, залучення інвестицій, співробітників).

Отже, антикризовий корпоративний менеджмент у період війни виконує дві важливі функції – стабілізаційну та трансформаційну. З одного боку, він забезпечує виживання бізнесу в екстремальних умовах, з іншого – відкриває шлях до модернізації підприємств на засадах зеленої економіки. Це дозволяє бізнесу не лише адаптуватися до обмежень, але й формувати довгострокові конкурентні переваги. Війна, попри руйнівні наслідки, стає каталізатором для переосмислення традиційних моделей ведення бізнесу та переходу до нових, стійкіших і відповідальніших форм управління.

Список використаних джерел:

1. Volodymyr Yanchynskyi, Olena Panukhnyk – IX Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах», 2022. GREEN CONSTRUCTION OF UKRAINE с. 32-34. URL:https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39199/1/2022_11_%d0%b7%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba.pdf

2. Шарапов Владислав, - Формування концепції антикризового менеджменту в умовах воєнного часу, Humanities Studies. 2023. Вип. 14 (91), с. 196-207. URL: http://humstudies.com.ua/article/view/277870/272618

3. Джур О.Є, Джига Л.В, Саламаніна С.О. Антикризовий менеджмент і лідерство на високотехнологічних підприємствах. Економіка та суспільство. 2023. № 56. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3084 DOI: 10.32782/2524-0072/2023-56-123.

4. Стукало, Н. В., Краснікова, Н. О., Стеблянко, І. О., Мешко, Н. П., Сімахова, А. О., Гапоненко, С. О., & Федотова, Т. А. (2018). Зелена» економіка: від глобальної концепції до реалій місцевого розвитку. Дніпро: ДНУ ім. Олеся Гончара, 25. URL: http://doi.org/10.5281/zenodo.1294014

Зелена економіка в умовах воєнного стану: виклики та перспективи

Дарья Москот[1], Ольга Джур[2]

Поняття «зелена економіка» означає модель економічного розвитку, яка поєднує ефективне використання ресурсів, соціальну справедливість і захист довкілля. Для України, яка з 2022 року перебуває у стані повномасштабної війни, ця концепція набуває особливої актуальності. Війна не лише спричинила руйнування інфраструктури, але й поставила під загрозу сталий розвиток та екологічну безпеку країни. У таких умовах зелена економіка може стати не просто інструментом екологічної політики, а й важливим елементом економічної стратегії післявоєнного відновлення [1].

Воєнні дії значно вплинули на всі галузі економіки України, і сектор відновлюваної енергетики - не виняток. Значна кількість об'єктів зеленої енергетики (сонячних і вітрових електростанцій) опинилася або на окупованих територіях, або в зонах активних бойових дій. За даними галузевих аналітиків, з ладу виведено понад 50% сонячних і до 90% вітрових потужностей, побудованих до 2022 року [2].

Також постраждали інші сегменти зеленої економіки: переробка відходів, екологічне будівництво, органічне землеробство. Руйнування логістичних ланцюгів, нестача інвестицій та пріоритетність оборонних витрат поставили під загрозу реалізацію екологічних проєктів. Водночас війна загострила розуміння потреби в енергетичній незалежності, а це - один із головних принципів зеленої економіки [3]. Отже, у період військових дій Україна стикнулася із руйнування інфраструктури, міграцією та внутрішнім переміщення населення, екологічними катастрофами, зміною та переорієнтацією бюджету, зростанням цін на енергоносії, ускладненням міжнародної співпраці внаслідок руйнування напрацьованих ланцюгів постачання і збуту ресурсів.

Одним із ключових напрямів стало переосмислення ролі зеленої енергетики в забезпеченні енергетичної безпеки держави. Попри втрати, галузь продовжує розвиватися завдяки децентралізації. Все більше громад переходять до локального енергозабезпечення за допомогою сонячних панелей, біогазових установок та мікро-гідроелектростанцій. Такі рішення стали критично важливими для забезпечення лікарень, пунктів незламності, шкіл та водоканалів [1].

[1] *Москот Дарья Андріївна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент організацій, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: moskot.d@365.dnu.edu.

[2] *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

Крім того, міжнародні донори активно підтримують цей процес. Програми USAID, ЄБРР та Європейської комісії надають фінансування на встановлення автономних джерел живлення, зокрема для комунальних закладів. Розвиток систем накопичення енергії та цифрового управління мережами дозволив зробити систему більш стійкою [4].

Окрема увага приділяється екологічному будівництву, яке має стати основою відбудови зруйнованих міст та інфраструктури. Принципи енергоефективності, використання екологічних матеріалів, інтеграція зелених зон - усе це має бути враховано при реконструкції. Вже зараз Міністерство розвитку громад та територій спільно з UNDP працює над створенням національного стандарту «зеленого відновлення» [5].

Пілотні проєкти передбачають використання модульних енергоефективних будівель, сонячних колекторів для підігріву води, теплоізоляційних матеріалів та систем збирання дощової води. Крім екологічного ефекту, це також дозволяє знизити енергетичне навантаження на регіони, які працюють в умовах дефіциту електроенергії.

Значний потенціал має біоенергетика - виробництво енергії з органічної сировини. Україна, як аграрна країна, володіє величезними обсягами біомаси, яку можна використовувати для виробництва тепла, електроенергії та навіть біопального. Уже реалізується кілька проєктів у Вінницькій, Черкаській та Львівській областях із виробництва біогазу з залишків кукурудзи, соняшника та гною [4].

Ще один перспективний напрям - створення регіональних центрів сортування і переробки твердих побутових відходів (ТПВ). Війна призвела до різкого збільшення обсягів сміття, зокрема будівельного. Уряди громад змушені шукати екологічні способи його утилізації. Інвестиції у ці рішення зменшують навантаження на довкілля та створюють нові робочі місця.

Зелена економіка неможлива без активної участі суспільства. Один із позитивних наслідків війни - підвищення екосвідомості громад. Багато громадських ініціатив та ОСББ почали самостійно встановлювати сонячні панелі, утеплювати будинки, впроваджувати сортування відходів. Наприклад, у Львові стартував проєкт «Сонячні будинки», який передбачає часткову компенсацію вартості панелей для багатоквартирних будинків [2].

Участь громад у зеленій трансформації сприяє децентралізації управління природними ресурсами. Це також зменшує залежність від централізованих постачальників, а отже - підвищує стійкість у кризові періоди.

Після війни інтеграція України до європейського «зеленого курсу» (European Green Deal) стане важливою умовою повноцінного членства в ЄС. Це передбачає відповідність до екологічних стандартів, розвиток відновлюваних джерел енергії, декарбонізацію промисловості та впровадження систем моніторингу викидів. Уже зараз Україна бере участь у пілотних програмах у межах Green Deal, зокрема щодо розвитку зеленого водню [5].

Також важливим буде впровадження системи CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism), яка регулює експорт товарів до ЄС за критеріями

вуглецевого сліду. Підготовка до цих вимог відкриває нові можливості для інновацій та екологічних інвестицій.

Незважаючи на воєнний стан Україна стратегічно формує різні варіанти і напрямки відновлення, серед яких можна виділити: 1) відновлення за принципом «Build Back Better» (відбудувати краще) (будівництво енергоефективних будівель, впровадження розумних мереж та децентралізацію енергопостачання на основі відновлюваних джерел тощо); 2) енергетична незалежність та безпека (інвестиції у відновлювану енергетику та енергоефективність); 3) децентралізація енергосистеми (підвищення долі енерговідновлюваних джерел); 4) стимулювання технологічних інновацій; 5) підвищення екологічної свідомості (зміна суспільної свідомості і підтримка зелених ініціатив); 6) міжнародна допомога для зеленого відновлення.

Отже, зелена економіка – це не лише екологічний тренд, а необхідність для України в умовах війни та відбудови. Вона сприяє енергетичній незалежності, екологічній безпеці, соціальній згуртованості та міжнародній інтеграції. Попри складну ситуацію, українські громади, бізнес і держава вже сьогодні формують основу для зеленої трансформації. В умовах належної політичної волі, підтримки міжнародних партнерів і участі громадянського суспільства, зелена економіка може стати фундаментом сталого та безпечного майбутнього України.

Список використаних джерел:

1. CF Law Group. Зелена енергетика під час війни: виклики та перспективи/ LCF. URL: https://lcf.ua/thought-leadership/energy-and-natural-resources/zelena-energetika-pid-chas-vijni/
2. The Page. Сонячні перспективи: як українські громади будують енергетичну незалежність попри війну. URL: https://thepage.ua/ua/experts/sonyachni-perspektivi-yak-ukrayinski-gromadi-buduyut-energetichnu-nezalezhnist-popri-vijnu
3. Reporter ZP. Енергетика під час війни в Україні: які зміни у регулюванні. URL: https://reporter.zp.ua/energetyka-pid-chas-vijny-v-ukrayini-yaki-zminy-u-regulyuvanni.html
4. UABio. Потенціал біоенергетики в Україні в умовах війни / Біоенергетична асоціація України. – URL: https://uabio.org/materials/16524/
5. UWEC Workgroup. Перспективи відновлюваної енергетики у воєнний час: як Україна планує забезпечити енергетичну незалежність. URL: https://uwecworkgroup.info/uk/prospect-for-renewable-energy-in-wartime-how-ukraine-plans-to-ensure-energy-independence-using-green-generation/

Стратегії відновлення та розвитку «зеленого» бізнесу в повоєнний період України

***Поліна Назаренко*[1, 2]**

Повномасштабна війна істотно змінила умови ведення бізнесу в Україні, призвівши до значних економічних, соціальних і екологічних втрат. Водночас повоєнний період відкриває можливості для побудови нової моделі економічного розвитку, заснованої на принципах сталості та екологічної відповідальності. "Зелений" бізнес може відіграти ключову роль у цьому процесі.

У сучасних умовах важливо визначити ефективні стратегії, які дозволять не лише відновити діяльність екологічно орієнтованих підприємств, але й закласти основи для їх довгострокового розвитку в післявоєнній економіці.

Війна в Україні суттєво вплинула на розвиток та стійкість зеленого бізнесу, зокрема у секторах відновлюваної енергетики та органічного сільського господарства. Пошкодження інфраструктури, зниження рівня інвестицій та загальна нестабільність створили серйозні перешкоди для сталого розвитку. Попри значні виклики, що постали перед зеленим бізнесом, нинішня ситуація стимулює пошук нових підходів до сталого розвитку в контексті майбутньої відбудови країни.

Сфера відновлюваної енергетики, яка до війни активно розвивалася завдяки системі "зеленого" тарифу, зазнала значних втрат [1]. Ще у березні 2022 р. Українська асоціація відновлюваної енергетики заявила, що під загрозою знищення перебуває половина «зеленої» генерації України. При цьому, за даними асоціації, в областях із активними бойовими діями розташовано майже 90% ВЕС, 37% наземних, 35% дахових/фасадних сонячних електростанцій та майже половина (48%) станцій на біомасі. За даними Української вітроенергетичної асоціації, в Україні зупинено понад 2/3 вітрогенераторів через воєнну агресію росії. У 2022 р. не працювали 1162,5 МВт встановлених потужностей, залишалися у роботі 372,5 МВт, що зосереджені, переважно, у Одеській та Львівській областях. Також внаслідок російського вторгнення, у 2022 р. постраждало 10-15% встановлених потужностей підприємств, що генерують електричну та теплову енергію з біомаси в Україні [1]. Знищення та пошкодження сонячних і вітрових електростанцій призупинили поступове зростання галузі. Проте вже зараз обговорюються ініціативи щодо її відновлення, зокрема через державну підтримку проєктів у регіонах із критичним дефіцитом електроенергії, що є актуальним в умовах воєнного часу та очікуваної відбудови.

---

[1] *Назаренко Поліна Миколаївна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] Науковий керівник – *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

Органічне сільське господарство також відчуло значний тиск. Через війну виникли труднощі з логістикою та порушенням експортних каналів, що ускладнило збут продукції на зовнішніх ринках [2]. Водночас, існує обґрунтоване очікування, що за умов стратегічного планування та міжнародної підтримки цей сегмент може не лише відновитися, а й зміцнити свої позиції, зокрема через розширення європейських ринків.

Загалом війна продемонструвала потребу у стратегічних змінах, зокрема у переході до нульового рівня викидів. Післявоєнна відбудова розглядається як шанс для України реалізувати зелений перехід на новому рівні. Це включає розширення інвестицій у відновлювану енергетику, підтримку екологічних технологій та реалізацію проектів, що узгоджуються зі стандартами ЄС [3].

Концепція «будувати краще» передбачає не лише відновлення зруйнованої інфраструктури, а й модернізацію економіки через «зелені» технології. Такий підхід є ключовим для залучення міжнародних інвестицій і досягнення довгострокової стійкості.

Особлива увага приділяється екологічним аспектам відновлення: імплементація європейського природоохоронного законодавства дозволить гармонізувати українську політику зі стандартами ЄС. Інвестиції в низьковуглецеві технології, зокрема у відновлювану енергетику та екологічний транспорт, посилюють інноваційний потенціал країни.

Залучення громадськості до прийняття рішень сприяє соціальній відповідальності та підвищує довіру до відновлювальних проєктів. Використання міжнародних стандартів ESG і Цілей сталого розвитку ООН формує прозору та підзвітну основу реконструкції [4].

Разом із тим, важливо враховувати наявні виклики - обмежені ресурси, дефіцит даних і необхідність збалансування нагальних потреб із довгостроковими екологічними пріоритетами. Це вимагатиме стратегічного планування і послідовної реалізації зеленого курсу розвитку.

Враховуючи принципи зеленого відновлення, однією з основних задач є створення сприятливих умов для еко-інновацій, розвитку зеленої інфраструктури, а також удосконалення правової та фінансової бази для підтримки сталого розвитку економіки. Це дозволить не тільки інтегрувати зобов'язання України в рамках Європейського зеленого курсу, а й сприяти переходу до низьковуглецевої економіки.

У післявоєнний період важливо зосередитись на розвитку зеленої інфраструктури, що включає ініціативи з переробки та зменшення відходів. Це дозволить не тільки підтримувати екологічну стійкість, але й сприятиме сталому економічному зростанню. Крім того, важливою частиною стратегії є вдосконалення правової бази, що забезпечить узгодження національної кліматичної політики з європейськими стандартами. У цьому контексті розробка надійної правової основи, підтримка державою заходів з охорони навколишнього середовища, а також використання цифрових інструментів для управління екологічними відносинами, допоможуть виконати кліматичні зобов'язання та посилити стійкість економіки.

Зелене фінансування відіграє важливу роль у цій стратегії, оскільки інвестиції у відновлювану енергетику та стійкі проекти можуть стати потужним двигуном для економічного відновлення. Мобілізація зеленого фінансування сприятиме розвитку низьковуглецевої економіки, що є важливим кроком до забезпечення енергетичної незалежності та сталого зростання. Однак, незважаючи на значні можливості, важливо враховувати виклики, з якими стикається країна, такі як геополітична напруженість та економічна нестабільність, які можуть впливати на реалізацію цих стратегій.

Після окреслення стратегічних напрямів розвитку зеленого бізнесу в повоєнній Україні важливо також звернути увагу на виклики та ризики, які можуть уповільнити або ускладнити реалізацію цих ініціатив. Серед головних проблем – екологічна небезпека, зокрема через наявність невибухлих боєприпасів і токсичних залишків, що становлять загрозу для довкілля та здоров'я населення [5]. Війна також спричинила значну деградацію екосистем, що потребує ретельного і системного відновлення з урахуванням екологічних стандартів.

Соціально-економічна ситуація ускладнює реалізацію ініціатив зеленого переходу: брак фінансування та фахівців створює додаткові бар'єри, а інституційна слабкість уповільнює ефективну координацію дій [5]. Окремим викликом є адаптація правової бази до вимог Європейського зеленого курсу, що залишається складним завданням в умовах війни. Крім того, хоча підтримка інновацій і стимулювання екологічно відповідального бізнесу є критично важливими для стійкого розвитку, відповідні механізми ще не реалізовані повною мірою.

Серед міжнародних організації, які можуть здійснити реальну підтримку програм відновлення та розвитку «зеленого бізнесу в Україні в повоєнний період слід зазначити Програму ООН з навколишнього середовища (UNEP), Глобальний екологічний фонд (GEF), Європейський Союз (EU), Світовий банк (WB), Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD), що мають значний досвід у реалізації підтримки екологічного відновлення після конфліктів, охорони навколишнього середовища, сталого розвитку, інвестування в сталий розвиток та «зелений бізнес», фінансової підтримки. В розробці стратегії, законодавчих ініціатив, для підтримки підприємництва та інвестицій у «зелений» сектор можуть бути корисними такі українські урядові та наукові установи, як Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України, Міністерство економіки України, Національна академія наук України (НАН України), державні та приватні аналітичні центри та експертні групи. Підвищення ефективності в цій роботі буде також забезпечено українськими бізнес-асоціаціями, що фокусуються на «зеленому» бізнесі, громадськими організаціями (ГО) [6].

Відновлення та розвиток «зеленого» бізнесу у повоєнний період відкривають унікальну можливість для України закласти основи стійкої економіки, орієнтованої на європейські стандарти. Реалізація зелених стратегій вимагатиме узгоджених дій держави, бізнесу та громадянського суспільства,

підтримки міжнародних партнерів та інвестицій в інноваційні технології. В умовах складних викликів зелений перехід може стати одним із ключових факторів для успішної післявоєнної відбудови країни.

Список використаних джерел:

1. Nikolaichuk O. A., Melnyk O. V. ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF GREEN BUSINESS IN UKRAINE BEFORE, DURING AND AFTER THE WAR. *Visnyk of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky*. 2023. No. 1(78) 2023. P. 71–81. URL: https://doi.org/10.33274/2079-4819-2023-78-1-71-81 (date of access: 27.04.2025).

2. Impact of the war on the export of Ukrainian organic agricultural products / N. Sirenko et al. *Research for Rural Development 2024 : annual 30th international scientific conference*. 2024. P. 195–201. URL: https://doi.org/10.22616/rrd.30.2024.030 (date of access: 27.04.2025).

3. Haralampiev M., Panayotova M. The War in Ukraine from 2022 and Its Impact on the Environment. *Bulgarian Journal of International Economics and Politics*. 2023. Т. 2, № 2. С. 3–20. URL: https://doi.org/10.37075/bjiep.2022.2.01 (дата звернення: 27.04.2025).

4. Aleksin G. UNSDG's Due Diligence as a Guideline for Ukraine's Postwar Reconstruction. *Oblik i finansi*. 2024. No. 4(106). P. 92–100. URL: https://doi.org/10.33146/2307-9878-2024-4(106)-92-100 (date of access: 27.04.2025).

5. Towards a sustainable future: overcoming the challenges of post-war ecosystem reconstruction in Ukraine / O. Shevchuk та ін. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2023. Т. 1269, № 1. С. 012018. URL: https://doi.org/10.1088/1755-1315/1269/1/012018 (дата звернення: 27.04.2025).

6. Джур, О., & Гульман, Д. (2024). Сучасні наукові дослідження в менеджменті і маркетингу на прикладі сучасної української компанії. *Економіка та суспільство*, (69). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-26 (дата звернення: 27.04.2025).

«Зелений вибір» як екологічна ініціатива українців під час війни

Олександра Наумова[1], Тетяна Смирнова[2]

Умови повномасштабної війни в Україні зумовили переорієнтацію пріоритетів як держави, так і громадян. Попри складну гуманітарну та економічну ситуацію, питання екологічної безпеки та сталого розвитку залишаються важливими. Війна завдає значної шкоди навколишньому середовищу – руйнуються інфраструктура, природні ресурси, зростає рівень забруднення. У такому контексті екологічна свідомість населення набуває нового змісту: вона проявляється не лише у споживчому виборі, але й у підтримці "зелених" ініціатив, які сприяють збереженню довкілля та відбудові країни. Дослідження мотивації українців до екологічно відповідальної поведінки в умовах війни є важливим для формування ефективної державної політики та громадських проектів у сфері сталого розвитку.

Європейський Зелений курс (ЄЗК) – це стратегічна дорожня карта дій, спрямованих на трансформацію Європейського Союзу в ефективну, стійку та конкурентоспроможну економіку. Основна мета ЄЗК – підтримати держави-члени у впровадженні змін, які дозволять Європі стати першим кліматично нейтральним континентом до 2050 року. Ініціативу було офіційно представлено Президенткою Європейської Комісії Урсулою фон дер Ляєн 11 грудня 2019 року в Європейському парламенті. В умовах економічної нестабільності та пандемії COVID-19 ЄЗК розглядається як ключовий інструмент зміцнення стійкості та згуртованості ЄС у сучасному вразливому світі. [4]

Однією з найвідоміших теорій мотивації є ієрархія потреб Маслоу, яка передбачає послідовне задоволення п’яти рівнів потреб: фізіологічні потреби (їжа, вода, сон), потреби безпеки (захист, стабільність, житло), соціальні потреби (спілкування, приналежність), потреби у повазі (визнання, самоповага), потреби самореалізації (розвиток, цінності, творчість) [1].

У період війни основна увага людей зосереджена на перших двох рівнях – виживання та безпека. Проте, навіть у таких умовах, у частини населення проявляються вищі потреби: соціальні потреби мотивують людей підтримувати волонтерські та громадські ініціативи, зокрема екологічні; потреби у повазі можуть стимулювати "зелені" дії як спосіб самоствердження через участь у значущих проєктах; самореалізація може проявлятись у створенні або підтримці екологічних стартапів, ініціатив зі збору вторсировини, або в інформуванні інших про важливість захисту довкілля.

[1] *Наумова Олександра Дмитрівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг, 2 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: naumova.od@365.dnu.edu.ua.

[2] *Смирнова Тетяна Анатоліївна* – старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: smyrnova_t@365.dnu.edu.ua.

Таблиця 1 – Зміни в поведінці споживачів у кризові періоди 2014-2024рр. [3]

Кризовий період	Зміни в поведінці
2014-2015 рр. (Революція Гідності, анексія Криму, військовий конфлікт)	Зменшення витрат на товари не першої необхідності, перехід до економних брендів, пріоритет базових потреб.
2018 р. (Фінансово-економічна криза)	Обмеження витрат, підвищений попит на бюджетні товари та послуги, зменшення споживання розкоші.
2020-2021 рр. (Пандемія COVID-19)	Перехід до онлайн-покупок, підвищений попит на продукти харчування та засоби індивідуального захисту, зменшення витрат на розваги
2021 р. (Енергетична криза)	Скорочення витрат на енергоємні товари, збільшення попиту на енергозберігаючі продукти, оптимізація побутових витрат.
2022 р. (Військова агресія росії)	Зниження витрат, перехід до виживання, пріоритет товарів першої необхідності, зростання попиту на гуманітарну допомогу.

Повномасштабна війна, розв’язана Росією проти України, суттєво трансформувала щоденні звички громадян, зокрема у сфері споживання ресурсів та екологічної поведінки: 76,4% опитаних почали економити енергію, що суттєво більше порівняно з 27,4% до початку війни; 38,7% скоротили споживання води, тоді як до війни таких було лише 19,9%; участь у природоохоронних заходах впала до 2,5% у порівнянні з 8,7% до війни; частка людей, які займаються сортуванням відходів, зменшилася на 8% – з 52,5% до 44,5% у період воєнного часу [5]. У період війни екологічна свідомість українців зазнала трансформації: попри зосередження на базових потребах, значна частина населення продовжує дотримуватись "зелених" практик, зокрема економії ресурсів та повторного використання речей. Основними мотиваціями виступають бажання зменшити витрати, почуття відповідальності за довкілля та внесок у стійкість країни. Хоча участь у формальних екоініціативах знизилась, екологічні звички не зникли, а лише адаптувалися до умов кризи. Це свідчить про наявність потенціалу для зростання екологічної свідомості в українському суспільстві після завершення війни.

Список використаних джерел:

1. Котигорошко В. Піраміда потреб Маслоу: Що таке Ієрархія потреб і як вона працює?// Психологічні концепції, Гуманістична психологія. 2023. URL: https://www.gasformind.com/piramida-potreb-maslou/ (дата звернення: 30.04.2025)
2. Кутліна І.Ю., Герлян Я.С. Окремі аспекти поведінки споживача в україні під час війни. Вісник Університету «Україна», 2023, №8 (35).
3. Лазебник В.В., Лазебник С.О. Вплив кризових періодів на купівельну спроможність споживачів. Paris, France: VII International Scientific and Practical Conference «DÉBATS SCIENTIFIQUES ET ORIENTATIONS PROSPECTIVES DU DÉVELOPPEMENT SCIENTIFIQUE». Франція, 2024. P. 29−36
4. Чубик А., Ярошевич М. Європейський зелений курс та потенційні наслідки його впровадження сусідніми державами для України. Вісник Ради зовнішньої політики "Українська призма", 2021. URL: https://prismua.org/green_deal_1/ (дата звернення: 30.04.2025)
5. Як змінилися екологічні практики українців під час війни: результати опитування. − URL: https://greentransform.org.ua/yak-zminylysya-ekologichni-praktyky-ukrayintsiv-pid-chas-vijny-rezultaty-opytuvannya/ (дата звернення: 30.04.2025)

Зелений консюмеризм в умовах війни та посткризового відновлення: нові виклики та адаптації в Україні

***Максим Свистун*[1]**

Зелений консюмеризм – це модель споживання, яка передбачає врахування екологічних, етичних та соціальних аспектів у процесі придбання товарів та послуг. Його головна мета – мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище та підтримка сталого розвитку. Однак в умовах війни та глибокої соціально-економічної нестабільності пріоритети українського споживача суттєво змінилися. Екологічні звички, сформовані до війни, поступово поступаються місцем прагматичним рішенням, орієнтованим на виживання, економію ресурсів та підтримку національного виробника. У таких умовах проблема підтримки та трансформації зеленого консюмеризму набуває нового значення.

Традиційний споживацький підхід базується на моделі надмірного споживання, що призводить до надмірного використання природних ресурсів, накопичення відходів та погіршення стану навколишнього середовища. Зелені споживачі, навпаки, свідомо обирають продукти, які мають менший вплив на екосистему, виготовлені з перероблених матеріалів, є енергоефективними або підтримують місцевих виробників.

Однак в Україні зелений споживацький підхід до 2022 року залишався значною мірою нішевим явищем – через обмежену купівельну спроможність, низьку поширеність екологічної освіти, недовіру до етикеток та відсутність системної державної підтримки. Повномасштабна війна лише загострила ці проблеми: екологічність перестала бути пріоритетом у виборі товарів для більшості споживачів.

Зниження купівельної спроможності населення країни виникло через масове переміщення населення, втрату джерел доходу та зростання цін на товари першої необхідності більшість споживачів почали обирати дешевші та менш екологічні альтернативи. Доставка сировини та продукції для виготовлення екотоварів стала складнішою або фінансово недоцільною. Деякі бренди тимчасово припинили виробництво.

Орієнтація на короткострокове виживання стала однією з головних причин цього процесу. Поведінка споживачів стала більш реактивною, зосередженою на потребах «тут і зараз», без урахування довгострокового впливу на навколишнє середовище, що може привезти за собою низку потенційних проблем у майбутньому. У період воєнних дій та постійної небезпеки екологічні проблеми частково відходять на другий план у публічному дискурсі та бізнес-комунікаціях.

---

[1] *Свистун Максим Сергійович* – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

Незважаючи на численні виклики, зелений споживацтво в Україні не зник, а трансформувався відповідно до нових умов. Екологізм поступово переосмислюється як раціональне та відповідальне споживання, що включає відмову від зайвого, повторне використання речей, підтримку місцевих виробників та мінімізацію відходів. Еко-орієнтовані бренди адаптують свої комунікаційні стратегії, поєднуючи екологічні цінності з патріотичними посланнями, підкреслюючи важливість локального виробництва та соціальної місії. Освітні ініціативи через соціальні мережі та онлайн-платформи сприяють збереженню екологічної свідомості серед молоді, формуючи нову культуру споживання навіть у кризові часи. Таким чином, зелене споживання поступово переходить зі сфери елітарних практик у площину доступного повсякденного вибору.

Крім того, важливу роль у підтримці зеленого споживацтва відіграють громадські організації, які продовжують впроваджувати еко-освітні ініціативи та екологічні проекти навіть під час війни. Деякі компанії, незважаючи на складні умови, підтримують екологічні стандарти виробництва, адаптують свій асортимент до потреб споживачів та зосереджуються на енергоефективних рішеннях. Це свідчить про поступове закріплення екологічних цінностей у бізнес-середовищі та серед населення, що в майбутньому може стати основою для розвитку моделі сталого споживання в Україні.

Отже, зелений консюмеризм в умовах війни та посткризового періоду в Україні переживає глибоку трансформацію. Хоча на перший погляд спостерігається відкат від екоорієнтованої поведінки, насправді формуються нові підходи до сталого споживання, які більше адаптовані до кризових умов. Основні цінності споживацтва зберігаються, змінюється лише форма їх реалізації. У довгостроковій перспективі саме ці практики – відповідальне, розумне, локальне споживання – можуть стати основою для відновлення екологічної культури в країні.

Список використаних джерел:

1. Ніколаєнко Ю. В. Екологічне споживання в Україні: сучасні тренди та перспективи розвитку / Ю. В. Ніколаєнко // *Економіка та суспільство*. – 2021. – № 28. – С. 49–54.

2. Стратегія екологічної політики України на період до 2030 року: постанова Кабінету Міністрів України від 20.02.2019 р. № 117-р // *Офіційний вісник України*. – 2019. – № 21. – С. 34–42.

3. Дейнеко Л. В., Макогон Ю. В. Зелений маркетинг: теорія і практика / Л. В. Дейнеко, Ю. В. Макогон. – Київ : Наукова думка, 2020. – 212 с.

4. Ковальчук Т. Л. Зелене споживання: соціально-економічні аспекти / Т. Л. Ковальчук // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2020. – № 2. – С. 101–112.

5. Васильченко Л. С. Поведінка споживача в умовах воєнного часу: виклики та трансформації / Л. С. Васильченко // *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. – 2023. – № 3. – С. 64–70.

Енергонезалежність як складова «зеленої» економіки в умовах війни

***Давид Сенюк*[1]**

Повномасштабне вторгнення росії в Україну у 2022 році спричинило значні руйнування критичної інфраструктури, зокрема енергетичної. Масштабні атаки на ТЕС, ГЕС, підстанції та об'єкти магістральних мереж актуалізували проблему енергонезалежності як національного пріоритету. Водночас, це створило нові можливості для прискореного переходу до сталої, «зеленої» енергетики. Так, звичайно такі події жахливі, але вони не повинні зупиняти життя усієї країни, тому навіть за таких обставин слід шукати варіанти поліпшення ситуації.

У таких умовах енергонезалежність стає не лише безпековим, а й екологічним та економічним чинником. Енергонезалежність у цьому контексті – це здатність держави та окремих громад забезпечувати себе енергією незалежно від централізованих систем та зовнішніх джерел постачання. До початку повномасштабної війни Україна здійснювала поступовий перехід до використання відновлюваних джерел енергії, таких як вітер, сонце та інші. Проте війна кардинально змінила енергетичний ландшафт, понад 50% енергетичної інфраструктури було пошкоджено або знищено, зросла залежність від імпорту електроенергії в пікові періоди, виникла потреба у децентралізованих рішеннях. Зелена енергетика – одна з головних відповідей на виклики війни. До її переваг відносять децентралізованість (сонячні електростанції (СЕС) можна розміщувати на дахах будинків, у громадах, на звільнених територіях), швидкість розгортання, бо сонячна чи вітрова установка монтується значно швидше, ніж традиційна ТЕС чи АЕС, крім того, такі «зелені» джерела енергії не створюють шкідливих викидів та зменшуючи вуглецевий слід. А використання таких сучасних технологій призведе до зменшення витрат на паливо та надасть можливість продажу надлишкової енергії країнам-партнерам.

Україна вже прийняла низку стратегічних документів, що передбачають збільшення частки «зелених» технологій до 2030 року. Зокрема, Національний план дій з енергоефективності та Енергетична стратегія України орієнтовані на «зелений» перехід, крім того, міжнародні партнери – ЄС та Світовий банк активно підтримують відновлення енергетики України за принципами сталого розвитку. Наприклад, за фінансування ЄБРР у 2023 році були реалізовані пілотні проєкти із запуску автономних сонячних станцій для лікарень і шкіл на прифронтових територіях. Попри потенціал, реалізація зеленої трансформації у воєнний час стикається з рядом викликів, наприклад нестача інвестицій через високі ризики та продовження обстрілів, обмежені логістичні можливості доставки обладнання, небезпека бойових дій на потенційних майданчиках будівництва(особливо на прифронтових територіях). Енергонезалежність в

[1] *Сенюк Давид Анатолійович* – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

умовах війни – це не лише про виживання, а й про майбутнє. Вона є важливою складовою «зеленої» економіки, яка дозволяє забезпечити стабільність, зменшити вразливість до зовнішніх впливів і сформувати більш сталу модель розвитку. Україна має унікальну можливість здійснити енергетичну трансформацію, що поєднує безпеку, ефективність і екологічність. Саме зелена енергетика може стати основою для післявоєнної відбудови та сталого зростання.

Список використаних джерел:

1. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність». Київ: Кабінет Міністрів України, 2017. 66 с. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80#Text
2. Міністерство енергетики України. Оцінка пошкоджень енергетичної інфраструктури внаслідок бойових дій. Київ: Міненерго, 2023. URL: https://energy.gov.ua
3. Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України. Стан та перспективи розвитку відновлюваної енергетики в Україні. Київ: Держенергоефективності, 2023. URL: https://saee.gov.ua
4. World Bank Group. Ukraine Energy Sector Needs Assessment, Recovery and Resilience Report. Washington, D.C.: World Bank, 2023. 74 p. URL: https://www.worldbank.org/en/country/ukraine/publication/energy-sector-needs-assessment
5. Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Проєкти відновлюваної енергетики в Україні: пріоритети воєнного часу. Лондон: ЄБРР, 2023. URL: https://www.ebrd.com/news/ukraine
6. Савчук С. Відновлювана енергетика як шлях до енергонезалежності України у контексті воєнних викликів. Економіка та держава. 2022. №12. С. 24–28. URL: http://www.economy.in.ua/?op=1&z=6966&i=5
7. USAID Ukraine. Energy Security Project: Supporting Ukraine’s Transition to Clean and Resilient Energy Systems. Kyiv: USAID, 2023. URL: https://www.usaid.gov/ukraine/energy
8. Стратегія екологічної безпеки та адаптації до зміни клімату до 2030 року. Указ Президента України №111/2021 від 20.03.2021. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/111/2021#Text

Організація навчального процесу в закладах вищої освіти з огляду на методи ресурсоощадності як складова «зеленої» економіки в умовах воєнного стану (на прикладі підготовки здобувачів освіти за спеціальністю G13 (181) Харчові технології)

Сергій Хричов[1], Ольга Нестерова[2], Олексій Котов[3]

У XXI столітті людство зіштовхується з необхідністю переосмислення підходів до економічного розвитку. Одним з ключових напрямів стало формування концепції «зеленої» економіки – моделі господарювання, що гармонійно поєднує економічне зростання, екологічну безпеку та соціальну справедливість [1]. Особливої актуальності ці питання набувають в умовах надзвичайних ситуацій, зокрема під час воєнного стану, коли ресурси обмежені, а функціонування критично важливих інфраструктурних об'єктів, у тому числі освітніх закладів, опиняється під загрозою.

Заклади вищої освіти (ЗВО), як осередки підготовки майбутніх фахівців, мають не лише реагувати на виклики часу, а й формувати нові моделі поведінки та споживання, які сприяють сталому розвитку. Особливо це стосується технологічних спеціальностей, що мають високий рівень ресурсного навантаження на навчальний процес, таких як G13 (181) Харчові технології. У цьому контексті важливим завданням є впровадження методів ресурсоощадності під час практичної підготовки студентів.

Зелена економіка передбачає економіку, яка призводить до підвищення добробуту населення та соціальної справедливості при суттєвому зниженні екологічних ризиків і дефіциту природних ресурсів [2]. Така модель фокусується на сталому управлінні природними ресурсами, зниженні викидів, підвищенні енергоефективності, розвитку екологічно чистих виробництв, а також на інвестуванні в освіту і людський капітал [1].

Для реалізації принципів зеленої економіки у системі освіти, необхідно забезпечити не лише відповідне технічне оснащення, але й трансформацію підходів до навчання – особливо в частині практичної підготовки, яка є найресурсоємнішою.

Повномасштабна війна, розв’язана російською федерацією проти України, спричинила значне навантаження на інфраструктуру освітніх закладів. Частина

[1] *Хричов Сергій Олександрович* – викладач спеціальних дисциплін відділення харчових технологій, Дніпровський технолого-економічний фаховий коледж, м. Дніпро, Україна, e-mail: ser.xpu4o8@gmail.com.

[2] *Нестерова Ольга Юріївна* – кандидат педагогічних наук, завідувачка кафедри філософії і педагогіки Інституту гуманітарних і соціальних наук, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна, e-mail: Nesterova.O.Yu@nmu.one.

[3] *Котов Олексій Олександрович* – асистент кафедри харчових технологій, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: kotov_o@365.dnu.edu.ua.

з них була зруйнована або ушкоджена, в інших спостерігаються регулярні перебої з енергопостачанням, обмеження у логістиці матеріалів та реактивів. Водночас держава не припиняє освітній процес, і ЗВО повинні шукати нові моделі організації навчання, які дозволяють мінімізувати споживання енергії, води, матеріальних ресурсів і водночас зберегти якість підготовки [3].

У цих умовах ресурсоощадність перетворюється не просто на тренд, а на необхідність виживання освітньої системи, адаптації її до екстремальних обставин та водночас дотримання європейських принципів сталого розвитку.

Підготовка студентів за спеціальністю G13 (181) Харчові технології передбачає вивчення технологічних процесів переробки сировини, виготовлення харчових продуктів, санітарного контролю, інноваційного обладнання тощо. У рамках лабораторних та виробничих практик використовуються печі, автоклави, міксери, сушарки, реактори, а також значна кількість сировини, води, електроенергії. В умовах воєнного часу постає питання: як забезпечити практичну підготовку без втрати якості та при цьому скоротити використання ресурсів?

Серед сучасних методів ресурсоощадності в освітньому процесі варто виокремити кілька ключових. По-перше, це віртуалізація навчального процесу: створення та використання віртуальних лабораторій та симуляторів дозволяє студентам опрацьовувати технологічні процеси без фізичного використання обладнання, води, електроенергії або сировини. Наприклад, у Національному університеті харчових технологій активно використовуються цифрові платформи для моделювання процесів виробництва [4].

По-друге, інтеграція навчальних дисциплін дає змогу оптимізувати навчальні плани та уникнути дублювання схожих лабораторних занять, що дозволяє економити як ресурси, так і навчальний час. По-третє, застосовується раціоналізація використання енергії: впровадження енергоефективного обладнання (індукційні плити, LED-освітлення, багатофункціональні міні-агрегати) дозволяє суттєво знизити споживання електроенергії – до 30…50% залежно від обладнання [6].

Оптимізація графіків практичних занять також дозволяє скоротити енерговитрати: заняття проводяться у світлий час доби або об’єднуються в блоки, що зменшує потребу в освітленні та опаленні. У низці ЗВО частково впроваджуються відновлювані джерела енергії, зокрема сонячні панелі для живлення частини лабораторного обладнання [5].

У рамках практичної підготовки важливо також використовувати утилізацію та рециклінг харчових відходів. Наприклад, залишкова сировина може бути використана для демонстрацій або повторних досліджень, що дозволяє уникати надмірного споживання матеріалів. Додатково впроваджуються навчальні модулі, спрямовані на формування екологічної свідомості студентів, що виховує навички сталого мислення та відповідального споживання.

Показовими є приклади впровадження таких підходів у ЗВО України. У НУХТ розроблено цикл мультимедійних симуляцій для опрацювання складних

технологічних процесів, що дозволило знизити енерговитрати в лабораторних корпусах на 40% [4]. Харківський державний університет харчування та торгівлі реалізував проєкт із повної заміни освітлення на світлодіодне, що дозволило зекономити понад 70 МВт електроенергії за рік [6].

Впровадження ресурсоощадних підходів дає змогу зменшити експлуатаційні витрати закладу, забезпечити безперебійний освітній процес навіть в умовах енергетичних криз, підвищити екологічну культуру та практичні навички студентів, відповідати міжнародним стандартам сталого розвитку (зокрема ESG), а також покращити імідж навчального закладу.

Для подальшого розвитку екологізації освіти доцільно створити державну програму підтримки модернізації технічної бази ЗВО, розробити стратегію екологічної освіти з акцентом на практичну підготовку, залучати міжнародну технічну допомогу для встановлення альтернативних джерел енергії, а також сприяти обміну досвідом між ЗВО.

Таким чином, у сучасних умовах воєнного стану особливої важливості набуває впровадження методів ресурсоощадності в освітньому процесі, зокрема у практичній підготовці студентів технічних спеціальностей. Це не лише дозволяє зменшити витрати й підвищити стійкість освітніх процесів, а й формує нову генерацію фахівців, готових впроваджувати принципи сталого розвитку у виробничу практику. Зелена економіка починається з освіти – і саме заклади вищої освіти мають стати її авангардом.

Список використаних джерел:

1. Програма ООН з навколишнього середовища. Тлумачення зеленої економіки. URL: https://www.unep.org.

2. Сухарєв О. С. Зелена економіка: концепція та механізми реалізації. Економіка України, 2020. – № 4. с. 34–41.

3. Гончарук Ю. Вплив воєнного стану на функціонування освітньої галузі України. Освітній дискурс, 2023. – № 2. с. 12–18.

4. Мельник Л. Г., Карпінський Б. А. Інформаційні технології в освіті : навч. посіб. Суми : СумДУ, 2021. 182 с.

5. Шаповал О. В. Зелені технології в освітньому процесі : довідник / за ред. О. В. Шаповала. Київ : Освіта України, 2022. 96 с.

6. Харківський державний університет харчування та торгівлі. Річний звіт про заходи з енергозбереження за 2023 рік . URL: https://hduht.edu.ua.

Війна та кліматична політика у реалізації зеленого курсу

Марія Шебанова [1]***, Тетяна Смирнова*** [2]

Зміна клімату є однією з найсерйозніших глобальних загроз сучасності. Вже сьогодні спостерігаються незворотні наслідки, які впливають на всі аспекти життя на планеті – від екосистем до економік [1]. Вплив людської діяльності призвів до безпрецендентного потепління за останні два тисячоліття, і якщо температура планети продовжить зростати, то до 2070 року близько трьох мільярдів людей можуть опинитися в умовах, непридатних для життя через надмірну спеку та ускладнення сільськогосподарського виробництва. Технологічний прогрес і економічне зростання не можуть залишатися осторонь цих змін, адже їхній вплив торкнеться кожного, а планета ставатиме дедалі менш придатною до життя [2].

Зміни клімату не чекають на завершення війни. Повномасштабне вторгнення росії в Україну змінило стратегічні пріоритети країни, однак екологічна політика залишається критично важливою. Збереження “зеленого” курсу – це не лише зобов’язання перед міжнародними партнерами, а й фундамент національної безпеки, енергетичної незалежності та економічної відбудови.

Європейський зелений курс (European Green Deal, ЄЗК), був представлений Європейською комісією у Європарламенті 11 грудня 2019 року. ЄЗК передбачає комплекс заходів, націлених на перетворення Європи на кліматично-нейтральний континент до 2050 року. Курс визначає політику Європейського Союзу на найближчі роки у таких сферах як клімат, енергетика, біорізноманіття, промислова політика, торгівля тощо.

У серпні 2020 року уряд України повідомив керівні органи Європейського Союзу про участь України в ЄЗК. У листопаді 2021 року Президент України, Володимир Зеленський взяв участь у Конференції ООН зі зміни клімату COP 26 у м. Глазго, Шотландія. Під час засідання було наголошено, що Україна активно долучається до боротьби з глобальним потеплінням і підтримує основні ініціативи, що були запропоновані на заході. Відтак, Україна зобов’язалася скоротити інвестиції у вугільну промисловість до 2040 року і зменшити викиди метану на 30%, оскільки цей газ є одним із основних факторів глобального потепління [2]. Раніше, у 2015 році, Україна підписала Паризьку кліматичну угоду, основною метою якої є зниження викидів парникових газів відносно рівня 1990 року, шляхом Національно визначених внесків (НВВ).

[1] *Шебанова Марія Олегівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг, 2 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: shebanova.mo@365.dnu.edu.ua.

[2] *Смирнова Тетяна Анатоліївна* – старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: smyrnova_t@365.dnu.edu.ua.

Проте війна кардинально змінила контекст. Хоча війна фактично триває з 2014 року, саме з 2022-го масштаби руйнування довкілля набули системного та безпрецедентного характеру. Збройний конфлікт завдає великої шкоди екосистемам, зменшує біорізноманіття, збільшує забруднення повітря, води й ґрунту, а також негативно впливає на здоров'я населення. Водночас він серйозно гальмує здатність держави реалізовувати свої екологічні й кліматичні зобов'язання в межах Паризької угоди та ЄЗК. Внаслідок атак на критичну інфраструктуру зруйновано понад 50%, сума прямих збитків станом на 2024 рік становила 170 млрд. доларів [3]. Це змусило країну терміново перейти на резервні, менш екологічні джерела енергії, що призвело до зростання рівня викидів парникових газів, забруднення повітря, а також підвищило залежність від викопного палива. Крім того, реалізація планів з декарбонізації, розвитку відновлювальної енергетики та модернізації промисловості була значною мірою уповільнена через зміну бюджетних пріоритетів. Значна частина державних і донорських ресурсів була переорієнтована на першочергові потреби оборони і гуманітарної підтримки.

Попри ці виклики, Україна офіційно не відмовилася від курсу на екологічну трансформацію. У липні 2023 року була затверджена Концепція Державної програми з моніторингу довкілля. У червні 2024 року ухвалили Закон України "Про основні засади державної кліматичної політики" та затверджений Національний план з енергетики та клімату [4].

Для подальшого зміцнення стратегії сталого розвитку та реалізації "зеленого" курсу Україні варто зосередитися на кількох ключових підходах, які дадуть можливість розвивати "зелену" економіку:

1. Розробити "зелений" курс, оптимізований до специфічних умов і можливостей України, замість безпосереднього копіювання європейських моделей;
2. Створити сприятливі умови для залучення приватного капіталу в екологічні проєкти шляхом зменшення ризиків і забезпечення стабільності і прогнозованості;
3. Спрямувати фінансові надходження від ціноутворення на викиди вуглецю на декарбонізацію промисловості та підтримку вразливих секторів економіки;
4. Активно розробляти пілотні проєкти та політичні стратегії зараз, щоб посилити спроможність для реалізації необхідних заходів на національному та місцевих рівнях і підготуватися до масштабного відновлення в повоєнний період;
5. Розвивати гнучкі та децентралізовані відновлювальні джерела енергії з метою підвищення стійкості енергосистеми [5].

У довгостроковій перспективі, керуючись рекомендаціями міжнародної організації ООН, слід зосередитись на таких напрямках розвитку:

1. Децентралізація енергосистеми через оптимальне географічне розміщення генеруючих потужностей для підвищення стійкості до зовнішніх загроз.

2. Технологічна модернізація генерації шляхом впровадження сучасних, високоманеврених та екологічно чистих джерел енергії для більшої оперативної надійності та зменшення екологічного навантаження.

3. Широкомасштабне впровадження відновлювальних джерел енергії. Україна має природний потенціал чистої енергії, який доцільно ефективно використовувати.

4. Поетапне скорочення вугільного виробництво відповідно до міжнародних зобов'язань, з подальшою повною відмовою від нього в майбутньому.

5. Оптимізація традиційних джерел шляхом підвищення ефективності використання атомної та гідроенергетики для збереження збалансованого, надійного та гнучкого енергетичного міксу [6].

Таким чином, попри серйозні виклики, спричинені повномасштабною війною, Україна продовжує рух у напрямку екологічної трансформації. Збереження "зеленого" курсу є не лише частиною міжнародних зобов'язань, але й запорукою енергетичної стійкості, національної безпеки та економічної модернізації країни. Інтеграція кліматичної політики в процес післявоєнного відновлення дозволить не лише відбудувати зруйновану інфраструктуру, а й створити більш стійку, екологічну та ефективну економіку майбутнього. В умовах нової геополітичної реальності "зелена" трансформація стає не опцією, а необхідністю для України.

Список використаних джерел:

1. 'Green' Economy: From Global Concept to Reality of Local Development / N. Stukalo et al. Dnipro, 2018. 336 p

2. Іванюта С. П., Якушенко Л. М. Європейський зелений курс і кліматична політика України : аналітична доповідь / за заг. ред. А. Ю. Сменковського. Київ : НІСД, 2022. С. 3–14. URL: https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2022.12

3. Артемчук О. Війна завдала Україні збитків на 170 мільярдів доларів – KSE Institute. *Українська правда. Економічна правда.* 2025. URL: https://epravda.com.ua/oborona/vtrati-ukrajini-vid-viyni-dosyagli-170-mlrd-dolariv-zruynovani-ges-dorogi-zhitlo-803259/index.amp

4. Велика Г. Стало відомо, які довкіллєві реформи очікує ЄС від України у 2025 році. *Екополітика. Новини екології України і світу.* 2025. URL: https://ecopolitic.com.ua/ua/news/stalo-vidomo-yaki-dovkillievi-reformi-ochikuie-ies-vid-ukraini-u-2025-roci/

5. Цахманн Г. "Зелена" угода і війна. Чи під силу Україні європейські кліматичні зобов'язання. *Українська правда. Економічна правда.* 2024. URL: https://epravda.com.ua/columns/2024/08/9/717754/

6. UNDP energy damage assessment for Ukraine reveals continued vulnerabilities. *UNDP Ukraine.* 2023. URL: : https://www.undp.org/ukraine/press-releases/undp-energy-damage-assessment-ukraine-reveals-continued-vulnerabilities?utm_source=chatgpt.com

СЕКЦІЯ 3

ЕКОСТАРТАПИ ТА СТАРТАП ПІДПРИЄМНИЦТВО

Drivers of development of the global construction industry in the context of implementing the green course policy

***Nataliia Skrypnyk*[1]**

The Green Deal policy, initiated by the European Union, aims to achieve carbon neutrality by 2050. This is a global challenge for all sectors of the economy, and the construction industry is no exception. Today, construction is one of the main sources of greenhouse gas emissions responsible for climate change, so the transformation of this industry is becoming a priority. The Green Deal creates new requirements for the design, construction and operation of buildings, stimulating the implementation of environmental standards and energy-efficient solutions. Let's consider the key drivers that influence the development of the construction industry in the context of environmental transformation.

The first important incentive is economic factors. Today, more and more companies are realizing the economic feasibility of investing in energy-efficient technologies. Reducing energy consumption allows not only to reduce greenhouse gas emissions, but also to reduce operating costs for building maintenance. The example of Germany shows that the implementation of passive technologies in construction reduces energy costs by 30-40% [1]. An additional factor stimulating the development of green construction is government support in the form of subsidies, preferential loans and tax incentives for companies that implement green technologies. These tools contribute to the fact that even small and medium-sized enterprises have the opportunity to join the ecological transformation.

The second important factor is technological progress, which significantly changes approaches to construction. Modern technologies allow building faster, more efficiently and with less impact on the environment. One of such technologies is 3D printing, which is already actively used in the construction industry. In particular, a project to build residential buildings using 3D printing using biodegradable materials was implemented in Italy. This technology allowed to reduce the consumption of building materials by 30% and reduce construction time by 50%, which significantly increases the efficiency of resource use [2]. It is also important to note the significant progress in the development of digital technologies, such as BIM (Building Information Modeling). These technologies allow you to optimize construction processes, reducing material and energy costs, as well as minimizing the amount of waste generated during construction.

The third key driver is the environmental component. Construction is one of the most resource-intensive sectors of the economy, and, as experts note, about 40% of global greenhouse gas emissions come from this sector. Therefore, an important task is to reduce the negative impact of construction activities on the environment. The use

[1] *Skrypnyk Nataliia* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economics and World Finance, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: neskripnik@gmail.com.

of renewable energy sources, such as solar panels and geothermal systems, is becoming the standard for modern construction. This allows us to significantly reduce dependence on traditional energy resources and reduce CO2 emissions. Recycling of materials also plays an important role in reducing the environmental burden. For example, in the European Union countries, about 50% of construction waste is subject to recycling, which contributes to reducing the consumption of new natural resources [3]. This process not only reduces the ecological footprint of the industry, but also allows us to optimize the costs of new construction materials.

The fourth important factor determining the development of the industry is regulatory initiatives. State policy and legislative changes are a powerful incentive for the implementation of green technologies in construction. The European Union is actively working to introduce new energy efficiency and environmental standards for new and existing buildings. For example, in France, it is envisaged that by 2030 more than 35% of the housing stock will be renovated as part of a renovation program, which will significantly reduce energy consumption and improve the environmental performance of buildings [1]. Such programs not only help to modernize old buildings, but also stimulate the development of new environmentally friendly materials and technologies.

As a result, the Green Deal policy creates new opportunities for the development of a construction industry focused on sustainability and environmental efficiency. Modern technologies, state support and the growing economic attractiveness of energy-efficient solutions are shaping a new construction landscape, where innovation and the rational use of resources play a key role. Such a transformation contributes not only to reducing the negative impact on the environment, but also to economic growth and increasing the competitiveness of the industry at the global level.

Referens:

1. Darmohrai D. (2024). Vplyv yevropeiskoho zelenoho kursu na transformatsiiu investytsiinoi polityky YeS [The influence of the european green course on the transformation of EU investment policy]. *Ekonomika ta suspilstvo.* № 64. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-48 (accessed: 15 April 2025).

2. Solomnikov I. V., Ovsiannikova I. V., Protsenko V. O. (2023). Innovatsiini perspektyvy rozvytku budivelnoi haluzi v suchasnykh umovakh hospodariuvannia [Innovative perspectives of the development of the construction industry in the modern economic conditions]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti.* №83. P. 147–157. DOI: https://doi.org/10.18664/btie.83.300379 (accessed: 15 April 2025).

3. Sahaidak Yu. A., Kharchenko T. B. (2021). Uprovadzhennia ekolohichnykh innovatsii yak impuls perekhodu do hlobalnoho zelenoho kursu [Implementation of environmental innovations as an impulse for the transition to the global green course]. *Pidpryiemnytstvo i torhivlia.* №29. P. 61–65. DOI: https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-29-10 (accessed: 15 April 2025).

Entrepreneurial intentions of young people and environmental responsibility

Anastasia Zharova [1], Oleksandr Krupskyi[2]

At first glance, the youth of the twenty-first century seem to be environmentally sensitive and value-oriented towards sustainability [Goldman, 2020]. Indeed, references to the green economy, circularity, carbon neutrality, and climate responsibility are increasingly common in youth manifestos, social entrepreneurship programmes, and even digital startups. However, statistics show that environmental responsibility remains more of a declaration than an actual business practice. According to the global GEM study, only 12-15% of student business initiatives have an environmental or social focus, while the vast majority are focused on commercial benefits [6].

This paradox becomes particularly noticeable in the context of Ukraine, where the strategic discourse on green transformation is actively supported at the state level, but the behaviour of future entrepreneurs contradicts this. According to the national GEM report (2020), most Ukrainian startups do not integrate environmental or social indicators into their business strategies, and environmental motivation in youth entrepreneurship is absent as a systemic phenomenon [5]. The main barriers include the fragmentation of ESG components in educational programmes, the low level of interdisciplinary support from universities, and distrust of government environmental support instruments.

Thus, the research question arises: why, despite the declared commitment to the principles of a sustainable economy, do young people's actual entrepreneurial intentions rarely integrate environmental responsibility and how can educational, social and institutional factors change this situation?

One of the key aspects of studying the entrepreneurial intentions of young people is to find out what factors shape or, on the contrary, hinder the integration of environmental responsibility into entrepreneurial thinking. The first group of such factors includes individual characteristics - environmental values, personal norms, character traits and the level of environmental awareness. It has been proven that environmental awareness, formed through a system of personal values, significantly affects the willingness of young people to create green businesses [10; 15]. At the same time, despite having a generally positive attitude towards environmental issues, most young people do not translate these attitudes into concrete actions or business models [9; 12]

Recent studies show that environmental awareness is a significant determinant of entrepreneurial intentions in itself, but its effect is enhanced by the presence of relevant

[1] *Zharova Anastasia* – Jönköping International Business School, Jönköping, Sweden.

[2] *Krupskyi Oleksandr* – Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Marketing and International Management, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: scavr1971@gmail.com.

cognitive and behavioural mediators, such as positive attitudes towards entrepreneurship, subjective norms, and perceived behavioural control [4; 7]. As confirmed by the Theory of Planned Behaviour model, these three elements (attitude, subjective norms, perceived control) are critical variables in predicting sustainable entrepreneurial intentions among students. Thus, an environmental attitude becomes effective only if it is supported by the microenvironment and if there is confidence in one's own ability to implement a sustainable business idea.

The second group of factors includes contextual elements, primarily support from the university environment. The presence of green incubators, eco-startup hubs, sustainable entrepreneurship courses, and ESG mentors significantly increases the likelihood that students will try to implement a sustainability-oriented idea [13]. At the same time, in the case of Ukraine, such infrastructure is either absent or declarative, as evidenced by the results of a recent study of educational programmes in the country's higher education institutions [18]. This creates a gap between students' expectations and real institutional capabilities.

Educational factors are equally important. Numerous studies have shown that systematic study of the elements of sustainable development, integration of environmental ethics courses, and modelling of green business cases have a positive impact on the formation of responsible entrepreneurial thinking [14; 17]. In particular, the results of the analysis of students who have taken specialised courses in green entrepreneurship show a higher level of motivation to create socially and environmentally responsible start-ups. This proves that it is not enough to just talk about sustainable development - it needs to be built into the structure of the educational process as a paradigm of action.

It is also worth emphasising the role of the emotional and moral component. The study by Pascucci et al. (2022) indicates that the key predictors of sustainable entrepreneurial intentions include personal norms, willingness to take responsibility for the consequences of one's actions, and a tendency to think long-term [11]. Young people who have a high level of environmental sensitivity show a greater inclination towards projects with a low environmental footprint and high social benefit. Thus, the moral vector is becoming an integral part of entrepreneurial thinking in the face of the global environmental crisis. But on the other hand, we can only hope for the objectification of ‘green management’ as one of the drivers of the green economy [1] and ‘green education’ [3].

Finally, barriers. Among the main constraints to integrating environmental responsibility into youth entrepreneurial projects are fear of failure, low self-esteem, limited access to finance, and lack of positive examples [19; 16]. A particularly important and often overlooked barrier is the generally low level of economic culture among young people, which manifests in insufficient understanding of sustainable business models, weak financial literacy, and lack of long-term planning skills [2]. This deficiency hinders their ability to recognize the economic viability of green entrepreneurship and to make informed decisions regarding environmental investments. At the same time, these barriers can be overcome through a systemic approach: institutional support, mentoring, increased financial incentives, and

normalisation of environmental business as a cultural norm.

Thus, despite the declarative approval of the principles of the green economy, the actual entrepreneurial behaviour of young people is still shaped by traditional motivations: profitability, quick results, and low risk. Only a deep integration of environmental ethics into education, the cultural paradigm of entrepreneurship, and public policy can change the situation. The experience of countries with a strong green entrepreneurship ecosystem confirms that changing opportunities leads to changing intentions. Ukraine has all the prerequisites to transform the potential of its youth into an asset for green economic transformation

Referens:

1. Крупський О. П., Стасюк Ю. М. Особливості зеленого менеджменту персоналу. *Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності : матеріали круглого столу* (м. Дніпро, 16 трав. 2023 р.) / уклад. І. Ю. Приварникова, О. А. Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. С. 96–100. URL: https://www.researchgate.net/publication/375833664_Osoblivosti_zelenogo_menedzmentu_personalu (дата звернення: 6 трав. 2025).

2. Стасюк Ю.М. Формування економічної культури молодого фахівця. *Особистість у просторі культури: Матеріали Всеукраїнського науково-практичного симпозіуму*. 2009. Т. 24. С. 100-102.

3. *Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному освітньому середовищі: монографія* [Електронне видання] / кол. авт; за заг. ред. проф. Н.П. Волкової, О.О. Лаврентьєвої. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. 498 с. URL: https://ir.duan.edu.ua/server/api/core/bitstreams/cfb742d8-05bc-4502-86ad-46bb93ea223a/content (дата звернення: 6 трав. 2025).

4. Barba-Sánchez V., Mitre-Aranda M., del Brío-González J. The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European research on management and business economics*. 2022. Vol. 28. №. 2. P. 100184. https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100184

5. Bosma N., Hill S., Ionescu-Somers A., Kelley D., Guerrero M., Schott T. GEM Ukraine National Report 2020/2021 [Електронний ресурс]. *GEMonitor*, 2021. URL: https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/ukraine-2020.

6. Bosma N., Hill S., Ionescu-Somers A., Kelley D., Levie J., Tarnawa A. *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report* [Electronic resource]. GEM, 2020. URL: https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report.

7. del Brío González J. Á., Aranda M. M., Barba-Sánchez V. Environmental awareness and the entrepreneurial intention in university students: Direct and mediating effects. *The International Journal of Management Education*. 2022. Vol. 20. №. 3. P. 100719. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100719

8. Goldman D., Hansmann R., Činčera J., Radović V., Telešienė A., Balžekienė A., Vávra J. Education for Environmental Citizenship and Responsible Environmental Behaviour.In: *Conceptualizing Environmental Citizenship for 21st Century Education.* Cham: Springer, 2020. P. 115–137. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20249-1_8

9. Hume M. Compassion without action: Examining the young consumers consumption and attitude to sustainable consumption. *Journal of World Business*. 2010. Vol. 45, No. 4. P. 385–394. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.08.007

10. Mishra M. K., Kumar S., Upadhyaya A. Environmental values mediate the relationships between the selected factors and the green entrepreneurial switching intentions. *International Journal of Work Innovation*. 2024. Vol. 5. №. 2. P. 143-163. https://doi.org/10.1504/IJWI.2024.137826

11. Pascucci T., Cardella G. M., Hernàndez-Sànchez B., Sànchez-Garcìa J. C. Environmental Sensitivity to Form a Sustainable Entrepreneurial Intention. *Sustainability*. 2022. Vol. 14, No. 16.

Article 10398. https://doi.org/10.3390/su141610398

12. Piscitelli A., D'Uggento A. M. Do young people really engage in sustainable behaviors in their lifestyles? *Social Indicators Research.* 2022. Vol. 163, No. 3. P. 1467–1485. https://doi.org/10.1007/s11205-022-02955-0

13. Qazi W., Qureshi J. A., Raza S. A., Khan K. A., Qureshi M. A. Impact of personality traits and university green entrepreneurial support on students' green entrepreneurial intentions: the moderating role of environmental values. *Journal of Applied Research in Higher Education*. 2021. Vol. 13, No. 4. P. 1154–1180. https://doi.org/10.1108/JARHE-05-2020-0130

14. Rafiq M., Yang J., Bashar S. Impact of personality traits and sustainability education on green entrepreneurship behavior of university students: mediating role of green entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research.* 2024. Vol. 14. P. 14. https://doi.org/10.1007/s40497-024-00384-6

15. Roy S. K. Factors influencing undergraduate students' green entrepreneurial intentions: Evidence from an emerging economy. *Entrepreneurship Education.* 2023. Vol. 6. №. 4. P. 365-398. https://doi.org/10.1007/s41959-023-00105-2

16. Rusu V. D., Roman A., Tudose M. B. Determinants of Entrepreneurial Intentions of Youth: The Role of Access to Finance. *Engineering Economics.* 2022. Vol. 33, No. 1. P. 86–102. https://doi.org/10.5755/j01.ee.33.1.28716

17. Safitri C., Mulyadi H., Sutarni N., Ramdhany M. A. Fostering green entrepreneurial intentions: the role of educational environments in shaping student entrepreneurial aspirations. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan.* 2024. Vol. 12, No. 2. P. 347–366. https://doi.org/10.26740/jepk.v12n2.p347-366.

18. Stepova O., Roma V. Features of integration of ecological education in the educational process of higher educational institutions. *Ecological Sciences*. 2019. Vol. 1, No. 1. P. 138–142. https://doi.org/10.32846/2306-9716-2019-1-24-1-25.

19. Yusriani S., Prambudi I. S., Patiro S. P. S., Fauzi A., Rahayu H. C. Barriers to Entrepreneurial Intention: A Comprehensive Literature Review. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting (DIJEFA).* 2025. Vol. 5, No. 6. P. 5581–5588. URL: https://dinastipub.org/DIJEFA/article/view/3624/2470.

Роль малого бізнесу в розвитку зеленої економіки в Україні

***Катерина Андрусик*[1]**

В умовах трансформації економіки України за європейськими стандартами особливої актуальності набуває зелена економіка, яка поєднує економічне зростання з екологічною відповідальністю. Малий бізнес відіграє ключову роль у просуванні цієї концепції на локальному рівні, оскільки саме малі підприємства мають здатність швидко адаптуватися до змін, впроваджувати інновації та взаємодіяти з громадами.

На відміну від великих корпорацій, малий бізнес більш гнучкий у застосуванні енергоефективних рішень, переході на відновлювані джерела енергії, екологічному управлінні відходами та запровадженні моделей кругової економіки. Наприклад, екостартапи у сфері агробізнесу пропонують рішення щодо повторного використання органічних відходів для виробництва добрив або біогазу, що сприяє як зменшенню екологічного сліду, так і зростанню прибутковості.

Проте основною проблемою є недостатній рівень обізнаності підприємців щодо можливостей зеленої трансформації, а також складність доступу до фінансування «зелених» ініціатив. У цьому контексті важливими є підтримка з боку держави, розширення програм мікрокредитування та просування інформаційних кампаній щодо вигод екологічного підприємництва.

Ще одним прикладом позитивного впливу малого бізнесу є впровадження екологічного менеджменту у сфері послуг: кафе, перукарні, туристичні агенції починають відмовлятися від одноразового пластику, запроваджують сортування сміття, а також заохочують клієнтів до свідомого споживання.

Таким чином, малий бізнес є рушієм змін у напрямку зеленої економіки, і його роль у майбутньому сталого розвитку України слід не лише підтримувати, але й цілеспрямовано розвивати на законодавчому рівні.

Окрім цього, слід зазначити, що зелена економіка не є лише екологічним підходом до ведення господарської діяльності, а й новою парадигмою мислення, що формує цінності сталого розвитку. Малий бізнес може відігравати роль провідника цих змін, сприяючи популяризації екологічної свідомості серед населення, партнерів та споживачів. Наприклад, малі компанії можуть проводити освітні заходи, популяризувати екологічні звички, створювати спільноти навколо сталих ініціатив.

Ще одним аспектом є використання цифрових технологій для оптимізації ресурсів. В сучасних умовах цифровізація бізнесу дає змогу впроваджувати екологічно дружні рішення: наприклад, скорочення документообігу шляхом переходу на електронні документи, використання онлайн-інструментів для

[1] *Андрусик Катерина Миколаївна* – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність Маркетинг, освітня програма Маркетинг, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

планування логістики, що знижує викиди CO_2, а також використання IoT-систем для моніторингу споживання енергії.

Варто також наголосити на ролі державних та міжнародних програм у підтримці малого бізнесу. Такі ініціативи, як програми ЄС щодо розвитку зеленої економіки, дають можливість українським підприємцям отримувати гранти, консультації та доступ до ринку ЄС. Участь у кластерах зеленої економіки також відкриває нові можливості для обміну досвідом, інновацій та розширення ринку збуту.

Досвід країн ЄС свідчить, що стимулювання малого бізнесу в екологічному напрямку сприяє не лише екологічній, але й економічній вигоді. Наприклад, у Німеччині та Нідерландах розвинута система податкових пільг для підприємств, які впроваджують зелені технології. В Україні доцільно запровадити аналогічні стимули на національному та регіональному рівнях, враховуючи потреби малого та середнього бізнесу.

Таким чином, підтримка малого бізнесу в контексті зеленої економіки є стратегічно важливим завданням, що поєднує соціальні, економічні та екологічні переваги. Системна взаємодія держави, науковців, громадськості та підприємців сприятиме побудові стійкої економіки України в умовах післявоєнного відновлення та євроінтеграції.

Список використаних джерел:

1. Зелена економіка: від глобальної концепції до реалій місцевого розвитку: колект. моногр. / за ред. Середняк Т.К. – Д.: 2018. – 336 с. URL: http://doi.org/10.5281/zenodo.1294014

2. Гринько Т.В. Зелена економіка в умовах війни: виклики та перспективи для бізнесу // Вісник економіки. – 2023. – №4. – С. 12–18.

3. Європейська Зелена Угода: офіційний сайт Європейської комісії. URL: https://ec.europa.eu

Екостартапи як інструмент сталого розвитку

***Анжела Боровіченко*[1]**

Сучасні світові тренди засвідчують зростання значущості екологічних питань у господарській діяльності. У зв'язку з активізацією процесів глобального потепління, деградації навколишнього середовища, виснаженням ресурсів, зростає потреба в інноваційних підходах до ведення бізнесу, орієнтованих на сталість і відповідальність. Одним з таких підходів стали екостартапи – підприємницькі ініціативи, що об'єднують інноваційність, екологічну орієнтацію та соціальну відповідальність.

Екостартап – це нове підприємство, яке створюється з використанням екологічно безпечних технологій, продуктів або послуг. На відміну від традиційного бізнесу, головною метою екостартапу є не лише отримання прибутку, а й зменшення негативного впливу на довкілля, а також впровадження принципів сталого розвитку. Серед прикладів – переробка вторинної сировини, впровадження сонячних панелей, розробка біорозкладної упаковки, органічне фермерство тощо [1].

Особливості екостартапів полягають у поєднанні соціальної та екологічної місії з ринковими інструментами. Вони мають високу інноваційність, гнучкість у підходах до вирішення проблем, орієнтацію на нішеві сегменти ринку. У той же час, як показує досвід країн ЄС, такі ініціативи потребують підтримки як з боку держави, так і від приватного сектору [2; 3].

В Україні розвиток екостартапів особливо актуальний у період відбудови економіки після війни. Зелене підприємництво може стати каталізатором трансформації застарілих галузей промисловості, створити нові робочі місця, зменшити залежність від імпорту ресурсів та сприяти інтеграції у європейську екосистему сталого розвитку [3].

Роль молоді та студентства у цьому процесі є надзвичайно важливою. Молоді люди здатні генерувати інноваційні ідеї, критично мислити, швидко опановувати нові технології. Університетське середовище – це осередок формування екологічної свідомості та підприємницьких навичок. Зокрема, створення екостартапів в освітньому середовищі можна реалізовувати через:

- участь у хакатонах, конкурсах інновацій;
- стартап-інкубатори при університетах;
- міжнародні обміни, грантові програми;
- практичні курси з підприємництва та зеленої економіки [3].

При цьому існують і перешкоди: відсутність стартового капіталу, недостатній досвід, обмежений доступ до ринку, брак менторської підтримки. Однак активна участь міжнародних організацій (зокрема програма Erasmus+,

[1] *Боровіченко Анжела Вікторівна* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: borovichenko_a@365.dnu.edu.ua.

Жан Моне, Horizon Europe), залучення приватного бізнесу та соціально відповідальних інвесторів здатні вирішити частину цих проблем [3; 4].

Крім того, Європейська Зелена Угода (Green Deal) створює сприятливий зовнішній контекст для розвитку українських екостартапів. Її цілі – досягнення кліматичної нейтральності, інвестиції в екологічно чисті технології, циркулярна економіка – відкривають нові можливості для співпраці українських стартаперів з європейськими партнерами [2].

На завершення слід зазначити, що екостартапи – це не лише про бізнес, а й про цінності, культуру, бачення майбутнього, у якому економічна вигода поєднується з відповідальністю перед суспільством і планетою. Їх розвиток в Україні потребує цілеспрямованої підтримки на державному, освітньому, інституційному рівнях, а також активної участі нової генерації молодих підприємців, здатних мислити екологічно, діяти сміливо та творити інноваційно.

Список використаних джерел:

1. Зелена економіка: від глобальної концепції до реалій місцевого розвитку: колект. моногр. / За ред. Т.К. Середняк. – Дніпро: 2018. – 336 с. URL: http://doi.org/10.5281/zenodo.1294014

2. European Commission. (2020). A European Green Deal. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

3. Екостартапи: світовий досвід та українські перспективи / За ред. О.А. Зінченко. – Київ: ЕкоНова, 2022. – 198 с.

4. Gaddy, B. et al. (2016). Venture Capital and Clean Energy: The Wrong Model for Clean Energy Innovation? Brookings Institution Report. URL: https://www.brookings.edu/research/venture-capital-and-clean-energy/

Зелений менеджмент як конкурентна перевага на міжнародному ринку: роль консалтингу

***Валерія Вакуленко*[1]**

В умовах зростаючого глобального екологічного занепокоєння та посилення міжнародних екологічних стандартів, зелений менеджмент перетворюється з добровільної ініціативи на необхідну складову бізнес-стратегії компаній, що прагнуть зберегти та посилити свої позиції на міжнародних ринках. Консалтингові послуги у сфері зеленого менеджменту відіграють ключову роль у забезпеченні успішного переходу бізнесу до більш екологічно відповідальних практик, які одночасно сприяють підвищенню конкурентоспроможності.

Зелений менеджмент охоплює широкий спектр практик управління, спрямованих на мінімізацію негативного впливу бізнес-діяльності на навколишнє середовище та максимізацію ефективності використання ресурсів. У контексті міжнародної конкуренції, зелений менеджмент набуває особливого значення з огляду на:

1. Регуляторні вимоги - необхідність відповідати різноманітним екологічним нормам та стандартам на різних ринках (наприклад, Європейський зелений курс, стандарти ISO 14001);

2. Споживчі преференції - зростання попиту на екологічно чисті продукти та послуги, що стимулює розвиток нових ринкових ніш;

3. Інвестиційну привабливість - посилення уваги інвесторів до ESG-критеріїв (environmental, social, governance) при оцінці інвестиційних перспектив.

Консалтингові компанії виконують низку критично важливих функцій у процесі впровадження принципів зеленого менеджменту:

1. Стратегічний аналіз та планування. Консультанти допомагають компаніям оцінити їх поточний екологічний вплив, ідентифікувати ризики та можливості, пов'язані з екологічними аспектами бізнесу, та розробити комплексні стратегії зеленого менеджменту, інтегровані в загальну бізнес-стратегію.

McKinsey & Company допомогла німецькому автовиробнику BMW розробити стратегію сталого розвитку "BMW", що включала не лише створення електромобілів, але й перехід до використання відновлюваних джерел енергії у виробництві та впровадження циркулярних бізнес-моделей. Це дозволило BMW стати одним із лідерів у сфері сталої мобільності, значно підвищивши її конкурентоспроможність на міжнародному ринку автомобілів.

2. Впровадження екологічних стандартів та сертифікація. Консультанти надають експертну підтримку в процесах впровадження міжнародних

[1] *Андрусик Катерина Миколаївна* – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність Маркетинг, освітня програма Маркетинг, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

екологічних стандартів (ISO 14001, EMAS) та отримання відповідних сертифікатів, що відкриває доступ до нових ринків та партнерств.

Консалтингова компанія ERM (Environmental Resources Management) допомогла корпорації Unilever впровадити систему екологічного менеджменту відповідно до стандарту ISO 14001 на всіх виробничих об'єктах компанії глобально. Це не лише знизило екологічні ризики та підвищило ефективність використання ресурсів, але й забезпечило доступ продукції Unilever до ринків з високими екологічними вимогами, зокрема скандинавських країн.

3. Оптимізація ресурсів та зниження витрат. Консультанти допомагають ідентифікувати можливості для підвищення енергоефективності, зменшення споживання води та інших ресурсів, мінімізації відходів, що призводить до значного зниження операційних витрат.

Deloitte надавала консультаційні послуги мережі готелів Marriott International щодо впровадження програми зниження споживання води та енергії. Реалізація рекомендацій консультантів дозволила скоротити споживання води на 15% та енергії на 13% протягом п'яти років, що не лише зменшило негативний вплив на довкілля, але й забезпечило економію понад $20 млн щорічно, підвищивши конкурентоспроможність мережі на міжнародному готельному ринку.

4. Розробка інноваційних продуктів та послуг. Консультанти сприяють розробці та впровадженню екологічно орієнтованих інновацій, що дозволяють компаніям диференціюватися на ринку та задовольняти зростаючий попит на "зелені" продукти та послуги.

Accenture співпрацювала з IKEA над розробкою та впровадженням програми кругової економіки, що включала створення лінійки меблів, виготовлених з переробленої деревини та пластику, та запуск сервісу викупу та відновлення вживаних меблів. Ця ініціатива не лише зменшила екологічний слід компанії, але й створила нове джерело доходу та посилила лояльність споживачів до бренду.

Отже, в умовах посилення глобальної уваги до екологічних аспектів бізнесу та розвитку міжнародного регулювання у сфері сталого розвитку, роль консалтингу в зеленому менеджменті продовжуватиме зростати, стимулюючи подальший розвиток та диверсифікацію відповідних послуг. Консалтинг у сфері зеленого менеджменту відіграє критично важливу роль у процесі трансформації екологічних викликів на конкурентні переваги для бізнесу на міжнародному ринку. Аналіз реальних кейсів демонструє, що професійна консультаційна підтримка дозволяє компаніям не лише ефективно впроваджувати принципи екологічного управління, але й досягати значних економічних переваг через оптимізацію ресурсів, доступ до нових ринків, підвищення лояльності споживачів та інвестиційної привабливості.

Список використаних джерел:

1. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2022). Creating shared value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review, 89(1-2), 62-77.
2. Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M. R. (2023). Why sustainability is now the key driver of innovation. Harvard Business Review, 87(9), 56-64.
3. Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2022). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. Management Science, 60(11), 2835-2857.
4. World Economic Forum. (2024). The Global Risks Report 2024. Geneva: World Economic Forum.
5. KPMG. (2024). The time has come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2024. KPMG International.
6. Deloitte. (2023). Global green consulting market report 2023. Deloitte Touche Tohmatsu Limited.
7. Cohen, J., & Linton, L. (2022). Global ESG consulting: Market trends and growth projections. Journal of Sustainable Business Strategy, 18(3), 145-162.
8. European Commission. (2024). EU Green Deal and Corporate Sustainability Reporting Directive: Implications for businesses. Brussels: European Commission.

Екостартапи як драйвери інновацій для зеленої економіки України

Василь Коваль[1], Ольга Джур[2]

У XXI столітті світ стикається з безпрецедентними викликами: зміною клімату, виснаженням природних ресурсів, зростанням кількості відходів та забрудненням навколишнього середовища. У відповідь на ці загрози формується нова модель економіки – зелена економіка, яка поєднує економічне зростання з екологічною та соціальною відповідальністю. Центральне місце у цій трансформації посідають екостартапи – інноваційні підприємства, діяльність яких спрямована на вирішення екологічних проблем засобами бізнесу і технологій. Зелена економіка - це не лише про енергозбереження чи зменшення шкідливих викидів. Це – стратегія довгострокового розвитку, в основі якої лежить інноваційність, ефективність використання ресурсів і створення доданої вартості без шкоди для довкілля. У цьому контексті екостартапи стають ключовими гравцями, адже вони швидко адаптуються до нових викликів, створюють унікальні технології, продукти та сервіси, здатні грандіозно змінити спосіб виробництва, споживання і мислення загалом. Згідно з даними Програми розвитку ООН, екостартапи не лише сприяють впровадженню циркулярної економіки, відновлюваної енергетики, екотранспорту та нових технологій водоочищення, але й виступають як локомотиви зеленої трансформації економік країн, що розвиваються. Саме завдяки їм можливе формування зелених ланцюгів доданої вартості, створення нових робочих місць та залучення інвестицій у майбутнє.

У ЄС екостартапи займають важливе місце в стратегії економічного розвитку та підтримки інновацій, оскільки вони сприяють зростанню зелених технологій і вирішенню екологічних проблем. У рамках ЄС для таких підприємств створено кілька стратегічних програм, які забезпечують не тільки фінансування, але й цінний досвід, менторську підтримку та можливості для масштабування. Однією з найбільш значущих є програма Horizon Europe, яка є основним інструментом фінансування для інноваційних проектів в Європі, зокрема в галузі екології та сталого розвитку.[1] Вона надає значні кошти для підтримки наукових досліджень та розробок у всіх сферах, включаючи відновлювану енергетику, циркулярну економіку та сталий транспорт. Програма Horizon Europe є однією з найбільших ініціатив ЄС, з бюджетом 95,5 млрд. євро на період 2021- 2027 рр. Вона не лише забезпечує фінансування, а й створює

[1] *Коваль Василь Віталійович* – здобувач першого (бакалавського) рівня вищої освіти, спеціальність Менеджмент, освітня програма Менеджмент організацій, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

умови для співпраці між бізнесами, дослідниками та державами.[1] В Європейському Союзі існує кілька програм, які активно підтримують екологічно орієнтовані стартапи та інноваційні проекти. Одна з таких ініціатив – Green Tech Alliance, яка об'єднує підприємців, інвесторів та компанії в галузі зелених технологій. Ця програма надає можливості для побудови мережі зв’язків, партнерства і фінансування, а також допомагає сприяти швидкому розвитку екологічного бізнесу на міжнародному рівні. Іншою важливою ініціативою є EIC Accelerator, що є частиною програми Horizon Europe. Ця програма спрямована на підтримку інноваційних стартапів, зокрема у сфері екології, і забезпечує фінансування до 17,5 млн євро для підприємств з високим потенціалом виходу на глобальні ринки. Завдяки таким ініціативам, у 2022 р. було інвестовано понад 1,1 млрд євро в сталий розвиток та інноваційні проекти, що підкреслює важливість підтримки «зелених» стартапів для зміцнення економіки ЄС [3].

Україна, попри складні воєнні умови, продовжує розвивати екологічно орієнтовані стартапи, які активно інтегруються у міжнародну екосистему та отримують підтримку з боку європейських ініціатив. Одним із яскравих прикладів є стартап Releaf Paper, заснований 17-річним Валентином Фречкою, який розробив технологію виробництва паперу з опалого листя. Проект отримав грант у розмірі 2,5 млн. євро від Єврокомісії в рамках програми EIC Accelerator 2022, що дозволило планувати будівництво трьох заводів у Франції, Фінляндії та Україні [2]. Також актуальним є стартап S.Lab, який спеціалізується на виробництві біорозкладного пакування з грибного міцелію, що вже використовують такі бренди, як Samsung та L'Oréal [7]. Ще також існує стартап Effa, який займається виробництвом одноразових зубних щіток та бритв з паперу, що експортуються в Європу та США. Також в Україні є виробничі потужності міжнародної компанії The Good Plastic Company, яка випускає декоративні панелі з переробленого пластику, що використовуються IKEA та Nike. Кожен з цих проектів не тільки сприяє вирішенню локальних екологічних проблем, а й здатний формувати нову екологічну культуру на міжнародному рівні [8, 10].

Попри успіхи, українські екостартапи стикаються з низкою викликів, серед яких обмежений доступ до фінансування та недостатньо розвинена підтримка для розвитку стартапів, зокрема у вигляді акселераторів та інших державних структур, які могли б стимулювати їхній ріст. Тому важливою є підтримка на державному рівні. Але попри це в Україні ухвалено Національний план енергетики та клімату до 2030 р. (NECP), що визначає стратегічні напрямки для досягнення цілей у галузі енергетики та зміни клімату. Окрім того, створено Кліматичний фонд, який фінансує ініціативи для зменшення викидів вуглецю та адаптації до змін клімату. Важливим кроком на шляху до сталого розвитку є партнерство з програмою EU4Environment. Це ініціатива Європейського Союзу, яка сприяє розвитку екологічно сталих ініціатив у країнах Східного партнерства, включаючи Україну. В рамках цієї програми надаються ресурси та консультації малому та середньому бізнесу, що допомагає впроваджувати інноваційні

технології, підтримувати «зелену» трансформацію та досягати високих стандартів сталого розвитку [4].

Західний досвід демонструє, як важливо для розвитку екологічних стартапів створювати партнерства між урядом, бізнесом, наукою та громадянським суспільством. Наприклад, у Німеччині підтримуються пільгові кредити для екостартапів, у Франції застосовується система «зеленого оподаткування», а в Швеції надається фінансування виключно для екологічно сталих проектів через спеціалізовані банки. Такий підхід може слугувати цінним орієнтиром для створення політики підтримки екостартапів в Україні. Екостартапи - це не просто бізнес, це нове мислення, яке інтегрує інновації, екологію та соціальну відповідальність. Їхній розвиток має стати одним із пріоритетів відновлення України після кризи. Підтримка таких ініціатив - це інвестиція у чисте та конкурентоспроможне майбутнє, яке не тільки забезпечить екологічну безпеку, а й сприятиме створенню нових робочих місць та економічному розвитку.

Отже, розвиток екостартапів як драйверів інновацій для зеленої економіки України потребує здійснення системних заходів по створенню сприятливого *екосистемного середовища*, що включає: 1) спрощення регуляторного поля (прогнозоване законодаство, зменшення бюрократії при оформленні та реалізації), 2) розвиток інфраструктури підтримки (еко-інкубатори та акселератори, технопарки та кластери зелених технологій, платформи для співпраці); *забезпечення доступу до фінансування* (гранти, венчурне фінансування, краудфандинг та impact-інвестиції, «зелені» облігації та інші фінансові інструменти; *стимулювання інновацій та трансферу технологій* (співпраця науки та бізнесу, НДДКР, захист інтелектуальної власності, використання міжнародного досвіду); формування попиту на зелені рішення (державні закупівлі, стимулювання споживачів та розвиток екологічної свідомості); розвиток кадрового потенціалу (освітні програми та програми підвищення кваліфікації); *моніторинг та оцінка* (розробка індикаторів, оцінка ефективності заходів).

Список використаних джерел

1. Horizon Europe. European Commission. URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en (дата звернення: 22.04.2025).
2. Офіційний сайт 24 Канал. Український школяр отримав 2,5 мільйона євро на екостартап: у чому суть ідеї. URL: https://24tv.ua/business/ekostartap-ukrayinskogo-shkolyara-otrimav-25-milyona-yevro-grantu_n2220792 (дата звернення: 09.05.2025).
3. Офіційний сайт GreenTech Alliance. URL: https://www.greentech.earth/ (дата звернення: 22.04.2025).
4. European Innovation Council. EIC Accelerator. European Commission. URL: https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-accelerator_en (дата звернення: 09.05.2025).
5. Офіційний сайт Forbes Україна. Український екостартап Releaf Paper відкрив у Парижі виробництво целюлози з опалого листя. URL: https://forbes.ua/news/ukrainskiy-ekostartap-releaf-paper-vidkriv-u-parizhi-svoe-pershe-virobnitstvo-tselyulozi-iz-opalogo-listya-15112024-24836 (дата звернення: 22.04.2025).

6. Офіційний сайт Releaf bags. Paper. URL: https://releafbag.com/ (дата звернення: 22.04.2025).
7. Офіційний сайт AIN.UA. Як працює стартап S.Lab. 22.09.2022. URL: https://ain.ua/2022/09/22/yak-praczyuye-startap-s-lab/ (дата звернення: 22.04.2025).
8. Офіційний сайт Forbes Україна. Український стартап Effa по розробці екотоварів залучив $500 000 інвестицій. URL: https://forbes.ua/news/ukrainskiy-startap-effa-po-rozrobtsi-ekotovariv-zaluchiv-500-000-investitsiy-12042021-1355 (дата звернення: 22.04.2025).
9. Офіційний сайт Vector. Як працює український стартап Effa. URL: https://vctr.media/ua/yak-praczyuye-ukrayinskij-startap-effa-141758/ (дата звернення: 22.04.2025).
10. Офіційний сайт The Good Plastic Company. URL: https://thegoodplasticcompany.com/ (дата звернення: 22.04.2025).

Досвід екостартапу RELEAF PAPER: як альтернатива традиційному виробництву паперу

***Олександра Михайленко*[1, 2]**

У час кліматичної кризи, вирубки лісів і забруднення довкілля традиційне виробництво паперу потребує трансформації. Щороку у світі знищується близько 14 мільйонів гектарів лісу [2], значна частина – для паперової індустрії, а саме понад 7,3 млн га лісу [4].

У відповідь на ці виклики виникають новаторські підходи у сфері сталого підприємництва. Один із таких прикладів – український стартап Releaf Paper, який виробляє папір не з деревини, а з опалого листя. Компанія з'явилася в Україні у 2021 році як дослідницький проєкт 16-річного школяра. Саме тоді було проведено перші випробування на міні-виробництві. Пілотне виробництво Releaf здатне переробляти до 20 000 тонн листя на рік [3].

У 2022 році компанія відкрила офіс у Франції та почала налагоджувати власне виробництво. Releaf Paper активно використовує контрактні підприємства в Україні та ЄС для виробництва паперу та упаковки за технологією Releaf.

Враховуючи екологічні тенденції В. Фречка вирішив вивчити альтернативні джерела целюлози і тим самим зменшити вирубку лісів. Він почав із дослідження трави та соломи, перевіряючи, скільки целюлози вони містять і чи можна її видалити. Одне з питань над яким він замислився чи може опале листя бути джерелом целюлози. На початку 2018 року під час тривалих експериментів було отримано вперше відповідні прототипи для цієї технології, це дало можливість в подальшому представляти свій винахід як готове бізнес рішення в межах зеленої економіки. Спираючись на вищевикладене було створено компанію Releaf Paper з технологією сталого виробництва паперу та пакувальних матеріалів з опалого листя. Такий підхід суттєво знижує споживання природних ресурсів: виробництво потребує у 15 разів менше води та втричі менше енергії порівняно з традиційними технологіями на основі деревної целюлози. До того ж, жодне дерево не вирубується, а викиди CO_2 можуть зменшуватися до 78%. Екологічно орієнтовані інновації підтримуються програмою Європейського Союзу та Європейського Банку Реконструкції і Розвитку «Кліматичні Інноваційні Ваучери» (CIV), яку реалізує команда Greencubator. Наприкінці 2022 року Releaf Paper став одним із отримувачів цього гранту [1].

[1] *Михайленко Олександра Анатоліївна* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 3 курс, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: moleksaa@gmail.com.

[2] Науковий керівник – *Смирнова Тетяна Анатоліївна* – старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: smyrnova_t@365.dnu.edu.ua.

Стартапи, особливо в Україні, діють у стресових умовах та невизначеності, тому гранти надають не лише фінансову, але й психологічну підтримку. Releaf Paper залучили інвестиції у розмірі €2,5 млн від програми European Innovation Council Accelerator (EIC). Європейська Комісія порадила даному стартапу розширити патентний захист, оскільки на той момент він охоплював тільки Україну, і існував ризик втрати технології Завдяки гранту CIV компанія змогла здійснити міжнародне патентування, що відкрило нові перспективи для масштабування. Тим часом ціни на традиційний папір у світі продовжують зростати на 2-4% щороку, що призводить до збільшення вирубки лісів. Папір Releaf Paper, виготовлений з опалого листя, не поступається якості деревній сировині, і одна тонна такого паперу рятує 17 дерев від вирубки.

Releaf продовжує залучати також B2B-клієнтів, які оцінили переваги цього альтернативного джерела паперу. Компанія з України стала ключовим гравцем у зміні глобального ринку. Releaf співпрацюють з такими компаніями, як Samsung, NYX, L'Oréal, Schneider Electric, Weleda, CHANEL, Kiehl’s та Ariston Group [4].

Настільки очевидно, що папір можна зробити з листя, оскільки лист є частиною дерева, основного матеріалу для виготовлення паперу. Але чому людство не почало масово використовувати опале листя як сировину для промисловості? Перша причина – збір і логістика сировини. Листя або доводиться збирати в лісі, що шкодить життєдіяльності мікроорганізмів і лісової екосистеми, або звозити з різних місць. В обох випадках це досить дорогий і складний процес. Друга причина - це стабільність поставок і чистота матеріалу. Адже всі ми знаємо, що листя опадає лише 3 місяці на рік, і в ньому часто є пісок, дрібні камінчики, пластик та недопалки. Третя причина – сама технологія виробництва целюлози. Якщо використовувати типову для деревини технологію, витрати на виробництво такої целюлози будуть величезними, а якість – незадовільною [5]. У Releaf Paper першими в світі вирішили всі три проблеми та перетворили їх на можливості.

Європейські міста щороку генерують десятки тисяч листя, а муніципальні служби створюють цілу інфраструктуру для їх збору. Зібране листя передається в центри обробки, розташовані в безпосередній близькості від міста-партнера. Таким чином отримується величезна кількість сировини для виробництва. Листя очищають від сторонніх предметів шляхом миття та сушіння на промисловому обладнанні. Подальшим гранулюванням та зберіганням сировини в біг-бегах вирішується питання її цілорічного зберігання та проблему сезонності. І нарешті, вони виробляють волокнисті вироби за власною унікальною технологією, яка передбачає мінімальне використання води та хімікатів для отримання якісного продукту.

Сучасні екологічні виклики потребують рішучих і креативних рішень, і Releaf Paper є яскравим прикладом того, як інновації можуть поєднувати сталий розвиток, екологічну відповідальність і підприємницький підхід. У світі, де щороку вирубується мільйони гектарів лісу задля паперової індустрії, альтернативне виробництво з опалого листя стає не лише технологічним проривом, а й потужним інструментом захисту довкілля.

Стартап демонструє ефективність «зеленої» економіки в дії: використання міських органічних відходів, зменшення споживання води та енергії, скорочення викидів CO_2. Releaf Paper не просто створює екологічно чистий продукт – він формує нову тенденцію відповідального споживання, у якій щоденні рішення бізнесу та суспільства базуються на турботі про довкілля.

Досвід компанії доводить, що українські екологічні стартапи здатні не лише конкурувати на глобальному рівні, а й ставати лідерами змін. Успіх Releaf Paper має слугувати натхненням для нових ініціатив у сфері «зеленої» економіки, адже майбутнє – за технологіями, що працюють на користь планети.

Список використаних джерел:

1. Виробництво паперу з… опалого листя. історія releaf paper. *greencubator | connecting energy talents - Ukrainian energy innovations network*. URL: https://greencubator.info/story-of-releaf-paper/ (дата звернення: 25.04.2025).

2. Експрес онлайн. За 30 років планета втратила близько 420 мільйонів гектарів лісу. Це майже як 10 Чорних морів - Подробиці | Експрес онлайн. *Експрес онлайн*. URL: https://expres.online/podrobitsi/za-30-rokiv-planeta-vtratila-blizko-420-milyoniv-gektariv-lisu-tse-mayzhe-yak-10-chornikh-moriv (дата звернення: 25.04.2025).

3. Марія Бровінська OhNxuB. Український екостартап Releaf Paper, що переробляє опале листя на папір, запустив виробництво у Франції. У найближчі п’ять років компанія планує запустити перероблення листя по всій Європі. *dev.ua*. URL: https://dev.ua/news/ukrainskyi-ekostartap-releaf-paper-1731930343 (дата звернення: 25.04.2025).

4. Sustainable & eco-friendly bags, releaf paper & bag from fallen leaves. *Releaf Bags*. URL: https://releafbag.com/ (date of access: 25.04.2025).

5. Technology releaf paper. *Releaf Paper*. URL: https://www.releaf-paper.com/fr/releaf-technology/ (date of access: 25.04.2025).

Магнітна обробка палива – як шлях зниження викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище

***Владислав Румянцев*[1], *Вячеслав Савінов*[2]**

Основне завдання при використанні двигунів, що споживають рідкі вуглеводи, – збільшення ККД (коефіцієнта корисної дії) у роботі та зниження викидів шкідливих речовин, які утворюються в результаті горіння в камері згоряння двигуна. Вихлопні гази містять вуглеводи, що не згоріли (у тому числі поліциклічні ароматичні, що мають канцерогенну дію), сажові частинки, монооксид вуглецю та інше. Паливо також може містити механічні домішки, що забруднюють двигуни в процесі горіння. Висока витрата палива через низьку його якість погіршує екологічні та економічні показники роботи двигуна, що впливає на вартість утримання транспортного засобу.

Четвертий рік Великої війни показав падіння макроекономічних показниківУкраїни. У такій не простій ситуації в нашій країні вітчизняні вчені ведуть розробки щодо покращення якості палива з метою зниження викидів шкідливих відпрацьованих газів та зниження собівартості експлуатації транспортних засобів. Одним із напрямків досліджень є магнітна обробка палива.

На сьогоднішній день існує безліч різних робіт та описів поведінки молекул палива під час проходження їх через магнітні поля. При проходженні молекул палива через магнітні поля відбувається орієнтація їх у зовнішньому магнітному полі у напрямі вектора поля. У постійному магнітному полі це призводить до зміни взаємного розташування молекул. В результаті такої перебудови виникає більш упорядкована, сильно корельована організація дисперсної структури з меншими розмірами частинок дисперсної фази. Вплив постійного магнітного поля фіксує нову структуру нафтових дисперсних систем, що характеризується більшою гомогенністю та парамагнітною активністю, меншою вязкістю та поверхневим натягом.

Результати проведених авторами численних досліджень впливу постійного магнітного поля на потік палива підтверджують ефективність такої обробки. Встановлено, що застосування магнітної обробки різних видів палив дозволяє знизити витрати споживання палива приблизно на 20%, при зростанні потужності двигуна на 15-20%. Також відмічається зменшення вмісту монооксиду вуглецю у відпрацьованих газах на 50% [1].

[1] *Румянцев Владислав Ростиславович* – кандидат технічних наук, доцент кафедри металургійних технологій, екології та техногенної безпеки, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна, e-mail: ruvlad1164@gmail.com.

[2] *Савінов Вячеслав Петрович* – здобувач (аспірант) третього рівня вищої освіти, 3-й рік навчання, спеціальність 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна, e-mail: savinov1940@gmail.com.

Дослідження впливу магнітної обробки різних видів палив на показники зміни роботи двигунів внутрішнього згоряння показали позитивний ефект на експлуатаційні властивості. Максимальне поліпшення властивостей палива вдалося одержати під час обробки магнітним полем з величиною індукції 0,5-0,7 мТс [2;3].

Даний напрямок досліджень не новий, але авторами запропоновано інший підхід до цього питання, що дає вищі результати в порівнянні з дослідженнями минулих років, а також відкриває більш високі горизонти для досліджень та моделяції різних систем, що впливають на структуру палива.

Список використаних джерел:

1. Дайнега І.Л., Савінов В.П. Протокол випробувань №001.БДІ-023. ПАТ «ЗАЗ»; Порівняльні випробування автобуса ЗАЗ-А09А02D щодо витрат палива в стандартній комплектації та з магітною системою КТМОТ «Капінус»; Запоріжжя, 12.07.2023р.

2. Савінов В.П. Пристрій для магнітної обробки рідкого вуглеводневого палива двигуна внутрішнього згорання. Патент № 146615 від 03.03.2021р.

3. Савінов В.П. Пристрій для магнітної обробки рідкого вуглеводневого палива. Патент № 154314 від 01.11.2023р.

Стартапи як приклад впровадження інновацій в економіку країни

Ольга Сазонець[1], Олександр Корнута [2]

Розглянемо тематику інновацій на прикладі стартапів, що опановуються як у світі, так і в Україні в цілому. Стартапи запроваджують різні види інновацій:

– продуктова інновація – введення у вжиток нових або більш якісних товарів або послуг за їх властивостями або засобами використання. Це: значні вдосконалення технічних характеристик, компонент, матеріалів, стандартного забезпечення, зручність використання функціональних характеристик;

– процесна інновація – впровадження нового (значно поліпшеного) способу виробництва або доставки продукту. Сюди входять значні технологічні зміни, оновлення виробничого устаткування та програмного забезпечення;

– маркетингова інновація – це впровадження нового методу маркетингу, включаючи значні зміни в дизайні продукту, його розміщенні, просуванні на ринок або в призначенні ціни;

– організаційна інновація – впровадження нового організаційного методу в діловій практиці підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язках. [1, 2].

Сьогодні показники Європейського інноваційного табло презентовані у п'ятьох групах, що відображають різноманітні аспекти інноваційного стану:

«Рушійні сили інновацій» – це індикатори, які відображають стан і структуру інноваційного потенціалу.

«Утворення нових знань» – індикатори, що відображають рівні фінансування НДДКР.

«Застосування» – індикатори, що відображають зайнятість і комерційну діяльність у інноваційних секторах.

«Інновації та підприємництво» – індикатори, що відображають рівні інноваційної активності в різних підприємствах (фірмах).

«Інтелектуальна власність» – індикатори, що відображають патентну активність. [3, 4].

Інновації поділяються на три типи:

– інновації, які відкриті для всього світу. Такі інновації з впровадженням Інтернету по всьому світу і можливість перекладання на різні мови світу, доступні кожному науковцю чи підприємцю і можуть бути запроваджені на підприємствах без якихось перепон.

– інновації, що захищені патентом, не є доступними всім, а тільки тим, хто може дозволити собі купити таку інновацію. Зараз підприємства в Україні

[1] *Сазонець Ольга Миколаївна* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», м. Дніпро, Україна, e-mail: onsazonets@gmail.com.

[2] *Корнута Олександр Олексійович* – аспірант, Класичний приватний університет, м. Запоріжжя, Україна.

активно закуповують інноваційні винаходи і використовують їх у своєму виробництві. Тяжче справи в науці. Це пов'язано з недоступністю багатьох іноземних витворів нашим українським вченим для їх досліджень, тому що у зрівнянні з заробітною платою вчених це дуже великі гроші.

– інновації, які об'єднують декілька підприємств, що разом створюють їх або використовують для подальших досліджень. Науковців можуть об'єднувати виграні ними гранти, які передбачають фінансування наукових проектів, що мають велике значення для наукових досліджень [1, 5].

Глобальне інноваційне табло будується майже за таким же способом, але крім країн європейських також включає інші країни, такі, як, Австралія, Гонконг, Бразилія, Канада, Китай, Японія, Республіка Корея, Мексика, Індія, Ізраїль, Нова Зеландія, Південна Африка, Росія, Сінгапур, та Сполучені Штати Америки. Головною його задачею розрахувати глобальний інноваційний індекс. Глобальний інноваційний індекс будується в залежності від стану усіх цих країн в плані інноваційності на сьогодні. Він складається з таких складових:

– підприємства і організації;

– стан інфраструктури;

– людські ресурси.

Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) оприлюднила Глобальний інноваційний індекс 2024 року (GII), який ранжує економіки світу за їхнім інноваційним потенціалом. Цей щорічний рейтинг детально аналізує понад 130 країн світу з близько 80 індикаторами, зокрема: інституції; людський капітал; інфраструктура; знання та технологічні результати; складність бізнесу; розвиненість ринку; творчі результати та ін.

У 2024 р. Україна посіла у цьому рейтингу 60-те місце, опустившись аж на п'ять позицій у зрівнянні з минулорічним звітом Всесвітньої організації інтелектуальної власності. При цьому Україна посідає 4-те місце серед держав групи доходів "нижче середнього".

І все ж, незважаючи на неналежне воєнне положення, GII 2024 р. показує і позитивні моменти розвитку інновацій в Україні. Зокрема:

Наша країна виробляє більше інноваційної продукції у зрівнянні з рівнем інвестицій у інновації, відносно свого ВВП.

Наша країна традиційно демонструє кращі позиції в рейтингу інноваційних результатів, аніж у рейтингу внеску в інновації. Укладачі Глобального інноваційного індексу порівнюють результати у сфері інновацій з рівнем економічного розвитку країни, вимірюючи останній обсягом ВВП на душу населення. У відповідному рейтингу 2024 року Україна посіла високе 6-е місце.

Україна належить до множини економік, інноваційний розвиток яких проходить випереджальними стосовно економічного розвитку темпами, при цьому така характеристика має відношення до тривалого періоду – 2014–2024 років.

Список використаних джерел:

1. Залізнюк В. П., Ліхолет С. І. Зарубіжний досвід формування системи статистичних показників для спостереження стану науковоїтехнічної та інноваційної сфери (на прикладі ОЕСР та ЄС) Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 14. С. 20-26.
2. Сазонець О.М., Гессен А.Є., Седлецька О.В., Яковлева-Мельник Н.Г. Електронний маркетинг і графічний дизайн у готельному бізнесі. Ефективна економіка. 2025. № 4. URL : https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/issue/archive (дата звернення: 25.04. 2025 р.).
3. Shelest, V.S., "Methodical provisions for analysis of intangible assets of innovation oriented enterprises", 2015. Ekonomichni nauky, vol. 27, pp. 255-268. URL: http://economics.kntu.kr.ua/pdf/27/ 32.pdf (Accessed 15.12.24.).
4. Ольга Сазонець, Оксана Єлісєєва, Володимир Саричев та Юлія Лижник. Економіко-статистичний аналіз сучасних тенденцій розвитку зеленої енергетики. Міжнародна наукова конференція із зеленої енергетики (GreenEnergy 2024). E3S Web of Conferences Volume 587 (2024). Київ, Україна, 22-25 жовтня 2024 р. 01009 (SCOPUS).
5. Olga Sazonets, Andrii Salenko. Intellectualization of methods to improve the system of transport services. Monograf. LAP LAMBRT AKADEMY. 2022. 97 p.

Інноваційне використання купажованих олій у виробництві майонезу як напрям екостартапу з підвищеною біологічною цінністю

Ренат Танчик[1], Володимир Бахмач[2]

Вступ. У сучасних умовах глобальних викликів, пов'язаних зі зміною клімату, виснаженням природних ресурсів та зростанням попиту на безпечні й корисні для здоров'я продукти харчування, особливого значення набуває концепція зеленої економіки [1]. Вона передбачає трансформацію виробничих процесів у напрямі зменшення негативного впливу на довкілля, підвищення ефективності використання ресурсів та впровадження інноваційних технологій, орієнтованих на сталий розвиток [2].

Одним із перспективних напрямів у межах зеленої економіки є розвиток екостартапів у харчовій промисловості, які поєднують наукові досягнення, екологічну відповідальність та підприємницький підхід [3-5]. Особливої уваги заслуговують технології, спрямовані на створення продуктів з підвищеною біологічною цінністю, що відповідають сучасним вимогам до здорового харчування та функціональних властивостей їжі [6-7].

У цьому контексті актуальним є дослідження можливостей використання купажованих рослинних олій у складі традиційних харчових продуктів, зокрема майонезу, з метою підвищення їхньої харчової цінності, покращення стабільності під час зберігання та зменшення потреби у синтетичних добавках. Купажування олій дозволяє поєднати переваги різних типів жирів, зокрема високий вміст омега-3 жирних кислот у лляній олії, антиоксидантні властивості оливкової олії та нейтральний смак соняшникової олії [8].

Запропонований підхід є прикладом інноваційного екостартапу, що базується на результатах наукових досліджень і має потенціал для комерціалізації у вигляді функціонального продукту з високою доданою вартістю. Такий підхід сприяє не лише покращенню якості харчових продуктів, а й формуванню нової моделі сталого підприємництва в агропродовольчому секторі.

Мета дослідження. Наукове обґрунтування доцільності використання купажованої рослинної олії (30% лляної, 60% оливкової, 10% соняшникової рафінованої) у виробництві майонезу за класичною рецептурою "Провансаль 67%" з метою підвищення його біологічної цінності, покращення стабільності під час зберігання та зменшення потреби у синтетичних стабілізаторах. Дослідження також спрямоване на виявлення потенціалу впровадження даної

[1] *Танчик Ренат Сергійович* – аспірант, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.

[2] *Бахмач Володимир Олександрович* – доцент, кандидат технічних наук, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.

технології в рамках екостартапу як інноваційного рішення для сталого розвитку харчової промисловості.

Завдання дослідження. Проаналізувати фізико-хімічні властивості купажованої олії, сформованої у співвідношенні 30% лляної, 60% оливкової та 10% соняшникової рафінованої олії, з метою визначення її стабільності та потенціалу для харчового використання. Порівняти терміни зберігання та якісні характеристики купажованої олії з чистою лляною олією, з урахуванням показників окислювальної стабільності, кислотного числа та органолептичних властивостей. Розробити модель рецептури майонезу "Провансаль 67%" з використанням купажованої олії та провести її порівняльний аналіз із традиційною рецептурою за органолептичними, фізико-хімічними та мікробіологічними показниками. Оцінити динаміку змін якісних показників олії у складі майонезу протягом зберігання, зокрема вмісту полінасичених жирних кислот, пероксидного та кислотного чисел. Обґрунтувати доцільність використання купажованої олії як функціонального інгредієнта у виробництві майонезу з підвищеною біологічною цінністю. Визначити потенціал комерціалізації отриманих результатів у форматі екостартапу, що відповідає принципам зеленої економіки та сталого розвитку.

Матеріали та методи дослідження:

Матеріали:

- Олії для купажу:
  - Лляна олія холодного віджиму (30%)
  - Оливкова олія першого віджиму (60%)
  - Соняшникова рафінована дезодорована олія (10%)
- Інші інгредієнти для майонезу:
  - Яєчний жовток пастеризований
  - Оцет столовий 9%
  - Цукор, сіль, гірчичний порошок
  - Вода питна очищена
- Контрольні зразки:
  - Майонез за класичною рецептурою з використанням соняшникової олії як основного жирового компонента.

Методи дослідження:

1. Купажування олій здійснювалося шляхом змішування компонентів у заданому співвідношенні при температурі 20–22 °C з подальшим гомогенізуванням [9-11].

2. Фізико-хімічний аналіз олій включав визначення:
   - кислотного числа (ДСТУ 4308:2004);
   - пероксидного числа (ДСТУ 4570:2006);
   - вмісту полінасичених жирних кислот методом газової хроматографії.

3. Виготовлення майонезу проводилося за класичною рецептурою "Провансаль 67%" з використанням купажованої олії як жирової основи. Процес включав емульгування, гомогенізацію та фасування.

4. Оцінка якості майонезу:
   - Органолептична оцінка (зовнішній вигляд, консистенція, смак, запах)
   - Визначення кислотного та пероксидного чисел у жировій фазі
   - Мікробіологічний контроль (загальна кількість мезофільних аеробних і факультативно-анаеробних мікроорганізмів, наявність патогенних мікроорганізмів)
5. Дослідження стабільності під час зберігання:
   - Зберігання зразків при температурі 4 ± 1 °C протягом 90 діб
   - Відбір проб кожні 15 діб для повторного аналізу

6. Статистична обробка результатів здійснювалася з використанням методів варіаційної статистики для визначення достовірності відмінностей між контрольними та дослідними зразками.

Результати дослідження. Проведене дослідження показало, що купажована олія, сформована з лляної, оливкової та соняшникової олій у заданому співвідношенні, має покращені фізико-хімічні властивості порівняно з чистою лляною олією. Зокрема, спостерігалося зниження схильності до окислення та підвищення стабільності під час зберігання.

Використання купажованої олії у складі майонезу за класичною рецептурою сприяло збереженню однорідної консистенції, приємного смаку та запаху протягом усього періоду зберігання. Жирова фаза продукту демонструвала меншу динаміку погіршення якісних показників у порівнянні з контрольним зразком на основі традиційної соняшникової олії.

Крім того, у складі дослідного зразка зберігався вищий рівень біологічно активних компонентів, зокрема омега-3 жирних кислот, що свідчить про підвищену біологічну цінність продукту. Це дозволяє розглядати запропоновану рецептуру як перспективну для створення функціонального харчового продукту з покращеними споживчими властивостями.

Отримані результати підтверджують доцільність використання купажованої олії у виробництві майонезу як інноваційного рішення в межах екостартапу, орієнтованого на принципи зеленої економіки та сталого розвитку.

Висновки. Купажована олія, сформована на основі лляної, оливкової та соняшникової олій, демонструє покращені фізико-хімічні властивості та стабільність у порівнянні з окремими компонентами, зокрема лляною олією, що дозволяє розглядати її як перспективний функціональний інгредієнт. Використання купажованої олії у виробництві майонезу за класичною рецептурою сприяє підвищенню біологічної цінності готового продукту, збереженню його органолептичних властивостей та покращенню стабільності під час зберігання. Отримані результати підтверджують можливість зменшення використання синтетичних стабілізаторів та антиоксидантів, що відповідає принципам екологічної безпеки та сталого харчового виробництва. Запропонована технологія має потенціал для впровадження в рамках екостартапу, орієнтованого на створення інноваційних харчових продуктів з високою доданою вартістю, що поєднують якість, безпечність та екологічну

відповідальність. Результати дослідження можуть бути використані як наукове підґрунтя для подальшої розробки функціональних продуктів харчування та формування нових бізнес-моделей у сфері зеленої економіки.

Список використаних джерел:

1. Пешук Л., Сімонова І., Приходько Д. Огляд стратегій розвитку та особливостей виробництва інноваційних продуктів з водоростей. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Нові рішення у сучасних технологіях, 2023. 2(16), 86–91. DOI: https://doi.org/10.20998/2413-4295.2023.02.12

2. Бахмач В.О., Пешук Л. В., Чернушенко О.О., Савченко А.М., Петренко С.О. Використання інноваційних технологій та компонентів у виробництві емульсійних продуктів. Вісник Національного Технічного Університету «ХПІ». Серія: Інноваційні дослідження у наукових роботах студентів. 2022, № 1(1363). с. 19-23 DOI: https://doi.org/10.20998/2220-4784.2022.01.03

3. Simopoulos A.P. The importance of the ratio of omega-6/omega-3 essential fatty acids. Biomed Pharmacother. 2002. Vol. 56. p. 365 – 379.

4. Бахмач В.О., Бабенко В. І. Визначення якісних показників майонезу із соком калини та оптимізація рецептури. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Серія: Технічні науки. 2021. № 26. с. 24–30 DOI: https://doi.org/10.36477/2522-1221-2021-26-03

5. NorAini I., Hanirah H., Sudin N., Flingoh C. , Tang T. Clarity of blends of double-fractionated palm olein with low-erucic acid rapeseed oil. J. of the American Oil Chemists' Society. 1995. Vol. 72. p. 443 –448.

6. Бахмач, В. О., Пешук Л. В. Удосконалення технології майонезів з використанням рослинної сировини. Харчова промисловість: науковий журнал. К.: НУХТ, 2015. № 18. с. 27-31

7. Chugh B., Dhawan K. Storage studies on mustard oil blends. J. of Food Science and Technology. 2014. Vol. 51. p. 762 – 767.

8. Huang, S. W., Frankel E. N. Improving the oxidative stability of polyunsaturated vegetable oils by blending with high-oleic sunflower oil. J. of the American Oil Chemists Society. 1994. Vol. 71. p. 255 – 259.

9. ДСТУ 4560:2006 Майонези. Правила приймання та методи випробування».

10. ДСТУ 4487:2015 Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови.

11. ДСТУ 4536:2006 «Олії купажовані. Технічні умови». Київ: Держспоживстандарт України, 2006 – 30 с. (від 29.03.2006)

Сучасні стартапи в сфері зеленої економіки: виклики та перспективи

***Климентій Товстуха*[1]**

У XXI столітті зелені стартапи стають одним з найперспективніших напрямів інноваційного підприємництва у світі. Вони поєднують у собі досягнення сучасної науки, технологій та бізнесу, спрямовані на збереження навколишнього середовища та мінімізацію впливу людської діяльності на кліматичні зміни. Особливо актуальною дана тема є для України, що прагне інтегруватися у світову спільноту та дотримуватися принципів сталого розвитку [1].

За даними World Economic Forum, обсяг інвестицій у зелений сектор стартапів у світі лише за 2023 рік перевищив 80 млрд доларів США, що свідчить про зростання довіри інвесторів до екологічно орієнтованого бізнесу [2]. Україна також демонструє позитивні зрушення у цьому напрямі, попри економічні виклики, спричинені війною, що триває. На фоні глобальної екологічної трансформації, українські стартапи мають можливість інтегруватися у міжнародні ланцюги створення вартості та запропонувати унікальні продукти.

Сфера зеленої економіки є надзвичайно різноманітною. Серед основних сегментів, у яких працюють стартапи, варто виділити:

- Відновлювана енергетика (сонячна, вітрова, біоенергетика, воднева енергетика).
- Розумні міста (smart city) та екоінфраструктура.
- Циркулярна економіка та управління відходами.
- Екотранспорт та мобільність.
- Агроекологічні та біотехнологічні інновації.
- Екологічний консалтинг та ESG-рішення для бізнесу. [3].

Прикладами сучасних інноваційних рішень у сфері зеленої економіки є:

- LanzaTech (США) – використання мікроорганізмів для переробки викидів вуглецю на біопаливо.
- Climeworks (Швейцарія) – технології direct air capture для вловлювання CO2 з атмосфери.
- Plastic Energy (Велика Британія) – переробка пластикових відходів у синтетичне паливо.
- Releaf Paper (Україна) – виробництво паперу з опалого листя.
- Effa (Україна) – екологічно чисті товари повсякденного вжитку з біорозкладних матеріалів [4].

[1] *Товстуха Климентій Денисович* – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність Маркетинг, освітня програма Маркетинг, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

В Україні також активізувалась діяльність екосистем підтримки зелених стартапів: Greencubator, Sector X, Ukrainian Startup Fund створюють платформу для залучення інвестицій, менторської підтримки, виходу на міжнародні ринки.

Однак існує низка системних проблем:

- Обмежений доступ до венчурного та «зеленого» фінансування.
- Низький рівень екологічної культури у суспільстві.
- Відсутність інституційної підтримки та недосконаліть законодавства.
- Геополітична нестабільність та наслідки війни обмежують можливості залучення іноземних інвесторів [5].

Для подолання вказаних бар'єрів важливо:

- Розвивати партнерства із міжнародними екосистемами стартапів (EIT Climate-KIC, European Green Deal).
- Розширювати участь у міжнародних програмах та грантах.
- Запроваджувати національні механізми «зеленого» інвестування та державного стимулювання.
- Підвищувати рівень освіти та просвіти щодо екологічного підприємництва [6].

На міжнародному рівні новим трендом стає інтеграція зелених стартапів у глобальні ланцюги кліматичних фінансів, карбонових ринків та ESG-рейтингів. Це відкриває нові можливості для українських стартапів стати частиною глобальної зеленої економіки.

Висновок. Стартапи у сфері зеленої економіки відіграють ключову роль у реалізації принципів сталого розвитку. Українські стартапи мають потенціал стати драйверами екологічної трансформації економіки, однак для цього необхідне створення сприятливого бізнес-середовища, інтеграція у світові ініціативи, активізація державно-приватного партнерства та посилення інноваційного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. United Nations Environment Programme. Green Economy: Principles, Challenges, and Practices. Nairobi, 2020. 112 p.
2. World Economic Forum. The Future of Green Startups: Global Trends and Outlook. Geneva, 2023. 134 p.
3. OECD. Green Growth and Sustainable Development Forum. Paris, 2022. 88 p.
4. Greencubator. Список зелених стартапів України. Київ, 2023. 45 с.
5. Українська асоціація венчурного капіталу. Звіт про стартап-екосистему України у 2023 році. Київ, 2024. 78 с.
6. Міністерство економіки України. Програма підтримки зеленої економіки України на 2024–2030 роки. Київ, 2024. 56 с.

Отримання харчових та біологічно активних добавок з вторинної рослинної сировини

***Олена Чернушенко*[1]**

Об'єм сировини у галузях, переробляючих сільськогосподарську продукцію значно вище ніж вихід готової продукції. У зв'язку з цим утворюється значна кількість вторинних ресурсів, ступінь залучення яких у подальшу переробку мінімальна (табл. 1).

Таблиця 1 – Вторинні ресурси, що утворюються під час переробки рослинного сировини

№	Групи відходів	Вторинна сировина
1	переробки фруктів та овочів	фруктові, ягідні та овочеві вичавки, кісточки плодові, шкірки та насіння овочеві, очищення овочевої сировини
2	виробництва рослинних олій та жирів	відходи олійного насіння, лушпиння, макуха і шрот
3	виробництва продуктів борошномельної та круп'яної промисловості	пил зерновий; лушпиння зернових культур; відходи січки зернових культур
4	виробництва крохмалю та крохмаловмісних продуктів	картопляна, кукурудза та пшенична мезга; відходи крохмальної патоки
5	виробництва хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів	відходи борошна вівсяної, гречаної, рисової, просяної та ячмінної; технологічні втрати борошна пшеничного, житнього
6	перегонки, очищення та змішування спиртів	барда зерно-картопляна, післяспиртова, відходи браго-ректифікації
7	виробництва вина з винограду	вижимки солодкі, дріжджові опади рідкі й віджаті, відходи при бродінні сусла та витримці вина
8	виробництва цукру з цукрових буряків	бій буряків, буряковий жом, відходи фільтрації та меляса
9	виробництва чаю та кави	чай некондиційний або забруднений, пил чайний, кавовий, зерна кава некондиційні, лушпиння кавова, подрібнені частинки кавового напівфабрикату
10	виробництва прянощів	пил, порошок, прянощі некондиційні
11	виробництва пива та солоду	сплав ячменю, зернова оболонка солоду, солодові паростки, солодовий пил, дробина, дріжджі пивні відпрацьовані, білковий відстій
12	сировини та підготовки сировини для виробництва харчових продуктів	лушпиння какао-бобів, лушпиння горіхів

Особливість хімічного складу відходів робить їх цінними джерелами харчових інгредієнтів для виробництва збагачених біологічно цінними речовинами продуктів харчування, а також заміни традиційних сировинних інгредієнтів.

[1] *Чернушенко Олена Олександрівна* – кандидат хімічних наук, доцент, доцент кафедри харчових технологій, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: linechern@gmail.com.

У загальному обсязі переробки овочів значну частку займає переробка томатів, під час переробки яких утворюються томатні вичавки у кількості 3,5 − 4,0% до загальної маси сировини. Розроблено технології виробництва з томатних вичавків томатно-масляного екстракту та білково-томатно-масляної пасти, що використовуються для регулювання технологічних властивостей харчових дисперсних систем таких, як хлібобулочні вироби, варені ковбасні вироби, паштети, майонези, майонезні соуси та інші [1].

З погляду складу цінних макро- та мікронутрієнтів, заслуговують вичавки яблук. Розроблено способи виробництва БАД з вичавків яблук, що мають гепатопротекторні, радіопротекторні, антитоксичними властивостями, шляхом сушіння вичавків яблук до вологості 6 − 8% [2]. Відомий спосіб переробки яблучних вичавків, при реалізації якого перетворення протопектину здійснюють ферментом, а сушіння вичавки здійснюють на сушарці з інфрачервоними (ІЧ) променями при температурі 40 − 50°С протягом 4 − 5 год, зберігаючи вичавки від перегріву, що забезпечує високу желюючу здатність кінцевого продукту. Вторинна сировина з яблук придатна для приготування рідких і твердих фенольних концентратів з вмістом поліфенолів 2,5 і 33% відповідно. Такі екстракти можна вважати відмінними компонентами для виробництва нових більш оздоровчих і цінних продуктів [3.]

При переробці гарбуза утворюється значна кількість вторинних ресурсів – насіння та вичавки. Переробки гарбуза, що передбачає підготовку гарбуза, його різання, відділення насіння з подальшим виділенням з них олії, бланшування м'якоті, її пресування з отриманням соку та вичавків, зброджування та перегонку соку з отриманням біоетанолу, екстрагування вичавків в роторно-кавітаційному екстракторі з наступним поділом фаз, сушіння шроту з отриманням харчових волокон, очищення екстракту послідовною декантацією, мікрофільтрацією, ультрафільтрацією та діафільтрацією, його концентрування під вакуумом і сушіння в псевдозрідженому шарі з отриманням пектину [4]. Відомий спосіб виробництва гарбузової пасти, при реалізації якого відходи від протирання гарбуза надходять на виробництво харчової добавки [5]. Відомий спосіб виробництва гарбузового порошку шляхом висушування в інфрачервоній сушарці витерок гарбуза - шкірки та грубих частинок м'якоті та оболонок насіння до залишкової вологості 10%, внаслідок чого відбувається мікробіологічна стабілізація та максимальне збереження вітамінної цінності одержуваного продукту [6]. Розроблено низку способів виробництва біологічно активних добавок, що володіють гіпохолестеринемічними, гепатопротекторними, гіпоглікімічні, антиоксидантними, антитоксичними, радіопротекторними та гіполіпідемічними властивостями з вичавків гарбуза. БАД проводиться шляхом сушіння вичавків гарбуза до вологості 6 − 7% з подальшим подрібненням та надалі використання або у вигляді порошку, або у вигляді білково-гарбузово-масляної пасти, або гарбузово-масляного екстракту.

Відомий спосіб виробництва БАД з насіння та вичавків кавуна шляхом їх сушіння до вологості 6 − 7% та подальшого подрібнення [7]. Розроблено

харчовий функціональний продукт, містить порошки: з вичавків гарбуза, із суміші насіння та вичавків кавуна, з солоду бобових та із солоду злакових [8].

Кількість вторинних ресурсів, що утворюються під час переробки моркви, сягає 40%, буряків столових − до 20%. Розроблено технології їх використання для виробництва вітамінних концентратів, каротину, пектину, спирту та кондитерських виробів. Помадні цукерки, желейний мармелад, борошняні кондитерські вироби, виготовлені з використанням інгредієнтів, отриманих з продуктів переробки моркви та буряків столових містять у своєму складі пектино-целлюлозні комплекси [9].

Відомий спосіб отримання меланоїдного антиоксиданту, що включає промивання водою нездрібненої лушпиння соняшника, висушування при певній температурі, екстракцію водою при кип'ятіння, фільтрацію, обробку харчовим адсорбентом та упарювання до желеподібного стану [10].

Розроблено технології використання вторинних ресурсів переробки зернових у виробництві хлібобулочних виробів, борошняних кондитерських виробів та напоїв [11]. добавка з фракцій рисової муки для внесення в тісто під час виробництва хлібобулочних виробів.

Використання висівок при виробництві борошняних кондитерських та хлібобулочних виробів забезпечує підвищення вмісту вітамінів групи В, незамінних амінокислот, харчових волокон, а також знижує калорійність та собівартість виробів. Безопарний спосіб приготування тіста, що передбачає замочування висівок в електро-хімічно активованому розчині з pH до 3,6, а також відомі способи виробництва хліба, що передбачають введення висівок у закваску або опару [12].

При виробництві крохмалю та крохмаль-вмісних продуктів вторинними ресурсами є суміш мезги і картопляного соку, яку переходить близько 10% сухих речовин картоплі. Розроблені технології використання увареного вуглеводно-білкового гідролізату при випіканні темних сортів хліба [13].

З вторинних ресурсів, що утворюються під час виробництва вина з винограду. Використовується виноградне насіння для вироблення виноградної олії, таніну та енотанину. Технологія отримання олії та енотаніна з виноградних насіння проводять шляхом екстрагування спиртом. Спирт відганяється і суміш олії та таніну розбавляється водою, відокремлюють від водного розчину таніну шляхом сепарування. Розроблено декілька способів використання БАДів та харчових добавок з виноградного насіння та вичавків у виробництві хлібобулочних виробів [14]. Насіння винограду багате на білки та ліпідами, а шкірка та а м'якоть зазвичай характеризується високим вмістом мінеральних речовин. Відзначено висока антиоксидантна активність екстракту з насіння що містить комплекс поліфенолів.

Значна кількість вторинних ресурсів утворюється при виробництві цукру їх цукрових буряків. Буряковий жом містить пектин, за своїм складом ідентичний пектину яблук та цитрусових. Меляса використовується для виробництва глутамінової кислоти, глутамату. натрію та бетаїну [12].

Відходи виробництва пива та солоду (складене зерно, пивна дробина, залишкові пивні дріжджі) застосовуються у виробництві хлібобулочних виробів. Відомий спосіб внесення пивної дробини в тісто у кількості від 6 до 25%. Запатентований спосіб застосування екстракту солодових паростків у хлібопеченні. Витяжку із солодових паростків використовують також для активації пресованих дріжджів у хлібопеченні як додатковий джерела ферменту фітази для підвищення біологічної цінності хліба, покращення якості рідких заквасок. При додаванні в опару витяжки вміст тіаміну (вітаміну В1) у тесті підвищується на 20% [15].

Значний обсяг вторинних ресурсів (лушпиння какао-бобів) утворюється в процесі підготовки сировини для виробництва шоколадних мас. Запатентовано низку способів виробництва БАД та харчових добавок. з лушпиння какао-бобів, у тому числі спосіб отримання екстракту лушпиння какао-дієтичного харчування. Піддані тепловій обробці оболонки какао-бобів екстрагують етанолом, потім центрифугують і фракціонують на супернатант та залишок. Супернатант містить поліфеноли і може бути використаний під час виробництва напоїв для діабетичного харчування [16].

Список використаних джерел:

1. Бендерська, О. В. Перспективи комплексного перероблення томатної сировини. Technical sciences: the analysis of trends and development prospects : International scientific and practical conference, July 2–3, 2021. Prague, Czech Republic : Czech Technical University in Prague, 2021. P. 72 – 74. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/36635.

2. Kołodziejczyk K., Markowski J., Kosmala M., Król B., Płocharski W. Apple pomace as a potential source of nutraceutical products.Pol. *J. Food Nutr. Sci*. 2007, 57, 4(B), P. 291 – 295. URL: https://journal.pan.olsztyn.pl/pdf-98826-30829?filename=30829.pdf.

3. Ezzat S. M., Salama M, Kersh D. El , Salem M. Apple Pomace as a Source of Nutraceuticals. Food and Agricultural Byproducts as Important Source of Valuable Nutraceuticals. Chapter First 2 July 2022 P. 75 – 86. URL: DOI:10.1007/978-3-030-98760-2_5.

4. Zavadska O., Gunko S., Bober A., Yashchuk N., Bondareva L. Pumpkin fruit selection of different types and varieties for the production of functional food products. Plant and Soil Science, 14(3), P. 60 − 74. URL: DOI:10.1108/NFS-04-2022-0126

5. Одарченко А.М. Харчові пасти з гарбузів і моркви. Харчова і переробна промисловість. 2002. № 9. С. 19 − 20.

6. Левківська Т. М., Бендерська О. В., Матко С. В.. Технологія виробництва сухого наповнювача з гарбуза для кондитерської промисловості. Вісник ЛТЕУ. Технічні науки. 2021. 26. С. 39 − 45. URL: DOI:https://doi.org/10.36477/2522-1221-2021-26-05.

7. Nissar J., Sidiqi U.S., Dar A.H., Akbar U. Nutritional composition and bioactive potential of watermelon seeds: a pathway to sustainable food and health innovation. Sustainable Food Technol., 2025. 2. URL: DOI:10.1039/D4FB00335G

8. Meghwar P., Ghufran Saeed S.M., Ullah A., Nikolakakis E., Panagopoulou E., Tsoupras A., Smaoui S., Khaneghah A. Nutritional benefits of bioactive compounds from watermelon: A comprehensive review. Food Bioscience. 61, 2024, 104609 URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212429 224010393.

9.Pavlović1N., Zdravković M., Mladenović J., Štrbanović R., Zdravković1 J. Analysis of fresh and processed carrots and beets from organic and conventional production for the content of nutrients

and antioxidant activity. Acta Agriculturae Serbica, 2020. 25 (50), P. 171 – 177. URL: DOI:10.5937/AASer2050171P.

10. Kartushina Yu. N., Nefedieva E. E., . Sevriukova G.A., Gracheva N. V., Zheltobryukhov V. F. Technological Desition of Extraction of Melanin from the Waste of Production of Sunflower-Seed Oil. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 66. 2017. DOI:10.1088/1755-1315/66/1/012014.

11. Гуць В.С., Топчій О. А., Неліна К.П. Рацціональне використання вторинних сировинних ресурсів молочної і зернової промисловості. Харчова промисловість 2005. 4, С. 13 – 15. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/ core/bitstreams/c44f3f3c-bcc3-440c-a09c-70d82f542d9a/content.

12 Півоваров О.А., Ковальова О.С., Кошулько В.С. Інноваційний інжиніринг в окремих галузях харчового виробництва / О.А. Півоваров, О.С. Ковальова, В.С. Кошулько. Дніпро: ФОП Обдимко О.С., 2022. 407 с.

13. Загальна технологія харчових виробництв: навч. посібник / А. А. Дубініна, Ю. М. Хацкевич, Т. М. Попова та ін. Х. : ХДУХТ, 2016. 497 с.

14. Gasimova Afet Ayat kyzy. Obtaining biologikally active additives from secondary raw material of the wine industry. *Khimiya rastite'nogo syr'ya*, 2024, 2, P. 385–393. URL: DOI:10.14258/jcprm.20240213470.

15. Rachwał K, Waśko A, Gustaw K, Polak-Berecka M. Utilization of brewery wastes in food industry. 2020. PeerJ8:e9427 URL: http://doi.org/10.7717/peerj.9427.

16. Yuneri D.R., Syarifuddin A. Cocoa Bean Shell By-Products as Potential Ingredients for Functional Food and Beverage - A Review. BIO Web Conf. The 2nd Unhas International Conference on Agricultural Technology (UICAT 2023) № 14. 27 March 2024. URL:DOI: https://doi.org/10.1051/bioconf/20249601006.

СЕКЦІЯ 4

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ, ЗЕЛЕНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Implementation of the concept of sustainable development in food and chemical technologies

***Katerina Matorina*[1]**

Global integration demands a transformation of conservative views and outdated approaches that hinder the development of a modern and high-tech digital society. Non-competitive products from the food and chemical industries are unable to enter global markets and are unpopular even at the regional level, which leads to significant financial losses and the need for proper disposal. In contrast, responsible and informed manufacturers, aware of current global trends, implement the standards of international certifications in their production processes. This opens opportunities for export and positions them as global players with corresponding status. Supporting green initiatives helps companies build a favorable image not only within their own countries but also on the international stage.

Food manufacturers strive to win the competitive battle for market share by incorporating the latest scientific and technological innovations into production – even in packaging. Industrial-scale solutions include high-pressure processing (HPP), ultrasonic equipment, extruders for producing plant-based meat substitutes, automated production systems (robotics), as well as 3D printers for food and equipment for cultivating cell-based meat. For instance, Alfa Laval offers product processing equipment, including systems that ensure hygiene, reduce energy consumption and optimize water use. 3D printing in the food industry is rapidly evolving, allowing for the creation of unique food items with personalized composition, texture and shape, helping to reduce food waste. Fermentation bioreactors are being used to produce alternative proteins, including meat substitutes based on cellular and microbial fermentation.

Extruders used for producing plant-based protein offer several environmental advantages. Firstly, they enable the use of renewable plant materials instead of animal-based products. This contributes to reducing environmental impact and lowering carbon dioxide emissions. Secondly, the process of producing plant-based protein using extruders can be more efficient and less energy-intensive than traditional meat production methods. This also helps reduce resource consumption and emissions. Therefore, the use of extruders for producing plant-based protein can have a significant positive impact on the environment by helping to reduce the carbon footprint and optimize resource use.

In recent years, automation in the food industry has led to numerous innovations. One of these is the use of artificial intelligence (AI) and machine learning to control robots. Thanks to these technologies, robots can learn and improve their performance over time. Additionally, robots are becoming more accessible to businesses of all sizes

[1] *Katerina Vyacheslavivna Matorina* – Associate Professor, Candidate of Chemical Sciences, Associate Professor of the Department of Analytical Chemistry and Chemical Technology, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine.

due to lower costs and ease of implementation. Robotics and automation – such as collaborative robots (cobots) – can automatically sort, package, and process products, increasing efficiency, ensuring product quality, and improving safety in the workplace. Some automated systems are also equipped with sensors that provide real-time traceability and quality control.

The role of robots in food production is already significantly impacting the industry. Innovations in automation and the development of robotics have brought numerous benefits: increased productivity, improved product quality and sustainability, and cost reduction. The future of this sector promises even more innovation in the use of robotics, helping manufacturers create delicious and high-quality food products with extended shelf life. Robots are becoming an essential link in modern food production, and their role will continue to grow. These innovations not only simplify food production processes but also ensure higher quality and safety for consumers. Through automation and the use of robotics, the food industry is entering a new era of efficiency and competitiveness.

The following types of packaging are gaining popularity: active packaging, intelligent packaging, biodegradable packaging, edible packaging, and nanotechnology-based packaging. Intelligent packaging refers to packaging that includes external or internal indicators to provide information about the product's history and/or quality. This type of packaging expands the communication function of traditional packaging by conveying information to the consumer based on its ability to sense, detect or record changes in the product's environment.

There are three main types of systems used in intelligent packaging: sensors, indicators, barcodes and radio-frequency identification (RFID) devices. To ensure the quality and safety of food products, the development of intelligent packaging systems that use portable chemical sensors is important. These systems can monitor the presence of specific chemical compounds, such as hydrogen (H_2), oxygen (O_2), nitrogen dioxide (NO_2), and carbon dioxide (CO_2) in modified atmosphere packaging.

Indicators are used to provide information about any changes occurring in the food product or its surrounding environment (e.g., temperature, pH) by showing visual changes, typically in color. Unlike sensors, indicators do not have receptors or transducers–they provide information through direct visual cues only. Examples of indicators used in food packaging include time-temperature indicators, gas concentration indicators, and freshness indicators. The use of active and intelligent packaging provides benefits for both food producers and suppliers, as well as for consumers.

The hotel and restaurant industry often faces the issue of food waste and leftovers, which is being successfully addressed in leading countries through special mobile applications. These apps provide information about surplus food that can be purchased at a discounted price. This not only helps save money but also promotes a more conscious approach to food consumption. One example of such a solution is the *Too Good To Go* app, which operates in France, Germany, Austria, Switzerland, the United Kingdom, Ireland, Italy, Spain, Portugal, Denmark, Sweden, Norway, Poland, Czechia,

Belgium, and the Netherlands. The app allows restaurants, cafés, bakeries, and supermarkets to sell their surplus food left at the end of the day at reduced prices.

The key direction that can enable a comprehensive solution to this problem is active educational efforts among producers and consumers. Effective implementation strategies include: round tables; scientific and practical conferences; panel discussions; webinars; eco-initiatives; innovative startups that support and implement the principles of sustainable development. The realization of such initiatives will contribute to forming a more responsible society, raising the level of environmental awareness, and understanding the importance of preserving the planet's resources for future generations.

Referens:

1. Електронний ресурс: The Sustainable Development Goals Report 2024. Режим доступу: https://sdgs.un.org/

2. Стратегія сталого розвитку: Європейські горизонти [Електронний ресурс]: Підручник / І.Л. Якименко, Л.П. Петрашко, Т.М. Димань, О.М. Салавор, Є.Б. Шаповалов, М.А. Галабурда, О.В Ничик, О.В. Мартинюк. – К.: НУХТ, 2022. – 337 с.

Європейські стандарти відповідального бізнесу: соціальний вимір та екологічні підходи у досягенні сталого розвитку

***Юлія Голей*[1]**

У сучасних умовах загострення глобальних екологічних проблем, зростання соціальної нерівності та необхідності досягнення цілей сталого розвитку роль бізнесу значно виходить за межі суто економічної діяльності. Сьогодні від підприємств очікується не лише прибутковість, а й відповідальне ставлення до суспільства та навколишнього середовища. Особливо помітно це в країнах Європейського Союзу, де соціальна та екологічна відповідальність бізнесу стала невід'ємною частиною стратегічного управління.

Одним із ключових напрямів таких трансформацій є впровадження принципів зеленого менеджменту – системного підходу до управління, орієнтованого на збереження природних ресурсів і мінімізацію шкідливого впливу на довкілля [1, с.102]. Досвід європейських країн у сфері корпоративної відповідальності та сталого управління є цінним прикладом для інших країн, зокрема України, яка лише формує відповідні практики.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це добровільні зобов'язання компаній діяти в інтересах суспільства, враховуючи потреби працівників, споживачів, місцевих громад та інших зацікавлених сторін. Вона передбачає прозорість, етичність та дотримання прав людини в усіх аспектах діяльності [2, С.120].

Екологічна відповідальність бізнесу полягає у зниженні негативного впливу на довкілля, впровадженні енергоефективних технологій, використанні сталих ресурсів і мінімізації відходів. Соціальна та екологічна відповідальність тісно пов’язані між собою: захист навколишнього середовища часто прямо впливає на якість життя людей, а дбайливе ставлення до суспільства стимулює сталий розвиток компаній у довгостроковій перспективі.

У європейських країнах соціальна відповідальність бізнесу активно реалізується через підтримку працівників, локальних громад та інвестування в освіту. Компанії впроваджують програми розвитку персоналу, забезпечують рівні можливості для кар'єрного зростання, підтримують добробут працівників, зокрема через гнучкий графік, медичне страхування та корпоративне навчання. Водночас значна увага приділяється участі в соціальних проєктах: підтримка малозабезпечених, розвиток інфраструктури громад, фінансування освітніх ініціатив. Європейський бізнес також дотримується принципів етики, прав людини та інклюзивності, зокрема забезпечуючи рівність незалежно від статі, віку чи національності. Компанії як-от ІКЕА (підтримка працівників і соціальних

[1] *Голей Юлія Миколаївна* – асистент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

інновацій), Danone (програми соціального підприємництва), Siemens (освітні та благодійні ініціативи) є прикладом успішного втілення цих підходів на практиці.

Європейські компанії активно впроваджують екологічні стандарти, зокрема ISO 14001 та EMAS, які спрямовані на системне управління впливом на довкілля. У бізнес-практику інтегруються використання відновлюваних джерел енергії, впровадження зеленої логістики, скорочення викидів та застосування еко-дизайну при розробці продукції [3, С. 160–168]. Компанія BMW інвестує у виробництво електромобілів та розвиток інфраструктури для сталого транспорту, а Unilever реалізує масштабні програми з енергоефективності, зменшення споживання води та скорочення викидів CO2 у всьому ланцюзі постачання. Такі підходи демонструють прагнення європейського бізнесу до сталого розвитку та захисту навколишнього середовища.

Зелений менеджмент – це система управління підприємством, яка інтегрує екологічні цілі у всі бізнес-процеси з метою зменшення негативного впливу на довкілля та досягнення сталого розвитку. Основні принципи зеленого менеджменту включають раціональне використання ресурсів, зниження рівня забруднення, мінімізацію відходів, впровадження екологічно чистих технологій та підвищення екологічної свідомості персоналу. Інтеграція екологічних аспектів у стратегію компанії дозволяє планувати виробництво та інвестиції з урахуванням довгострокових природоохоронних цілей. Переваги такого підходу очевидні: поліпшення репутації компанії серед споживачів і партнерів, зниження витрат завдяки енергоефективності, відповідність екологічному законодавству та зменшення ризиків штрафів і санкцій.

ЄС активно формує правові умови для розвитку відповідального та сталого бізнесу. Європейський зелений курс (EU Green Deal) – це стратегія ЄС, метою якої є досягнення кліматичної нейтральності до 2050 року. Green Deal стимулює бізнес до зменшення викидів, переходу на відновлювані джерела енергії та циркулярну економіку. Європейський зелений курс впливає на екологічні стандарти для підприємств, супроводжується конкретними секторальними ініціативами (наприклад, Carbon Border Adjustment Mechanism – вуглецеве мито). Основні ініціативи реалізуються через низку директив[4]. Директива щодо нефінансової звітності (NFRD) вимагає від великих компаній розкривати інформацію про: екологічні впливи, соціальні аспекти, трудові практики, повагу до прав людини, антикорупційні заходи. Директива про звітність щодо сталого розвитку (CSRD, з 2024 року) розширює вимоги NFRD і зобов’язує значно ширше коло компаній застосовувати єдині стандарти нефінансової звітності (ESRS) [5, с. 223-232], у тому числі для ланцюгів постачання. Директива щодо належної корпоративної обачності (CSDDD) зобов’язує великі компанії враховувати вплив своєї діяльності на права людини та довкілля в усьому ланцюгу створення вартості [6]. Фінансові та податкові стимули сталого розвитку – це програми фінансування ЄС: InvestEU, Horizon Europe, LIFE – надають гранти, кредити та інвестиції для «зелених» інновацій та проєктів; Фонд справедливого переходу (Just Transition Fund) – підтримує регіони та бізнеси, що зазнають трансформацій внаслідок переходу на кліматичну нейтральність.

Таксономія ЄС для сталого фінансування є класифікацією видів економічної діяльності, що вважаються екологічно сталими. Вона спрямована на: орієнтацію приватних інвесторів на «зелені» проекти; унеможливлення «зеленої» маніпуляції (greenwashing); стимулювання екологічно відповідальних рішень у бізнесі. Податкові інструменти та преференції направлені на зменшення податкового навантаження на підприємства, що інвестують у відновлювану енергію, енергоефективність або екологічні технології; впровадження екологічного оподаткування (наприклад, вуглецеві податки).

Держава та ЄС відіграють ключову роль у формуванні сприятливих умов для відповідального бізнесу, використовуючи як регуляторні механізми, так і фінансові стимули. Системний підхід до нефінансової звітності, стимулювання сталих інвестицій і екологічно орієнтованої податкової політики створює нові стандарти ведення бізнесу у Європі та задає орієнтири для інших країн.

Таким чином, Європейський Союз демонструє системний підхід до розвитку відповідального бізнесу, поєднуючи регуляторні вимоги, фінансові стимули та активну участь компаній у соціально-екологічних проектах. Запровадження директив (CSRD, CSDDD), стандарти нефінансової звітності та «зелений курс» створюють ефективну модель, яку можуть переймати країни, що розвиваються.

Отже, досвід європейських компаній доводить, що корпоративна відповідальність і екологічне управління можуть бути не лише етичним вибором, а й важливим фактором підвищення конкурентоспроможності. Досвід ЄС вартий наслідування, особливо для країн, які прагнуть інтегруватися до європейського простору або підвищити власні стандарти сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Україна на шляху до ЄС: виклики та перспективи : матеріали круглого столу до Дня Європи в Україні (Київ, 9 трав. 2024 р.) / за заг. ред. Л. Г. Комахи, М. С. Орлів, Ю. Г. Рубана. Київ: ННІ ПУДС КНУ, 2024. 112 с.

2. Храпкіна В.В., Тиран О.В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності у діяльності сучасної української компанії. Економіка та підприємництво. 2022 р. Вип. № 2 (125). С.119-124

3. Замлинськии В. А., Наи да А. В., Замлинська О. В. Сучасні аналітичні інструменти відповідального ведення бізнесу та впровадження стандартів ЄС для сталого розвитку в агропродовольчому секторі. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Том 9. № 3. С. 160 – 168.

4. Sustainability at a glance European sustainability reporting standards (ESRS) (2023) URL: https://www.bdo.ua/getmedia/00f28032-df2b-443c-a9c0-65f7b1df80cc/Sustainability-At-a-Glance-ESRS-2023-07-31-Delegated-Act.pdf

5. Дикань О. В., Бела О.О., Черномаз П. О. Стандарти соціально відповідальної діяльності бізнесу як інструмент успіху на міжнародних ринках. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2023. Вип.№ 84. С. 223-232 URL: http://dx.doi.org/10.18664/btie.84.301502

6. Курілов Є. (2025) Запровадження звітності зі сталого розвитку в Україні та директиви Європейського Союзу URL: https://azones.law/analytics/zaprovadzhennya-zvitnosti-zi-stalogo-rozvytku-v-ukrayini-ta-dyrektyvy-yevropejskogo-soyuzu/

Екологічне оподаткування як інструмент впливу на сталий розвиток в ЄС

Єлизавета Голіцина[1], Ірина Приварникова[2],

Наслідки кліматичних змін і виснаження природних ресурсів змусили Європейський Союз визначити сталий розвиток одним із ключових пріоритетів своєї політики [7]. Підвищення середньої глобальної температури на 1,5 °C порівняно з доіндустріальним рівнем, за даними спеціального звіту МГЕЗК, супроводжується збільшенням частоти хвиль спеки, загрозою посух у Середземноморському регіоні та ускладненням продовольчого забезпечення вразливих груп населення [11]. Згідно з даними Європейського агентства з навколишнього середовища (ЕЕА), 75% суші й 40% морських екосистем зазнали суттєвих змін через людську діяльність, а забруднення повітря щороку призводить до понад 200 000 передчасних смертей у країнах ЄС [5].

Споживання природних ресурсів у Європі відбувається швидше, ніж планета здатна їх відновити. Відповіддю на ці виклики стала Європейська зелена угода (EuropeanGreenDeal), ухвалена у 2019 році, що передбачає досягнення кліматичної нейтральності до 2050 року, скорочення викидів парникових газів на 55% до 2030 року та перехід до ресурсоефективної економіки [3]. Згідно з визначенням Комісії Брундтланд (1987), сталий розвиток – це розвиток, який задовольняє потреби сучасного покоління без загрози для потреб майбутніх,вимагаючи збалансованого поєднання економічного зростання, екологічної відповідальності та соціальної справедливості.

Мета дослідження полягала уаналізі ефективності і доцільності екологічного оподаткування як інструменту досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР), ухвалених ООН у 2015 році, в контексті політики ЄС та глобальних викликів. Особливу увагу приділено впливу екологічного оподаткування на досягнення таких цілей, як Ціль 13 (Боротьба зі зміною клімату), Ціль 12 (Відповідальне споживання та виробництво) та Ціль 7 (Доступна та чиста енергія), через зменшення екологічного навантаження, фінансування «зелених» ініціатив і стимулювання сталих практик [10]. Також у фокусі – оцінкаекономічних переваг, соціальної справедливості та потенційних викликів використання цього інструменту.

Одним із ключових механізмів реагування на екологічну кризу є екологічні податки – фіскальніінструменти, що спрямовані на зменшення негативного впливу на довкілля. Їх мета – перенесенняподаткового навантаження з

[1] *Голіцина Єлизавета Євгенівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: holitsyna_ye@365.dnu.edu.ua.

[2] *Приварникова Ірина Юліївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і міжнародного менеджмента, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: privarnikova.irina@gmail.com.

продуктивних сфер (робочі місця та інвестиції) на деструктивні (забруднення, відходи) [8]. Наукові дослідження підтверджують, що запровадження таких податків у країнах ЄС суттєво зменшує обсяги викидів парникових газів, зокрема CO_2. Панельний векторний авторегресійний аналіз свідчить про статистично значущий вплив підвищення екологічного оподаткування на скорочення викидів. У коротко- та довгостроковій перспективі зелена фіскальна політика ефективно підтримує реалізацію Європейської зеленої угоди та Цілі 13 ООН(Боротьба зі зміною клімату) [8].

Важливу роль у цій системі екологічного оподаткування відіграє Європейська система торгівлі викидами (ETS), яка функціонує за принципом «забруднювач платить»: підприємства отримують або купують квоти на викиди, і перевищення лімітів викидів передбачає здійснення додаткових платежів та тягне за собою фінансові санкції. З 2005 року, завдяки ETS і енергетичним податкам, викиди в секторах, що підпадають під її дію, зменшилися на 48% [6]. Додаткові податки на енергоносії (паливо, електроенергію) стимулюють розвиток енергоефективності та перехід до відновлюваних джерел енергії.

Разом з обмежувальною функцією, екологічне оподаткування виконує також стимулювальну роль. Воно дозволяє перерозподілити податкове навантаження, фінансувати «зелені» інвестиції, підтримувати соціальні програми та сприяти справедливому переходу до сталої економіки [9]. Ціноутворення на вуглець, зокрема в межах пакету «Fitfor 55», заохочує бізнес інвестувати в низьковуглецеві технології та декарбонізацію [2].

У країнах ЄС-27 податок на вуглець не лише зменшує викиди CO_2 (коефіцієнт кореляції -0,37), а й сприяє розвитку сектору чистих технологій, створенню нових робочих місць та сталому економічному зростанню [1]. Таким чином, екологічне оподаткування прямо підтримує Цілі 7(Доступна та чиста енергія), 8(Гідна праця) і 9 (Інновації) сталого розвитку [10].

Крім того, зелена податкова політика позитивно впливає на ESG-рейтинг компаній (екологічні, соціальні та управлінські показники). Частка підприємств із високими ESG-рейтингами в ЄС зросла з 48% у 2016 році до 58% у 2019 році, при цьому 53% компаній отримали оцінки понад 60 балів [4]. Це відкриває доступ до інвестицій, підвищує довіру споживачів і зміцнює конкурентоспроможність.

Отже, екологічне оподаткування є потужним та ефективним інструментом досягнення екологічної та економічної сталості в Європейському Союзі [12]. Завдяки своїй здатності знижувати шкідливі викиди, стимулювати екологічно безпечні технології та акумулювати ресурси для «зелених» проєктів, воно слугує важливою ланкою в реалізації 17 Цілей сталого розвитку ООН [10]. Податок на вуглець, енергетичні збори та ETS не лише зменшують екологічне навантаження, а й формують передумови для інноваційного зростання, зайнятості й соціальної справедливості. Подальше розширення практик екологічного оподаткування сприятиме наближенню до кліматичної нейтральності, зменшенню ризиків забруднення довкілля та побудові стійкої економіки для майбутніх поколінь.

Список використаних джерел:

1. Bohr T., Caro C., Corbett S. Economic Impactsof Carbon Taxation Modeled Through Deep Learning Techniques. *InternationalJournalofFinanceandInvestment*. 2024. Т. 1. С. 27–34. URL: https://doi.org/10.54097/1zqt8w89.

2. Commission welcomes completion of key 'Fitfor 55' legislation, putting EU ontracktoexceed 2030 targets. *European Commission. PRESS RELEASE*. 09.10.2023. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4754 (дата звернення: 14.05.2025).

3. Delivering the European Green Deal Onthepathto a climate-neutral Europeby 2050. *European Commission.* URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_en (дата звернення: 14.05.2025).

4. Muhammad N. A. et al. Does green tax theory affect the environmental sustainability and protection? *Environment Development and Sustainability*. 2024. С. 5. URL: https://doi.org/10.1007/s10668-024-04601-w.

5. Environmental health impacts. *European Environment Agency. Topics.* 10.03.2025. URL: https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/environmental-health-impacts (дата звернення: 14.05.2025).

6. Green house gas emission sunder the EU Emissions Trading System. *European Environment Agency. Analysis and data.* 31.10.2024. URL: https://www.eea.europa.eu/en/analysis/indicators/greenhouse-gas-emissions-under-the (дата звернення: 14.05.2025).

7. REGULATION (EU) 2021/1119 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 30 June 2021 establishing the frame work for achieving climate neutrality and amending Regulations (EC) No 401/2009 and (EU) 2018/1999 ('EuropeanClimateLaw'): REGULATION від 09.07.2021, № L 243/1: станом на 09.07.2021. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32021R1119#ntr4-L_2021243EN.01000101-E0004 (дата звернення: 14.05.2025).

8. Savranlar B., Ertas S. A., Alper A. The role of environmental tax on the environmental quality in EU counties: evidence from panel vector autoregression approach. *Environmental Scienceand Pollution Research.* 2024. Т. 24. С. 1–10. URL: https://doi.org/10.1007/s11356-024-33632-z.

9. The role of (environmental) taxation in supporting sustainability transitions. *European Environment Agency. Publications.* 07.02.2022. URL: https://www.eea.europa.eu/publications/the-role-of-environmental-taxation (дата звернення: 14.05.2025).

10. THE 17 GOALS. *United Nations. Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development.* URL: https://sdgs.un.org/goals (дата звернення: 14.05.2025).

11. GlobalWarmingof 1.5 ºC.*IPCC. SPECIAL REPORT*. URL: https://www.ipcc.ch/sr15/ (дата звернення: 14.05.2025).

12. Матеріали круглого столу «Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності», 16.05.2023 р., м. Дніпро. Укладачі: І.Ю.Приварникова, О.А.Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. 232 с. DOI: 10.15421/conf.2023.01

Європейські екологічні практики як фактор конкурентної переваги бізнесу

***Дар'я Гульман*[1,2]**

У сучасному глобалізованому світі екологічна відповідальність стала невід'ємною складовою успішної бізнес-стратегії, особливо у країнах Європейського Союзу. Європейські країни ще з кінця XX століття почали активно впроваджувати політику сталого розвитку, яка передбачає гармонійне поєднання економічного зростання, соціального добробуту та охорони довкілля. Це стало поштовхом до формування нових бізнес-моделей, орієнтованих не лише на прибуток, але й на збереження навколишнього середовища.

Конкурентна перевага – це особливість або сукупність характеристик підприємства, що дозволяють йому випереджати конкурентів, залучати більше споживачів, досягати вищих прибутків або закріплювати свої позиції на ринку. Вона може ґрунтуватися на різних чинниках: ціні, унікальності продукції, інноваційності, рівні обслуговування або репутації компанії [8]. У XXI столітті, в умовах загострення екологічних проблем і посилення екосвідомості споживачів, саме екологічні практики дедалі частіше стають джерелом таких конкурентних переваг. Компанії, які системно працюють над зменшенням впливу на довкілля, підвищують свою привабливість для екологічно свідомих клієнтів, партнерів та інвесторів.

Одним із ключових елементів сучасної екологічної політики ЄС є Європейський зелений курс (European Green Deal), представлений Європейською Комісією у 2019 р. Цей документ окреслює шлях до досягнення кліматичної нейтральності Європи до 2050 р. і включає низку ініціатив, які прямо впливають на умови ведення бізнесу, зокрема у сферах енергетики, транспорту, сільського господарства, виробництва та будівництва [1].

У рамках цієї політики компанії, які першими адаптуються до нових екологічних стандартів, отримують значні переваги. По-перше, це підтримка на рівні державної політики – у вигляді грантів, податкових пільг, спрощеного доступу до фінансування з боку європейських інституцій. По-друге, екологічна відповідальність формує позитивний імідж компанії, що значно підвищує її репутацію на внутрішньому та зовнішньому ринку. По-третє, зниження енергоспоживання, перехід на безвідходне виробництво та ефективне управління ресурсами часто ведуть до реальної економії витрат. Такі практики

[1] *Гульман Дар'я Сергіївна* – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] Науковий керівник – *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат техничних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

сприяють стабільному розвитку й дозволяють краще адаптуватися до змін ринку та законодавства.

Наприклад, компанія IKEA, яка активно впроваджує принципи циркулярної економіки та використовує вторинну сировину, не лише зменшила вуглецевий слід, але й зміцнила свої позиції серед споживачів, які дедалі більше орієнтуються на екологічні цінності [2]. Такі дії формують довгострокову лояльність клієнтів і дозволяють підвищувати вартість бренду. Також прикладом ефективної європейської екологічної практики є діяльність компанії Unilever, яка ще у 2010 р. запровадила програму Sustainable Living Plan. Ця стратегія дозволила компанії не лише зменшити екологічний вплив, а й вийти на нові ринки завдяки довірі з боку споживачів, які шукають продукцію, виготовлену з урахуванням принципів сталого розвитку [7]. У дослідженні проф. Майкла Портера з Гарвардської школи бізнесу підкреслюється, що екологічні інновації можуть бути джерелом конкурентної переваги, а не лише витратами, якщо бізнес інтегрує їх у свою основну стратегію [5].

Окрім того, у сучасному європейському споживачеві дедалі частіше поєднуються ролі покупця та активного громадянина. Це означає, що споживачі все більше звертають увагу на екологічну прозорість бізнесу: чи використовує компанія відновлювані джерела енергії, як утилізує відходи, чи дотримується стандартів етичного виробництва. Таким чином, екологічна відповідальність стає не лише елементом корпоративної етики, але й маркетинговим інструментом. За даними дослідження Nielsen Global Corporate Sustainability Report, більше 66% споживачів готові платити більше за продукцію, якщо вона виготовлена відповідально щодо довкілля [3].

Ще одним напрямом європейських екологічних практик є перехід на циркулярну економіку, що передбачає мінімізацію відходів та повторне використання ресурсів. Це не лише зменшує негативний вплив на довкілля, а й створює нові бізнес-моделі. Наприклад, нідерландська компанія Philips активно розвиває концепцію «продукту як послуги», пропонуючи своїм клієнтам не купувати техніку, а орендувати її з повним технічним обслуговуванням, що дозволяє значно зменшити споживання ресурсів [4].

Відомо, що авіаційний сектор Європейського Союзу також активно запроваджує різноманітні норми та стратегії в рамках заходів по декарбонізації авіаційного сектору. Важливою складовою цього напрямку є розробка та застосування екологічно чистих авіаційних палив (Sustainable Aviation Fuels, SAF). Ці заходи спрямовані на формування конкурентної переваги заснованої на відповідності нормативним вимогам та очікуванням ринку, інноваціях та технологічному лідерстві, зниженні операційних витрат у довгостроковій перспективі, покращення іміджу та залученні інвестицій, створенні нових ринкових можливостей [7].

Ці приклади демонструють, що екологічна відповідальність в Європі давно вийшла за межі декларативних намірів і стала реальним інструментом економічного зростання, конкурентоспроможності та адаптації до нових викликів ринку. Більш того, підприємства, що нехтують екологічними

практиками, ризикують втратити довіру споживачів, партнерів і навіть доступ до окремих ринків через запровадження екологічних стандартів та обмежень з боку ЄС.

Не менш важливою є і внутрішня корпоративна культура, яка формується навколо ідеї екологічної відповідальності. Успішні європейські компанії не лише впроваджують інновації, а й навчають своїх працівників екологічному мисленню, залучають їх до ініціатив, пов'язаних із сортуванням відходів, енергоефективністю, використанням екологічних транспортних засобів тощо. Це формує згуртований колектив, орієнтований на спільну мету, що підвищує ефективність організації загалом.

Варто підкреслити, що екологічні практики мають і значення у контексті міжнародної конкуренції. У світі, де доступ до екологічно чистих технологій стає дедалі важливішим фактором, європейські компанії, які вже мають напрацьовані системи сталого управління, значно випереджають конкурентів з інших регіонів. Зокрема, у звіті PwC зазначається, що компанії, які інтегрують екологічні ризики у свої фінансові плани, показують кращі показники довгострокової стабільності [6].

Таким чином, можна зробити висновок, що екологічна відповідальність у європейському бізнесі – це не просто тренд, а необхідна умова для успішного функціонування компанії в умовах сучасної економіки. Вона дозволяє створювати довготривалі конкурентні переваги, залучати інвестиції, формувати позитивний імідж та забезпечувати стабільний розвиток. Європейський досвід у цій сфері може стати прикладом і для українського бізнесу, який прагне до інтеграції у європейський економічний простір.

Список використаних джерел:

1. Саєнко М. Стратегія підприємства : підручник. Тернопіль : «Економічна думка», 2006. 390 с. URL: https://buklib.net/books/21878/ (дата звернення: 08.05.2025).
2. European Commission. The European Green Deal. *European Union*. *EUR-Lex*. 2019. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52019DC0640 (дата звернення: 08.05.2025).
3. IKEA. IKEA Sustainability Report FY22. *IKEA Global*. *Reports*. URL: https://www.ikea.com/global/en/our-business/reports/sustainability-report-fy22-230215/ (дата звернення: 09.05.2025).
4. Unilever. Unilever's Sustainable Living Plan. *Unilever*. URL: https://www.unilever.com/ (дата звернення: 10.05.2025).
5. Porter, M. E., Kramer M. "Creating Shared Value.". *Harvard Business Review*. 2011. Т. 89, вип. 1. С. 62–77. URL: https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value (дата звернення: 08.05.2025).
6. Nielsen. The sustainability imperative. *Nielsen*. *Consumer Behavior*. 2015. URL: https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2015/the-sustainability-imperative-2/ (дата звернення: 08.05.2025).
7. Philips, Ellen Macarthur Foundation. Philips renews strategic partnership with Ellen MacArthur Foundation. *Philips*. *Global*. 06.05.2021. URL: https://www.philips.com/aw/about/news/archive/standard/news/articles/2021/20210506-philips-renews-strategic-partnership-with-ellen-macarthur-foundation.html (дата звернення: 08.05.2025).

8. Джур О.Є. «Зелені рішення» у високотехнологічному секторі промисловості. Матеріали круглого столу «Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності», 16.05.2023 р., м. Дніпро. Укладачі: І.Ю. Приварникова, О.А. Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. С.46-50. DOI: 10.15421/conf.2023.01. URL: https://www.researchgate.net/publication/375697372_Materiali_kruglogo_stolu_Zeleni_risenna_ak_prioritet_korporativnoi_socialnoi_vidpovidalnosti (дата звернення: 14.05.2025).

9. PwC. Beyond compliance: Consumers and employees want business to do more on ESG. *PwC*. 2021. URL: https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence series/consumer-and-employee-esg-expectations.html (дата звернення: 12.05.2025).

10. Матеріали круглого столу «Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності», 16.05.2023 р., м. Дніпро. Укладачі: І.Ю.Приварникова, О.А.Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. 232 с. DOI: 10.15421/conf.2023.01

Циркулярна економіка виробництва кави: елемент сталого розвитку сфери гостинності

***Катерина Жиленко*[1]**

Вирощування кави має значний екологічний слід, який варіюється залежно від практик ведення сільського господарства та географічного розташування. Дослідження свідчать, що процес вирощування та обробки кави спричиняє від 40% до 70% викидів вуглецю впродовж усього життєвого циклу кави. Наприклад, вуглецевий слід виробництва одного кілограма свіжих кавових вишень становить від 0,26 до 0,67 кг CO_2-еквіваленту в традиційних системах, і від 0,12 до 0,52 кг CO_2-еквіваленту в органічних. Основним джерелом викидів є використання азотних добрив [1].

В той же час, екологічне навантаження не обмежується лише викидами вуглецю. Вирощування кави вимагає значних обсягів води та добрив, а неправильне управління цими ресурсами призводить до дефіциту води, забруднення ґрунтів і втрати біорізноманіття. Вражає, що середній водний слід чашки кави об'ємом 125 мілілітрів становить 132 літри - від вирощування до споживання, що яскраво демонструє, наскільки ресурсоємним є виробництво цього напою [2].

Екологічна відповідальність у кавовій індустрії є не просто модною тенденцією, а необхідністю для збереження планети. Впровадження сталих рішень може не лише зменшити шкідливий вплив на довкілля, а й забезпечити довготривале функціонування

Інтеграція принципів циркулярної економіки у виробництво та післязбиральну обробку кави відкриває нові можливості для зменшення екологічного сліду галузі. Регенеративне землеробство, агролісівництво, повторне використання побічних продуктів і використання відновлюваних джерел енергії сприяють сталому розвитку, підвищують доходи фермерів і зміцнюють кліматичну стійкість. Важливо, щоб такі практики ставали нормою в кавовій індустрії, адже вони формують екологічно безпечне та соціально відповідальне майбутнє.

Перший приклад, що відображає процес, представлений на рисунку 1 - біотехнологічне використання кавових відходів у косметиці. Дослідники: Хейко Рішер (VTT, Фінляндія) реалізує науковий напрям біотехнології та екологічної хімії. Його проєкт InnCoCells, фінансований ЄС, перетворює кавові відходи на інгредієнти для екологічної косметики. Використовуючи біореактори та аеропонні теплиці, вчені вирощують рослинні клітини для отримання біологічно активних сполук, які запобігають старінню шкіри [6].

[1] *Жиленко Катерина Миколаївна* – доктор економічних наук, професор, в.о.завічувача кафедри туристичного бізнесу та гостинності, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: zhilenkok@ukr.net.

Рисунок 1 – Сутність кавових концепцій, які вирізняються інноваційністю, екологічністю та сталим розвитком сфери гостинності

Джерело: розроблено автором на основі [3-5]

Дослідники компанії Voyage Foods (США) впроваджують науковий напрям молекулярної гастрономії та харчової хімії. Використовуючи методи молекулярної гастрономії, Voyage Foods створює каву без використання кавових зерен. Замість цього застосовують альтернативні інгредієнти, такі як насіння соняшнику та виноградні кісточки, для відтворення смаку та аромату традиційної кави.

Дослідники Kaffa Roastery та Elev (Фінляндія) використовують штучний інтелект та сенсорний аналіз для створення кавових купажів. Суть проєкту «AI-conic» полягає у використанні штучного інтелекту для створення унікальних кавових купажів. Аналізуючи описи смакових профілів різних сортів кави, ШІ формує нові суміші, які потім тестуються експертами для досягнення ідеального смаку [7].

Інноваційні фермерські господарства та дослідницькі центри досліджують та впроваджують концепцію екологічно чистого виробництва кави за допомогою біотехнологій. Сутність полягає у використанні вертикальних ферм, крапельного зрошення та відновлюваних джерел енергії дозволяє значно зменшити екологічний вплив виробництва кави. Такі технології сприяють ефективному використанню ресурсів та зменшенню викидів парникових газів.

Проєкт Prolific, фінансований ЄС реалізує концепцію використання кавових шкірок у косметичних засобах. Проєкт Prolific застосовує субкритичну водну екстракцію для отримання поліфенолів з кавових шкірок. Дані сполуки використовуються у виробництві антивікових косметичних засобів, таких як креми для обличчя та зубна паста, сприяючи сталому використанню кавових відходів [8].

Таким чином, наведені приклади демонструють, як наукові дослідження та інновації сприяють розвитку сталих та унікальних кавових концепцій, що

відповідають сучасним екологічним та споживчим вимогам.

Інтеграція принципів циркулярної економіки у виробництво та післязбиральну обробку кави відкриває нові можливості для зменшення екологічного сліду галузі. Регенеративне землеробство, агролісівництво, повторне використання побічних продуктів і використання відновлюваних джерел енергії сприяють сталому розвитку, підвищують доходи фермерів і зміцнюють кліматичну стійкість. Важливо, щоб такі практики ставали нормою в кавовій індустрії, адже вони формують екологічно безпечне та соціально відповідальне майбутнє [10].

Наведемо приклад успішних кавових концепцій, які вирізняються інноваційністю, унікальним підходом до клієнтів та сталим розвитком. Так, Idealist Coffee Co. (Україна) - українська мережа кав'ярень, що спеціалізується на спешелті каві. Компанія повністю контролює ланцюг постачання - від вибору зеленого зерна до обсмаження та подачі в закладах. У 2019 році компанія відкрила свою першу кав'ярню, а до 2021 року вже мала 14 закладів. Вони пропонують щонайменше 7 видів спешелті кави та популяризують дріп-каву, що дозволяє насолоджуватися якісною кавою в будь-яких умовах [11].

Prostir.Coffee (Івано-Франківськ, Україна) - кав'ярня, створена переселенцями з Херсона, яка поєднує кавову культуру з місцевою ідентичністю. Вони розробили унікальний продукт - каву з кавуновим смаком, що символізує Херсонщину. Даний продукт не містить ароматизаторів, а створений шляхом поєднання різних сортів арабіки для досягнення солодкого, кислуватого та гіркуватого смаку. Кав'ярня стала місцем зустрічі для херсонців та символом підтримки рідного міста [12].

Наступний приклад, Le Café des Chats (Франція) – кав'ярня, де відвідувачі можуть насолоджуватися кавою в компанії котів. Такий концепт створює затишну атмосферу та приваблює любителів тварин. Перший заклад відкрився в Парижі, а згодом подібні кав'ярні з'явилися в Лондоні, Сінгапурі та інших містах. Відвідувачі можуть гратися з котами, що сприяє релаксації та позитивним емоціям [13].

Ralph's Coffee (США) – кав'ярня, створена дизайнером Ральфом Лореном, яка поєднує моду та кавову культуру. Заклад вирізняється стильним інтер'єром та власними кавовими сумішами. Ralph's Coffee пропонує три унікальні суміші кави, розроблені спільно з брендом La Colombe. Під час пандемії кав'ярня безкоштовно доставляла каву та випічку медикам, демонструючи соціальну відповідальність [14].

Vuna Coffee Rituals (Нідерланди) – амстердамський стартап, який прагне зробити особливу каву доступною для широкої аудиторії. Вони пропонують одноразові кавові пакетики, що спрощують процес приготування. Vuna Coffee Rituals створили продукт, який дозволяє насолоджуватися якісною кавою без спеціального обладнання, що особливо актуально для людей, які цінують смак, але не хочуть витрачати час на складне приготування [15]. Наведені приклади концепцій демонструють, як інновації, локальна ідентичність та соціальна відповідальність можуть сприяти успіху кавового бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Coffee Development Report 2022-23. URL: https://ico.org/coffee-development-report-2/ (дата звернення 11.04.2025).
2. Interim Report International Coffee Council 126th Session (Special). Virtual Session 4 and 5 June 2020. London, United Kingdom. URL:https://ico.org/documents/cy2019-20/icc-126-4e-statement-ed.pdf/ (дата звернення 11.04.2025).
3. Ревуцька А. О., Фротер О. С., Непочатенко З. В. (2024). Стратегія циркулярної економіки як інструмент стабілізації та сталого розвитку агробізнесу України в умовах невизначеності. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*, (105, ч. 2), С.211–219. https://doi.org/10.32782/2415-8240-2024-105-2-211-219.
4. Горбаль Н. І., Сліпачик С. В. (2024). Циркулярна економіка: особливості та перспективи впровадження в Україні в умовах війни. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*, 6(1), С. 92–104. https://doi.org/10.23939/smeu2024.01.092conf-keip.kpi.ua.
5. Горбаль Н. І., Ломага Ю. Р. (2022). Циркулярна економіка – основа сталого розвитку підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*, 1(9), С. 9–22. https://doi.org/10.23939/semi2022.01.009.
6. Романюк Т. (2023). Циркулярна економіка та екологічна відповідальність. *UKRAINE INNOVATE: сучасні моделі для відновлення: збірник тез доповідей V Міжнародної мультидисциплінарної науково-практичної конференції*. Луцьк: Вежа-Друк. С. 191–196. URL: evnuir.vnu.edu.ua. (дата звернення 14.04.2025).
7. Савченко В. М., Кононенко Л. В., Карнаушенко А. С. (2023). Циркулярна економіка в умовах формування Суспільства 5.0. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (16), С. 166–174. https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.22.
8. Беляк А. О. (2023). Практики сталого розвитку як конкурентна перевага у сфері гостинності. *Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації»* (с. 401–405). Київ: КНУКіМ. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/belyak2.htm (дата звернення 10.04.2025р.).
9. Білоусько, Т. (2024). Циркулярна економіка в контексті досягнення цілей сталого розвитку. *Економіка та суспільство*, (65). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-52.
10. All Noman, A., Akter, U. H., Pranto, T. H., & Haque, A. B. (2022). Machine Learning and Artificial Intelligence in Circular Economy: A Bibliometric Analysis and Systematic Literature Review. https://doi.org/10.48550/arXiv.2205.01042.
11. Офіційний сайт Idealist Coffee Co. URL: https://idealistcoffee.com.
12. Prostir.Coffee. URL: https://www.instagram.com/prostir.coffee.if.
13. Le Café des Chats (Франція)/ URL: https://www.instagram.com/lecafedeschats/?api=1%2F&hl=zh-cn.
14. Ralph's Coffee (США) URL: https://www.instagram.com/ralphscoffee/?locale=ru&hl=ar.
15. Vuna Coffee Rituals (Нідерланди). URL: https://surli.cc/bvxitz.

Законодавство ЄС як орієнтир для розвитку українського агробізнесу

Богдан Зварун [1,2]

Укладена у 2014 році Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом заклала правову основу для поступового приведення українського законодавства у відповідність до норм права ЄС (acquis communautaire). Відповідно до статті 405 Угоди, Україна взяла на себе зобов'язання гармонізувати своє законодавство з актами ЄС, визначеними у Додатку XXXVIII [1].

У цьому контексті аграрна сфера визначена одним із пріоритетних напрямів євроінтеграції. Зважаючи на вагоме значення сільського господарства для економіки України, впровадження положень Спільної аграрної політики ЄС (CAP) відкриває перспективи доступу до внутрішнього ринку ЄС, залучення фінансових ресурсів і модернізації виробництва з орієнтацією на екологічну сталість. Основні регламенти ЄС стосуються стратегічного планування (2021/2115), фінансового моніторингу (2021/2116), організації ринку (1308/2013), органічного виробництва (2018/848), кліматичної політики (2018/841, 2021/1119), зеленої таксономії (2020/852), простежуваності імпорту (2023/1115) та сталого обігу пестицидів (2009/128/ЄС). У більшості випадків українське законодавство демонструє лише часткову відповідність - бракує системних механізмів реалізації, аудиту, сертифікації та звітності. Додатково до цього, важливою складовою є директиви у сфері добробуту тварин. Директива 2008/120/ЄС щодо свиней, 98/58/ЄС - усіх сільськогосподарських тварин, 2008/119/ЄС - телят і 2009/147/ЄС - диких птахів передбачають чіткі вимоги до умов утримання, годівлі, простору, ветеринарного контролю та збереження середовища. В Україні вони частково врегульовані, але відсутні конкретні параметри площі, групового утримання, екологічних обмежень та механізми нагляду. Їх адаптація сприятиме підвищенню якості виробництва, експортного потенціалу та сталого розвитку сільського господарства в цілому.

Що стосується успіхів України щодо імплементації та гармонізації правил та норм ЄС, то відповідно до звіту *Ukraine Report 2024*, підготовлений Європейською Комісією [2], фіксується середній рівень підготовки України в сфері сільського господарства. Позитивно оцінено розробку національної стратегії розвитку агросектору, запуск пілотних виплат через Державний фонд розвитку фермерства, запровадження системи аграрних знань (AKIS), а також

[1] *Зварун Богдан Ігорович* – здобувач (аспірант) третього рівня вищої освіти, кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна, e-mail: b.zvarun@nubip.edu.ua.

[2] Науковий керівник – *Олександр Михайлович Файчук* – кандидат економічних наук, доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна, e-mail: faichukom@nubip.edu.ua

розвиток цифрових інструментів (IACS, LPIS). Модернізація нормативної бази з безпечності харчових продуктів триває, однак в органічному секторі вказано на недоліки у системах контролю та простежуваності. У розділі довкілля (глава 27) ЄС акцентує у звіті свою увагу на необхідності повноцінного впровадження процедур ОВД (оцінка впливу на довкілля)/СЕО (стратегічна екологічна оцінка), недопущенні винятків у сільському господарстві, покращенні екологічного моніторингу та водної політики. Відзначається додатково, що у 2024 році Україною було ухвалено рамковий кліматичний закон з метою досягнення кліматичної нейтральності до 2050 року, що позитивно оцінюється ЄС. Створення системи торгівлі викидами (ETS) також передбачено до впровадження, з перспективою подальшого ширшого охоплення агросектору євроінтеграційними процедурами.

Ключовими ж перешкодами для України щодо гармонізації та впровадження норм ЄС залишаються низький рівень обізнаності фермерів щодо правил та норм ЄС, дефіцит фахівців у галузі сертифікації та аграрного права, відсутність систем простежуваності продукції та обмежене фінансування модернізації. Це ускладнює відповідність екологічним вимогам, цифрову трансформацію та впровадження європейських інструментів контролю.

Таким чином, адаптація до законодавства ЄС - це не лише формальна вимога, а шанс для трансформації аграрної галузі до вимог європейського ринку. САР пропонує не лише нормативні рамки, але й інституційну модель сталого розвитку. Попри середній рівень готовності, впровадження регламентів і директив ЄС - від стратегічного планування до захисту довкілля, це відкриває шлях до підвищення конкурентоспроможності, прозорості та екологічної відповідальності агросектору України.

Список використаних джерел:

1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. 2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

2. Звіт про Україну 2024 / Службовий документ персоналу Комісії (Ukraine Report 2024. Commission Staff Working Document). URL: https://enlargement.ec.europa.eu/ukraine-report-2024_en

Апсайклінг як стратегія сталого розвитку в ресторанному господарстві та крафтових виробництвах: від харчових відходів до цінних ресурсів

***Наталія Кондратюк*[1]**

Щорічно в країнах ЄС одна особа стає причиною утворення понад 125 кг харчових відходів, що сумарно становить понад 55 млн т на рік. Це не лише економічна втрата, але й значне навантаження на довкілля, зокрема через метанові викиди зі сміттєзвалищ, на які припадає близько 60 % усіх неконтрольованих викидів в атмосферу.

Харчові відходи (ХВ) є глобальною проблемою, що охоплює всі етапи харчового ланцюга – від виробництва до споживання. У закладах ресторанного господарства ХВ утворюються через надлишки у виробництві кулінарної продукції, неправильне зберігання, неправильну механічну обробку, непродані страви та залишки після споживання страв. За оцінками FAO, щороку втрачається понад 1,3 млрд т їжі, при цьому близько 12,5 млн т припадає саме на сектор гостинності в Європі [1].

У відповідь на цю кризу ЄС впроваджує стратегії сталого розвитку, зокрема Європейський зелений курс (European Green Deal або EGD) і Стратегію «Від ферми до виделки» («Farm to Fork Strategy» або F2F), які акцентують увагу на необхідності запобігання утворенню відходів та переходу до циркулярної економіки. Особливу увагу приділено апсайклінгу.

Апсайклінг – процес повторного використання харчових відходів для створення нових продуктів з доданою вартістю. Спочатку це здавалося нереальним, але згодом було доведено, що цей підхід дозволяє не лише мінімізувати відходи, а й знижує витрати, підвищує креативність у ресторанній справі та крафтових виробництвах [2].

Європейський Союз активно просуває реалізацію 12 Цілі сталого розвитку, зокрема п. 12.3, що передбачає скорочення вдвічі харчових відходів на одну особу до 2030 року. Відповідно до цієї цілі, апсайклінг розглядається як одна з ключових стратегій у межах ширшого переходу до циркулярної економіки. Зокрема, в рамках Стратегії F2F та EGD акцент робиться на мінімізації харчових втрат і повторному використанні ресурсів [3]. Практична реалізація цих принципів уже відображена в низці ініціатив та нормативних актів ЄС. Так, у 2025 році було погоджено нові регуляторні норми, які передбачають зменшення харчових відходів на 10% у сфері виробництва і переробки, а також на 30% у роздрібній торгівлі, ресторанному бізнесі, службах харчування та домогосподарствах до 2030 року. У 2023 році харчова індустрія та індустрія напоїв ЄС стала однією з найпотужніших у світі з оборотом понад 1112 млрд

[1] *Кондратюк Наталія Вячеславівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри харчових технологій, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: kondratjukn3105@gmail.com.

євро. Але попри економічний успіх, ця галузь сильно залежить від пластикової упаковки, яка, на жаль, спричиняє величезні обсяги сміття: у 2021 році один європеєць був джерелом утворення у середньому 190 кг пакувальних відходів, і майже 20% з цього приходилося на пластикові вироби. Через це Європейський Союз розпочав низку дослідницьких проєктів, щоб знайти більш екологічні способи пакування їжі й напоїв.

Окрему увагу ЄС приділяє інноваціям у сфері апсайклінгу упаковки: зокрема, у 2024 році опубліковано Білий документ «Upcycling Food and Drink Packaging», який описує сучасні технології перетворення упаковок для їжі та напоїв у нові, функціональні товари. Білий документ – це офіційний підсумковий звіт від чотирьох проєктів: PRESERVE, UPLIFT, upPE-T і BioSupPack, що містить найновіші технологічні розробки, які можуть замінити традиційний пластик екологічнішими матеріалами. Також у цьому документі мова йдеться про вже реалізовані інноваційні матеріали та способи переробки упаковки; описуються головні труднощі (наприклад, як логістично зібрати упаковку, як знизити вартість, як переконати політиків про підтримку цих інновацій); наведено поради та рекомендації для урядів, виробників і бізнесу, як швидше перейти на стійке пакування.

Ціль реалізації Білого документу – навчитися і навчити переробляти до 60% пластикової упаковки до 2030 року. Це важливо не лише для довкілля, а й для економіки, бо нові екологічні матеріали – це нові робочі місця, нові компанії та менше залежності від нафти [4]. Отже, Білий документ – це не просто текст, а мапа дій, як зробити пакування продуктів у Європі екологічнішим. Це спосіб ефективної взаємодії науки, бізнесу і влади для створення майбутнього без пластикового сміття.

Ще одним прикладом є фінансований ЄС проєкт DRALOD, який розробив комплексну систему переробки харчових відходів у нові продукти з використанням сушіння, хімічної екстракції та інших передових технологій. Усі ці заходи свідчать про цілеспрямовану політику Європейського Союзу щодо інтеграції апсайклінгу в стратегії сталого розвитку та реальної трансформації харчового ланцюга [5]. Так, у 2025 році ЄС погодив нові правила, які передбачають обов'язкове скорочення харчових відходів на 10% у виробництві та переробці, а також на 30% у роздрібній торгівлі, ресторанах, службах харчування та домогосподарствах до 2030 року [6].

На сьогодні апсайклінг набуває форми сталого планування меню, де кухарі використовують залишки для створення нових страв, наприклад чіпси зі шкірки овочів, соуси або ферментовані напої з обрізків. Компанія Nutraberry із Сіетла є яскравим прикладом апсайклінгу у харчовій та косметичній промисловості. Вона переробляє відпрацьоване насіння після виробництва ягідних соків і пюре, отримуючи з нього функціональні інгредієнти – олії, багаті на омега-3, та високополіфенольну клітковину. Ці інгредієнти використовуються у випічці, напоях, косметичних засобах і навіть пробіотичній підтримці мікробіому, демонструючи приклад ефективного перепрофілювання харчових залишків у продукти з доданою вартістю.

Сучасні технології, такі як обробка високим тиском (High Pressure Processing, HPP) та 3D-друк їжі, відкривають нові можливості для повторного використання харчових відходів. HPP дозволяє обробляти продукти під високим тиском (до 600 МПа), знищуючи мікроорганізми без нагрівання, що допомагає зберегти поживні речовини та текстуру, а також використовувати «неідеальні» фрукти та овочі для виготовлення соків і пюре. Технологія 3D-друку їжі дозволяє створювати нові страви та інгредієнти з перероблених залишків продуктів, таких як пюре, клітковина або білки, шляхом надрукування їх пошарово, що дає змогу не лише зменшувати відходи, а й створювати візуально привабливі та інноваційні продукти [7].

Отже, апсайклінг є важливою складовою сучасних європейських стратегій сталого розвитку, зокрема в рамках циркулярної економіки, адже спрямований на зменшення харчових відходів і більш ефективне використання ресурсів. Його активне впровадження у ресторанному господарстві та харчовій промисловості не лише забезпечує екологічні переваги, але й відкриває економічні можливості через зниження витрат, оптимізацію процесів та розвиток інновацій. Однак, попри очевидний потенціал, широке застосування апсайклінгу обмежується фрагментарністю інформації та недостатнім рівнем суспільного усвідомлення. У зв'язку з цим важливими стають не лише технічні розробки, а й ефективні освітні та комунікаційні стратегії, здатні сприяти популяризації таких практик у HoReCa-секторі. Впровадження апсайклінгу, у свою чергу, може стати потужним інструментом для зміцнення продовольчої безпеки, розвитку локальних крафтових ініціатив та формування культури відповідального споживання, що є особливо актуальним в умовах зростання чисельності населення планети.

Список використаних джерел:

1. Харчові відходи – один з найбільших викликів сьогодення : веб-сайт. URL: https://dev.sd4ua.org/harchovi-vidhody-odyn-z-najbilshyh-vyklykiv-sogodennya/.
2. French R., Miller S. Food and beverage industry embraces upcycling to reduce waste mode. URL: https://www.supplysidefbj.com/food-ingredients/food-and-beverage-industry-embraces-upcycling-to-reduce-waste.
3. EEB – The European Environmental Bureau. : веб-сайт. URL: https://eeb.org/.
4. White paper: upcycling food & drinks packaging – pioneering sustainable solutions. PRESERVE Horizon 2020 Project. URL: https://www.preserve-h2020.eu/news/white-paper-upcycling-food-drinks-packaging-pioneering-sustainable-solutions.
5. Upcycling useful ingredients from food waste. CORDIS – EU research results. URL: https://cordis.europa.eu/article/id/435361-upcycling-useful-ingredients-from-food-waste.
6. Deal on new EU rules to reduce textile and food waste. European Parliament. URL: https://www.europarl.europa.eu/news/nl/press-room/20250217IPR26975/deal-on-new-eu-rules-to-reduce-textile-and-food-waste.
7. Wong G. H. C., Pant A., Zhang Y. etc. 3D food printing– sustainability through food waste upcycling. *Materials Today: Proceedings*. 2022. V. 70, № 2. C. 627 – 630. https://doi.org/10.1016/j.matpr.2022.08.565.

Стратегії комунікації щодо сталого розвитку в індустрії гостинності: практичний підхід

***Вікторія Красномовець*[1]**

Індустрія гостинності є однією з найбільш чутливих до глобальних екологічних та соціальних викликів. У відповідь на зростаючі очікування споживачів, інвесторів і регуляторів, підприємства дедалі активніше впроваджують практики сталого розвитку. Однак проблема виникає тоді, коли сталий розвиток перетворюється на формальність або маркетинговий хід без реального наповнення.

Занадто часто повідомлення про екологічні ініціативи сприймаються як звичайна спроба дотримання вимог або, що ще гірше, «greenwashing». Гринвошінг відбувається, коли бренди перебільшують або фальшиво заявляють про відповідальність за навколишнє середовище, представляючи оманливе зображення своїх зусиль щодо сталого розвитку. Така практика може завдати серйозної шкоди репутації бренду, оскільки споживачі сьогодні знають більше про екологічні проблеми та можуть швидко виявити недостовірні заяви. Коли бренд ловлять на «зелених промахах», він ризикує втратити довіру та лояльність споживачів, а розповідь, яка мала на меті підвищити його репутацію, натомість має зворотний ефект. Це може завдати довгострокової шкоди довірі до бренду. Саме тому зростає значення автентичного стратегічного наративу як інструменту довготривалої довіри та репутації.

Незважаючи на ризики, нещодавнє опитування керівників у всьому світі показало, що майже 60% вважають, що їхня власна компанія перебільшує свої зусилля щодо сталого розвитку [1]. Крім того, 75% попередили, що більшість брендів у їхньому секторі, ймовірно, будуть визнані винними у зловживаннях, якщо їх розслідуватимуть [1]. Озеленення не завжди є навмисним. Часто це виникає внаслідок встановлення цілей сталого розвитку без конкретного плану їх досягнення чи показників для відстеження прогресу.

Ключ до уникнення цієї пастки полягає в переконливому інформуванні, яке є точним і демонструє вразливість, коли зусилля щодо сталого розвитку не дають бажаного ефекту або для досягнення результатів потрібно більше часу, ніж очікувалося. Водночас, незважаючи на те, що вимірні результати є невід'ємною складовою історій впливу, вони не повинні бути основним повідомленням. Замість того, щоб перераховувати ініціативи чи оприлюднювати кількість посаджених дерев, важливіше вплести екологічність в історію свого бренду, поставити людське обличчя в статистику та зробити повідомлення релевантним, автентичним і значущим для аудиторії бренду. Варто показати, а не розказати, як стратегія сталого розвитку компанії узгоджується з вирішенням складних

[1] *Красномовець Вікторія Анатоліївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси, Україна.

суспільних проблем, таких як втрата біорізноманіття, нерівність доходів, зміна клімату тощо. Ідеальним буде використання підходу «показуйте, а не розповідайте», що передбачає глибоку інтеграцію сталого розвитку у щоденну діяльність готелів і ресторанів, із фокусом на реальні історії, а не на цифри та загальні фрази. Наприклад, замість того, щоб повідомляти про зменшення споживання води на 15%, можна розповісти, як ці заходи дозволили зберегти джерело водопостачання для місцевої школи або підтримати зусилля громади в умовах посухи. Таким чином, стратегія комунікації трансформується з формальної до емоційно резонансної, яка формує сильний зв'язок між брендом і споживачем.

Щоб зрозуміти, що є важливим для кожної зацікавленої сторони, слід зосередитися на їхніх потребах, очікуваннях і рівні впливу. Визначити, що саме включати у свої повідомлення, допоможе оцінка пріоритетності кожної з груп.

Інвестори розглядають стійкість як інструмент управління ризиками та маркер довгострокової життєздатності. Вони дедалі частіше вважають компанії, які мають чіткі зобов'язання щодо сталого розвитку, як менш ризиковані та мають кращі позиції для майбутнього зростання. Однак, згідно з опитуванням інвестиційних директорів McKinsey, поточні комунікації ESG не відповідають очікуванням [2]. Вони хочуть, щоб компанії контекстуалізували показники сталого розвитку, пов'язували ініціативи з грошовими потоками та подавали інформацію, орієнтовану на вартість. У випадку подорожей і туризму вони хочуть бачити наратив соціального впливу.

Орієнтуючись на *клієнтів*, бренди мають бути прозорими щодо своїх зусиль. Це означає, що інформування про сталий розвиток має виходити за межі поверхневих тверджень і зосереджуватися на довгострокових, дієвих зобов'язаннях. Варто залучати клієнтів до шляху сталого розвитку вашого бренду та зробити їх частиною рішення. Це зміцнює лояльність і довіру та створює клуб прихильників бренду на все життя. Подібним чином співробітники є ще одним типом групи клієнтів. Зростаюча кількість співробітників, особливо міленіалів і професіоналів покоління Z, прагнуть працювати в компаніях, які відповідають їхнім особистим цінностям, зокрема зобов'язанням щодо екологічної та соціальної відповідальності.

Співробітники, які відчувають причетність до мети своєї компанії та вірять, що їх робота сприяє досягненню цілей сталого розвитку організації, будуть більш продуктивними, інноваційними та мотивованими. Коли гості бачать, що співробітники бренду щиро зацікавлені в екологічності, це підсилює автентичність ситуації і повідомлення.

Місцеві громади часто є найбільш безпосередньою та помітною групою зацікавлених сторін для брендів гостинності. Зусилля бренду щодо сталого розвитку – через місцеві джерела, збереження довкілля чи залучення громади – можуть суттєво вплинути на його відносини з навколишньою територією. Ділячись історіями про те, як бренд допомагає зберігати місцеву культуру, підтримувати місцеву економіку чи зменшувати шкоду навколишньому середовищу, має місце демонстрація відданості добробуту громади. Слід знайти

місцевих представників, які можуть розповісти про свій досвід на шляху до сталого розвитку та показати, як змінилася їхня громада та що це означає для майбутніх поколінь – добре і погано [3].

Загальнодоступні дослідження, офіційні документи та звіти про галузеві тенденції є хорошою відправною точкою для такого типу меседжу. Але в міру зрілості зусиль щодо сталого розвитку варто подумати про інвестування у власні дослідження, опитування, фокус-групи та порівняльні дослідження для прийняття стратегічних рішень. Ці дані керуватимуть комунікаційними стратегіями сталого розвитку, щоб покладатися на релевантні дані та аналітику для створення історії свого бренду.

Особливу роль відіграють працівники готельного підприємства. Вони є «послами» бренду, які можуть через особистий приклад транслювати цінності екологічності, соціальної відповідальності та інклюзивності. Важливо, щоб персонал був не просто поінформований, а й внутрішньо мотивований – це передбачає навчання, створення можливостей для ініціатив і підтримку на всіх рівнях управління. Щоб підвищити мотивацію працівників, важливо створити систему внутрішнього заохочення, яка перетворює щоденні завдання на гру з результатами, що мають значення. Наприклад, працівники можуть отримувати бали за екологічні дії, а кращі – визнання та винагороди. Це сприяє формуванню культури сталого мислення та активізує навчання на практиці. У той же час кожен відділ має власну специфіку, тому екологічні підходи варто адаптувати до функціоналу працівників. Наприклад, співробітники, відповідальні за прибирання номерів, мають ключовий вплив на раціональне використання води й засобів догляду. Їх залучення до сталих практик може бути підкріплене інструктажами та візуальними нагадуваннями для гостей. У харчоблоці важливими напрямами є боротьба з харчовими відходами, оптимізація закупівель і використання локальної продукції. Персонал, який відповідає за технічне обслуговування, може сприяти енергоефективності через моніторинг стану обладнання й впровадження сучасних технологій. Спа-зона й оздоровчі послуги, як елементи привабливості для гостей, водночас мають великий потенціал для демонстрації екологічно свідомого підходу. Тут варто звертати увагу на джерело продукції, тип упаковки й рівень енергоспоживання. У сфері роботи рецепції важливим є не лише інформування гостей про екоініціативи готелю, але й формування сталого враження ще на етапі заселення. Завдяки цьому працівники фронт-офісу стають посередниками екологічної комунікації. Комплексний підхід до екопросвіти працівників дозволяє не лише покращити внутрішні процеси, а й підвищити привабливість готелю в очах сучасних відповідальних споживачів. Зрештою, сталий розвиток стає не окремою ініціативою, а частиною корпоративної культури, яку формують саме люди [4].

Втім, ефективна реалізація екологічних ініціатив у готелі має супроводжуватись належною комунікацією з клієнтами. Гості не завжди помічають зусилля персоналу, тому важливо зробити ці дії видимими, зрозумілими та привабливими. Один зі способів – розміщення інфографік і коротких пояснень у номерах, ліфтах, ресторанах і зонах відпочинку. Наприклад,

проста таблиця зі збереженими літрами води або кількістю повторно використаних рушників може мати сильний ефект, якщо вона подається зрозуміло й з візуальним акцентом.

Окрім візуальних повідомлень, важливу роль відіграє персонал рецепції, який може коротко розповісти про «зелену» політику готелю під час заселення або в процесі взаємодії з гостями. Якщо до цього додати елементи залучення клієнтів – наприклад, можливість брати участь у зборі балів разом із персоналом або голосувати за найкращу екоініціативу місяця, – це не лише зміцнить лояльність, але й створить спільне відчуття відповідальності [5].

Також ефективними є QR-коди, розміщені в номерах або на меню, які ведуть на сторінку з поясненнями, що саме робить готель для сталого розвитку та як кожен гість може долучитися. В соціальних мережах та на офіційному сайті закладу можна створити окремий розділ або рубрику з прикладами конкретних дій, ініціативами персоналу та реальними результатами – це створює прозорість і довіру. Такий відкритий діалог між готелем, працівниками й гостями формує нову етику гостинності, де турбота про довкілля є спільною справою.

Таким чином, стратегічна комунікація сталого розвитку – це вже не просто частина маркетингу, а складова корпоративної стратегії, яка визначає конкурентоспроможність у середовищі нових запитів та викликів. Саме щира, доказова і людиноцентрична розповідь є тією формою, яка дозволяє побудувати нову парадигму взаємодії з ринком.

Список використаних джерел:

1. Global Executives Say Greenwashing Remains Rife. The Wall Street Journal. April, 13 2023. URL: https://www.wsj.com/articles/global-executives-say-greenwashing-remains-rife-10a0e273 (дата звернення: 10.05.2025)

2. Investors want to hear from companies about the value of sustainability. McKinsey & Company. Sustainability communication with investors. September, 15 2023. URL: Linking ESG initiatives to financial performance | McKinsey (дата звернення: 10.05.2025)

3. United Nations. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. URL: https://sdgs.un.org/2030agenda

4. Aqeel M. Show, Don’t Tell: Storytelling Sustainability Beyond Numbers. HotelExecutive. November 2024. URL: https://www.hotelexecutive.com

5. De Silva A. Engaging Hotel Staff in the Sustainability Conversation. HotelExecutive. March 2025. URL: https://www.hotelexecutive.com

Жінки в зеленому бізнесі україни: роль жіночого лідерства в трансформації управлінських практик

Оксана Лисенко[1], Ірина Приварникова[2]

Глобальні екологічні виклики, зумовлені зміною клімату, виснаженням ресурсів і деградацією довкілля, вимагають глибокої трансформації економічної моделі. На цьому тлі формується концепція зеленої економіки, де ключову роль відіграє людський капітал, а особливо – жіноче лідерство. У контексті України, зокрема під час повномасштабної війни, жіноче підприємництво в Україні опинилось у нових реаліях і стає досить актуальним.

Жінки доводять свою здатність не лише підтримувати економіку, а й трансформувати управлінські практики у бік сталості, інклюзивності та екологічної відповідальності. Зростання жіночого підприємництва в екологічному секторі України тісно пов'язане з глобальною тенденцією переходу до зеленої економіки – моделі розвитку, що передбачає гармонізацію економічного зростання з екологічною безпекою та соціальною справедливістю. Зелена економіка, на відміну від традиційної ресурсно-орієнтованої моделі, базується на ефективному використанні природних ресурсів, зменшенні відходів, розвитку відновлюваних джерел енергії, екологічному виробництві та інклюзивності зайнятості. Жінки-лідерки в українському бізнесі дедалі частіше виступають провідницями цієї трансформації, ініціюючи стартапи й соціальні підприємства, що поєднують економічну доцільність із екологічною відповідальністю. Їхня діяльність ілюструє, як концепція зеленої економіки може реалізовуватись на практиці через локальні ініціативи та управлінські інновації [1].

Довгий час існував стереотип, що підприємництво є переважно чоловічою справою. Проте від початку повномасштабного вторгнення росії частка жінок у бізнесі значно зросла. Наразі жінки очолюють близько 449 тисяч українських компаній, що становить майже третину зареєстрованих бізнесів. Найбільша частка новостворених жінками підприємств припадає на прифронтові регіони, що свідчить про їхню адаптивність, стійкість та інноваційність [2].

Особливістю жіночого лідерства є системне мислення, здатність ефективно діяти в умовах невизначеності та прихильність до етичного й інклюзивного стилю управління [3]. Це робить жінок ключовими агентками змін у сфері зеленого бізнесу, особливо у впровадженні політик сталого розвитку.

[1] *Лисенко Оксана Василівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: lysenko-o@365.dnu.edu.ua.

[2] *Приварникова Ірина Юліївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і міжнародного менеджмента, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: privarnikova.irina@gmail.com.

Жінки стають лідерками зелених інновацій. Українські жінки дедалі частіше ініціюють екологічно орієнтовані стартапи та підприємства, що поєднують економічну ефективність із соціальною й екологічною відповідальністю.

Так, Glossary Organic Products, заснована Анастасією Цибуляк, є прикладом вдалого поєднання бізнесу з активною екологічною позицією [4]. Компанія пропонує широкий асортимент органічних товарів, дотримується принципів етичного виробництва, не тестує продукцію на тваринах і сприяє формуванню екосвідомості в суспільстві [5]. У 2021 році А. Цибуляк заснувала благодійну організацію Glossary Eco Foundation, яка працює над реалізацією Цілей сталого розвитку ООН – від забезпечення екологічної освіти до боротьби зі зміною клімату та збереження біорізноманіття [6; 7].

Іншим важливим прикладом є 0ZERO – перша в Україні zero waste-компанія, заснована жінками. Вона поєднує Zero Waste-магазин, консалтинг для бізнесу з питань сталості та екоосвітні ініціативи [8]. Основна ідея – допомога українцям у переході до свідомого споживання та зменшення відходів.

Жіноче лідерство стає також чинником сталого управління. Жіноче бачення управління часто ґрунтується на цінностях довгострокового мислення, відповідальності перед суспільством і природою. Це демонструє діяльність Оксани Войтко, засновниці соціального підприємства «КлубОк», яке працевлаштовує людей із порушеннями зору. Підприємство виготовляє екосумки як альтернативу поліетилену, виконуючи водночас соціальну та екологічну місії [9].

Жінки-лідерки також активно розвивають зелений туризм, особливо в регіонах Житомирщини та Прикарпаття. Такі ініціативи є не лише джерелом самозайнятості, а й способом збереження локальної природи й культури [10].

Особливої уваги заслуговує автентичне лідерство, як характерна риса багатьох жінок у зеленому підприємництві. Цей стиль управління базується на щирості, етичності, саморефлексії та відкритому діалозі з командою. Автентичні лідерки не лише виявляють глибоку особисту залученість до екологічних цінностей, а й будують довірливу атмосферу, яка стимулює ініціативність і креативність співробітників.

Дослідження підтверджують [11], що автентичне лідерство – стиль, заснований на щирості, довірі та етичності, – позитивно впливає на розвиток креативності в колективі, особливо тоді, коли працівники відчувають задоволення від роботи та мають відкритий обмін із керівництвом. Саме ці умови створюють сприятливе середовище для впровадження інноваційних екоініціатив у бізнесі [11]. У випадку з жіночим лідерством у зеленому бізнесі ці риси виявляються особливо ефективними – як у малих локальних ініціативах, так і в системних екологічних змінах на національному рівні.

Виокремленим тенденціям сприяє й інституційна підтримка жіночих екологічних ініціатив. Зростає інституційне визнання ролі жінок у захисті довкілля. Так, у 2023 р. в Києві та Дніпрі відбувся форум «Green Heart Leader – 2023», на якому відзначили 100 українок, що зробили вагомий внесок у просування сталого розвитку [12]. Серед них були представниці органічного

фермерства, громадських організацій, екологічної освіти й бізнесу, що формують майбутнє зеленої економіки України [3].

Разом з тим, попри успіхи, жінки у зеленому бізнесі в Україні зіштовхуються з низкою викликів. Це й обмежений доступ до фінансування, і недостатня підтримка на місцевому рівні, а також упередження щодо жінок-лідерок у традиційних бізнес-середовищах. Проте зростання мереж жіночого підприємництва, платформи для обміну досвідом і просування екоініціатив сприяють формуванню сприятливішого середовища.

Незважаючи на низку викликів, з якими стикнулось жіноче екопідприємництво в Україні, жіноче лідерство у екодіяльності має перспективи у сфері сталого розвитку завдяки: поглибленню екологічної освіти серед дівчат і жінок; підтримці жіночих стартапів у сфері зеленої економіки; залученню жінок до ухвалення рішень у політичній та бізнес-сферах; створенню міжрегіональних мереж для просування зеленого підприємництва. Позитивну динаміку також демонструє розвиток жіночих ініціатив на рівні громад: малі проєкти з екопросвіти, сортування відходів, енергозбереження в освітніх закладах очолюють саме жінки – активістки, вчительки, мами.

Отже, жінки в Україні відіграють ключову роль у трансформації управлінських практик у напрямку сталого розвитку. Приклади підприємницької діяльності Анастасії Цибуляк, Оксани Войтко, засновниць 0ZERO та інших лідерок, демонструють, що жінки активно формують нову управлінську культуру, де пріоритетами стають сталий розвиток, відповідальне споживання, екологічна освіта та соціальна інклюзія. Їхні ініціативи охоплюють сфери органічного виробництва, екологічної освіти, zero waste, соціального підприємництва та сталого туризму. Жінки в зеленому бізнесі виступають рушійною силою змін, яка здатна зміцнити як місцеві громади, так і національну екологічну політику. Розвиток жіночого лідерства в цій сфері сприятиме не лише досягненню цілей сталого розвитку, а й формуванню нової управлінської парадигми – чутливої до екологічних, соціальних і гендерних викликів XXI століття.

Список використаних джерел:

1. ‘Green’ Economy: From Global Concept to Reality of Local Development / N. Stukalo et al. Dnipro, 2018. 336 p
2. Кожен третій український бізнес очолюють жінки – Опендатабот. URL: https://opendatabot.ua/analytics/women-in-business-2024
3. Україна стала місцем справжньої, істинної боротьби на зеленому фронті, – обрано «сильну сотню» лідерок захисту довкілля. URL: https://organicukraine.org.ua/c/blog/3568
4. Anastasiia Tsybuliak – Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Anastasiia_Tsybuliak
5. GLOSSARY – інтернет магазин натуральної косметики і ЕКО товарів. URL: https://glossary.ua/ua
6. Анастасія Цибуляк – науковець, підприємиця, екоактивістка, громадська діячка. URL: https://elita.org.ua/anastasiia-tsybuliak-naukovets-pidpryiemytsia-ekoaktyvistka-hromadska-diiachka/

7. Вперше в історії: докторка наук прикрасила обкладинку Vogue UA Beauty. URL: https://vogue.ua/article/beauty/byuti-gid/vpershe-v-istoriji-doktorka-nauk-prikrasila-obkladinku-vogue-ua-beauty-57164.html

8. Перша в Україні zero waste компанія – 0ZERO. URL: https://ozero.me/

9. Незрячі в'яжуть екотовари. Історія вінницького підприємства «КлубОк». URL: https://shotam.info/ekotovary-rukamy-nezriachykh-istoriia-vinnytskoho-pidpryiemstva-klubok/

10. Жінки Житомирщини відкривають бізнес-потенціал зеленого туризму. URL: https://uwf.org.ua/zhinki-zhitomirshhini-vidkrivayut-biznes-potenczial-zelenogo-turizmu/

11. Ononye, U. H. Authentic Leadership, Leader-Member Exchange, Job Thriving and Creativity Nexus from Public Organisation Context. European Journal of Management Issues, 2023, 31(2), 93-101. https://doi.org/10.15421/192308

12. Спецвипуск «TOP-100 WOMEN: GREEN HEART LEADER». URL: https://ukraine-oss.com/wp-content/uploads/2023/06/green_heart_leader_2023.pdf

13. Матеріали круглого столу «Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності», 16.05.2023 р., м. Дніпро. Укладачі: І.Ю.Приварникова, О.А.Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. 232 с. DOI: 10.15421/conf.2023.01

Використання принципів екологічного маркетингу європейськими компаніями

Богдан Очеретяний[1], Тетяна Смирнова[2]

Екологічний маркетинг – це стратегічна система управління бізнесом, яка зосереджена на задоволенні потреб екологічно свідомих споживачів шляхом виробництва, розповсюдження та споживання товарів і послуг, які мають мінімальний негативний вплив на навколишнє середовище. Цей маркетинговий підхід виник у відповідь на зростання обізнаності громадськості щодо екологічних проблем та зростаючу перевагу до сталих продуктів і практик [1].

Основною метою екологічного маркетингу є гармонізація економічних, соціальних та екологічних інтересів, створення збалансованого підходу, який приносить користь бізнесу, споживачам та суспільству в цілому. Інтегруючи екологічні міркування в бізнес-стратегії, компанії можуть зробити свій внесок у сталий розвиток, одночасно формуючи позитивний корпоративний імідж та досягаючи довгострокового успіху. Компанії надають пріоритет використанню сировини, яка є відновлюваною, біорозкладною або має менший вплив на навколишнє середовище. Наприклад, замість використання звичайного пластику, розкладання якого триває століттями, підприємства можуть обрати біорозкладні альтернативи або перероблені матеріали. Компанії прагнуть мінімізувати відходи та викиди за допомогою чистіших методів виробництва. Це може включати використання енергоефективного обладнання, впровадження систем управління відходами та зменшення використання води та хімікатів. [1]

Екологічний маркетинг виходить за рамки простого пропонування екологічних продуктів. Компанії повідомляють про свої екологічні зобов'язання через прозору звітність, екологічну упаковку та сертифікацію сталого розвитку. Ці ініціативи зміцнюють довіру та лояльність споживачів, оскільки клієнти відчувають більший зв'язок з брендами, які відповідають їхнім цінностям [1].

Основні принципи екологічного маркетингу забезпечують основу для інтеграції екологічних цінностей у всі аспекти бізнес-операцій. Ці принципи включають зобов'язання щодо соціальної відповідальності, мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище та забезпечення прозорості всієї діяльності. Дотримуючись цих принципів, підприємства можуть запровадити сталий розвиток, який поєднує економічні вигоди з екологічною безпекою та соціальною відповідальністю [1].

[1] *Очеретяний Богдан Романович* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: ocheretianyi.b.r@365.dnu.edu.ua.

[2] *Смирнова Тетяна Анатоліївна* – старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: smyrnova_t@365.dnu.edu.ua.

Екологічний маркетинг зосереджений на створенні гармонії між бізнес-операціями та соціальними потребами. Одним з його ключових принципів є соціальна відповідальність, що означає визнання впливу бізнес-діяльності на здоров'я населення, навколишнє середовище та соціальну стабільність. Практика відповідальності передбачає активну підтримку ініціатив сталого розвитку, участь у програмах охорони навколишнього середовища та впровадження інноваційних екологічних технологій [1].

Яскравим прикладом компанії яка застосовує принципи екологічного маркетингу є Uniliver. Компанія Unilever поставила перед собою амбітні цілі щодо боротьби зі забрудненням пластиком за допомогою комплексного підходу, який зосереджений на скороченні, переробці та співпраці. Компанія прагне значно зменшити використання пластику та збільшити можливість переробки та повторного використання пакувальних матеріалів. Наразі 69% портфоліо продукції Unilever використовує жорстку пластикову упаковку. Компанія зосереджена на мінімізації використання пластику в цих продуктах та оптимізації їхнього дизайну, щоб зробити їх більш придатними для переробки [5].

Крім того, 31% портфоліо Unilever включає гнучку пластикову упаковку та трубки. Для них компанія розробляє екологічно чисті альтернативи, такі як матеріали, що підлягають переробці та компостуванню, включаючи паперову упаковку. Також компанія розширює використання багаторазових форматів упаковки. Наразі 57% пластикової упаковки Unilever можна переробити, повторно використовувати або компостувати, причому 76% жорсткої пластикової упаковки та 13% гнучкої пластикової упаковки відповідають цим критеріям стійкості [5].

Щоб зменшити свій вплив на навколишнє середовище, Unilever поставила перед собою амбітні цілі щодо скорочення використання первинного пластику, тобто пластику виготовленого з нових непереоблених матеріалів. До 2026 року Unilever прагне скоротити свій слід первинного пластику на 30%, а до 2028 року компанія планує досягти скорочення використання первинного пластику на 40% порівняно з рівнями 2019 року. Ця мета означає скорочення використання первинного пластику на 23% з 2019 по 2024 рік. Головна мета компанії – зробити 100% своєї пластикової упаковки багаторазовою, перероблюваною або компостованою до 2030 року для жорстких пластмас та до 2035 року для гнучких пластмас. Досягнення цієї мети вимагатиме постійних інновацій у дизайні упаковки та зобов'язань щодо співпраці з постачальниками. Компанія поставила за мету включити 25% переробленого пластику до своєї упаковки до 2025 року, починаючи з 21% у 2024 році. Цей крок покликаний замкнути цикл використання пластику шляхом створення попиту на перероблені матеріали, що, у свою чергу, допоможе зменшити залежність від первинного пластику. Окрім збільшення використання переробленого пластику, Unilever прагне збирати та переробляти більше пластикової упаковки, ніж продає, до 2025 року. В 2024 році компанія очікує збирати та переробляти 93% пластику, який вона продає, що ще більше сприятиме досягненню мети щодо зменшення кількості пластикових відходів.

Зусилля Unilever щодо боротьби із забрудненням пластиком є частиною ширшої програми сталого розвитку, яка зосереджена на відновленні та регенерації природних екосистем [5].

Компанія визнає, що здорові екосистеми є важливими для вирішення проблем зміни клімату. Щоб допомогти відновити та відродити природу, Unilever зосереджується на впровадженні практик, що сприяють сталому сільському господарству та захищають природні екосистеми [5].

В 2024 році компанія досягла значної віхи: 97% її ланцюгів постачання пальмової олії, паперу та картону, чаю, какао здійснюються без вирубки лісів. Це досягнення є результатом тісної співпраці з постачальниками та дрібними фермерами. Unilever використовує поєднання інфраструктури, технологій та партнерств для підтримки постачання без вирубки лісів та прагне продовжувати вдосконалювати свої практики ланцюгів постачання. Окрім запобігання вирубці лісів, Unilever інвестує в методи регенеративного землеробства, які зосереджені на методах ведення сільського господарства, що покращують здоров'я ґрунту, збільшують біорізноманіття та зменшують викиди. Регенеративне землеробство є ключовою частиною стратегії Unilever щодо підвищення стійкості сільськогосподарських систем та відновлення природи. Для підтримки цих зусиль Unilever реалізує програми з розвитку потенціалу фермерів, допомагаючи їм впроваджувати регенеративні практики та закликаючи до сприятливих правил та фінансових стимулів [4].

Використання водних ресурсів є ще одним критично важливим напрямком для Unilever, особливо в районах з обмеженими водними ресурсами. Компанія поставила за мету впровадити програми управління водними ресурсами у 100 місцях, у районах з дефіцитом води до 2030 року. Ці програми допоможуть підприємствам більш стало управляти водними ресурсами та забезпечити доступність води для майбутніх поколінь [4].

Завдяки своїй комплексній програмі сталого розвитку Unilever прагне відповідати на зростаючі екологічні проблеми. Компанія прагне досягти нульових викидів у всьому своєму ланцюжку створення вартості та постійно вдосконалює свій підхід до боротьби зі зміною клімату, зменшення пластикових відходів та відновлення природних екосистем. Надаючи пріоритет сталому розвитку в кожному аспекті своєї діяльності, Unilever прагне створювати довгострокову цінність як для навколишнього середовища, так і для своїх зацікавлених сторін, демонструючи лідерство в корпоративній відповідальності.

Також яскравим прикладом компанії яка застосовує принципи екологічного маркетингу є Louis Vuitton. Louis Vuitton всесвітньо визнаний бренд розкішного одягу, інтегрував сталий розвиток у свою бізнес-модель, демонструючи відданість екологічній відповідальності. Підхід компанії до екологічного маркетингу керується основними принципами: відповідальне постачання сировини, екологічна упаковка та ефективні дії щодо зміни клімату. Ці принципи не лише узгоджуються з глобальними цілями сталого розвитку, але й слугують основою для довгострокової стратегії Louis Vuitton щодо мінімізації впливу на навколишнє середовище [2].

Louis Vuitton прагне відповідального постачання сировини, гарантуючи, що матеріали, що використовуються в її продукції, мають мінімальний вплив на навколишнє середовище. Станом на 2022 рік 78% матеріалів, що постачаються Louis Vuitton, відповідали його політиці відповідального постачання. Ці матеріали або сертифіковані, або перероблені, дотримуючись суворих екологічних стандартів. Одним з ключових досягнень у цій галузі є те, що 97% шкіри компанії, що використовується в продуктах Louis Vuitton, виробляється з мінімальним впливом на навколишнє середовище [2].

Упаковка є критично важливим аспектом зобов'язання Louis Vuitton щодо сталого розвитку, що відображає спадщину бренду як виробника валіз та багажу, призначених для захисту цінних товарів. Однією з основних цілей компанії є зменшення загального обсягу пакувальних матеріалів. Це досягається завдяки ретельному проектуванню та вибору матеріалів, що гарантує захист продукції без зайвих відходів. Наприклад, сумки та коробки для покупок Louis Vuitton повністю виготовлені з перероблюваних матеріалів, причому 50% волокон, що використовуються у їх виробництві, походять з перероблених джерел. Louis Vuitton поставив собі за мету до 2025 року повністю відмовитися від одноразового пластику у своїй упаковці. Між 2019 і 2023 роками компанія досягла скорочення використання одноразової пластикової упаковки на 52%, що демонструє значний прогрес у досягненні цієї мети [2].

Louis Vuitton в боротьбі зі зміною клімату, взяв на себе тверде зобов'язання щодо зменшення свого вуглецевого сліду в усіх аспектах своєї діяльності. Це зобов'язання відображається в меті компанії досягти скорочення прямих викидів вуглецю на 55% до 2030 року. Louis Vuitton зосереджується на підвищенні енергоефективності на своїх об'єктах, включаючи виробничі майданчики, роздрібні магазини та корпоративні офіси. Компанія впровадила енергозберігаючі технології та процеси для мінімізації споживання енергії [2].

Авіаперевезення є основним фактором викидів вуглецю в індустрії розкішної моди через використання авіаційного палива на основі викопного палива. Щоб вирішити цю проблему Louis Vuitton зобов'язався зменшити свою залежність від традиційних авіаперевезень та активно збільшує використання екологічно чистого авіаційного палива (SAF). SAF – це тип біопалива, що виготовляється виключно з відпрацьованої олії, яке виробляє на 80% менше викидів вуглекислого газу. В результаті цієї ініціативи Louis Vuitton скоротив викиди CO_2 від авіаперевезень на 20% у 2022 році порівняно з рівнями 2018 року.

Зобов'язання компанії щодо сталого розвитку не обмежуються лише скороченням викидів, Louis Vuitton також інвестує в ініціативи з відновлюваної енергії та енергоефективності у всій своїй діяльності. Компанія тісно співпрацює з постачальниками, щоб мінімізувати кількість відходів, що утворюються під час виробництва, та заохочує переробку та компостування, де це можливо [2].

Підхід Louis Vuitton до екологічного маркетингу ґрунтується на відповідальному постачанні ресурсів, екологічній упаковці та проактивних заходах щодо боротьби зі зміною клімату. Надаючи пріоритет сертифікованим

та переробленим матеріалам, зменшуючи вплив упаковки на навколишнє середовище та активно працюючи над зниженням викидів вуглецю, Louis Vuitton позиціонує себе як лідера у сфері сталого розвитку в індустрії розкішної моди. Довгострокове зобов'язання компанії щодо сталого розвитку свідчить про її розуміння критичної ролі яку бізнес повинен відігравати у захисті навколишнього середовища. Завдяки постійним інноваціям та співпраці з постачальниками, Louis Vuitton демонструє вагомий приклад для інших компаній.

Екологічний маркетинг є ефективним, оскільки він поєднує економічні цілі з екологічною відповідальністю. Unilever та Louis Vuitton показують, що інтеграція екологічної стійкості допомагає зменшити вплив на навколишнє середовище, одночасно підвищуючи цінність бренду. Оскільки споживачі стають більш екологічно свідомими, компанії, які дотримуються принципів сталого розвитку то отримують конкурентну перевагу такі компанії.

Список використаних джерел:

1. Сороколіт, О. (2024). Сучасні тренди екологічного маркетингу для українського агробізнесу. Економіка та суспільство, (68). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-153

2. Louis Vuitton Sustainability: Our Committed Journey. URL: https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/magazine/articles/sustainability

3. Uniliver Climate: Our ambition is to deliver net zero emissions across our value chain. URL: https://www.unilever.com/sustainability/climate/

4. Unilever Nature // Our ambition is to deliver resilient and regenerative natural and agricultural ecosystems [Електронний ресурс]. – URL: https://www.unilever.com/sustainability/nature/.

5. Unilever Plastics // Our ambition is an end to plastic pollution through reduction, circulation and collaboration [Електронний ресурс]. – URL: https://www.unilever.com/sustainability/plastics/.

Вплив менеджменту на впровадження екологічної відповідальності: порівняльний аналіз компаній Польщі та Німеччини

Юлія Пігіна[1], Ольга Джур[2]

У сучасному бізнес-середовищі екологічна відповідальність стала ключовим елементом стратегічного управління компаніями. Менеджери відіграють вирішальну роль у впроваджені екологічних ініціатив, формуючи політику, координуючи проєкти та забезпечуючи інтеграцію екологічних аспектів у бізнес-практики. Польща та Німеччина, як важливі гравці європейського ринку, демонструють активність у сфері корпоративної соціальної відповідальності, зокрема в екологічному вимірі. Дослідження показують, що в обох країнах менеджери активно залучені до реалізації екологічних стратегій, хоча підходи та пріоритети дещо відрізняються. Тому актуальним є порівняльне дослідження, яке зосереджено на ролі управлінців і формуванні та реалізації екологічних стратегій, враховуючи культурні, економічні та регуляторні особливості країн.

Проблемою розроблення концептуальних засад впровадження екоменеджменту займалися такі науковці, як В.О. Аніщенко, Т.Л. Галькевич, Т.О. Мельник, Ю.В. Аксентій[1]. В.О. Котлубай, З.Є. Шершньова, С. Оборська, J DesJardins, М. Портер [2], акцентують увагу на необхідності впровадження принципів сталого розвитку. Зокрема, у своїх роботах вони аналізують вплив екологічного менеджменту на конкурентоспроможність і репутацію підприємств.

Професіоналізм, якісна підготовка, глибокі знання та практичні навички менеджерів відіграють ключову роль у впровадженні екологічної відповідальності в діяльність компаній. Саме завдяки екологічно свідомим менеджерам формуються корпоративні стратегії, що орієнтовані на збереження довкілля та стале використання ресурсів, що, своєю чергою, сприяє формуванню екологічних цінностей у суспільстві. Це безпосередньо сприяє реалізації амбіцій Європейської зеленої угоди (The European Green Deal – EGD)[3] і, оскільки вони тісно взаємопов’язані, також має відношення до так званого «зеленого переходу».

Ухваливши Європейську зелену угоду як свою стратегію зростання, ЄС посилив свою прихильність до сталої економіки та суспільства. Як підкреслили світові лідери на «United Nations Climate Change Conference» (18 листопада 2021

---

[1] *Пігіна Юлія Олександрівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

р [4], «зелений перехід» у контексті діяльності сучасних компаній передбачає не лише екологізацію виробничих процесів, але й інвестування в підвищення якості життя працівників, створення нових «зелених» робочих місць та забезпечення сталого розвитку. Для ефективного впровадження принципів екологічної відповідальності ключову роль відіграє управлінська компетентність саме менеджери визначають стратегічні орієнтири та ухвалюють рішення щодо адаптації компанії до нових екологічних викликів. Таке стратегічне бачення дозволяє менеджерам не лише формувати ефективну політику екологічної відповідальності, але й максимально реалізувати потенціал компаній у контексті сталого економічного зростання та суспільного добробуту.

Розглядаючи досвід країн Європи в розвитку екологічного підприємництва, варто відзначити успіх Німеччини та Польщі.

Успішне впровадження ESG-стратегій значною мірою залежить від активної участі керівництва компаній. Менеджери повинні адаптовувати стратегії до специфіки галузі, забезпечувати прозорість та залучати співробітників до екологічних ініціатив. В Польщі підприємці працюють над рішеннями, які дозволяють використання відходів, що підлягають переробці, в якості вторинної сировини. Польща досягла значного прогресу у повторному використанні матеріалів. Рівень переробки зріс з 15% у 2010 р. до 26% у 2023 р. [5].

Згідно з Директивою ЄС про корпоративну звітність щодо сталого розвитку (CSRD), великі компанії в Польщі зобов'язані звітувати про екологічні, соціальні та управлінські аспекти своєї діяльності. Однак лише 9% компаній інтегрували фінансові та нефінансові дані у свої звіти [6], що свідчить про необхідність подальшого розвитку в цій сфері. Як саме польські компанії впроваджують еко-менеджмент можна побачити у табл. 1.

Таблиця 1 – Приклади корпоративної екологічної відповідальності компаній Польщі

Назва компанії	Екологічні інніціативи та заходи
Polpharma	Фармацевтична компанія впроваджує інтегровану систему управління навколишнім середовищем та безпекою праці за ISO 14001 та ISO 45001. Керівництво реалізує ініціативи з енергоефективності, зменшення споживання води, переробки відходів та заохочує співробітників до використання велосипедного та громадського транспорту.
Boryszew Group	Група компаній, що дотримуються стандарту ISO 14000, зосереджена на мінімізації негативного впливу виробничих процесів на довкілля. Їх підприємства займаються переробкою небезпечних відходів від акумуляторів, забезпечуючи високий рівень утилізації
CHEP Poland	Компанія впроваджує принципи циркулярної економіки, прагнучи створювати «регенеративні ланцюги постачання». Наприклад, за кожне використане дерево для виробництва піддонів компанія висаджує два нових.

Джерело: систематизовано авторами на основі [7; 8].

До загальних тенденцій впровадження еко-менеджменту в Польщі можна віднести:

- сталий розвиток як стратегічний пріоритет: 71% польських компаній вважають сталий розвиток ключовим елементом своєї стратегії та мають CSR-статегію, що свідчить про активне впровадження відповідальних практик.
- використання міжнародних стандартів: 45% компаній використовують стандарт GRI для звітності у сфері сталого розвитку.
- освітні ініціативи: менеджери активно впроваджують програми навчання з CSR для співробітників, підвищуючи обізнаність та залученість персоналу.
- підтримка бізнесу: програми «Clean Business» та «Fair Play Business» спрямовані на підтримку екологічних ініціатив у малому та середньому бізнесі.

В Німеччині ж переробка відходів відноситься до екологічного підприємництва. Саме Німеччина однією з перших розв'язала проблему переробки відходів на державному рівні, запровадивши паралельно з діючою системою переробки відходів дуальну систему. Підтверджуючи своє відповідальне ставлення до довкілля, компанії приєднуються до зазначеної дуальної системи та маркують свої товари спеціальним знаком. Кошти отримані від зазначеного маркування, спрямовуються на переробку використаної упаковки [9]. Ефективність наведеної дуальної системи підтверджується її поширенням і на інші країни, в тому числі, й на Україну. Далі наведено приклади еко-ініціатив, що впроваджують німецькі менеджери (табл. 2).

Таблиця 2 – Приклади корпоративної екологічної відповідальності компаній Польщі

Назва компанії	Екологічні інніціативи та заходи
Volkswagen	Компанія впровадила екологічну стратегію "goTOzero", яка передбачає зменшення впливу на довкілля на всіх етапах виробництва. Компанія також використовує систему SEBU (System zur Erfassung und Bewertung von Umweltauswirkungen) для оцінки та управління екологічними аспектами на своїх виробничих майданчиках.
Werner& Mertz	Активно впроваджує екологічні практики, зокрема ініціативу Recyclat, яка спрямована на використання переробленого пластику у виробництві упаковки. З 2003 року виробничі потужності компанії сертифіковані за системою EMAS (Eco-Management and Audit Scheme).
Adidas	Впроваджує екологічні ініціативи з використання перероблених матеріалів у виробництві взуття та одягу. Компанія також співпрацює з організаціями, що займаються захистом океанів, для зменшення пластикового забруднення.

Джерело: систематизовано авторами на основі [10,11,12].

Загальні тенденції впровадження еко-менеджменту в Німеччині:

- менеджмент в екологічній сфері більше не сприймається як допоміжна функція - він стає центральною частиною стратегічного управління. Компанії розробляють окремі «зелені стратегії», що узгоджуються з бізнес-цілями.
- зростає кількість спеціалізованих посад у керівництві компаній: менеджери сталого розвитку, офіцери з ESG, керівники з декарбонізації тощо. Їхнє завдання - координувати всі "зелені" ініціативи в межах організації.
- компанії розробляють екологічні ключові показники ефективності (KPI): рівень CO_2-емісії на одиницю продукції, обсяг перероблених матеріалів або

енергоефективність виробничих процесів. Ці KPI включаються до щорічної звітності та використовуються для оцінки ефективності менеджерів.

- менеджмент виділяє окремі бюджети на екологічні інновації - розробку нових матеріалів, перехід на відновлювані джерела енергії, безвідходні технології. Це є частиною технологічного менеджменту.

Висновки. Порівняльний аналіз практик екологічного менеджменту в компаніях Польщі та Німеччини свідчить, що розуміння майбутніх тенденцій сталого розвитку, а також потенційних бар'єрів і можливостей. У Польщі, де концепція CSR є відносно новою, менеджери зосереджуються на внутрішній освіті та сталих закупівлях. Це свідчить про прагнення до інтеграції CSR у корпоративну культуру. Близько 70% компаній мають формалізовану CSR-стратегію, а 45% інтегрували її в свої основні бізнес-практики. У Німеччині, де CSR вже давно є частиною бізнесу, менеджери приділяють більше уваги інвестиціям у місцеві громади та зменшенню викидів, що відображає глибше впровадження екологічних ініціатив. 75% відсотків компаній мають формалізовану CSR-стратегію, а 62% інтегрували CSR в свої бізнес-практики.

Порівняльний аналіз дозволив виділити спільні риси та відмінності у підходах до CSR у двох країнах, підкреслюючи важливість менеджменту у формуванні сталого та екологічно відповідального бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Чайкіна А., Ревіна М. Впровадження екологічного менеджменту на підприємствах машинобудівної галузі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 24. С. 113–117.
2. Бродович Ю., Бродович В. Екологічна відповідальність у сучасному бізнесі: стратегії раціонального використання природних ресурсів. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69.
3. European Commission. (2019). The European Green Deal. URL: https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN (дата звернення: 10.05.2025).
4. United Nations Climate Change Conference. (2021, 18 November). COP26: aims, goals and progress. https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/LLN-2021-0031/LLN-2021-0031.pdf (дата звернення: 10.05.2025).
5. Pol′s′ki kompaniyi z pererobnoyi promyslovosti stvoryuyut′ innovatsiyi v mizhnarodnomu masshtabi. Aquila24: веб-сайт. URL: https://aquila24.pl/23217 (дата звернення: 11.05.2025).
6. Чи готові компанії в Польщі до обов'язку звітувати про ESG? Solidarnosc: веб-сайт. URL: https://solidarnosc.gda.pl/social-dialogue-key-to-development/social-dialogue-key-to-development-questions-answers/are-companies-in-poland-ready-for-the-obligation-to-report-esg-environment-social-and-corporate-governance/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 11.05.2025).
7. Боришев С. Відповідальний бізнес. *Grupa Boryszew*: веб-сайт URL: https://www.boryszew.com.pl/en/odpowiedzialny-biznes/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 11.05.2025).
8. Новаторські регенеративні ланцюги постачання. Chep.com: веб-сайт. URL: https://www.chep.com/pl/en/sustainability (дата звернення: 12.05.2025).
9. Лабазюк В. Дуальна система збору та утилізації відходів та відповідальність виробників за це. Чим корисний довід Німеччини? Хмельницька обласна рада: веб-сайт. URL:

https://km-oblrada.gov.ua/dualna-systema-zboru-ta-utylizacziyi-vidhodiv-ta-vidpovidalnist-vyrobnykiv-za-cze-chym-korysnyj-dosvid-nimechchyny/ (дата звернення: 11.05.2025).

10. Beier, G., Kiefer, J., & Knopf, J. Potentials of big data for corporate environmental management: A case study from the German automotive industry. *Journal of Industrial Ecology*. 2022. №26(1), с. 336-349. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jiec.13062 (дата звернення: 12.05.2025).

11. Werner & Mertz. (n.d.). Environmental responsibility. URL https://en.wikipedia.org/wiki/Werner_%26_Mertz (дата звернення: 13.05.2025).

12. Steger, T. (n.d.). The key to organizational democracy and corporate sustainability? The role of employee shareholder associations in German listed companies. *Business and Society Review*. URL https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/basr.12350 (дата звернення: 13.05.2025).

Sup-бордінг як приклад практики сталого розвитку в готельному бізнесі

***Володимир Поколодний*[1]**

Підприємства готельного господарства є невід'ємною частиною туристського сектору і тому проблематика та запровадження практик сталого розвитку напряму торкаються кожне таке підприємство. Звісно, що масштаби діяльності в цьому напряму для різних типів і головне розмірів готельних закладів можуть значно різниться. Зокрема, це обумовлене як технологічними можливостями для реалізації певних проектів так і тими розмірами коштів які підприємства має можливість інвестувати в розвиток принципів і умов сталості власного існування.

В даних тезах ми розглянемо як варіант запровадження практик сталого розвитку для готельного підприємства – організації додаткової послуги в готелі на прикладі SUP-бордінгу.

SUP-бординг або SUP-серфінг (Stand Up Paddleboarding) – це один з варіантів водного спорту, який являє собою веслування на спеціальній дошці, що називається сап дошка або сапборд (SUP board), за допомогою весла [1]. Такий вид рекреаційних занять стає дедалі популярним серед споживачів і не потребує ані спеціальних спортивних навичок чи підготовки, доступний широкому колу спрживачів практично без обмежень та може буди здійснений на різних водних об'єктах- моря, водосховища, озера, річки з небурхливою течією.

Запровадження заняття SUP (Stand Up Paddle) бордінгом як додаткової послуги в готелі є яскравим прикладом впровадження принципів сталого розвитку в сфері гостинності. Ця активність не лише розширює спектр рекреаційних можливостей для гостей, але й гармонійно поєднується з екологічними, соціальними та економічними аспектами сталого розвитку.

1. Екологічна сталість. SUP-бордінг - це вид активного відпочинку, який не потребує використання моторних засобів або пального. Це означає відсутність шкідливих викидів у навколишнє середовище, що знижує негативний вплив на екосистему водойм. До того ж, заохочення гостей до участі в таких активностях сприяє формуванню екосвідомості – готель може супроводжувати заняття інформацією про охорону довкілля, біорізноманіття або очищення водойм.

2. Соціальна відповідальність. SUP-бордінг – інклюзивна активність, доступна для людей різного віку та фізичної підготовки. Готель має залучати до її здійснення місцевих інструкторів і співпрацювати з місцевими громадами, даючи зайнятість, що стимулює розвиток локальної економіки. Крім того, через спільні екологічні ініціативи (наприклад, SUP-клуби для прибирання берегів) можна формувати соціально активне співтовариство довкола готелю.

[1] *Поколодний Володимир Володимирович* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 3 курс, спеціальність J2 Готельно-ресторанна справа та кейтиринг, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, м. Харків, Україна, e-mail: vpokolodny@gmail.com.

3. Економічна ефективність. З фінансової точки зору SUP-бордінг є вигідною інвестицією. Витрати на обладнання відносно низькі, а його обслуговування не потребує значних ресурсів. Ця послуга може стати додатковим джерелом доходу, особливо в теплий сезон, і зробити готель більш привабливим для туристів, які шукають екологічний та активний відпочинок. Це підвищує конкурентоспроможність готелю на ринку сталого туризму.

4. Позиціювання бренду. Впровадження SUP-бордінгу як частини концепції сталого розвитку дозволяє готелю підкреслити свою екологічну відповідальність. Це може бути відображено у маркетингових матеріалах, сертифікації (наприклад, Green Key, Travelife) або участі в екотпрграмах програмах. Такий підхід приваблює гостей, які цінують усвідомлений стиль життя та відповідальне споживання.

Сьогодні існує кілька основних різновидів SUP-дошок, що відрізняються формою, розмірами та призначенням. Більшість сучасних SUP-бордів виготовляються у надувному варіанті (PVC із технологією drop-stitch), що зручно для зберігання і транспортування. Є також жорсткі (композитні) дошки з епоксидної смоли, пластику або карбону, які краще тримають форму і швидкість, але менш мобільні. Виробниками з усього світу представлений широкий вибір – від бюджетних китайських до преміум-брендів [1; 2].

Для організації даної додаткової послуги в готелі необхідно здійснити низку послідовних дій.

1. Закупівля обладнання. Придбати SUP-дошки, весла, рятувальні жилети, страхувальні шнури (leash), насоси все в комлекті.

2. Облаштування зони зберігання інвентарю. Виділити зручне місце на території готелю. Поставити стенд з інструкцією та правилами безпеки.

3. Найм персоналу та розробка правил обслуговування. Розробити скрипти обслуговування клієнтів. Розробка правил та інструктажу. Створення короткої інструкції з безпечного користування. Підготувати зразки інформування для гостей (буклети, таблички, оголошення). Запровадити систему підпису інформованої згоди перед орендою. Створити систему обліку спорядження (наприклад, журнали видачі або електронну форму).

4. Розробка послуг і тарифів. Скласти перелік пропозицій: оренда дошки, індивідуальні уроки, групові прогулянки, SUP – екскурсії узбережжям. Встановити ціни та розробити тарифні пропозиції наприклад такого змісту: «Сімейний SUP», «Романтична прогулянка», «SUP – екскурсія». Окремо можна організовувати події на SUP – заходи на світанку чи заході сонця, SUP-марафони або навіть змагання для гостей.

5. Інтеграція в готельний сервіс. Додати SUP-серфінг до списку послуг на всіх ресурсах готелю, подати рекламу на місцевому рівні безпосередньо в зонах локалізації відпочиваючих.

Опанувати користування SUP-дошкою нескладно – навіть діти та новачки без досвіду у водному спорті легко засвоюють основи. Зазвичай вступне заняття триває 15-30 хвилин і охоплює кілька етапів [1, 3, 4]:

1. Ознайомлення з правилами безпеки: фахівець пояснює важливість

використання жилета, дії при падінні у воду, обмеження зони для катання та інші заходи безпеки.

2. Теоретична підготовка на суші: демонструють правильне тримання весла, техніку вставання на дошку, положення тіла, основи веслування та поворотів. Часто проводиться коротке тренування на березі.

3. Перший вихід на воду: новачок пробує катання, починаючи з позиції на колінах. Тренер підтримує дошку або знаходиться поруч на окремій SUP-дошці. Коли учень відчуває стійкість, його навчають вставати та гребти стоячи. Під час перших хвилин інструктор коригує помилки у положенні корпусу та техніці.

4. Відпрацювання рухів: учасник тренується поблизу берега, вчиться маневрувати та гальмувати. Інструктор підказує, як покращити гребки, допомагає у випадку падіння та навчає поверненню на дошку.

Зазвичай одного уроку достатньо, аби опанувати користування дошкою. Готелю доцільно пропонувати короткий вступний інструктаж безкоштовно або за символічну плату при оренді спорядження. Інструктор не тільки проводить заняття, а й контролює ситуацію на воді, організовує прогулянки та екскурсії для туристів.

Забезпечення безпеки споживачів на сапбордах:

– Рятувальні засоби: обов’язково слід використовувати рятувальний жилет (особливо новачкам та дітям). Навіть попри спокійну воду, це гарантія безпеки при випадковому падінні у воду, зокрема на глибині.

– Погодні зміни: організаторам та інструкторам необхідно стежити за прогнозом погоди. При наближенні грози чи сильного вітру варто якнайшвидше вертатися до берега. За грози бажано взагалі не виходити на воду.

– Вітер і хвилі: у вітряну погоду може бути складно веслувати проти вітру. Рекомендується планувати маршрут так, щоб віддалятися від базового берега проти вітру, а вертатися – по вітру (це полегшить шлях назад у разі втоми). При посиленні хвиль (0,5 м і більше) новачкам краще залишитися ближче до берега, де хвиля менша.

– Температура води: на початку і наприкінці сезону вода прохолодна, тому бажано кататися у гідрокостюмі або обмежувати час перебування у воді (у разі падіння швидко вибиратися). В розпал літа температура води комфортна, проте тривале перебування у воді (>60 хв.) навіть при +20 °C може призвести до переохолодження.

– Навігація: водні об’єкти здебільшого досить великі, тому, вирушаючи далеко від берега, варто мати при собі засоби зв’язку (мобільний телефон у водонепроникному чохлі). Орієнтирами можуть служити острови та різні об’єкти вздовж берегів. В туман чи вночі виходити на сапборді на не слід через ризик дезорієнтації.

– Інші користувачі водойми: в сезон на водних об’єктах можуть бути човни, катамарани, байдарки. Сапбордистам слід тримати безпечну відстань та одягати яскравий одяг/рятувальні жилети для видимості. Також варто остерігатися зон купання людей, не наближатися до них на великій швидкості.

Дотримання цих рекомендацій забезпечить безпеку для даної послуги з боку

готелю. На користь запровадження даної додаткової послуги свідчить широке коло потенційних споживачів перелік яких представлений на рис. 1.

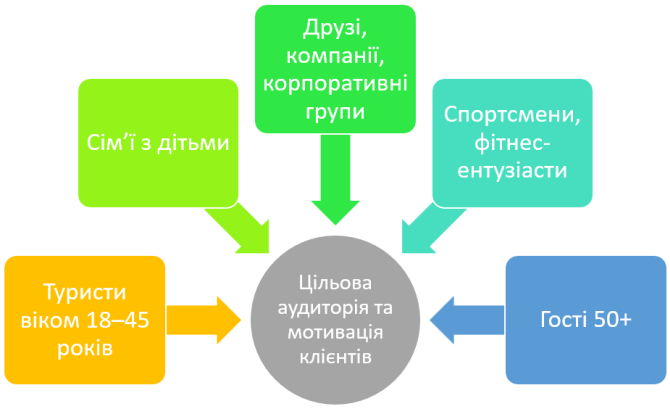


Рисунок 1 – Потенційні споживачі послуг SUP-бордінгу в готелі

Крім того SUP-бордингу має значний позитивний вплив на фізичне та емоційне здоров'я. Веслування в стоячому положенні забезпечує всебічне навантаження: одночасно активізуються м'язи нижніх кінцівок, черевного преса, спини, плечового пояса та рук. Для підтримання рівноваги постійно задіюються стабілізуючі м'язи, що сприяє зміцненню корпусу. Регулярні заняття допомагають розвивати координацію, витривалість і тримати тіло у формі.

При цьому навантаження на опорно-руховий апарат залишається щадним: на відміну від бігу, рух на воді плавний, що мінімізує ризик перевантажень [3]. SUP має потужний психотерапевтичний ефект. Спокійна атмосфера водойми, свіже повітря й природні пейзажі знижують рівень тривожності та сприяють емоційному розвантаженню. SUP асоціюється з «blue mind» – ментальним станом спокою та зосередженості, який виникає під час контакту з водною стихією [3; 4]. Крім того, SUP – бординг має соціальну складову: спільне катання з близькими зміцнює стосунки, дарує спільні яскраві моменти. Для багатьох це джерело нових вражень, виклик і одночасно – спосіб досягти внутрішнього балансу. Від перших успіхів на дошці до споглядання природи з незвичного ракурсу – усе це формує впевненість у собі та приносить справжнє задоволення.

Таким чином, SUP – бордінг це така стала додаткова готельна послуга яка дозволяє підтримувати фізичну форму та ментального здоров'я, доступна широкому колу споживачів і відрізняється незначними капіталовкладеннями та нескладною організацією.

Список використаних джерел:

1. SUP дошки та аксесуари. Інтернет магазин Priliv. URL: https://priliv-new.com.ua/ua/g126978717-sup-doski-aksessuary (дата звернення: 27.04.2025).
2. SUP Boards Types and Differences. Bluefin SUP Guide. URL:https://bluefinsupboards.com/blogs/news/types-of-sup-boards (дата звернення: 27.04.2025).
3. Вплив водних видів спорту на психофізичний стан людини // Наукові записки Університету «КРОК». – 2020. – №3(59). – С. 112–118.
4. Ігнатенко М. Сапбординг як засіб активного туризму в Україні // Актуальні питання рекреації та туризму. – 2022. – №4. – С. 55–60.

Трансформація глобальних ритейлерів у відповідь на кліматичні виклики: європейський досвід та настанови для України

***Ірина Приварникова*[1]**

Сучасні кліматичні виклики змушують бізнес переглядати підходи до ведення господарської діяльності, особливо в секторах із великим екологічним слідом, зокрема у сфері ритейлу. Глобальні ритейлери є не лише логістичним та торговим інструментом, а й потужним каталізатором системних змін, впливаючи як на виробників, так і на мільйони споживачів.

Дослідження звіту EU Business & Biodiversity Platform (2025) [1], а також прикладів Decathlon, Lidl, Apeel і інших транснаціональних компаній, які вже ініціювали інтеграцію кліматичної відповідальності у свої бізнес-моделі, надає можливість не тільки проаналізувати успішні європейські кейси, а й сформулювати можливі уроки для українських торгових мереж.

Ритейл-компанії, особливо ті, що мають глобальну присутність, грають значну роль у кліматичному порядку денному та постійно працюють над посиленням стратегічної позиції між виробниками і споживачами. Ці компанії можуть формувати попит на сталу продукцію, впливати на виробничі стандарти, впроваджувати екологічні інновації та формувати культуру відповідального споживання [1]. У аналізованому звіті наголошується: ритейл відповідальний не лише за прямі викиди (Scope 1 і 2), а й за значну частку непрямих – у виробництві, логістиці, упаковці, утилізації (Scope 3) [1].

До ключових викликів, що стимулюють трансформацію глобальних компаній у відповідь на кліматичні виклики, можна віднести, по-перше, зміну регуляторного поля. Так, у ЄС набувають чинності нові зобов'язання щодо корпоративної сталості – зокрема, Директива CSRD та стандарт ESRS E4, які зобов’язують великі компанії звітувати про вплив на біорізноманіття і надавати плани переходу до nature-positive моделі [1]. По-друге – це очікування інвесторів і споживачів. За даними опитування World Business Council for Sustainable Development, 79% споживачів у Німеччині та 97% у Франції у 2024 році заявили, що знайомі з терміном «біорізноманіття», і понад половина вважає його збереження критично важливим [1]. Попри зацікавлення, споживачі залишаються чутливими до ціни і це створює парадокс сталого попиту без готовності до вищої вартості.

Незважаючи на виклики, глобальні європейські ритейлори надають приклади успішних трансформацій та показують вдалий досвід долання

[1] *Приварникова Ірина Юліївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і міжнародного менеджмента, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: privarnikova.irina@gmail.com.

кліматичних викликів та знаходження балансу між екологічними нововведеннями та їх економічною доцільністю.

Так, французький ритейлер Decathlon наголошує, що його діяльність має значний вплив на довкілля, на ігрові майданчики, і тому прагне і взяв на себе зобов'язання досягти нульового рівня викидів парникових газів у всьому ланцюжку створення вартості до 2050 року [9]. Починаючи з 1976 року по теперішній час Decathlon інтегрує біорізноманіття в глобальну стратегію, реалізує комплексний перехід до стійкого розвитку, що включає щорічну оцінку впливу на біорізноманіття, аналіз ризиків у ланцюгах постачання та встановлення цілей з відновлення природи [1]. Ця компанія виявила, що вирощування бавовни для спортивного одягу має високий негативний вплив на ґрунти та водні ресурси. У відповідь на такий вплив вона почала фінансувати фермерські ініціативи зі збереження ґрунтів та зниження використання пестицидів [1].

Інші корпорації Lidl і GlobalG.A.P. активно підтримують стале фермерство. Німецький ритейлер Lidl разом із GlobalG.A.P. розробив спеціальну надбудову до аграрного стандарту – «Biodiversity Add-On», яка дозволяє фермерам оцінювати вплив їхніх методів на природу та складати плани з відновлення біорізноманіття [1]. Практичний результат – фермери отримують зворотний зв'язок про свої дії, а Lidl формує екологічно орієнтований ланцюг постачання з кращою відстежуваністю.

Можна відмітити також і циркулярне рішення проти харчових втрат, що отримало назву Apeel. Apeel Sciences – це іноваційне рішення, яке представляє їстівне рослинне покриття, що подовжує термін зберігання фруктів і овочів без використання пластику. Стартап Apeel Sciences започаткований компанією Apeel створює захисну плівку на основі ліпідів, які добуваються з тих самих фруктів і овочів, що підлягають обробці. Цей водорозчинний засіб подовжує свіжість продуктів, зменшуючи окислення та втрату вологи на всіх етапах – від полиці магазину до домогосподарства. Точний склад формули компанія не розголошує. Оброблені Apeel продукти вже доступні на ринку США в мережах Kroger і і Harps, а також у Європі – зокрема в данських супермаркетах Salling Group. Крім того, компанія має контракт на постачання з більш ніж 11 тисячами магазинів Edeka у Німеччині [8]. Ця інновація дозволяє ритейлерам зменшити кількість списаних продуктів, відмовитися від плівкової упаковки, зменшити викиди CO_2 через оптимізовану логістику [1]. У 2023 році Tesco у Великобританії протестувала Apeel для авокадо й мандаринів, досягши значного скорочення харчових відходів на етапі роздрібної торгівлі [1].

Разом з тим, навіть у розвинутих торгових мереж ще наявні бар'єри на шляху трансформації. Аналізований звіт вказує на наявність таких перешкод, як складність вимірювання впливу на природу через локальність біорізноманіття, відсутність єдиної термінології в різних секторах, недовіра споживачів до "зелених" заяв брендів, недостатня кількість даних від малих постачальників [1].

Попри перелічені перешкоди, виявлений досвід є корисним для українських корпорацій. Спираючись на європейський досвід, для вітчизняних ритейлорів можуть стати у нагоді такі наративи.

1 .Формувати екологічну звітність. Українським ритейлерам доцільно вже сьогодні починати оцінювати вплив власної діяльності на природу, аналізувати ланцюги постачання з точки зору сталості, готуватися до євроінтеграційних вимог щодо звітності.

2 Стимулювати фермерів. Українські продовольчі мережі можуть відіграти роль акселераторів сталого фермерства, фінансуючи сертифікацію та підтримуючи агровиробників у переході на екологічні практики (наприклад, агролісівництво, сидерати, зменшення обробітку ґрунту).

5.3 Впроваджувати технології. Українські ритейлери можуть адаптувати рішення типу Apeel, або інвестувати в AI-модулі прогнозування попиту для зниження харчових втрат у магазинах.

Отже, досвід провідних європейських компаній демонструє, що економічно доцільна. Успішна інтеграція біорізноманіття, зменшення харчових втрат, інноваційне пакування та підтримка постачальників дозволяють ритейлерам не лише відповідати регуляторним вимогам, а й отримувати конкурентні переваги. Україна має всі передумови, щоб не лише перейняти, а й масштабувати ці практики з урахуванням локального контексту.

Список використаних джерел:

1. Платформа ЄС з питань бізнесу та біорізноманіття (2025). *Секторальний спринт 2024: Як розблокувати природопозитивну трансформацію в секторі роздрібної торгівлі продуктами харчування?* [PDF]

2. TNFD (2023). *Керівництво щодо визначення та оцінки питань, пов'язаних з природою: підхід LEAP* .

3. Барометр біорізноманіття UEBT (2024).

4. WWF (2023). *Природа в планах переходу: чому і як?*

5. Фонд Еллен Макартур (2021). *Великий редизайн продуктів харчування* .

6. Європейська Комісія (2025). *Бачення розвитку сільського господарства та продовольства* .

7. Всесвітня бізнес-рада зі сталого розвитку (2024).

8. Стартап Apeel Sciences збільшив термін зберігання овочів і фруктів. URL: https://hmarochos.kiev.ua/2020/11/11/startap-apeel-sciences-zbilshyv-termin-zberigannya-ovochiv-i-fruktiv/

9. How we play sustainability (2025). URL: https://sustainability.decathlon.com/

10. Матеріали круглого столу «Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності», 16.05.2023 р., м. Дніпро. Укладачі: І.Ю.Приварникова, О.А.Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. 232 с. DOI: 10.15421/conf.2023.01

Екологізація територій готельних підприємств: впровадження сталих практик озеленення

***Ольга Радіонова*[1]**

Аналіз сучасних тенденцій розвитку глобальної індустрії гостинності свідчить про зростаючу популярність екологічно чистих засобів розміщення. Згідно з актуальними дослідженнями, туристи дедалі частіше надають перевагу об'єктам, які впроваджують екологічно відповідальні рішення, та готові оплачувати додаткові витрати за отримання екологічно сертифікованих продуктів і послуг, що зумовлює зростаючу актуальність екоорієнтованого розвитку у сфері гостинності.

Відповідність готельних підприємств принципам сталого розвитку сьогодні вимагає дотримання широкого спектру критеріїв, серед яких енергоефективність, використання екосистемної архітектури, впровадження роздільного збору відходів та застосування біологічних систем очищення води й повітря. Тенденція до екологізації готельного бізнесу має стійкий характер і не є короткочасною модою. Перші екологічно орієнтовані готелі з’явилися у США, Німеччині та Великій Британії наприкінці 1980-х років. За понад тридцять років їх технічне оснащення істотно еволюціонувало, від встановлення сонячних панелей та систем збору дощової води до впровадження вітрових і гідроенергетичних установок, високоефективних систем водоочищення, автоматизованих іригаційних систем та комплексних програм з перероблення відходів. На сучасному етапі екотехнології інтегровані у всі етапи перебування гостей у готелі – від заселення до виїзду.

Варто зазначити, що наявність у назві готелю префіксу «еко-» не завжди гарантує відповідність міжнародним стандартам екологічної сертифікації. Розташування об'єкта в екологічно чистій зоні, хоча й є важливою перевагою, не є достатнім критерієм для отримання відповідних сертифікатів. Міжнародні програми сертифікації вимагають системного впровадження сучасних екологічних технологій та практик, спрямованих на гармонізацію взаємодії людини і природи, а також на створення безпечного, екологічно чистого середовища для гостей.

В сучасному світі важливо не просто не забруднювати, а відновлювати навколишнє середовище. Перспективним є реалізація принципів сталого розвитку через озеленення готельних територій. Раціональне використання природних ресурсів, створення сприятливого мікроклімату та забезпечення екологічної безпеки гостей вимагають впровадження інноваційних, науково обґрунтованих практик озеленення.

1. Використання автохтонної флори. Однією з провідних практик є

[1] *Радіонова Ольга Миколаївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, м. Харків, Україна.

озеленення територій із застосуванням місцевих (автохтонних) видів рослин. Такий підхід забезпечує мінімальні потреби у водних та поживних ресурсах, високу стійкість до місцевих кліматичних умов і сприяє збереженню біорізноманіття. Готельна мережа Six Senses Hotels Resorts Spas активно впроваджує концепцію "органічних садів", де вирощуються місцеві рослини, пристосовані до природного середовища. Завдяки цьому знижуються витрати на догляд та полив, що підтримує екологічну рівновагу [1].

2. Інтеграція зелених дахів та вертикальних садів. Зелені дахи та стіни сприяють зниженню температури будівель, покращенню теплоізоляції, затримці дощових вод і підвищенню естетичної привабливості об'єктів. Hotel Verde у Кейптауні є одним із перших готелів в Африці, що сертифікований за стандартами LEED на платиновому рівні. Комплекс має розвинену систему зелених дахів і вертикальних садів, що сприяють енергоефективності та поліпшенню якості навколишнього середовища [2].

3. Використання органічних добрив і природних мінералів. Одним із сучасних трендів є відмова від хімічних добрив на користь органічних матеріалів, таких як компост, мульча і базальтове борошно.

Саме правильний вибір засобів догляду за рослинністю має вирішальне значення для створення екологічного, комфортного та безпечного простору для гостей і персоналу. Адже, традиційні хімічні добрива, що використовувалися для стимулювання росту рослин, мають серйозні негативні наслідки:

– забруднення повітря і води. Хімікати можуть випаровуватися або потрапляти до ґрунтових вод, забруднюючи їх;

– накопичення токсичних речовин. Поверхня рослин і ґрунт стають джерелами потенційної небезпеки для здоров’я людей.

– алергічні реакції. У гостей можуть виникати алергії або подразнення через контакт з обробленими рослинами чи вдихання залишків добрив.

– загострення хронічних хвороб. Хімічні речовини можуть погіршити стан здоров'я людей із захворюваннями дихальних шляхів, серця або шкіри.

– негативний вплив на екосистему. Хімікати шкодять місцевій флорі та фауні, зменшуючи біорізноманіття.

У готельних комплексах, де головною метою є забезпечення відпочинку, релаксації та безпеки, ризики, пов'язані з використанням хімічних добрив, є абсолютно неприпустимими.

Впровадження органічних добрив та природних матеріалів (базальтове борошно), має істотні переваги:

– екологічна безпека. Органічні добрива не містять шкідливих хімічних сполук, безпечні для людей, тварин і навколишнього середовища.

– збереження здоров’я гостей. Виключення ризиків виникнення алергій, подразнень чи інших негативних реакцій.

– підтримка природних процесів. Органічні добрива стимулюють природні механізми росту рослин без порушення екосистем.

– позитивне сприйняття бренду. Гості, особливо сім’ї з дітьми, активно відзначають екологічність середовища як важливий критерій вибору готелю.

– відповідність сертифікаційним стандартам. Застосування органічних матеріалів полегшує отримання міжнародних екологічних сертифікатів.

Використання базальтового борошна як природного мінерального добрива дозволяє готельним комплексам [3]:

– Покращити якість ґрунтів без використання хімікатів.

– Сприяти фіксації вуглецю, тим самим знижуючи вуглецевий слід діяльності. Що сьогодні є важливим аспектом ведення готельного бізнесу, і сучасним трендом, так велика мережа Radisson Hotel Group оголосила, що збирається стати вуглецево нейтральною до 2050 року.

– Забезпечити довготривалу родючість озелененої території без необхідності регулярного внесення агресивних речовин.

– Створити загальну екологічну безпеку території.

Soneva Fushi на Мальдівах використовує натуральні добрива для підтримки біорізноманіття, зокрема базальтове борошно для покращення ґрунтів у садах і зелених зонах готелю [4].

4. Створення квіткових луків та природних газонів. Заміна традиційних газонів на квіткові луки дозволяє значно скоротити споживання води і зменшити потребу в обслуговуванні. Такі природні ландшафти підтримують популяції запилювачів і збагачують локальну екосистему.

Готельні комплекси Six Senses у різних регіонах активно впроваджують концепцію природних квіткових луків замість традиційних газонів, тим самим створюючи умови для розвитку місцевої фауни [1].

5. Використання систем раціонального поливу. Крапельне зрошення, системи збору дощової води та сенсорне управління поливом дозволяють значно зменшити споживання води й запобігти ерозії ґрунту.

У готелі Hotel Verde впроваджено системи збору та фільтрації дощової води для подальшого використання в іригаційних мережах [2] .

Сталий розвиток готельних підприємств неможливий без впровадження екологічно обґрунтованих практик озеленення територій. Застосування місцевих рослин, органічних добрив, створення зелених дахів і біоозер, а також впровадження систем раціонального використання ресурсів забезпечують не лише екологічну безпеку, але й зміцнюють конкурентоспроможність готельних підприємств. Приклади успішної реалізації зазначених підходів у світовій практиці доводять, що відповідальне ставлення до природних ресурсів сприяє довгостроковій стійкості й підвищенню привабливості туристичних об'єктів.

Список використаних джерел:

1. Six Senses Hotels Resorts Spas. Sustainability Initiatives. URL: https://www.sixsenses.com/en/sustainability (дата звернення: 03.05.2025).

2. Hotel Verde Cape Town. Green Story. URL: https://www.verdehotels.com/capetown/green-story/ (дата звернення: 25.04.2025).

3. Геодар. Базальтове борошно. URL: https://geodar.info/ (дата звернення: 06.05.2025).

4. Soneva Fushi. Sustainability and Stewardship. URL: https://soneva.com/sustainability-and-stewardship/ (дата звернення: 03.05.2025).

Трансформація ринків та ланцюгів постачання під впливом Європейської зеленої угоди: наслідки для менеджмента високих технологій

***Марк Сердюков*[1, 2]**

Сьогодні світ перебуває на порозі великої екологічної та економічної трансформації. Європейська зелена угода, прийнята у 2019 р., стала потужним каталізатором змін, які вже докорінно трансформують не лише ринки та ланцюги постачання, а й підходи до менеджменту, особливо у сфері високих технологій. Вона виникла як відповідь на загострення кліматичної кризи, деградацію довкілля, зростаючий суспільний та інвестиційний тиск, а також необхідність нової моделі економічного зростання, стійкої та циркулярної. Вона встановлює амбітні кліматичні цілі до 2030 та 2050 рр, включаючи зниження викидів парникових газів на 55 % до 2030 р. і кліматичну нейтральність до 2050 р., а також просуває відновлювану енергетику, енергоефективність, зелену мобільність, сталу аграрну політику та захист біорізноманіття. Для бізнесу ЄЗУ означає нові регуляторні стандарти, фінансові стимули через «зелені» інструменти та фундаментальні зміни в управлінських процесах, спрямовані на досягнення Scientific Based Targets і ESG комплаєнсу[1]. Тому актуальним є подальше дослідження причин виникнення Європейської зеленої угоди, визначення її впливу на ринки та ланцюги постачання, аналіз наслідків як для ринків, так і для менеджменту високих технологій.

Європейська зелена угода – це реакція на кліматичні проблеми, які стало складно ігнорувати. Серед ключових фактів: 2024 р. став найтеплішим за всю історію спостережень. Як зазначає The Guardian: за останні десять років, кожен рік входив у топ-10 найтепліших, а 12 місячний період (липень 2023 – червень 2024) утримував перевищення 1,5 °C на рівні 1,64 °C [2]. Ці тенденції супроводжуються зростанням частоти та інтенсивності повеней, посух, лісових пожеж і штормів, що не лише руйнують екосистеми, а й посилюють соціально-економічні ризики, спонукаючи європейські компанії дедалі активніше лобіювати кліматичні ініціативи. 70–90 % тропічних коралових рифів уже зазнали сильних стресових впливів через підвищення температури води до 1,5 °C і вище [2]. Підвищення глобальної температури стає каталізатором нових соціально-економічних ризиків, зокрема повені, посухи та шторми, які призвели до найвищого рівня переміщень людей за останні 16 років. За 2024 р. було зафіксовано принаймні 151 «безпрецедентну» екстремальну подію. Водночас

[1] *Сердюков Марк Віталійович* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: serdiukov_m@365.dnu.edu.ua.

[2] Науковий керівник – *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

океани досягли найвищих температур за всю історію спостережень, що сприяло масовому таненню льодовиків і підвищенню рівня моря. Зміни клімату безпосередньо вплинули на глобальні продовольчі ланцюги, погіршивши продовольчі кризи в багатьох регіонах і призвели до зниження врожайності. Економічні збитки від цих явищ оцінюються мільярдами доларів через руйнування житла, інфраструктури, втрати виробництва та витрати на відновлення [3].

З огляду на ці данні, тривогу б'ють не тільки Європейські лідери, а й бізнес-корпорації. Понад 23% великих європейських корпорацій вже лобіюють посилення кліматичних політик, що вчетверо більше, ніж у 2019 р.. Бізнес став більше адаптувати ланцюги постачання, інвестувати в green R&D та «зелені» фінансові інструменти, щоб зменшити вразливість до екстремальних кліматичних ризиків [2]. Тому Європейська зелена угода – необхідний захід, для збереження нашої планет. Однак із прийняттям даної угоди, бізнес повинен прийняти нові правила постачання, утилізації відходів, та змінити традиційні методи на екологічні. Щоб розуміти, що і як саме потрібно змінювати, треба розібратися, що саме включає в себе така угода. Європейська зелена угода (IP 19/6691), представлена 11 грудня 2019 р., встановлює план дій із досягнення кліматичної нейтральності до 2050 р. та проміжної мети – скорочення викидів щонайменше на 50–55 % до 2030 р. порівняно з рівнем 1990 р.. Для реалізації цих цілей необхідно мобілізувати приблизно €260 млрд. додаткових інвестицій щороку до 2030 р. і забезпечити загалом €1 трлн. сталих інвестицій упродовж наступного десятиліття. Основними інструментами фінансування є *План сталих інвестицій у Європі* («Sustainable Europe Investment Plan») та *Механізм справедливого переходу* (Just Transition Mechanism), які разом повинні забезпечити підтримку для найбільш уразливих регіонів і галузей економіки [4].

Зелена угода охоплює всі ключові сектори економіки: транспорт, енергетику, сільське господарство, будівництво та вуглецево інтенсивні галузі (сталь, цемент, ІКТ тощо), інтегруючи принципи циркулярної економіки й нульового забруднення. Енергетична стратегія передбачає довести частку відновлюваних джерел у загальному енергоспоживанні до мінімум 32,5 % до 2030 р. та поступово відмовитися від субсидій для викопного палива [4]. Також угода забов'язує впроваджувати механізм вуглецевого коригування на кордоні (Carbon Border Adjustment Mechanism) щоб запобігти вуглецевій «витоку» виробництва за межі ЄС і гарантувати рівні умови конкуренції для європейської промисловості. Також впроваджується перегляд систем торгівлі викидами (EU ETS) та створення окремої системи ETS для морського транспорту дозволять охопити близько 90 % викидів CO_2 у межах Союзу [4].

Також угода впроваджує нові будівельні стандарти, а саме пакет заходів із циркулярної економіки (Circular Economy Action Plan II), що вимагає, щоб усі нові будинки відповідали нульовим викидам вуглецю з 2030 р., а існуючі споруди оновлювалися із темпом не менше 3 % щороку для поліпшення енергоефективності. Також впроваджується стратегія стратегія «Від ферми до виделки» (Farm to Fork) [5]. У рамках цієї стратегії: комплекс заходів покликаний

забезпечити внесок аграрного, рибного та харчового секторів у мету кліматичної нейтральності до 2050 р.; виробництво, переробка, пакування та транспортування їжі генерують значні викиди парникових газів, забруднення ґрунту, води та повітря, а також впливають на біорізноманіття. Поряд із регуляцією виробників, стратегією передбачено інформування споживачів для вибору здорових і сталих харчових продуктів [5].

Такі зміни потребують не тільки об'ємних інвестицій, а й зміни традиційних методів виробництва та постачання. Нові умови змушують підприємства змінювати підходи до виробництва, що тягне за собою значні економічні наслідки, які проявляються в обсягах інвестицій, темпах зростання ВВП, структурі зайнятості, конкурентоспроможності секторів та фінансових потоках.

За оцінками Єврокомісії, для виконання проміжних цілей до 2030 р. необхідно залучити додаткові €260 млрд. щороку, а загалом понад €1 трлн інвестицій протягом наступного десятиліття [4]. Sustainable Europe Investment Plan має залучити принаймні €1 трлн. публічних та приватних коштів за десять років для підтримки «зелених» проєктів. Це високе навантаження на економічний сектор Європи, ураховуючи уповільнення провідних економік Європейського союзу (Німеччина , Іспанія, Італія та інші). Однак існують виклики запровадження Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM), який з 2026 р. може збільшити вартість «вуглецевого податку» для окремих імпортних товарів у п'ять і більше разів. Прагнення уникнути високої ціни на вуглець призводить до переміщення частини виробництва за межі ЄС, що створює ризик зменшення європейських робочих місць і доходів від промисловості. Також розширюються вимоги до звітності, наприклад, CSRD змусить близько 50 000 компаній оприлюднювати й аудіювати дані за ESG KPI, що значно підвищує накладні витрати на внутрішні процеси й зовнішні аудити [6]. А через CSDDD та механізми розширеної відповідальності (EPR) виробники упаковки, акумуляторів, електроніки та іншої продукції мають оплачувати збір і переробку відходів. Ланцюги постачання також ускладнюються, оскільки впровадженні правила з екодизайну, Deforestation Regulation і Critical Raw Materials Act вимагають відстежувати походження сировини, що збільшує складність і вартість оплачуваних операцій [6].

Не дивлячись на такі виклики, PwC дослідження показують, що компанії, які активно використовують кліматичні можливості й керують ризиками, мають вищі фінансові показники, зокрема кращу маржу й швидше зростання виручки; Перші компанії, які інтегрують регуляторні сигнали Green Deal у стратегічне планування (вибір локацій, клієнтські пропозиції, R&D), зміцнюють позиції на ринку й виходять у лідери «чистих» сегментів. Компанії з високим ESG рейтингом отримують преференції у видачі green bonds та sustainability linked loans, що знижує вартість позик на 20–30 % порівняно зі звичайними кредитами. InvestEU та Innovation Fund відкривають можливості співфінансування для «чистих» інфраструктурних проєктів, що дозволяє мінімізувати капітальні витрати на масштабні R&D програми [6].

У менеджменті високих технологій зростає фокус на «чисті» технології, менеджмент перенаправляє R&D бюджети на водневі паливні елементи, біополімери й енергоефективні чипи, щоби відповідати пріоритетам Green Deal Industrial Plan і здобути гранти Innovation Fund у розмірі €40 млрд [6]. Також впроваджується ШІ-системи для застосування та прогнозування попиту енергоресурси, оптимізації енергоспоживання дата центрів та моніторингу викидів, хоча самі моделі AI потребують оцінки їхнього вуглецевого сліду, дослідження Sustainable AI Regulation підкреслює необхідність інтеграції «sustainability by design» принципів у розробку великих мовних моделей через їхній високий енергетичний апетит. Пропонується враховувати весь життєвий цикл AI системи - від добору даних до утилізації compute-інфраструктури - і встановлювати орієнтири для максимального використання відновлюваної енергії [7].

Висновки. Європейська зелена угода з'явилася не як нова бюрократична регуляція, а відповідь на екологічні виклики. Впровадження угоди потягло за собою зміни в економічному секторі: ріст інвестування , впровадження більш жорстоких перевірок якості та звітів щодо викидів та постачання товарів. Це призвело до трансформації як ринків так і менеджменту високих технологій: ринки повинні слідкувати за якістю товарів, які випускаються, або продаються, розроблювати «чисту» логістику та не використовувати «брудні» технології; високі технології впроваджуються саме для зменшення викидів CO_2 , та впровадження штучного інтелекту для аналізу та оптимізації енерговитрат.

Список використаних джерел:

1. 2050 long-term strategy URL: https://climate.ec.europa.eu/eu-action/climate-strategies-targets/2050-long-term-strategy_en?utm_source (дата звернення: 08.05.2025).

2. The Guardian URL: https://www.theguardian.com/environment/2025/may/14/european-firms-ramping-up-lobbying-for-climate-action-report-finds?utm_source

3. AP News URL: https://apnews.com/article/climate-change-united-nations-bb8e475cdaa3b3fb348f88276837d50e (дата звернення: 08.05.2025).

3. European Commission, Press Corner, IP 19/6691 (11 December 2019)URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/%20en/ip_19_6691?utm_source https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en?utm_source (дата звернення: 10.05.2025).

4. The EU Green Deal – a roadmap to sustainable economies URL: https://www.switchtogreen.eu/the-eu-green-deal-promoting-a-green-notable-circular-economy/?utm_source (дата звернення: 11.05.2025).

5. PwC URL: https://www.pwc.com/gx/en/issues/esg/eu-green-deal-reinvention.html?utm_source (дата звернення: 11.05.2025).

6. Sustainable AI Regulation URL: https://arxiv.org/abs/2306.00292?utm_source (дата звернення: 12.05.2025).

7. Джур О.Є. «Зелені рішення» у високотехнологічному секторі промисловості. Матеріали круглого столу «Зелені рішення як пріоритет корпоративної соціальної відповідальності», 16.05.2023 р., м. Дніпро. Укладачі: І.Ю. Приварникова, О.А. Зінченко. Дніпро: ДНУ, 2023. С.46-50. DOI: 10.15421/conf.2023.01. URL: https://www.researchgate.net/publication (дата звернення: 14.05.2025).

Європейські практики соціальної та екологічної відповідальності бізнесу в системі корпоративного управління: успішні кейси

Анастасія Сікалюк[1], Ольга Джур[2]

У сучасному світі питання відповідального ведення бізнесу набуло надзвичайної актуальності, особливо в контексті сталого розвитку, кліматичних змін та соціальної справедливості. Європейські країни, які активно впроваджують принципи Зеленої угоди та глобальних ініціатив сталого розвитку, дедалі більше інтегрують корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) у свої управлінські стратегії. Саме КСВ стає одним із базових компонентів системи корпоративного управління, що дозволяє компаніям не лише виконувати економічні цілі, а й відповідати на виклики екологічного та соціального характеру. Сьогодні компанії, які активно впроваджують стратегії КСВ, розглядаються як більш надійні, інноваційні та довготривало успішні у порівнянні з тими, що ігнорують ці аспекти. Такий підхід є ключовим у формуванні довіри споживачів, інвесторів і стейкхолдерів у широкому розумінні.

Управлінські рішення, прийняті в рамках корпоративного управління, безпосередньо впливають на здатність підприємств відповідати сучасним викликам. Інтеграція екологічного та соціального компонентів у загальну стратегію розвитку компаній дозволяє не лише підвищити ефективність діяльності, а й мінімізувати ризики, пов’язані з природними, правовими або репутаційними загрозами. Саме тому тема європейських практик КСВ у системі корпоративного управління є надзвичайно актуальною у світлі адаптації українських підприємств до європейських стандартів ведення бізнесу.

Корпоративна соціальна відповідальність у контексті управління підприємством визначається як система стратегічних заходів, спрямованих на гармонізацію інтересів бізнесу, суспільства та навколишнього середовища. Це не просто набір етичних принципів, а цілеспрямована політика, інтегрована у всі рівні управління – від стратегічного планування до щоденних операційних рішень. Сучасне європейське бачення КСВ відображається у ключових регуляторних документах, зокрема, в директиві CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), яка зобов’язує компанії розкривати нефінансову інформацію про свої соціальні, екологічні та управлінські (ESG) аспекти. Така звітність не

[1] *Сікалюк Анастасія Олександрівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Міжнародний менеджмент, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

лише демонструє прозорість, а й сприяє формуванню нової моделі відповідального бізнесу.

Практичне застосування КСВ в європейському бізнесі можна розглянути через успішні кейси провідних компаній, які зробили КСВ невід'ємною частиною корпоративного управління.

Компанія Unilever є одним із найяскравіших прикладів ефективного впровадження КСВ у стратегічну політику. Стратегія «Sustainable Living Plan», розроблена компанією, охоплює широке коло екологічних та соціальних ініціатив - зменшення споживання води, енергії, впровадження екологічного пакування, етичні ланцюги постачання. Управління цими процесами здійснюється на рівні ради директорів і має постійне аналітичне супроводження. Компанія відстежує понад 50 нефінансових індикаторів, які публікуються у відкритому звіті. Цей приклад свідчить, що КСВ - це не лише етика, а й інструмент підвищення ефективності бізнесу.

Компанія IKEA втілила у своїй діяльності принципи циркулярної економіки, що дозволяє максимально зменшити вплив на довкілля. Її стратегії передбачають використання вторинної сировини, продовження життєвого циклу продукції, використання лише FSC-сертифікованої деревини, запуск програм повторного використання товарів. Управління КСВ-проєктами здійснюється через спеціально створені департаменти сталого розвитку, які мають пряме підпорядкування виконавчому менеджменту. IKEA - приклад транснаціонального бізнесу, де корпоративне управління спирається на чітко структуровану екологічну політику.

Третій приклад - компанія Danone, яка активно практикує соціально орієнтований бізнес. Її стратегія включає партнерства з місцевими громадами, програму підтримки фермерських господарств, ініціативи щодо охорони здоров'я та харчування вразливих груп населення. Danone була першою міжнародною компанією, яка офіційно отримала статус «B Corporation», що підтверджує її соціальну відповідальність на глобальному рівні. Управлінські структури компанії побудовані з урахуванням впливу на суспільство, з чіткою внутрішньою системою звітності за соціальними показниками.

Узагальнюючи ці приклади, можна дійти висновку, що впровадження КСВ у систему корпоративного управління дозволяє досягти значних результатів не лише в контексті етики, а й у плані стратегічної конкурентоспроможності (табл. 1).

Таким чином, можна зробити висновок, що системне поєднання КСВ та корпоративного управління в європейських компаніях демонструє нову модель бізнесу - відповідального, сталого та орієнтованого на довгостроковий результат. Цей підхід є перспективним для адаптації в Україні, особливо в умовах інтеграції у європейський простір.

Корпоративне управління відіграє ключову роль у реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності, особливо в умовах трансформації глобального бізнес-середовища відповідно до вимог сталого розвитку.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика КСВ-підходів у компаніях Unilever, IKEA та Danone

Компанія	Основний фокус КСВ	Впроваджені ініціативи	Рівень управління КСВ	Результати
Unilever	Екологія та етика	Пакування, вода, енергія	Рада директорів	Зростання довіри, стійкість
IKEA	Екологія (циркулярна економіка)	Вторинна сировина, утилізація	Департамент сталого розвитку	Оптимізація ресурсів
Danone	Соціальна відповідальність	Громади, здоров'я, фермери	Соціальний відділ, B Corp	Соціальний імідж, партнерства

Рада директорів та вищий управлінський персонал (топменеджмент) виступають не лише як стратегічні координатори, а як гаранти відповідального підходу до екологічної та соціальної політики підприємства. Вони приймають рішення, що стосуються інтеграції ESG-критеріїв у стратегії розвитку, визначають напрями інвестування, формують організаційну культуру, яка підтримує сталий розвиток.

Важливим елементом є створення ефективної системи моніторингу та оцінювання результатів діяльності у сфері ESG. Більшість європейських компаній застосовують комплексні системи звітності, які охоплюють як кількісні, так і якісні показники: викиди CO_2, енергоспоживання, соціальний вплив проєктів, задоволеність персоналу, інклюзивність у кадровій політиці. Дані показники регулярно публікуються у звітах про сталий розвиток, які відповідають міжнародним стандартам – GRI (Global Reporting Initiative), SASB (Sustainability Accounting Standards Board), а з 2024 року – CSRD.

Не менш важливою складовою реалізації КСВ є внутрішні політики компанії (табл. 2). Вони включають етичні кодекси, які регулюють поведінку працівників та партнерів, політики щодо рівності, боротьби з дискримінацією, екологічного споживання. Навчання персоналу з питань КСВ, ESG та екологічної безпеки сприяє формуванню відповідального ставлення до ресурсів і суспільства. Крім того, сучасні системи мотивації включають нефінансові індикатори, що враховують внесок працівника у досягнення соціально-екологічних цілей компанії.

Таблиця 2 – Основні інструменти реалізації КСВ у системі корпоративного управління

Напрям	Інструменти	Вплив
Стратегічний	Рада директорів, ESG-стратегія, звіти CSRD	Визначення пріоритетів, контроль ризиків
Операційний	Департамент сталого розвитку, політики КСВ	Реалізація заходів, контроль процесів
Культурний	Етичні кодекси, навчання, HR-ESG ініціативи	Формування відповідального середовища

Попри успіхи, європейська система корпоративного управління зіштовхується з рядом викликів. Особливо вони відчутні у малих та середніх

підприємствах (МСП), які не завжди мають достатній ресурсний, фінансовий або кадровий потенціал для впровадження комплексних КСВ-програм. Крім того, на рівні ЄС поки що зберігається нестача уніфікованих вимог до нефінансової звітності для компаній з обігом нижче певного порогу, що створює дисбаланс у звітності та знижує рівень прозорості.

Складною залишається і проблема обліку нефінансових результатів: відсутність чітких методик, метрик і цифрової інфраструктури для аналізу впливу КСВ-ініціатив на ефективність бізнесу. Багато компаній змушені покладатися на зовнішні аудиторські організації або ж власноруч розробляти підходи до оцінювання, що ускладнює міжсекторальне порівняння результатів.

Для України особливо актуальним є завдання адаптації європейського досвіду до місцевих умов (табл. 3). Це передбачає:

- імплементацію стандартів CSRD у національне законодавство;
- розробку національних індикаторів оцінки ESG;
- стимулювання підприємств до розробки власних КСВ-стратегій шляхом податкових пільг або конкурсних переваг у держзакупівлях;
- посилення освітньої компоненти – інтеграцію принципів КСВ у навчальні програми економічних і управлінських спеціальностей.

Таблиця 3 – Рекомендації щодо адаптації європейського досвіду КСВ в Україні

Напрям	Рекомендації
Законодавчий	Імплементація CSRD, адаптація ESG-звітності
Освітній	Підготовка фахівців з КСВ, курси з ESG-аналітики
Інституційний	Створення національного центру ESG-компетенцій
Стимулювання	Державні пільги для КСВ-компаній

Підсумовуючи вищенаведене, слід зазначити, що європейські практики інтеграції корпоративної соціальної відповідальності у систему корпоративного управління демонструють високу ефективність та значний стратегічний потенціал. Вони дозволяють компаніям не лише виконувати свої зобов’язання перед суспільством та довкіллям, а й забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність, стійкість до ризиків і високий рівень довіри з боку стейкхолдерів.

Для українських компаній впровадження таких підходів є не лише нагальною потребою, але й необхідною умовою інтеграції у європейський економічний простір. Застосування принципів КСВ та ESG дозволить українському бізнесу відповідати сучасним викликам, підвищити якість управління, зміцнити міжнародну репутацію та забезпечити стійкий розвиток навіть в умовах нестабільності.

Список використаних джерел:

1. Джинджоян, В. В. Реалізація принципів корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств в контексті «Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» / В. В. Джинджоян // Наукові записки. – 2019. – № 1. – С. 120–125.

2. Погуда, Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку туристичного підприємства. *Економіка та держава*. – 2020. – № 2. – С. 45–49.

3. Герасимів, З. М. Соціальна відповідальність туристичного бізнесу / З. М. Герасимів // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «SOCIALLY COMPETENT MANAGEMENT OF CORPORATIONS IN BEHAVIORAL CONDITIONS ECONOMICS». 2021. С. 67–70.

4. Шульга, І. Ю. Сучасні підходи до реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. –2021. № 76. С. 112–116.

5. Колесник, О. А. Корпоративне управління: навч. посіб. / О. А. Колесник. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. 264 с.

6. European Commission. Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) (2023). URL: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

7. World Economic Forum. Global Risks Report 2023. WEF, 2023. 114 p. URL: https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2023/

8. Porter, M., & Kramer, M. Creating Shared Value. Harvard Business Review. 2011. Vol. 89, No. 1–2. P. 62–77.

9. Джур, О., Балачіна, Є. Особливості застосування стандартів Зеленої угоди на українських підприємствах. *Економіка та суспільство*, 2024, № 69. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-25

Управління «зеленим» офісом в контексті сталого розвитку

***Тетяна Смирнова*[1]**

Зелений офіс – це робочий простір, який дружелюбний і корисний для його користувачів, при цьому мінімізуючи його негативний вплив на навколишнє середовище. Зелені офісні простори часто включають спеціальні рішення, розроблені для зниження шкоди навколишньому середовищу і усунення бар'єрів на робочому місці ще на етапі проектування.

Сьогодні зелений офіс став важливим елементом організаційної культури відповідальних та інноваційних компаній. Ця тенденція, що зростає, показує, що турбота про навколишнє середовище і створення привабливого робочого місця для співробітників не обов'язково повинні бути просто привабливими гаслами. Натомість вони мають на увазі конкретні дії, які допомагають створити позитивний імідж бренду, покращити добробут співробітників і, зрештою, підвищити якість обслуговування та зростання бізнесу [1]. Поняття «зелений» офіс демонструє не тільки один з основних трендів розвитку соціальної відповідальності бізнесу, а й показує зміщення фокусу корпоративних комунікацій компаній виключно з внутрішніх проектів на зовнішні, більш глобальні.

«Зелений» офіс – це концепція управління організацією, яка базується на концепції 3R: reduction – зменшувати (споживання води, енергії, інших ресурсів); refinement – повторно використовувати (зменшення кількості відходів при роботі у офісному просторі); replacement – переробляти (закуповувати товари та послуги, які мінімізують вплив на довкілля, пропагувати більш ефективне використання транспорту в особистих і ділових цілях тощо) [2].

Мета «зеленого» офісу – зменшити негативний вплив діяльності компанії на навколишнє середовище і сприяти раціональному використанню ресурсів. Компанії, що реалізують свою діяльність відповідно до рекомендацій зеленого офісу, раціонально використовують ресурси та енергію, зменшують кількість відходів при роботі в офісних приміщеннях і покращують свою репутацію в очах споживачів, клієнтів і партнерів. Завдяки програмі «Зелений офіс» компанії не тільки публічно демонструють свою екологічну відповідальність, скорочуючи обсяги спожитих ресурсів та зменшуючи забруднення навколишнього середовища, а й отримують практичний зиск, такий, як зниження витрат на утримання офісу та покращення іміджу у відносинах із зацікавленими сторонами. Крім власного будинку, працівники проводять більшу частину часу в офісі. Практикуючи екологічне управління в офісі, можна досягти більш ефективного використання ресурсів та скорочення відходів, економити енергію та гроші, а також сприяти покращенню робочого середовища.

[1] *Смирнова Тетяна Анатоліївна* – старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: smyrnova_t@365.dnu.edu.ua.

Уважно вивчивши поточний щоденний процеси в офісі, легко можна виявити безліч креативних напрямків для створення механізму керування зеленим офісом. Наведемо певні з них:

1. Скорочення відходів. Варто пам'ятайти про п'ять основних принципів скорочення відходів: скорочення відходів у джерела, повторне використання, чиста переробка, відновлення та утилізація. Скорочення споживання паперу за рахунок застосування комп'ютерних технологій (наприклад, письмове спілкування електронною поштою, використання комп'ютера та хмарних технологій для зберігання документів тощо). До такого прикладу можна віднести вичайні налаштування принтера у режимі двостороннього друку для економії паперу. Також варто заохочувати співробітників повторно використовувати канцелярське приладдя, наприклад, використані конверти та папки для документів. Випускати електронні вітальні листівки (до Нового року, Різдва тощо) для використання персоналом під час святкових заходів, або замовляти перероблений папір для друку.

2. Просувати культуру «розумного харчування». Перш ніж замовляти їжу, треба поміркувати скільки персонал зможете з'їсти, перш ніж зробити замовлення. Наприклад, можна вибирати підходящі порції, щоб уникнути зайвого замовлення, або скорочувати споживання їжі на винос та відмовлятись від використання одноразових столових приладів. Якщо є потрібне місце, варто розглядати можливість встановлення в офісі компостера для переробки харчових відходів та відмови від використання одноразового посуду.

3. Чиста переробка. Існує практика встановлення контейнерів для збирання вторинної сировини, такі як макулатура, металеві, пластикові та скляні пляшки, а також компакт-диски, акумуляторні батареї тощо. Для цього розміщують в офісі оголошення або плакат, що нагадує співробітникам про три ключові моменти чистої переробки відходів, а саме: підтримання чистоти вторинної сировини; недопущення попадання композитних матеріалів у контейнери для вторинної сировини; зберігання залишків їжі та використаної паперової серветки далеко від контейнерів для вторинної сировини, щоб інтегрувати практику чистої переробки у повсякденне життя. Деякі види вторинної сировини, такі як люмінесцентні лампи, компактні люмінесцентні лампи, тонер, акумуляторні батареї тощо, перед тим як викинути їх у контейнери для вторинної сировини, ретельно запаковують. В рішенні цих питань допомагає встановлення мобільного додатку «Waste Less», щоб дізнатися про місцезнаходження (за межами офісу) пунктів прийому вторинної сировини.

4. Економія енергії. Бізнес все частіше підтримує та бере участь у програмах Хартії енергозбереження та Хартії 4Т [3,4]. Персонал вмотивований вимикати електроприлади, коли вони не використовуються (наприклад, кондиціонер, комп'ютер, принтер, копіювальний апарат, освітлення тощо). Влітку офіси підтримують середню температуру в приміщенні на рівні 24–26 °С для заощадження енергії, встановлюють термометри у різних зонах офісу для контролю температури. Використовуються лампи з високою енергоефективністю, наприклад, світлодіодні лампи (LED). Налаштовуються

копіювальні апарати, принтери та факсимільні апарати так, щоб вони якнайшвидше переходили в режим «Енергозбереження», «Сплячий режим» або «Вимкнено» при простої. Використовуються прилади з таймером або автоматичним вимкненням живлення, не залишають їх у режимі очікування на тривалий час або після закінчення робочого дня. При закупках обирають саме електроприлади з маркуванням енергоефективності «Клас 1» (наприклад, холодильники, кондиціонери тощо). Для цього менеджмент має здійснювати регулярний енергетичний аудит для контролю споживання енергії. І ще є цікава практика заохочення співробітників користуватися сходами замість ліфта.

5. Екологічні закупівлі. Адміністративно-господарська частина приймає рішення щодо закупок екологічно чистих канцелярські товарів, такі як перероблений папір, кулькові ручки, що заправляються, перероблені олівці та перероблені картриджі з тонером для лазерних принтерів і т.д. або купують офісне обладнання (наприклад, копіювальний апарат та принтер) з маркуванням енергоефективності, меблі з перероблених матеріалів.

В межах реалізації концепції менеджменту треба призначати "зеленого менеджера" для впровадження та просування екологічно чистих практик, постійно оцінювати дотримання правил зеленого офісу. Тут варто організувати навчальну програму та семінари для підвищення екологічної обізнаності персоналу. Робота в зеленому офісі позитивно позначається і на мотивації співробітників. Цей підхід ґрунтується на дбайливому та уважному ставленні до навколишнього середовища і ресурсів. У таких офісах практикується використання енергозберігаючих ламп і систем автоматичного регулювання освітлення, установка водолічильників, регулювання подачі тепла, двосторонній друк, використання вторинної сировини і перероблених матеріалів, відмова від пластикового посуду і т.д. Таким чином, «зелені» офіси не тільки дбають про довкілля, але й економлять свої витрати.

Впровадження концепції "зеленого" офісу може вимагати від підприємця початкових вкладень, але довгострокові переваги, які вони принесуть, більш ніж виправдовують ці витрати. Помітні економія ресурсів, покращення робочого середовища для працівників та позитивний вплив на бренд компанії в очах споживачів та партнерів -це лише кілька з багатьох переваг, які можуть дати "зелений" офіс.

Список використаних джерел:

1. GovHK: Green Office Management. *GovHK*. URL: https://www.gov.hk/en/residents/environment/public/green/greenoffice.htm

2. Що таке «зелений» офіс. *Херсонська торгово-промислова палата.* URL: https://www.tpp.ks.ua/poslugi/info-resurs-zelena-informatsiya/791-zelenij-ofis.html

3. Хартія Європейських Зелених. Керівні принципи Європейської Зеленої Партії. *Європейська Зелена Партія.* URL: https://www.datocms-assets.com/87481/1698312979-european-green-charter-ukrainian.pdf

4. Договір до Енергетичної Хартії та Заключний акт до неї. Протокол до Енергетичної Хартії з питань енергетичної ефективності і суміжних екологічних аспектів : Договір ООН від 17.12.1994: станом на 24 січ. 2023 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_056#Text

Формування екологічно-орієнтованої бізнес-моделі логістики за методом business model canvas

***Карина Тростянська*[1]**

У сучасних умовах активізації глобальних викликів, пов'язаних зі зміною клімату, виснаженням природних ресурсів та посиленням екологічного регулювання, зростає потреба у трансформації традиційних логістичних моделей у напрямі їхньої екологізації. Зелена логістика поступово перетворюється на ключовий компонент стратегій сталого розвитку підприємств, охоплюючи оптимізацію транспортних потоків, зменшення викидів, ефективне використання ресурсів та впровадження інноваційних технологій. Проте, незважаючи на високий інтерес до теми, питання систематизації знань про зелену логістику в контексті бізнес-моделі підприємства залишається недостатньо опрацьованим.

У цьому контексті актуальним постає застосування методології Business Model Canvas (BMC) [1], яка дає змогу структурувати й проаналізувати взаємозв'язки між ключовими елементами діяльності підприємства та визначити точки інтеграції екологічних логістичних практик. Залучення цієї моделі до аналізу сучасних наукових публікацій дозволяє не лише класифікувати наявні дослідження, а й виявити перспективні напрями подальших наукових пошуків та практичного впровадження зеленої логістики.

У межах нашого дослідження було здійснено структурний аналіз сучасних наукових публікацій, присвячених зеленій логістиці, крізь призму підходу BMC. Результати дозволили систематизувати особливості інноваційних бізнес-моделей, що реалізуються у сфері логістики з орієнтацією на екологічну сталість. Зокрема, виокремлено ключові ресурси (екотранспорт, цифрові технології, відновлювана енергія), основні види діяльності (оптимізація маршрутів, екологічний моніторинг, сертифікація), канали (цифрові платформи, партнерство з маркетплейсами), джерела доходу (преміальні послуги, зелене фінансування), а також ціннісні пропозиції, що охоплюють скорочення викидів, підвищення репутації компаній та відповідність ESG-критеріям (табл. 1).

Аналіз 54 англомовних наукових публікацій, відібраних за критерієм релевантності з відкритих академічних баз даних (Scopus, Web of Science, Crossref, SpringerLink), засвідчив наявність структурної нерівномірності у висвітленні складових Business Model Canvas. Зокрема, найбільшу увагу дослідники приділяють технологічним інноваціям, партнерствам та регуляторним аспектам. Водночас тематика комунікаційних каналів, побудови взаємин із клієнтами та деталізації джерел доходів залишається недостатньо опрацьованою.

[1] *Тростянська Карина Миколаївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного моделювання, обліку та статистики, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: karina_tr@ukr.net.

Таблиця 1 – Елементи Business Model Canvas для зеленої логістики

Елемент BMC [1]	Особливості бізнес-моделей
Customer Segments (Сегменти споживачів)	Онлайн-продавці, бізнеси з екосвідомою орієнтацією, муніципалітети
Value Propositions (Ціннісні пропозиції)	Зниження викидів CO_2, сертифіковані еко-послуги, використання електротранспорту та AI
Channels (Канали постачання цінності)	Цифрові платформи, мобільні застосунки, прямі контракти, логістичні агрегатори
Customer Relationships (Взаємовідносини з клієнтами)	Еко-звіти, калькулятори впливу, персоналізовані рішення та програми лояльності
Revenue Streams (Джерела доходів)	Преміальні послуги, сертифіковані перевезення, ліцензії на ПЗ, sharing-логістика
Key Resources (Ключові ресурси)	Електричні вантажівки, IoT, Big Data, енергія з ВДЕ, технології рециклінгу
Key Activities (Ключові види діяльності)	Оптимізація маршрутів, управління слідом, сертифікація, замкнена логістика
Key Partnerships (Ключові партнерства)	Урядові структури, виробники, інвестори, екопостачальники, фінансові організації
Cost Structure (Структура витрат)	Інвестиції в інфраструктуру, цифрові рішення, навчання, аудит, ESG-звітність

Джерело: розроблено автором

Такий дисбаланс вказує на наявні прогалини в науковому полі та визначає перспективні напрями подальших досліджень, зокрема щодо формалізації цифрових моделей взаємодії в логістичних ланцюгах, аналізу поведінки споживачів і розроблення економічних інструментів підтримки зеленої логістики.

Трансформація традиційних логістичних моделей у напрямі екологізації супроводжується низкою складних викликів, які охоплюють технологічну, операційну та організаційну сфери діяльності підприємств. Зокрема, перехід до використання екологічно чистого транспорту (наприклад, електромобілів або водневих транспортних засобів) та розбудова відповідної зарядної інфраструктури потребують значних інвестицій. Це створює суттєві фінансові бар'єри для малих і середніх підприємств, особливо тих, що діють у локальних ринкових нішах.

Впровадження цифрових рішень (IoT, штучний інтелект, аналітика великих даних) потребує не лише оновлення матеріально-технічної бази, а й суттєвих вкладень у підготовку персоналу. Крім того, адаптація до нових нормативних вимог сталого розвитку вимагає від компаній високого рівня гнучкості та здатності дотримуватись сучасних екологічних стандартів, зокрема ESG-критеріїв. Модернізація логістичних процесів, у тому числі оптимізація маршрутів, передбачає використання новітніх програмних засобів та перегляд наявних операційних підходів. У сукупності це створює потребу в комплексному підході до перебудови логістичних бізнес-моделей, який включає інвестиції в інфраструктуру, технології, людський капітал і відповідність сучасним стандартам екологічної відповідальності.

Попри ці складнощі, зелені логістичні моделі забезпечують низку стратегічних переваг. Зокрема, вони підвищують конкурентоспроможність компаній завдяки відповідності міжнародним стандартам сталого розвитку (зокрема ESG та Цілям сталого розвитку ООН), що сприяє розширенню доступу до нових ринків, інвесторів і партнерів. Оптимізація витрат досягається через використання енергоефективного транспорту, цифрових інструментів планування та зменшення витрат на утилізацію. Упровадження зеленої логістики також сприяє зміцненню бренду, підвищуючи довіру споживачів і клієнтів. Додатково підприємства отримують доступ до інструментів «зеленого» фінансування: державної підтримки, спеціалізованих інвесторів і таких фінансових продуктів, як «зелені» облігації. Дотримання екологічних вимог також сприяє зниженню регуляторних ризиків.

Таким чином, бізнес-моделі зеленої логістики поєднують економічну доцільність з екологічною та соціальною відповідальністю. Їхня особливість полягає у використанні екотранспорту, цифрових рішень для моніторингу викидів і планування маршрутів, орієнтації на споживачів і компанії, зацікавлені у зменшенні вуглецевого сліду та відповідності ESG-показникам. Важливу роль відіграють партнерства з екологічно відповідальними виробниками, державними структурами та інвесторами. Джерела доходів є диверсифікованими та включають не лише надання логістичних послуг, а й комерціалізацію сертифікованих зелених рішень, продаж екологічних технологій, підписні моделі на цифрові екоплатформи та сталі інфраструктурні сервіси. Сукупність цих елементів формує ядро інноваційних бізнес-моделей, здатних не лише реагувати на виклики кліматичних змін, але й задавати стратегічний вектор розвитку логістичного сектору в умовах переходу до сталої економіки.

Запропонована структура може бути використана як основа для формування стратегій компаній, що прагнуть адаптувати свої логістичні моделі до викликів сталого розвитку, з урахуванням сучасних тенденцій у сфері технологій, екологічного регулювання та клієнтських очікувань.

Список використаних джерел:

1. Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken : Wiley, 2010. 288 p.

Роль маркетингу у формуванні позитивного іміджу зелених інвестицій

***Микола Федько*[1]**

У контексті глобальних екологічних викликів і переходу до сталого розвитку дедалі більше уваги приділяється зеленим інвестиціям – тобто вкладенням коштів у проєкти, які зменшують негативний вплив на довкілля. Однак лише наявність екологічної цінності не гарантує успіху таких ініціатив на ринку чи підтримки з боку громадськості та інвесторів. У цьому контексті маркетинг відіграє важливу роль – не тільки як засіб просування екологічних проєктів, а й як інструмент формування довіри, позитивного іміджу й довгострокових відносин із цільовою аудиторією.

Зелений (екологічний) маркетинг – це процес розробки та просування товарів, послуг або проєктів, які орієнтовані на мінімізацію шкоди довкіллю або навіть сприяють його відновленню. Такий підхід охоплює не лише рекламу, а й загальну маркетингову стратегію компанії, її позиціонування, соціальну відповідальність, комунікації з клієнтами, партнерами та суспільством.

За визначенням ООН, зелені інвестиції – це інвестиції, спрямовані на пом’якшення наслідків зміни клімату, розвиток відновлюваної енергетики, енергоефективних технологій, екологічного транспорту тощо [1]. Але для того, щоб ці інвестиції були привабливими як для приватного капіталу, так і для суспільства, вони потребують грамотного маркетингового супроводу.

Однією з головних задач маркетингу є донесення суті та переваг зелених інвестицій до цільових аудиторій. Наприклад, потенційні інвестори повинні чітко розуміти, у чому полягає екологічна й економічна цінність проєкту. У цьому контексті ефективно працюють інфографіки, кейс-стаді, звіти зі сталого розвитку, інтерактивні платформи тощо.

Багато екологічних ініціатив стикаються з недовірою або скепсисом через відсутність прозорості або приклади "зеленого камуфляжу" (greenwashing). Чесний і сталий маркетинг, що спирається на реальні показники та результати, допомагає формувати позитивний імідж інвестицій і знижує репутаційні ризики.

Компанії, які впроваджують зелені ініціативи, мають шанс виділитися на ринку, створюючи додану вартість завдяки екоорієнтації. Такий підхід особливо цінний у B2B-секторі, де імідж партнера як соціально відповідального гравця може впливати на вибір клієнтів або державних тендерів.

Все більше споживачів готові підтримувати екологічно відповідальні компанії та ініціативи. Зелені інвестиції, якщо грамотно подані, можуть бути використані як частина маркетингового повідомлення компанії – наприклад, при запуску нової "зеленої" продукції або в соціальних кампаніях.

---

[1] *Федько Микола Миколайович* – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг, 1 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

Статті в медіа, інтерв'ю, соціальні мережі, участь у виставках і форумах – усе це сприяє популяризації зелених інвестицій, створенню емоційного зв'язку з громадськістю та формуванню лояльної аудиторії.

Проєкти, що реалізуються за підтримки ЄС чи міжнародних фондів (як-от Horizon Europe або USAID), включають комунікаційні стратегії як обов'язковий компонент, адже публічна підтримка – ключовий фактор успішності зелених ініціатив.

Список використаних джерел:

1. United Nations Environment Programme (UNEP). Green Investment – Overview. https://www.unep.org/
2. Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
3. Peattie, K., & Crane, A. (2005). Green marketing: legend, myth, farce or prophesy? Qualitative Market Research: An International Journal, 8(4), 357–370.
4. Українська асоціація відновлюваної енергетики. Аналітика та кейси проєктів. [https://uare.com.ua/]
5. Кабінет Міністрів України. Національний план дій з енергоефективності до 2030 року.
6. Grant, J. (2007). The Green Marketing Manifesto. Wiley.

Впровадження ESG-звітності як стандарту для українського бізнесу на шляху до євроінтеграції

Марія Шебанова[1], Тетяна Смирнова[2]

Європейська інтеграція України вимагає адаптації до норм і стандартів Європейського Союзу у багатьох сферах, зокрема у сфері сталого розвитку. Одним із ключових елементів трансформації є впровадження ESG-підходів у корпоративне управління та бізнес-практики.

У межах реалізації положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, а також враховуючи глобальні кліматичні тенденції, Україна декларувала наміри впровадити Європейський зелений курс. Одним з інструментів цих перетворень є ESG-звітність, що стала в ЄС стандартною практикою для великого бізнесу і все більше поширюється на малий і середній сектор. Її адаптація в Україні – це не лише частина виконання міжнародних зобов'язань, а й механізм для зміцнення позицій українських компаній на міжнародних ринках.

ESG-звітність – це форма нефінансової звітності, яка демонструє, наскільки компанія дотримується принципів екологічної, соціальної та управлінської відповідальності. Серед міжнародних інвесторів вже сформувався запит на прозорі, стійкі й відповідальні компанії, тому бізнес з чіткими ESG-показниками має конкурентну перевагу. [1]

Основними компонентами ESG-звітності є:

− Environmental (екологія): оцінка впливу на довкілля, скорочення викидів, раціональне управління ресурсами, дотримання екологічних стандартів.

− Social (соціальна сфера) – умови праці, рівність можливостей, захист прав працівників, участь у розвитку громад.

− Governance (корпоративне управління) – структура корпоративного управління, прозорість рішень, антикорупційна політика, відповідальність керівництва.

Компанії з високими ESG-показниками не лише краще сприймаються суспільством, а й отримують кращі умови для фінансування, участі у тендерах та виходу на іноземні ринки. [2]

У 2022 році ЄС ухвалив Директиву CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive, корпоративна звітність зі сталого розвитку), яка з 2024 року робить обов'язковим для великого бізнесу розширене нефінансове звітування. Україна, як країна, що впроваджує положення Угоди про асоціацію, поступово наближає власне законодавство до вимог цієї директиви. [3]

[1] *Шебанова Марія Олегівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма Маркетинг, 2 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: shebanova.mo@365.dnu.edu.ua.

[2] *Смирнова Тетяна Анатоліївна* – старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: smyrnova_t@365.dnu.edu.ua.

CSRD передбачає використання стандартизованих форматів звітності, незалежний аудит ESG-звітів, інтеграцію ESG-показників у річні звіти компаній, охоплення не лише європейських, але й міжнародних компаній, які мають значну присутність на ринку ЄС. Попри повномасштабну війну, Україна продовжує адаптувати своє законодавство до вимог CSRD, демонструючи прагнення до євроінтеграції та сталого розвитку.

Впровадження ESG-звітності в Україні перебуває на початковому етапі. Попри наявність добровільних практик у частини великого бізнесу, у цілому по країні існує низка системних бар'єрів: відсутність нормативного зобов'язання щодо подання нефінансової звітності; недостатній рівень обізнаності серед власників компаній; брак методологічної та кадрової підтримки; складність інтеграції ESG-звітності в умовах економічної нестабільності та воєнного стану [1].

Війна в Україні істотно вплинула на здатність бізнесу впроваджувати європейські ініціативи. Нестабільна економічна ситуація, руйнування інфраструктуру, знищення підприємств, загроза безпеки працівників та переселення населення до безпечніших регіонів країни створюють значні труднощі для здійснення ESG-звітності. В умовах воєнного стану, коли багато компаній змушені переорієнтувати свої ресурси на відновлення виробництва та підтримку безпеки, питання екологічних, соціальних і управлінських аспектів бізнесу часто відходять на другий план. Тому необхідна державна підтримка та міжнародна допомога для стимулювання впровадження ESG-стандартів навіть у цей складний період.

Незважаючи на труднощі, впровадження ESG-підходів обіцяє значні стратегічні переваги. Серед основних переваг:

− доступ до зелених фінансів та міжнародних інвестицій – європейські фінансові інститути орієнтуються на компанії, які звітують про сталість;

− підвищення довіри серед партнерів, клієнтів і споживачів;

− відповідність міжнародним стандартам – важлива передумова для експорту та участі в європейських ланцюгах постачання;

− оптимізація витрат, зменшення ризиків, підвищення оперативної ефективності;

− покращення репутації;

− стійкість у кризових умовах. [1,2]

Для ефективного та масштабного впровадження ESG-звітності в Україні доцільно вжити комплексних кроків як на законодавчому, так і на практичному рівні:

− прийняття закону про обов'язкову нефінансову звітність для великих компаній – із поступовим розширенням сфери дії на середній бізнес;

− розробка дорожньої карти адаптації CSRD та ESRS в українське законодавство;

− формування платформи ESG-освіти – для бізнесу, держслужбовців та громадянського сектору;

− фінансове стимулювання впровадження ESG – пільгове кредитування, пріоритет у держзамовленнях, гранти;

− підтримка експертних спільнот, що формують екосистему сталого бізнесу в Україні.

У рамках виконання Європейського зеленого курсу в Україні вже функціонує низка проєктів: EU4Climate, EE4U, E5P, InnoFin, які включають компоненти ESG. Вони створюють основу для практичного впровадження стандартів сталого розвитку в державному і приватному секторах. [4]

Впровадження ESG-звітності є необхідною умовою для європейської інтеграції українського бізнесу. Це не просто дотримання нових правил – це стратегічний вибір на користь прозорості, довіри, стійкості та конкурентоспроможності. В умовах глобальної перебудови економік навколо принципів кліматичної нейтральності та соціальної відповідальності, Україна має шанс не просто наздогнати, а стати активною частиною нового зеленого порядку Європи, незважаючи на виклики, що виникли через війну та економічну нестабільність.

Список використаних джерел:

1. Що таке звіт ESG? Які основні проблеми в звітуванні ESG? *Офіс сталих рішень. ESG Liga.* 2024. URL: https://ukraine-oss.com/shho-take-zvit-esg-yaki-osnovni-problemy-v-zvituvanni-esg/

2. ESG-звітність для українського бізнесу: як побудувати ESG-матрицю? *Офіс сталих рішень. ESG.* 2024. URL: https://ukraine-oss.com/esg-zvitnist-dlya-ukrayinskogo-biznesu-yak-pobuduvaty-esg-matryczyu/

3. Що таке CSRD і чому вона важлива для бізнесу в Україні? *BDO Україна.* 2025. URL: https://www.bdo.ua/uk-ua/insights-2/information-materials/2025/what-is-csrd-and-why-it-is-important-for-business-in-ukraine?utm_source=chatgpt.com

4. Зелена угода. *EU for Ukraine.* 2021. URL: https://eu4ukraine.eu/greengeal-ua?utm_source=chatgpt.com

СЕКЦІЯ 5

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТАЛИЙ ТУРИЗМ ТА СВІДОМЕ СПОЖИВАННЯ

Green solutions in the restaurant industry

Amina Bila[1], Viktoriia Redko[2]

Restaurant establishments that operate under the «eco» concept are considered highly promising in the contemporary context. This approach serves not only to contribute to environmental protection but also to capture the interest of environmentally conscious customers. Global trends increasingly reflect a shift toward sustainability, particularly in the food sector. One of the most prominent trends, both in Ukraine and internationally, is the growing demand for environmentally friendly food products. A significant portion of the population has become more concerned about personal health, and the movement toward proper nutrition continues to gain momentum. In response, restaurants have begun integrating eco-friendly practices in order to align with modern expectations and address the evolving needs of their clientele.

Given the growing severity of environmental challenges, increased attention has been directed toward the principles of sustainable development. A central element of this approach is the green economy, a model that emphasizes emission reduction, efficient resource use, and social inclusion [1]. Within this framework, businesses are encouraged to comply with green requirements, which refer to a set of environmental standards designed to minimize negative impacts on the natural environment. In the restaurant industry, these requirements are reflected in various operational aspects. Efforts are made to reduce the carbon footprint by prioritizing local sourcing and adopting energy-efficient technologies. Eco-design principles are applied through the use of natural and recycled materials in interior spaces. Responsible waste management practices, such as waste sorting, composting, and the adoption of zero-waste strategies, are increasingly implemented. Environmentally oriented standards are also being followed in collaboration with suppliers, including the use of certified organic products. Globally, voluntary environmental certification systems have become widely recognized and can serve as useful benchmarks for restaurants. These include ISO 14001, which defines requirements for environmental management systems; LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), an international standard for building energy efficiency; Green Key**,** a certification for sustainable hospitality operations; and organic certifications such as EU Organic and USDA Organic**,** which confirm the use of environmentally safe products [1].

Several Ukrainian restaurant establishments that have adopted eco-conscious practices provide compelling examples of this trend. For instance, *Cafe «Altruist»* in Kyiv has been in operation for seven years and has attracted a loyal clientele interested

[1] *Bila Amina* – Student, specialty 241 Hotel and restaurant business, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine.

[2] *Redko Viktoriia* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism Business and Hospitality, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: v1karedko@ukr.net.

in Middle Eastern cuisine and the establishment's environmentally responsible practices. In addition to implementing waste sorting, the café hosts ecological and social initiatives such as «Good Breakfasts». A bench at the entrance was constructed from recycled plastic lids. Recently, the café was relaunched with a revised concept. Its menu now goes beyond Middle Eastern dishes and promotes healthy eating more broadly. Ecological elements were emphasized in the interior design, and the renovation was conducted with minimal environmental impact.

«Bali Bowl Cafe», also located in Kyiv, offers a tropical island ambiance and a wide variety of nutritious meals. Smoothie bowls, vegetable bowls, rolls, sandwiches, hot and cold beverages, and natural ice cream are available, with new offerings presented daily. Paper and metal straws are used instead of plastic ones, and meals are served in coconut shells. «The *Coffeeok»* coffee shop provides another noteworthy example of eco-friendly practices. After just one month of operation, the owners observed an unexpectedly high volume of waste and made the decision to address this issue. Plastic straws were replaced with biodegradable alternatives, and customers were offered discounts for bringing their own reusable cups or thermoses. Reusable ceramic mugs are now used instead of disposable ones. Additionally, baristas used their first tips to purchase a dog water station for the café. The menu includes coffee made with lactose-free and plant-based milk, organic coffee options, and a selection of Chinese teas. The minimalist interior incorporates natural materials and numerous indoor plants, further reinforcing the café's ecological identity. In a context where environmental awareness continues to rise, the restaurant industry is expected to play a vital role in the promotion and implementation of green initiatives. The primary objective of such measures is to provide high-quality, nutritious food to customers while minimizing environmental harm.

A variety of green solutions can be implemented in restaurant operations. One important measure involves the use of green ingredients and locally sourced products, which help reduce transportation-related emissions and support regional economies. Waste sorting and recycling practices should also be introduced and maintained consistently. Recyclable materials should be sent to appropriate processing facilities instead of being sent to landfills. The use of tableware and utensils made from recycled or biodegradable materials, such as glass, metal, or bioplastics, is another important step. The installation of energy-efficient lighting systems, automated building management solutions, and high-efficiency heating and cooling systems can significantly reduce energy consumption. Additionally, replacing plastic packaging and straws with biodegradable or compostable alternatives contributes to environmental protection.

Ultimately, green solutions in the restaurant industry not only help reduce ecological impact but also enhance competitiveness by attracting environmentally aware consumers.

Referens:

1. Dani, R., Juyal, D., & Rawal, Y. S. (2021). A critical analysis of the restaurant industry's effect on environment sustainability. *Science Progress and Research*, *1*(4), 435-442.

Greenwashing as a challenge to building the environmental image of tourist destinations

Kira Chubenko[1], Viktoriia Redko[2]

In the contemporary global landscape, characterized by escalating environmental concerns, the cultivation of a sustainable and "green" image has emerged as a paramount factor for the strategic development of tourism across regions, cities, and countries [1]. Tourists are increasingly prioritizing environmentally responsible destinations, making a demonstrated commitment to environmental stewardship a crucial competitive differentiator. Nevertheless, this evolving consumer preference has inadvertently given rise to unethical practices, commonly known as «greenwashing», where environmental friendliness is ostensibly utilized as a marketing tool without underpinning real, tangible action. This deceptive approach not only misleads tourists but also fundamentally undermines trust in legitimate environmental initiatives and inflicts considerable damage upon the reputation of tourist destinations.

Greenwashing in tourism is manifested as the intentional or unintentional creation of a false impression regarding the environmental benignity or responsibility of tourist products, services, or destinations [2]. This pervasive practice may involve the use of environmentally suggestive slogans devoid of concrete basis, the manipulative presentation of statistics pertaining to a territory’s ecological state, the execution of isolated «ecological» campaigns in place of systemic changes, or the exploitation of natural assets without adequate environmental protection measures. Among the most common forms of greenwashing observable in the tourist branding of territories, the following key categories can be highlighted. One common manifestation of greenwashing is the use of environmental promises without corresponding action. Tourist organizations and regulatory bodies often incorporate environmental terminology and natural imagery in their marketing to portray a destination as «ecological». However, this portrayal is frequently unsupported by concrete environmental standards, verified sustainable development programs or transparent reporting mechanisms. For example, a hotel may label itself as «eco-friendly» while lacking certified energy efficiency measures or documented waste reduction strategies.

Another form involves the selective presentation of environmental initiatives. In such cases, attention is directed toward isolated «green» projects, such as the construction of eco-trails, while broader and more serious environmental issues like pollution, deforestation, or biodiversity loss are overlooked. As a result, tourists are exposed to a curated and overly positive image that does not reflect the destination’s actual ecological condition.

[1] *Chubenko Kira* – Student, Specialty 241 Hotel and restaurant business, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine.

[2] *Redko Viktoriia* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism Business and Hospitality, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: v1karedko@ukr.net.

Greenwashing may also take the form of simulating environmental responsibility through one-time actions. Highly publicized activities, such as beach clean-ups or tree planting, are often presented as evidence of environmental commitment. However, these symbolic efforts are rarely accompanied by systemic reforms in areas such as waste management, energy use or biodiversity conservation. While such actions may generate substantial public relations benefits, their tangible ecological impact remains limited. In some cases, these efforts may even reflect an unintentional form of greenwashing caused by a superficial understanding of sustainability principles. The exploitation of natural imagery without implementing genuine protection strategies constitutes another frequent practice. Regions known for their landscapes or natural attractions are often heavily promoted as ecotourism destinations. Yet, without effective regulatory frameworks, such promotion can result in ecosystem degradation due to over-tourism, pollution, and unregulated activities. For instance, when a national park experiences an unrestrained influx of tourists without adequate oversight, the natural environment faces significant risks. Finally, false eco-certifications and misleading labeling present a particularly deceptive variant of greenwashing. This includes claims about «eco-tours» or «organic products» that are not supported by any credible third-party verification or certified accreditation. Such practices not only deceive consumers but also undermine the credibility of genuine sustainability efforts.

The widespread occurrence of greenwashing presents numerous critical challenges that negatively affect both the environmental image and the long-term sustainability of tourist destinations. These consequences compromise the integrity of eco-branding efforts and hinder genuine progress toward sustainable tourism development. For example although Costa Rica enjoys a global reputation as a leading ecotourism destination, certain accommodations and tour operators exploit this image without adhering to genuine environmental practices. For instance, some ecolodges market themselves as environmentally friendly while lacking basic waste management systems, failing to utilize renewable energy sources, and offering little or no support to local communities. Similarly, in 2025, the government of the Balearic Islands discontinued the use of social media influencers in tourism promotion due to the unintended consequences of environmental degradation. These campaigns, initially designed to distribute tourist flows more evenly, instead triggered excessive visitation to ecologically fragile and remote sites such as Caló des Moro in Mallorca, resulting in significant harm to local ecosystems.

A significant consequence of greenwashing is the loss of tourist trust. When travelers uncover deceptive environmental claims, they often respond with disappointment, negative online feedback, and a marked decline in destination loyalty. Such a breakdown in trust can lead to long-term damage to the brand’s image and credibility.

The reputational impact is equally serious. Destinations identified as engaging in greenwashing experience a deterioration of their environmental image, which can substantially reduce their appeal to environmentally conscious tourists and deter potential investors who prioritize sustainability.

Moreover, greenwashing contributes to the devaluation of authentic ecotourism. By generating unfair competition, it undermines the efforts of genuinely sustainable

initiatives that focus on environmental protection and the well-being of local communities. This distortion in market dynamics weakens public understanding of true sustainability and discourages genuine ecological practices.

The prevalence of greenwashing can hinder sustainable development. When tourism stakeholders focus on the appearance of environmental responsibility rather than implementing substantive measures, essential resources and managerial attention are diverted away from solving real environmental problems. As a result, the progress towards meaningful and systemic sustainability in tourism is significantly slowed.

To effectively form a true environmental image and comprehensively prevent greenwashing in tourism, concerted efforts from governmental authorities, tourism businesses, public organizations, and tourists themselves are indispensable. Key preventive strategies can be formulated as follows:

One essential strategy involves the establishment and consistent enforcement of clear and trustworthy environmental standards specifically designed for tourism-related services and destinations. Encouraging the adoption of credible certifications issued by independent organizations can help reduce misunderstandings and promote accountability within the industry.

Another critical measure is the assurance of transparency and accuracy in all environmental communications. To achieve this, tourism stakeholders must implement effective systems for monitoring compliance with environmental standards, ensure that claims are truthful and verifiable, and apply meaningful penalties for identified instances of greenwashing. Fostering the growth of authentic ecotourism also plays a vital role. This requires creating supportive conditions for businesses that genuinely follow sustainable development principles and actively work to reduce their environmental footprint. Strengthening such initiatives contributes to a more credible and resilient green tourism sector.

Equally important is the promotion of environmental awareness among tourists. Educating travelers about the risks and implications of greenwashing, while encouraging them to make informed and responsible decisions, can shift consumer behavior toward supporting truly sustainable tourism practices. This educational effort should be multidimensional, encompassing the integration of environmental literacy into travel platforms, promotional materials, and on-site interpretive programs. Additionally, pre-trip communication and brochures distributed by tour operators can outline the importance of scrutinizing «green» claims and provide practical guidance on how to distinguish between superficial and substantive environmental efforts [3].

In conclusion, greenwashing represents a profound threat to the establishment of a positive and credible ecological image for tourist destinations. It not only misleads consumers but also significantly undermines trust in legitimate environmental initiatives and actively inhibits the broader development of responsible tourism. Overcoming this pervasive problem and ensuring the true environmental attractiveness of tourist destinations can only be achieved through joint, coordinated efforts and the judicious introduction of transparent and effective control mechanisms. A truly ecological image is not merely a transient marketing tool; it is, fundamentally, the

demonstrable result of concrete actions and a long-term, unwavering commitment to a strategy of sustainable development.

Referens:

1. Yu, Y., Li, X. and Jai, T.-M.(C). The impact of green experience on customer satisfaction: evidence from TripAdvisor. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2017. Vol. 29. № 5, pp. 1340-1361. https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2015-0371.

2. Збірка кейсів «Європейські практики екологічної відповідальності та свідомого споживання» [Текст] / М-во освіти і науки України, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара; О.А. Зінченко, Приварникова І.Ю., В.С. Яковенко, Редько В.Є., Пащенко О.В. Дніпро, 2023. 172 с. https://www.dnu.dp.ua/docs/Jean%20Monnet/Zbirka%20keisiv_DOC.pdf.

3. Редько В.Є., Павленко А. А. Соціальна відповідальність туристичного бізнесу в Україні: особливості становлення та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. № 69. 2022. С. 108-112. DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct69-19.

Prospects for the development of restaurant service certification

***Hanna Novik*[1]**

The beginning of the 21st century is characterized by the active development of modern industrial technologies, which is also reflected in the organization of food enterprises. Specialists of various levels (chefs, technologists, masters, etc.) strive to improve products through new innovations or to intensify the production process under conditions of modernization of the production line, use their experience and offer new ideas, and through many trials make discoveries and implement them into production.

Gradually, the persistent work of a strong team of specialists at each enterprise led to the expansion of the range of products, improvement of product quality, and the appearance of products for a specific category of the population with limited ability to consume traditional food (gluten-free products, lactose-free dairy products and confectionery with sugar substitutes or reduced sugar content, etc.).

Simultaneously with the development of the food industry, the restaurant industry also developed. In the case of the active development of the restaurant industry, there came an understanding that the client is king! This perception by restaurateurs regarding their guests contributed to the emergence of various types and levels of new establishments that are in demand among the population.

Unfortunately, starting from 2019, the modern HoReCa business has entered years of trials, and only those enterprises survived that have flexibility, sustainable development due to constant improvement of their products, and new approaches to communication with consumers [1].

We can observe a positive dynamic starting from 2023 in the service sector, as well as attempts to orient towards the European course regarding improvement of product quality and environmental conditions.

The first step was the mandatory acquisition of the ISO 9000 or 22000 certificate, but this concerned only food production. Later, these certificates had to be obtained on a mandatory basis by restaurant enterprises. It should be noted that the trend toward certification began long before the pandemic and was paused for a certain time [2].

Today we can observe that for a restaurant enterprise, the presence of a certificate is a kind of fashionable trend or a means of maintaining an image, especially when there is a desire to intensify work with foreign tourist groups.

Drawing attention to the Green Restaurant Association (GRA), we can note that in Ukraine such certification is at the initial stage, since it takes time to gain popularity, just like with obtaining a certificate regarding product quality.

"Eco-kitchens with almost no waste" – this expression should be used by everyone, and not only the restaurant industry.

For example, the use of plastic can be reduced and replaced with reusable steel or glass containers. Also, take it as a principle to use biodegradable containers for food

[1] *Novik Hanna Viktorivna* – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Food Technologies, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: novik_h@365.dnu.edu.ua.

delivery; buy as many products as can realistically be consumed, try to use food waste in secondary processing, in particular, invent dishes that use vegetable or fruit peels. Proper food storage is also important – it is widely known that up to 50% of products spoil at home and in the restaurant kitchen because they were stored incorrectly.

The purpose of GRA standards is to encourage increased attention to each establishment's own achievements in environmental innovations. Every entrepreneur must work to ensure increased environmental sustainability, just as with obtaining a quality certificate [3].

According to Green Points™, one can start working from any of the categories related to environmental sustainability. Thus, the Green Restaurant Association is trying to improve the software for more convenient use, in order to speed up the verification of each environmental step.

For establishments undergoing recertification, it is usually recommended to add photo reports, which, by the way, is a positive solution – such reports can be published on social networks.

Gradually, such methods for improving the environmental situation will indeed become more widespread, both in the restaurant industry and in our country in particular, as the population gradually acquires ecological culture starting from themselves!

Thus, it can be stated that obtaining the Certified Green Restaurant® is a positive phenomenon in the dynamics of influencing the environment and the restaurant business. Employees will be proud to work in a business that values sustainability and will be motivated to contribute to this through joint efforts. For example, you can involve employees in such initiatives as composting or recycling programs, encourage them to apply energy-saving methods, such as turning off lights and equipment when not in use. By giving employees the opportunity to take responsibility for sustainability efforts, one can see benefits beyond reducing environmental impact. This will affect the employee team, which will become stronger and more active, and this invests in the success of the restaurant. As a certified green restaurant, it will receive recognition for its efforts to create a sustainable business [3].

Referens:

1. Стойко І.І., Шерстюк Р.П. 14 принципів Вільгельма Едвардса Демінга для управління якістю готельно-ресторанних послуг. [Електронний ресурс] / І.І. Стойко, Р.П. Шерстюк // Соціально-економічні проблеми і держава. 2020. Вип. 1(22). С. 66-78.

2. Бояр А. О. Система технічних норм і стандартів ЄС в контексті європейської інтеграції України. Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. Сер. Міжнародні відносини. 2008. № 6. С. 159–168.

3. Бояр А. О., Кицюк І. В., Романюк Н. І. та ін. Зелений і безпечний Європейський Союз : монографія: Вежа-друк, 2023. 592 с.

Tourism as a tool for green modernization and post-war regional regeneration in Ukraine

***Viktoriia Redko*[1]**

Green modernization of the economy is viewed as a multidimensional and long-term process of structural transformation aimed at shaping a new model of economic activity based on environmental safety, resource efficiency, low-carbon development, and social inclusiveness. Unlike the traditional economic model, in which natural resources were largely perceived as free or low-cost factors of production, the green modernization paradigm regards natural capital as a key condition for the long-term viability of the economy [1]. This shift gives rise to strategic goals such as decarbonization, resource and energy efficiency, ecosystem services, and the creation of «green» jobs – key priorities in achieving climate neutrality by 2025 [2]. These processes are particularly relevant in post-war Ukraine, where many territories have been devastated and require not mere restoration but a reconstruction on fundamentally new principles. A systemic rethinking of values, strategies and growth practices that take into account environmental constraints, the needs of future generations, and the rights of local communities to a dignified life in a sustainable environment encompasses all sectors of the economy. In this context, the tourism sector is no longer seen solely as part of the service economy, but as a mechanism for spatial, social and economic transformation of territories. Due to its cross-sectoral nature, tourism can influence infrastructure development, employment, and the preservation of both cultural and natural heritage. All forms of tourism can be sustainable and guided by the principles of the sustainable development.

Within the green modernization paradigm, tourism assumes not a supportive, but a strategic role emerging as a catalyst for the post-industrial transformation of territories. This means tourism can foster a new model of local development that is not based on the extractive use of natural resources or the revival of outdated industrial structures, but on innovative, ecologically balanced, and socially inclusive approaches to spatial and economic governance. In this sense, tourism becomes a «soft» regeneration factor, capable of attracting investment, enhancing employment, restoring social ties, and shaping a positive image of regions. Of particular importance is the development of local initiatives, which show high adaptability to market conditions and align with contemporary environmental challenges. The active involvement of local communities in decision-making, planning, and implementation of tourism initiatives is a prerequisite for the legitimacy and effectiveness of modernization processes. The successful recovery of war-affected territories is impossible without the active involvement of local residents, who possess unique knowledge of community needs and available resources. Community-based tourism (CBT) models play a crucial role in the post-war recovery process, as they are rooted in participatory principles that

[1] *Redko Viktoriia* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism Business and Hospitality, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: v1karedko@ukr.net.

engage local communities in the planning, implementation, and monitoring of tourism initiatives. By involving residents in tourism projects, CBT fosters mutual trust, strengthens social ties within communities, and empowers people with a sense of ownership and purpose in the reconstruction process. This model operates on the principle of decentralized decision-making, where communities determine their own development priorities, select tourism formats aligned with their natural, cultural, and social assets, and actively participate throughout the entire project cycle.

Ukraine provides several examples of CBT practices, both from before the war and during the current period. In the Bessarabia region, small communities such as those in Bolhrad and Vylkove have developed gastronomic and wine tourism that highlights local heritage. In western regions like Ternopil and Lviv, internally displaced persons (IDPs) have been integrated through collaborative craft, cultural, and culinary initiatives. CBT development at the regional level facilitates the creation of unique tourism products that reflect local identity, stimulate local economies, and enhance territorial cohesion. This is particularly relevant for rural and small communities affected by the war, where tourism often serves as one of the few available tools for restoring livelihoods, supporting micro-entrepreneurship, and reactivating social life.

Another key principle of recovery through tourism is the focus on the local context. Supporting local producers, craftspeople, authentic gastronomy, and the preservation of intangible cultural heritage not only revitalizes local economies, but also strengthens cultural identity. Using local resources in designing tourism routes and products helps create distinctive offerings and increases the resilience of regions in the face of uncertainty, crises, and external shocks. The CBT model enables the formation of tourism clusters that integrate cultural, natural, and gastronomic assets, promote regional brands, and enhance the competitiveness of destinations. Moreover, it encourages the development of partnerships among local authorities, businesses, civil society organizations, and residents, ensuring transparency, accountability, and the effective use of available resources.

The rational use of natural, material, and energy resources is a cornerstone of green modernization. Tourism must be based on the implementation of energy-efficient technologies, clean transportation, waste sorting and recycling systems, and responsible water and landscape resource use. In the context of post-war recovery when many ecosystems have been degraded the importance of resource-saving approaches increases exponentially. Green modernization of urban areas should not be treated in isolation, but rather integrated into a holistic regional transformation strategy, where tourism is embedded within broader frameworks of spatial planning, transportation, education, healthcare, and other sectors. In this way, tourism becomes not only a factor of economic recovery but also an instrument of social cohesion and spatial balance.

Referens:

1. ‘Green’ Economy: From Global Concept to Reality of Local Development / N. Stukalo et al. Dnipro, 2018. 336 p

2. European Commission (2019). European Green Deal. URL: https://surl.lu/habviy (Accessed 8 May 2025).

Еко-арт як нова форма європейського туризму

Ірина Андренко[1], Анна Андренко[2]

У сучасному світі, який стикається з наслідками кліматичних змін, урбанізацією та надмірним туристичним навантаженням, все більше зростає попит на нові, екологічно свідомі та культурно орієнтовані форми туризму. Однією з таких прогресивних форм є еко-арт – мистецькі практики, що поєднують екологічне мислення, креативність і пізнання культурного ландшафту. У європейському контексті еко-арт не лише сприяє збереженню довкілля, а й створює нові туристичні продукти, здатні гармонізувати стосунки між людиною, мистецтвом і природою. Актуальність теми зумовлена потребою розвитку сталого туризму, популяризації екологічної культури серед мандрівників та формуванням нової естетики подорожей у Європі.

Мета дослідження – виявити сутність еко-арту як інноваційної форми європейського туризму, проаналізувати його вплив на сталий розвиток регіонів, екосвідомість туристів та нові підходи до культурного споживання в туристичному середовищі.

Еко-арт (екологічне мистецтво) – це напрям у сучасному мистецтві, який фокусується на взаємодії людини з природою, піднімає проблеми довкілля та формує екологічну свідомість.

Еко-арт – це форма сучасного мистецтва, що використовує художні засоби для звернення уваги на екологічні проблеми, збереження довкілля, сталий розвиток і взаємодію людини з природою.

Еко-арт – це креативний і візіонерський спосіб донесення екологічних проблем та відновлення простору через красу і залучення. Він об'єднує спільноти, підвищує обізнаність і надихає на сталий туризм [1].

Еко-арт – це мистецтво, що надихається проблемами довкілля, інформує про них або безпосередньо залучене до їх вирішення. Його мета – не лише підвищення обізнаності, а й активний внесок у сталий розвиток та відновлення екосистем [2].

Це можуть бути: інсталяції на природі, скульптури з органічних або перероблених матеріалів, мурали на тему клімату, арт-перформанси чи виставки про зміну клімату, забруднення, зникнення видів тощо.

У Європі еко-арт перетворюється не лише на мистецьке явище, а й на туристичну практику – адже туристи подорожують, щоб: побачити відкриті арт-об'єкти в природі, відвідати екологічні арт-фестивалі, долучитися до творчих волонтерських програм, арт-резиденцій, воркшопів.

---

[1] *Андренко Ірина Борисівна* – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна.

[2] *Андренко Анна Сергіївна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 1 курс, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, м. Харків, Україна.

Це – новий тип «повільного», свідомого туризму, де цінність полягає не лише у відпочинку, а й у глибшому розумінні екології через мистецтво.

Як приклади в Європі можна зазначити: Land Art Festival (Франція, Італія – створення тимчасових мистецьких об'єктів у горах, на пляжах, у лісах), Arte Sella (Італія – міжнародний парк еко-арту, де скульптури інтегруються в альпійський ландшафт), RE-ART фестивалі (Німеччина, Нідерланди) – мистецтво з перероблених матеріалів як культурна атракція та інші.

Чому еко-арт приваблює туристів?

Це нестандартний досвід – мистецтво просто неба, часто в незвичних місцях, поєднання культури й природи – без бетонних музеїв; можливість взаємодіяти з об’єктом, бути його частиною (іноді – допомагати створювати); відчуття приналежності до спільноти, що дбає про природу; фотогенічність і унікальність – цікаві локації для соціальних мереж.

Еко-арт має потужний емоційно-комунікативний потенціал, що дозволяє не лише передати екологічне послання, а й спонукати глядача до переосмислення власного впливу на природу.

Через інсталяції, скульптури з природних або вторинних матеріалів, мистецькі маршрути чи перформанси мандрівники:

1) дізнаються про екологічні проблеми не в абстрактній формі, а через естетичний і чуттєвий досвід;
2) усвідомлюють взаємозв’язок між людською діяльністю та природним середовищем;
3) починають надавати перевагу сталому, відповідальному туризму – slow travel, локальні продукти, мінімізація відходів тощо;
4) відчувають себе учасниками змін – особливо якщо проєкти передбачають інтерактивність або волонтерство (створення арт-об’єктів, догляд за локаціями).

Наприклад, в екологічному арт-парку Arte Sella (Італія) відвідувачі не лише оглядають скульптури серед природи, а й читають пояснення про екосистеми, спостерігають, як роботи змінюються під впливом дощу, сонця чи вітру – і таким чином вчаться повазі до часу природи та її циклів.

Еко-арт проєкти часто реалізуються в сільській або природоохоронній місцевості, де місцева громада залучена як: співорганізатор, учасник майстер-класів, волонтерства, постачальник матеріалів, продуктів, житла для туристів або художників. Через це еко-арт:

1) пожвавлює локальну економіку – збільшується потік туристів, зростає попит на послуги;
2) зберігає локальну ідентичність – мистецькі об’єкти часто створюються на основі місцевих легенд, природних символів, традицій;
3) підвищує самооцінку громади – мешканці бачать свою територію не як «периферію», а як простір сучасної культури;
4) залучає молодь – до еко-мистецьких ініціатив, освітніх програм і волонтерських проєктів;
5) розвиває креативні індустрії – ремесла, гончарство, робота з природними матеріалами тощо.

Взаємовигідна також взаємодія туриста і громади через еко-арт, бо турист отримує новий досвід: не просто «побував», а співтворив, зрозумів, долучився.

Громада отримує ресурс – економічний, культурний, репутаційний.

Це відповідає принципам сталого туризму, де економіка, культура і довкілля розвиваються збалансовано.

Таким чином, Еко-арт як напрям сучасного мистецтва виступає не лише художнім засобом осмислення взаємодії людини з природою, а й набуває значення як нова форма культурно-екологічного туризму в Європі. У поєднанні з концепціями сталого розвитку та свідомого споживання, еко-арт трансформує традиційне уявлення про подорож, змінюючи її з пасивного споглядання на активну взаємодію з природним і культурним середовищем. Мистецькі практики просто неба, фестивалі, арт-резиденції та інтерактивні інсталяції не тільки підвищують екологічну обізнаність туристів, а й сприяють розвитку локальних громад: економічному пожвавленню, збереженню ідентичності, залученню молоді та підтримці креативних індустрій. Туристи, у свою чергу, отримують глибший сенсовий досвід, пов’язаний з участю, співтворенням і усвідомленням екологічної відповідальності.

Тобто, еко-арт є ефективним інструментом популяризації екологічної культури, посилення соціального капіталу громад та розширення туристичних практик у бік сталості, креативності та духовної глибини. Його подальше поширення та підтримка можуть стати важливим чинником розвитку не лише мистецтва і туризму, а й суспільства загалом у напрямі сталого майбутнього.

Список використаних джерел:

1.Eco-Art in Sicily: The Triptych of Hope against Fires and Climate Change. URL: https://ecobnb.com/blog/2023/11/eco-art-sicily-triptych-hope-monreale/

2. ECOART NETWORK. URL: https://www.ecoartnetwork.org/

Роль digital-технологій у моніторингу екологічної ефективності horeca-підприємств в умовах війни

Ірина Андренко[1], Юлія Гулак[2]

У сучасних умовах воєнного стану в Україні підприємства готельно-ресторанної сфери (HoReCa) стикаються з низкою критичних викликів, пов'язаних з нестабільністю постачання ресурсів, релокацією бізнесу, зміною туристичних потоків та необхідністю скорочення витрат. Одночасно з цим світова практика демонструє посилення вимог до екологічної відповідальності бізнесу, що зумовлює потребу в сталому управлінні ресурсами навіть у кризовий період. У цьому контексті digital-технології відіграють важливу роль як інструмент контролю, моніторингу та оптимізації екологічної ефективності діяльності. Впровадження цифрових рішень дозволяє підприємствам HoReCa не лише підвищувати рівень енергоефективності та зменшувати негативний вплив на довкілля, а й забезпечувати гнучкість управління, віддалений контроль, прозорість звітності та відповідність міжнародним стандартам сталого розвитку. Актуальність дослідження зумовлена потребою адаптації українського бізнесу до сучасних цифрових викликів і водночас – до етичних та екологічних вимог, що висуває європейська спільнота та глобальна туристична індустрія.

Метою роботи є з'ясування впливу та можливостей впровадження digital-технологій для забезпечення екологічної стійкості підприємств готельно-ресторанної сфери в умовах воєнного стану. Завданнями роботи є визначення основних екологічних проблем з якими стикаються заклади HoReCa під час війни, аналіз і приклади використання digital-технологій для покращення екологічних показників підприємств.

Внаслідок повномасштабної війни в Україні сфера гостинності зазнала значних змін. Сьогодні заклади змушені не тільки пристосовуватися до нестабільних умов, але й відповідати вимогам сталого розвитку. Одним із ключових аспектів сучасного менеджменту є використання digital-технологій для забезпечення контролю над ресурсами та моніторингу екологічності. Зважаючи на нестабільну ситуацію з електроенергією, логістикою та загальну невизначеність цифрові рішення дозволяють компаніям HoReCa оптимізувати свою діяльність, одночасно зменшуючи негативний вплив на навколишнє середовище. Невід'ємною частиною діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства у воєнний час стає екологічна відповідальність задля економії таких ресурсів, як електроенергія, вода, харчові відходи та викиди парникових газів. У зв'язку з чим виникає потреба в digital-технологіях для постійного контролю за екологічними показниками.

Сучасні цифрові технології дозволяють автоматизувати процес збору даних, аналізувати використання ресурсів та виявляти неефективні сфери споживання.

---

[1] *Андренко Ірина Борисівна* – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна.

[2] *Гулак Юлія Юріївна* – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, 1 курс, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна.

Популярна технологія Інтернет речей допомагає гостям самостійно регулювати температуру в номері, освітлення, відкривати двері смартфоном або замовляти послуги через мобільний застосунок. До того ж, ця технологія дозволяє готелям збирати інформацію про звички та вподобання гостей, що дає змогу забезпечити більш персоналізований підхід до кожного відвідувача [1]. Так, компанія Winnow пропонує систему Winnow Vision, яка використовує штучний інтелект, ваги та камери для автоматичного розпізнавання викинутих продуктів. Перевагами цієї системи є скорочення харчових відходів, зменшення витрат на закупівлю продуктів харчування, стандартизована звітність для дотримання нормативних вимог. Winnow Vision успішно впроваджена у мережах готелів Hilton, Marriott, Accor та Iberostar [2].

Також, компанія Schneider Electric має EcoStruxure Power, яка оцифровує та спрощує системи розподілу електроенергії. Ця програма за підтримки Інтернету речей об'єднує підключені продукти, аналітику, застосунки та сервіс задля ефективного управління енергією. Ще EcoStruxure Power надає корисні дані для захисту активів, безпеки та безперервності бізнесу. Перевагами програми є відслідковування споживання електроенергії в режимі реального часу, виявлення енергетичних втрат, віддалений доступ, інтеграція з системами резервного живлення [3].

Під час війни цифрові технології також стають засобом адаптації. По-перше, вони дозволяють віддалено керувати підприємствами, що особливо важливо при релокації бізнесу. По-друге, автоматизований моніторинг допомагає зменшити збитки та уникнути надмірних витрат у періоди, коли компанія працює в режимі скорочення. Більше того, екологічна прозорість і цифрова звітність підвищують довіру серед гостей, партнерів і міжнародних організацій, які підтримують сталий розвиток.

Однак, реалізація цифрових технологій має свої труднощі. Основними викликами є брак необхідної інфраструктури в зонах бойових дій, нестабільне енергопостачання та проблеми з доступом до інтернету. Крім того, для малого та середнього бізнесу витрати на впровадження digital-технологій можуть виявитися занадто великими. Ще однією важливою проблемою є низький рівень цифрової грамотності серед працівників, що потребує додаткового навчання.

Отже, digital-технології мають велике значення для підвищення екологічної ефективності підприємств HoReCa під час війни. Вони допомагають точно відстежувати і контролювати використання ресурсів, а також стають важливою частиною того, як бізнес адаптується до складної ситуації. Основними перевагами таких технологій є економія, прозорість і здатність швидко реагувати на зміни. Для того, щоб ці рішення працювали максимально ефективно потрібно вкладати кошти в інфраструктуру, навчати персонал і поступово впроваджувати принципи сталого управління в готельно-ресторанний бізнес.

Список використаних джерел:

1. Пукач Я. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. *Економіка та суспільство.* 2024. №60.

2. Hotel Food Waste Management Winnow. *Winnow Commercial Food Waste Solutions.* URL: https://www.winnowsolutions.com/industries/hotel-food-waste-management

3. Schneider Electric. *Розподіл електроенергії майбутнього.* URL: https://www.se.com/ua/uk/work/campaign/innovation/power-distribution.jsp

Європейський досвід впровадження принципів сталого туризму в умовах екологічних викликів

***Наталя Бабко*[1]**

Пандемія COVID-19, зміни клімату та зростання викидів парникових газів поставили під сумнів сталість масового туризму, що довгий час домінував у світовій економіці. У відповідь на ці виклики Європейський Союз реалізує низку стратегій, спрямованих на трансформацію туризму в більш збалансовану модель, яка ґрунтується на принципах відповідальності, інклюзивності та екологічної свідомості.

Сталий туризм визначається як туризм, що зберігає довкілля, підтримує добробут місцевих громад і забезпечує економічну життєздатність туристичної діяльності в довгостроковій перспективі [2]. У контексті зростання екологічних викликів і необхідності трансформації туристичної галузі надзвичайно важливим є чітке окреслення базових принципів, на яких має ґрунтуватися сталий туризм. Саме ці принципи визначають напрям зміни як політики, так і поведінки учасників туристичного процесу – від держави до окремого споживача. Європейська комісія сформувала комплекс підходів, що охоплюють екологічну, соціальну та економічну складові розвитку. Вони забезпечують збалансованість між збереженням ресурсів, культурною спадщиною та добробутом місцевого населення. Узагальнені у табл. 1, ці принципи є основою для формування ефективної стратегії сталого туризму в будь-якому європейському регіоні.

Таблиця 1 – Принципи сталого туризму за стандартами Європейської комісії

Принцип	Суть
Екологічна стійкість	Зниження шкоди для довкілля, енергоефективність, захист ресурсів
Соціальна рівність	Включення локальних громад, підтримка культурного різноманіття
Економічна збалансованість	Стимулювання місцевого підприємництва та працевлаштування
Культурна автентичність	Збереження нематеріальної культурної спадщини

Джерело: сформовано автором на основі [1; 2].

Принципи, наведені в табл. 1, формують основу для сталого розвитку туризму, орієнтованого на баланс між економічними вигодами, екологічною відповідальністю та соціальною справедливістю. Їхнє дотримання дозволяє не лише мінімізувати негативний вплив туризму, а й підвищити його якість та довгострокову ефективність.

Зростаючі екологічні загрози, спричинені як глобальними кліматичними змінами, так і локальними процесами урбанізації та інтенсивного використання ресурсів, суттєво впливають на туристичну індустрію. Збереження природних і

[1] *Бабко Наталя Миколаївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, Україна.

культурних ландшафтів, які є основою туристичної привабливості, опинилося під загрозою. У цьому контексті особливого значення набуває аналіз екологічних викликів, що вже мають критичний вплив на розвиток туризму в Європі. Найбільш показовими тенденціями у 2020–2024 роках стали [5]:

– значне підвищення середньорічної температури;
– скорочення природних територій внаслідок урбанізації;
– зростання вуглецевого сліду повітряного транспорту;
– надмірне туристичне навантаження на об’єкти спадщини.

Щоб краще усвідомити масштаб впливу кліматичних змін на туристичну галузь, доцільно візуалізувати основні ланцюгові наслідки цих процесів. Вони зачіпають не лише екологічну ситуацію, а й безпосередньо впливають на економіку регіонів, змінюють туристичну поведінку та знижують привабливість туристичних дестинацій. На рис. 1 представлено умовну шкалу впливу змін клімату на туризм, де кожен рівень демонструє конкретні загрози та їхній ефект: від втрати рекреаційної привабливості до економічних збитків для місцевих громад.

Рисунок 1 – Вплив екологічних викликів на туризм

У відповідь на зростаючий тиск екологічних викликів Європейський Союз розробляє та реалізує комплексну політику підтримки сталого туризму. Основна увага зосереджена на запровадженні чітких стандартів та інструментів, які стимулюють туристичну індустрію до екологічної відповідальності, етичного ведення бізнесу та довгострокової економічної ефективності. Ці механізми спрямовані як на вдосконалення управління туристичними об’єктами, так і на

формування нових моделей споживчої поведінки. Серед найбільш дієвих ініціатив, що вже впроваджуються в межах ЄС, варто відзначити [4]:

- Ecolabel EU – сертифікація «зелених» готелів;
- Green Destinations Standard – оцінка сталості туристичних територій;
- ESG-туризм – відповідність вимогам екологічного, соціального та управлінського підходів.

Запровадження екологічних стандартів у сфері туризму дало можливість багатьом країнам ЄС не лише адаптувати туристичну індустрію до нових реалій, а й перетворити її на інструмент сталого розвитку територій. Результати цих зусиль можна простежити на прикладах конкретних національних ініціатив, які успішно поєднують екологічну доцільність, соціальну відповідальність та економічну ефективність. Нижче у табл. 1 узагальнено приклади впровадження принципів сталого туризму в окремих європейських країнах.

Таблиця 2 – Приклади ефективної реалізації принципів сталого туризму в ЄС

Країна	Ініціатива/проєкт	Результати впровадження
Швеція	“Stay on the Ground” (відмова від літаків)	Понад 30% мандрівників обирають потяги
Іспанія	Програма захисту прибережних екосистем	Відновлено понад 80 км узбережжя
Словенія	Зелений сертифікат для громад	Увійшла в ТОП-10 сталих туристичних напрямків
Франція	Пільги для готелів з нульовим вуглецевим слідом	Зростання попиту на eco-friendly готелі
Португалія	Інвестиції в агротуризм та slow travel	Пожвавлення сільських територій

Джерело: сформовано автором на основі [4]

Успішна реалізація принципів сталого туризму в країнах ЄС можлива за умови системного підходу, політичної волі та залучення місцевих громад. Ініціативи, спрямовані на екологізацію транспортних рішень, розвиток сільського туризму, захист прибережних територій і впровадження сертифікаційних стандартів, не лише зменшують негативний вплив на довкілля, а й сприяють економічному пожвавленню. Цей досвід демонструє, що сталий туризм може бути ефективною моделлю розвитку як для густонаселених, так і для сільських чи природоохоронних регіонів.

Поведінкові зміни споживачів у туристичній сфері стали важливим чинником переходу до сталого туризму. Зростаюча обізнаність про екологічні та соціальні наслідки подорожей стимулює мандрівників до більш відповідального вибору. Це стосується як засобів пересування і розміщення, так і способів взаємодії з місцевими громадами. Така трансформація туристичних пріоритетів свідчить про формування культури свідомого споживання, яка підтримує сталі практики на всіх етапах подорожі. Сьогодні усе більше туристів обирають [4]:

- локальні продукти замість імпортованих сувенірів;
- готелі з повторним використанням води;
- екскурсії без шкоди довкіллю;
- участь у волонтерських проєктах під час подорожей.

Ці поведінкові зрушення поступово перетворюються з поодиноких ініціатив на стабільну тенденцію серед туристів у країнах Європейського Союзу. Підтвердженням цього є динаміка змін у споживчих преференціях, яка фіксується в дослідженнях туристичних ринків останніх років. Зростає популярність залізничних подорожей, еко-готелів і практик усвідомленого споживання. Це свідчить про підвищення рівня екологічної культури споживачів та їхню готовність підтримувати сталий розвиток туризму на практиці. Узагальнені показники змін наведено в табл. 3.

Таблиця 3 – Зміни в поведінці туристів у Європі (2018–2024)

Категорія туристів	2018 р.	2024 р.	Приріст, %
Обирають залізницю	12%	28%	+133%
Віддають перевагу еко-готелям	15%	41%	+173%
Уникають надмірного споживання	9%	30%	+233%

Джерело: сформовано автором на основі [3].

Дані табл. 3 свідчать про суттєві позитивні зрушення в поведінці європейських туристів у напрямі більш свідомого та екологічно відповідального споживання. Вибір залізничного транспорту, зростання популярності еко-готелів і зменшення надмірного споживання демонструють готовність мандрівників адаптувати свої звички до принципів сталого туризму. Така динаміка є результатом як інституційних ініціатив, так і підвищення рівня обізнаності туристів щодо впливу їхніх дій на довкілля та місцеві спільноти. Ці тенденції відкривають нові можливості для розвитку екологічно орієнтованих туристичних продуктів і послуг, які відповідатимуть запитам сучасного споживача.

Зважаючи на сучасні виклики та потребу у сталому відновленні, Україна отримує унікальну можливість переосмислити свою туристичну політику в дусі європейських стандартів. Впровадження принципів сталого туризму може стати не лише інструментом економічного зростання, а й засобом збереження природного та культурного багатства регіонів. Особливої актуальності це набуває в контексті післявоєнного відновлення територій, де туризм може виконувати функцію соціально-економічної стабілізації. У цьому зв’язку пріоритетними напрямами адаптації європейського досвіду є:

- екотуризм у природоохоронних зонах Карпат і Полісся;
- впровадження екомаркування туристичних об’єктів;
- підтримку локального бізнесу через податкові пільги;
- освітні кампанії для туристів та туристичних операторів.

Отже, Європейський досвід сталого туризму свідчить про ефективність системного підходу до вирішення екологічних та соціальних викликів, що постають перед туристичною галуззю. Реалізація ініціатив на рівні державної політики, бізнесу та локальних громад дозволила сформувати нову парадигму – від масового споживання до відповідального туризму. Принципи екологічної стійкості, етичного вибору та підтримки місцевої економіки стали основою туристичних стратегій багатьох країн ЄС. Значний вплив мають також

поведінкові зміни споживачів, які дедалі частіше надають перевагу екологічним, соціально орієнтованим продуктам та послугам.

Успішні практики країн, таких як Швеція, Словенія, Іспанія, демонструють реальні результати: зменшення вуглецевого сліду, збереження природи, активізацію місцевих громад. Цей досвід є надзвичайно цінним для України, особливо в умовах повоєнного відновлення. Його адаптація дозволить не лише покращити якість туристичних послуг, а й сприятиме сталому розвитку регіонів. Впровадження принципів сталого туризму в Україні має стати одним із пріоритетів державної політики у сфері туризму та охорони довкілля.

Список використаних джерел:

1. European Commission. “Transition Pathway for Tourism.” 2022. URL: https://cutt.ly/FrzBCYAV.
2. UNWTO. “Sustainable Tourism for Development.” 2023. URL: https://cutt.ly/TrzBCMLl.
3. Green Destinations Report 2024. URL: https://gd2024.greendestinations.org
4. Ecolabel.eu. “Criteria for Tourist Accommodation”. URL: https://cutt.ly/orzBVfNV.
5. World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. URL: https://cutt.ly/NrzBVQ5u.

Дитячий оздоровчий туризм як інструмент формування екологічної свідомості

Марія Бєлобородова[1], Наталія Митюк-Волошко[2]

Дитячий оздоровчий туризм у Європі відіграє важливу роль не лише у фізичному розвитку дітей, а й у формуванні їхньої екологічної свідомості. Європейські підходи в цій сфері ґрунтуються на принципах сталого розвитку, освіти просто неба та залучення дітей до безпосереднього контакту з природним середовищем.

Одним із яскравих прикладів є німецький досвід лісових дитячих садків, так званих Waldkindergarten [1]. У таких закладах діти проводять увесь день на свіжому повітрі, незалежно від погоди: граються в лісі, вивчають природні явища, слухають пташок, будують укриття з гілок, розпалюють багаття і навіть готують їжу. У літній період ці садки часто перетворюють на сезонні табори. Тут екологічна свідомість формується не через лекції, а через досвід, адже діти вчаться не просто «любити природу», а жити з нею в гармонії. Іншим прикладом є досвід Словенії, де екологічні ферми слугують базою для дитячого відпочинку [2]. Там діти не лише відпочивають, а й стають активними учасниками сільського життя: годують тварин, працюють у городі, виготовляють натуральне мило чи сир, навчаються розділяти сміття. Завдяки цьому формується глибоке розуміння природних циклів і важливості відповідального ставлення до довкілля. Такі форми відпочинку не тільки зміцнюють здоров’я, а й прищеплюють дітям повагу до праці, природи та традицій.

Цей підхід уже знаходить своє відображення і в Україні. Один із вдалих прикладів – «Berry Land», екопарк та ягідна ферма, яка проводить як сімейні фестивалі, так і спеціалізовані дитячі екскурсії та програми, оздоровчі табори і просвітницькі заходи [3]. Тут діти мають змогу збирати ягоди, знайомитися з особливостями органічного землеробства, дізнаватися про сезонність рослин, біорізноманіття, а також брати участь у тематичних майстер-класах. Такий формат поєднує розвагу, оздоровлення та екопросвіту: діти не лише бачать, як росте їжа, а й розуміють, скільки праці вимагає її вирощування. Це створює особистий, емоційний зв’язок із природою – ключовий компонент екологічної свідомості. Діяльність спілки «Пласт» в Україні також є яскравим прикладом того, як неформальна освіта та дитячий оздоровчий туризм можуть поєднуватися для формування екологічної свідомості молоді [4]. Заснований на принципах скаутського руху, «Пласт» активно впроваджує виховання через досвід, природу, самоорганізацію й відповідальність. Пластуни проходять спеціальні вишколи з тем сталого розвитку, біорізноманіття, кліматичних змін. Старші учасники часто

---

[1] *Ащепкова Наталія Сергіївна* – Бєлобородова Марія Валеріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та економіки підприємства, НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна.

[2] *Митюк-Волошко Наталія Олександрівна* – здобувач першого (бакалавського) рівня вищої освіти, спеціальність 242 Туризм, НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна.

ініціюють локальні проєкти: очищення річок, насадження дерев, створення екомаршрутів або просвітницьких кампаній у громадах. Також важливо, що «Пласт» поєднує українські традиції з екологічним вихованням. Учасники вивчають народні способи співіснування з природою, зокрема збирання лікарських трав, ремесла, створення прикладних речей без шкоди для довкілля. Це створює місток між сучасною екологічною думкою й українською етнокультурною спадщиною.

Щоб сприяти ширшому впровадженню таких підходів, туристичні підприємства в Україні мають розширювати свою пропозицію дитячого оздоровчого туризму, інтегруючи екологічну складову як основну, а не допоміжну частину програми. Великий потенціал має саме період канікул, коли актуалізується попит на дитячий відпочинок, зокрема у спеціальних еко-таборах. Важливо також створювати екологічні майданчики та інтерактивні зони безпосередньо в туристично-рекреаційних комплексах, де діти навчаються через гру таким аспектам, як сортування відходів, збирання й компостування органічного сміття, догляд за міні-городами, вивчення місцевих екосистем [5]. Організація регулярних «зелених днів», коли діти долучаються до прибирання територій, висаджування дерев чи створення будиночків для птахів, також може стати частиною щоденної програми. Для проведення майстер-класів і тематичних зустрічей варто активно залучати місцевих екологів, майстрів народних ремесел, аграріїв. Крім того, важливо, щоб туристичні об’єкти самі були прикладом екологічного мислення: використовували сонячну енергію, мали систему збору дощової води, облаштували зони з переробки, створювали простір відпочинку із природних матеріалів. Дитина має бачити, що «екологічне» не є чимось декоративним, це має стати звичним способом організації життя.

В Україні є всі передумови для розвитку цього напряму: багатство природи, локальні ініціативи і все більший інтерес батьків до змістовного, здорового відпочинку дітей. Туристичні підприємства, які запропонують продукти, що об’єднують оздоровлення, освіту й екологічні цінності, не лише здобудуть лояльність клієнтів, а й зроблять реальний внесок у формування нового покоління з активною, відповідальною позицією щодо природи.

Список використаних джерел:

1. Was ist ein Waldkindergarten? (назва з екрану). URL: https://waldkinder-ismaning.de/was-ist-ein-waldkindergarten/.
2. Cigale D., Lampič B. Aspects of tourism sustainability on organic farms in Slovenia. *Journal of the Geographical Institute “Jovan Cvijić” SASA*. 2023. № 73(2). P. 251–267. https://doi.org/10.2298/IJGI2302251C.
3. Berry Land. Офіційна сторінка в Instagram. URL: https://www.instagram.com/berryland_dnipro/
4. Пласт. Офіційна веб-сторінка. URL: https://www.plast.org.ua/about/.
5. Бєлобородова М. Соціальна відповідальність закладів індустрії гостинності в Україні: ретроспективний аналіз. *Економічні горизонти.* 2023. № 3(25). С. 36–46. https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(25).2023.286654.

Екотуризм у національних парках: баланс між захистом природи і туристичним розвитком

***Дарина Бєловол*[1]**

Зі зміною економічних реалій сьогодення виникає нагальна потреба у дослідженні екотуризму в національних парках як ключового елементу сталого розвитку. Зі збільшенням інтересу до екологічно відповідального відпочинку на природі, національні парки стають все більш привабливими для туристів. Однак, ці території є критично важливими для збереження біорізноманіття. Неконтрольований туризм може завдати значної шкоди їхнім екосистемам. Водночас, екотуризм має потенціал стати важливим джерелом економічного розвитку для місцевих громад, але його реалізація вимагає врахування екологічних обмежень. Ключовим завданням є досягнення балансу між використанням природних ресурсів національних парків для туризму та їх довгостроковим збереженням. Це потребує розробки ефективних стратегій управління, що мінімізують негативний вплив туризму та сприяють соціально-економічному розвитку. Вивчення досвіду національних парків у розвитку екотуризму та природоохоронних заходів, а також міжнародна співпраця є важливими для створення успішної реалізації екотуризму. Крім того, екотуризм може сприяти підвищенню обізнаності про проблематику зміни клімату та впровадженню адаптаційних заходів. Таким чином, дослідження збалансованого підходу до екотуризму в національних парках є вкрай актуальним для розробки ефективних стратегій управління природними територіями та забезпечення сталого розвитку туризму.

Питання балансу між охороною природи та розвитком туризму в національних парках активно досліджується науковцями та організаціями. Одним із перших, хто визначив поняття "екотуризм", був Гектор Себаллос-Ласкурайн у 1980-х, наголошуючи на подорожах до незайманої природи з метою її збереження та користі для місцевих [1]. Всесвітня туристична організація (UNWTO) також відіграє важливу роль, публікуючи дослідження та рекомендації щодо сталого туризму в цих територіях. Отже, пошук оптимального поєднання екотуризму та збереження природи є предметом широкого спектра наукових та практичних зусиль.

Національні парки, що є безцінними скарбницями природної та культурної спадщини, відіграють вирішальну роль у збереженні біорізноманіття та підтримці екологічної рівноваги континенту. У контексті зростаючої світової уваги до сталого розвитку та екологічно свідомого відпочинку, екотуризм набуває все більшого значення як потенційний спосіб поєднати охорону природи з соціально-економічним розвитком регіонів, де розташовані ці унікальні

[1] *Бєловол Дарина В'ячеславівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність J3 Туризм і рекреація, 1 курс, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна, e-mail: darinabelovol11@gmail.com.

території. Суть екотуризму в національних парках полягає в організації туристичної діяльності таким чином, щоб мінімізувати негативний вплив на довкілля, сприяти його збереженню, підвищувати екологічну обізнаність відвідувачів та приносити користь місцевим громадам. Він ґрунтується на принципах відповідального використання природних ресурсів, поваги до місцевої культури та залучення місцевого населення до управління туристичною сферою [2].

Для досягнення гармонійного співіснування між охороною природи та екотуризмом у національних парках необхідний комплексний підхід та впровадження дієвих стратегій управління, що включають: планування та регулювання туристичної діяльності, розвиток стійкої інфраструктури, залучення місцевих громад, екологічну освіту та підвищення обізнаності, моніторинг та оцінку впливу, впровадження економічних інструментів та міжнародну співпрацю [3]. Незважаючи на значний потенціал екотуризму, національні парки стикаються з численними викликами у забезпеченні цього балансу, зумовленими зростаючим попитом на природний туризм, обмеженими фінансовими ресурсами, необхідністю узгодження інтересів різних сторін та впливом зміни клімату. Проте, зростаюча екологічна свідомість суспільства та розвиток нових технологій відкривають нові можливості для сталого розвитку екотуризму. Впровадження відповідальних практик, залучення місцевих громад та активна співпраця є ключовими факторами для довгострокового збереження унікальних природних територій континенту та їх використання для екологічно відповідального туризму [4].

Екотуризм у національних парках являє собою комплексну та багатогранну сферу, яка вимагає уважного планування, дієвого управління та безперервного контролю. Досягнення гармонії між охороною природи та розвитком туризму не просто можливе, а й є необхідною умовою для довготривалого збереження цінної природної спадщини континенту та використання її потенціалу для сталого соціально-економічного зростання.

Список використаних джерел:

1. Що таке екотуризм? URL: https://hotel-podgore.com.ua/ekologicnii-turizm (дата звернення 14.04.2025).

2. Як збереження навколишнього середовища та сталий розвиток працюють разом? URL: https://ukraine-oss.com/yak-zberezhennya-navkolyshnogo-seredovyshha-ta-stalyj-rozvytok-praczyuyut-razom/ (дата звернення 14.04.2025).

3. Balancing Nature and Visitors for Sustainable Development URL: https://www.researchgate.net/publication/375680989 (дата звернення 14.04.2025).

4. Balancing tourism development and nature protection across national park borders URL: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09640568.2017.1388772 (дата звернення 15.04.2025).

Транспорт у подорожах: як вибір транспорту впливає на вуглецевий слід туриста

***Карина Гордієнко*[1]**

Вуглецевий слід – це загальна кількість викидів вуглекислого газу та інших парникових газів, перерахованих в еквівалент CO^2, що потрапляють в атмосферу через діяльність людини. Він охоплює викиди від промисловості, транспорту, споживання енергії та відходів. Вуглецевий слід показує наш вплив на глобальне потепління та зміну клімату. Розуміння та врахування власного вуглецевого сліду є важливим для більш стійкого та екологічно відповідального життя, спрямованого на зменшення шкоди довкіллю та сповільнення глобального потепління.

Зменшення вуглецевого сліду, як сукупності викидів парникових газів від нашої діяльності, є ключовим елементом боротьби з глобальним потеплінням. Розуміння та облік власного вуглецевого сліду стає не просто бажаним, а необхідним кроком до екологічно відповідального способу життя.

Важливість зниження вуглецевого сліду усвідомлюється не лише на рівні індивідів, але й бізнесу, оскільки екологічна свідомість стає конкурентною перевагою. Крім прямих викидів, значну увагу слід приділяти непрямим викидам, пов'язаним зі споживанням товарів та послуг.

Транспорт відіграє визначальну роль у формуванні екологічного сліду, де авіація та автомобілі з двигунами внутрішнього згоряння є одними з найбільших забруднювачів.

Туризм у світі є значним джерелом викидів вуглекислого газу, спричиняючи близько 8% від загального обсягу. Це включає не тільки прямі викиди від транспорту, так і непрямі, пов'язані з використанням готелів та іншої туристичної інфраструктури. Наприклад одна офлайн-подія на 1 000 учасників залишає після себе близько 530 тонн CO_2, причому основні джерела викидів - транспорт, одноразовий пластик, харчування та енергоспоживання. Найбільшу частку складає транспорт: кожен учасник триденної конференції в середньому генерує від 0,5 до 1,5 тонн CO_2-еквіваленту [1]. Іншими прикладами є деталізація викидів на прикладі конкретних подій. Зокрема конференція Green Build 2021 у Сан-Дієго: 87% – авіаперельоти; 10% – робота конференц-центру; 1,5% – транспорт усередині міста; 1,5% – проживання учасників. Інший приклад сезон 2021 року Формули 1: 71% – перевезення вантажів; 14% – подорожі персоналу; 7% – операційна діяльність; 5% – переміщення глядачів; 2% – їжа та напої; 1% – автомобілі [1].

Таким чином бачимо, що транспорт суттєво впливає на екологічний слід мандрівника. Авіаперельоти, є одним із найбільших джерел викидів

[1] *Гордієнко Карина Анатоліївна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність J3 Туризм і рекреація, 1 курс, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна, e-mail: gordakarina25@gmail.com.

вуглекислого газу, становлячи близько 2.2% від світових викидів. Автомобілі з бензиновими двигунами відповідають за 14% викидів CO2 [2].

Ця статистика повинна спонукати всіх до більш усвідомленого підходу до планування подорожей. Споживачі повинні вирішити, чи продовжувати звичні способи, які шкодять планеті, чи обирати більш екологічні варіанти відпочинку, щоб зменшити свій вуглецевий слід. Але ще більш важливу роль повинні грати організатори туризму – туристичні підприємства оператори та агенції, організатори екскурсій, які повинні плекати серед споживачів певні правила та споживчу поведінку щодо використання транспорту під час подорожей. Зокрема такі настанови можливо сформулювати у даний спосіб:

1. Обирати громадський транспорт замість індивідуального трансферу.
2. Автобуси, потяги, метро – значно менш шкідливі для довкілля, ніж індивідуальні автомобілі чи авіаперельоти.
3. Пересувайтеся потягам замість літаків. Потяги викидають набагато менше CO_2 на пасажира, особливо на середні та довгі відстані.
4. Подорожуйте наземним транспортом при коротких дистанціях. Для поїздок до 500 км краще використовувати автобус чи авто (бажано електромобіль або гібрид), ніж літак.
5. Використовуйте спільні поїздки (carpooling). Поділіться авто з іншими подорожуючими – менше машин, менше викидів.
6. Орендуйте електромобілі або велосипеди. У містах краще користуватись електротранспортом, велосипедами чи самокатами замість таксі.
7. Поєднуйте маршрути ефективно. Плануйте подорож так, щоб уникати зайвих переїздів і скоротити кількість пересадок.
8. Вибирайте авіакомпанії з програмами компенсації вуглецевого сліду. Деякі перевізники інвестують у проекти з відновлення природи або зменшення викидів.
9. Подорожуйте менше, але довше. Замість кількох коротких подорожей – одна тривала. Це зменшує потребу в частих перельотах.
10. Поширюйте екологічну культуру подорожей. Розповідайте іншим про важливість зменшення вуглецевого сліду в туризмі.

Дотримання навіть таких простих правил як в організації турів так і в поведінці при подорожуванні може значно зменшити техногенне навантаження на довкілля, зокрема зменшення вуглецевого сліду. Тобто усвідомлена транспортна екологічна відповідальність у подорожах є невід'ємною частиною загальних зусиль зі збереження планети для майбутніх поколінь.

Список використаних джерел:

1. Сталі івенти: чек-лист з організації подій без шкоди для клімату. URL: https://mmr.ua/show/stali-iventy-chek-lyst-z-organizacziyi-podiy-bez-shkody-dlya-klimatu
2. Екологічна подорож: як знизити свій вуглецевий слід. URL: https://heybus.com.ua/news/eco-travel-how-to-reduce-your-carbon-footprint

Євпроінтеграційні напрямки розвитку сталого туризму споживчої кооперації України

***Наталія Гринюк*[1]**

Кооперативна співпраця є вагомим чинником соціально-економічної інтеграції. У сучасних умовах третинний сектор кооперативної діяльності демонструє високу динамічність та адаптивність, охоплюючи широкий спектр торговельних, побутових, фінансових, соціально-культурних послуг.

Міжнародний досвід функціонування кооперативного сектора економіки засвідчує ключову роль споживчих кооперативів у розвитку сфери послуг, особливо в періоди економічних трансформацій [1]. Не применшуючи значущість кооперативних галузей третинного сектора, слід наголосити на значному потенціалі кооперативної моделі господарювання саме в туристичній сфері. Ефективність та життєздатність туристичної діяльності як складової споживчої кооперації підтверджується наявністю базових елементів для її здійснення: туристичних ресурсів, що формують туристичний продукт та його пропозицію; розвиненої інфраструктури для реалізації туристичної пропозиції; кваліфікованого персоналу для обслуговування туристичного контингенту; інвестицій та інновацій, спрямованих на оптимізацію та прогрес туристичної діяльності.

Враховуючи викладене, доцільно акцентувати увагу на значному потенціалі міжнародної кооперативної взаємодії у сфері туризму, яка на сучасному етапі характеризується вищими темпами зростання порівняно з іншими секторами економіки. Підтвердженням актуальності та важливості розвитку даної галузі кооперативного сектору є діяльність Міжнародної асоціації туристичних кооперативів (TICA), що є структурним підрозділом Міжнародного кооперативного альянсу та має на меті сприяння розвитку туризму шляхом інтенсифікації міжкооперативних зв’язків [2]. Розвиток туристичної індустрії визначено одним із пріоритетних напрямів діяльності Європейської кооперативної мережі (EUROCOOP) [3]. Протягом останніх десятиліть у більшості країн-членів EUROCOOP спостерігається динамічний розвиток кооперативного зеленого туризму (Польща, Німеччина, Австрія, Франція, Італія, Іспанія), формуються та функціонують кооперативні туристичні агентства (Франція, Австрія), розширюється мережа кооперативних готельно-туристичних та оздоровчих комплексів (Болгарія, Італія, Австрія) [4].

Зважаючи на членство України в EUROCOOP, значення співробітництва між кооперативними організаціями України та країн ЄС набуває особливої актуальності в контексті євроінтеграційних пріоритетів держави.

Споживча кооперація в Україні, вирізняючись розвиненою структурою та

[1] *Гринюк Наталія Андріївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри професійної освіти, ресторанного і туристичного бізнесу, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Полтава, Україна, e-mail: nataliyahrynyuk@gmail.com .

організаційною оформленістю серед інших підсистем кооперативного сектору, функціонує як комплексна соціально-економічна система. Її діяльність характеризується диверсифікацією, що корелює з моделлю багатофункціональних кооперативів, поширених у розвинених країнах [1]. Законодавчі акти України у сфері кооперації [5,6] та установчі документи кооперативних організацій [7] регламентують багатогалузевий характер їхньої діяльності, забезпечуючи універсальність та створюючи передумови для більш ефективної реалізації соціально-економічних завдань системи. Ключовим фактором у контексті виконання соціальної місії національної споживчої кооперації є розвиток і підтримка на належному рівні сфери послуг, включаючи туристичну галузь, що, на сьогодні є основою для забезпечення конкурентоздатності кооперативних організацій на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Забезпечення сталого розвитку туризму в системі споживчої кооперації України першочергово залежить від удосконалення поточної діяльності в сфері туризму та підвищення конкурентоздатності кооперативних підприємств за такими ключовими напрямами (табл. 1).

Таблиця 1 – Напрями удосконалення туристичної діяльності системи споживчої кооперації України

№	Напрями	Заходи
1.	Удосконалення організаційної структури туристичної галузі споживчої кооперації	– розширення мережі туристичних підприємств; – введення в експлуатацію нових туристичних об’єктів; – підвищення технічної оснащеності та впровадження прогресивних технологій у сфері туризму; – формування сприятливого трудового середовища в туристичній галузі системи.
2.	Активізація діяльності багатопрофільних кооперативів у туристичній сфері	– стимулювання розвитку туристичних і рекреаційних кооперативів; – кількісне та якісне розширення спектру туристичних підприємств.
3.	Підвищення ефективності туристичної діяльності кооперативних підприємств	– імплементація сучасних стандартів обслуговування туристів; – адаптація сучасного вітчизняного і міжнародного досвіду функціонування туристичних підприємств.
4.	Диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності кооперативних підприємств у сфері туризму	– активізація розвитку іноземного туризму; – розширення кількості і спектру лізингових операцій; – запровадження франчайзингових моделей.
5.	Інтенсифікація діяльності кооперативних інформаційно-консалтингових фірм	– підвищення результативності маркетингових досліджень та аналізу зовнішніх ринків; – обґрунтування пріоритетних напрямків розвитку кооперативних підприємств у туристичній сфері.

Основними перспективними напрямками інтеграції національних кооперативів у розвиток сталого туризму європейської кооперативної мережі слід визначити:

1. Формування і розширення кооперативних зв’язків з партнерами з країн

ЄС, що передбачає створення спільних підприємств з метою обміну досвідом та залучення іноземного капіталу, а також використання механізмів франчайзингу та лізингу.

2. Співпраця у розвитку сфери кооперативного зеленого туризму, яка, насамперед, включає сприяння розвитку екологічно орієнтованих видів туризму (екотуризму, етнотуризму).

3. Участь у формуванні та розвитку туристичних єврорегіонів, де розглядається просторова модель організації транскордонного кооперативного співробітництва (наприклад, з Республікою Польща та Угорщиною).

Залучення українських кооперативних організацій до розвитку сталого туризму в рамках європейської кооперативної мережі матиме позитивний мультиплікативний ефект на суміжні галузі кооперативного сектору (торгівлю, сферу послуг, громадське харчування, транспорт), сприятиме соціально-економічному розвитку регіонів, підвищенню рівня зайнятості населення, збільшенню бюджетних надходжень різних рівнів та зростанню інвестиційної привабливості регіонів.

Формування та подальший розвиток туристичних, рекреаційних і розважальних кооперативів стане ключовим фактором у формуванні стійких конкурентних переваг системи, багатогранність яких є фундаментом для довготривалого та ефективного функціонування туристичних підприємств споживчої кооперації України як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

У більш широкому контексті, розвиток сталого туризму споживчої кооперації України в рамках європейської кооперативної мережі закладе основу для поглиблення культурних обмінів, розширення ринкових відносин та зміцнення міжнародного співробітництва в цілому.

Список використаних джерел:

1. International Cooperative Alliance (ICA) Activities: [Electronic resource]. – URL: http://www.ica.coop/activities/index.html. (Дата звернення: 30.04.2025).

2. International Association of Cooperative Tourism (TICA): [Electronic resource]. – URL: http://www.uia.org/s/or/en/1100036787. (Дата звернення: 04.05.2025).

3. European Community of Consumer Co-operatives (EUROCOOP): [Electronic resource]. – URL: http://www.eurocoop.coop. (Дата звернення: 05.05.2025).

4. Report of International Cooperative and Associative Tourism Organization to the General Assemble. ICA Review, Vol. 91 No. 2.: [Electronic resource]. – URL: http://www.coop.org. (Дата звернення: 05.05.2025).

5. Про споживчу кооперацію: Закон України [Електронний ресурс]: Закон України від 10.04.1992 р. № 2265–XII–ВР – URL: http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-12. (Дата звернення: 02.05.2025).

6. Про кооперацію: Закон України [Електронний ресурс]: Закон України від 10.07.2003 р. № 1087–IV–ВР – URL: http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-4. (Дата звернення: 02.05.2025).

7. Інтернет-сервер офіційного сайту Центральної спілки споживчих товариств України (Укркоопспілки): [Електронний ресурс]. – URL: http://www.coop.com.ua. (Дата звернення: 02.05.2025).

Європейські практики вирішення проблем надмірного туризму

Марина Дроботова[1], Анастасія Панюкова[2]

Протягом останніх десятиліть туристичний сектор демонструє стабільне зростання, що позитивно впливає на економіку країн, однак водночас спричиняє низку соціокультурних і екологічних проблем. Однією з найбільш актуальних є проблема надмірного туризму – ситуації, за якої кількість відвідувачів перевищує здатність дестинації зберігати якість життя місцевого населення, стан навколишнього середовища та комфорт туристичного досвіду [1].

Європа, як один із найпопулярніших туристичних регіонів світу, зіштовхується з численними викликами, пов'язаними з надмірним туристичним тиском.

Фактори, що спричиняють надмірний туризм, є комплексними: дешеві подорожі (розвиток лоукостерів і платформи бронювання житла (Airbnb, Booking) значно знизили бар'єри для подорожей); популяризація туристичних дестинацій через соціальні мережі (що створює ефект «вірусного туризму»); відсутність стратегічного планування у багатьох містах, що не розраховували на великі потоки туристів; зосередження турпотоків у певних локаціях **(**замість рівномірного розподілу по країні).

В Європейському регіоні найбільші проблеми щодо надмірного туризму характерні для таких дестинацій.

1. Барселона (Іспанія). Зростання орендних цін, перенасичення громадського простору, конфлікти між місцевими мешканцями та туристами спричинили численні протестні акції [2].

2. Венеція (Італія). Місто страждає від круїзного туризму, що шкодить архітектурі та екосистемі лагуни. У 2024 році було впроваджено плату за в'їзд для одноденних туристів [3].

3. Амстердам (Нідерланди). Міська влада зменшила обсяги рекламних кампаній, заборонила нові готелі в центрі міста та ввела обмеження на поведінку туристів у розважальних районах [4].

4. Дубровник (Хорватія). Через популярність серіалу «Гра престолів» місто почало приймати втричі більше туристів, ніж дозволяє його інфраструктура. Влада обмежила кількість круїзних суден і встановила камери для моніторингу потоків [5].

Основними європейськими практиками вирішення проблеми надмірного туризму слід зазначити наступні (табл.1).

---

[1] *Дроботова Марина Володимирівна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, Черкаський національний університет ім.Б.Хмельницького, м. Черкаси, Україна.

[2] *Панюкова Анастасія Олександрівна* – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, Черкаський національний університет ім.Б.Хмельницького, м. Черкаси, Україна.

Таблиця 1 – Європейські практики вирішення проблеми надмірного туризму

Показник	Інструменти
Встановлення обмежень	– впровадження квот на вхід у міста (Венеція). – обмеження на кількість днів короткострокової оренди (Берлін, Париж, Амстердам); – встановлення туристичних податків, диференційованих за сезонами (Брюгге, Мюнхен)
Диверсифікація туризму	– розвиток менш популярних регіонів і створення нових туристичних маршрутів; – стимулювання несезонного туризму за допомогою знижок, подій, фестивалів
Цифровізація та управління потоками	– використання цифрових лічильників, додатків для туристів, систем бронювання з обмеженням кількості відвідувачів (Барселона, Зальцбург); – аналітика великих даних (big data) для прогнозування туристичного навантаження
Залучення громади	– створення платформ співпраці з місцевими жителями; – розробка туристичних стратегій на основі консультацій із громадою (Відень)

Також слід розглянути ще такий приклад [6]. У Портофіно (Італія) для вирішення проблеми з надмірним туризмом місцева влада запровадила суворі правила для тих, хто відвідує регіон. Заборона на селфі – одне з найсуперечливіших правил (для запобігання утворенню величезних натовпів туристів у популярних місцях і порушення спокою місцевих жителів) [6].

Надмірний туризм створює значні проблеми для місцевих громад та екосистем, але також пропонує інновації та можливості для сталого розвитку. Вирішення проблеми надмірного туризму вимагає багатостороннього підходу, що включає урядові ініціативи, технологічний прогрес та участь громади.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня туристична організація (UNWTO); Центр експертизи з питань дозвілля, туризму та гостинності; Університет прикладних наук NHTV Бреда; та Університет прикладних наук NHL Stenden (2018), «Надмірний туризм»? – Розуміння та управління зростанням міського туризму поза межами сприйняття, короткий зміст, UNWTO, Мадрид, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284420070

2. Milano, C. (2018). Overtourism and Tourismphobia: A journey through four European cities. Barcelona: Observatori del Turisme.

3. Comune di Venezia (2024). Ingresso a pagamento per i turisti giornalieri: nuove regole. URL: https://www.comune.venezia.it/

4. Amsterdam & Partners (2023). Visitor Economy 2025 Strategy. URL: https://www.etoa.org/wp-content/uploads/2021/03/Brochure-Redesigning-the-Visitor-Economy-of-Amsterdam.pdf

5. European Parliament (2022). Overtourism: Impact and solutions. URL: https://roadbook.com/travel/overtourism-europe-dispersal-taxes-solutions/

6. Overtourism in European Hotspot Cities. URL: https://ecotourism-world.com/overtourism-in-european-hotspot-cities/

Впровадження принципів сталого розвитку в готельно-ресторанній індустрії України: європейський досвід і перспективи

***Світлана Дудник*[1]**

Сталий розвиток у XXI столітті перестав бути лише глобальним трендом – він став необхідною умовою трансформації економіки, зокрема готельно-ресторанної індустрії. Глобальні виклики, спричинені зміною клімату, зростаючим споживанням природних ресурсів і соціальною нерівністю, вимагають від підприємств HoReCa переосмислення своєї ролі у суспільстві. Сучасні споживачі очікують не лише якісного сервісу, а й соціально відповідального підходу з боку бізнесу, який враховує екологічні, економічні та соціальні чинники [1].

Європейський досвід демонструє ефективність впровадження стратегій сталого розвитку в сфері гостинності. Такі країни, як Швеція, Німеччина та Нідерланди, активно впроваджують політику енергозбереження, скорочення відходів, використання локальних та органічних продуктів, а також соціальну відповідальність − працевлаштування представників вразливих верств населення [2]. За даними Sustainable Hospitality Alliance, провідні готельні мережі, активно реалізують програми з енергоефективності, зменшення вуглецевого сліду, боротьби з харчовими відходами та соціальної інклюзії. Зокрема, ініціатива «Pathway to Net Positive Hospitality» передбачає перехід до моделей, що приносять користь довкіллю та суспільству.

Одним із ключових напрямів сталого розвитку є енергозбереження. Згідно з дослідженнями, понад 40% витрат готелів припадає на комунальні послуги, включно з енергоресурсами [3]. Перехід на енергозбереження дозволяє суттєво зменшити витрати та негативний вплив на довкілля.

Передові готелі світу стають прикладом впровадження енергоефективних технологій, використання відновлюваних джерел енергії та зменшення вуглецевого сліду. Одним із найбільш інноваційних засобів розміщення є ITC Grand Chola у Ченнаї (Індія), що став першим у світі готелем з сертифікацією LEED Zero Carbon. Він повністю покриває свої енергетичні потреби за рахунок відновлюваних джерел енергії − сонця і вітру. Застосування системи управління HVAC (Hartman Loop) дозволило скоротити енергоспоживання на понад 40% [4]. Crowne Plaza Copenhagen Towers у Данії − перший готель у країні, що повністю працює на відновлюваних джерелах енергії. Його фасад оснащений найбільшою в Північній Європі сонячною електростанцією, а система охолодження та опалення використовує енергію ґрунтових вод [5]. У США Proximity Hotel (Північна Кароліна) став першим готелем, що отримав LEED Platinum

[1] *Дудник Світлана Олексіївна* – аспірант, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, Україна.

сертифікацію. Він обладнаний понад 100 сонячними панелями для підігріву води, геотермальними системами охолодження та інноваційною системою рекуперації енергії ліфтів [6]. Готель The Sinclair Hotel у Техасі, який використовує технологію Power over Ethernet (PoE) для живлення освітлення, штор, дзеркал і мінібарів, що зменшило енергоспоживання на 30–40% [7]. У Великій Британії готель DoubleTree by Hilton Dartford Bridge впровадив систему Spacewell Energy, яка дозволила скоротити споживання енергії на 65%, зменшити витрати та екологічне навантаження [8]. Готель Vincci Hoteles в Іспанії у партнерстві з Endesa X реалізує план сталого енергоменеджменту: встановлення енергоощадного освітлення, модернізація котлів, використання 100% зеленої енергії для 23 готелів мережі [9]. Інноваційний готель Bardessono Hotel у Каліфорнії поєднує архітектурну естетику з найвищими стандартами енергоефективності. Його дахова сонячна електростанція покриває майже половину енергоспоживання, а сам готель має LEED Platinum сертифікат [10].

Ці приклади свідчать про високий потенціал енергозбереження у готельному секторі. Вони демонструють, як за допомогою сучасних технологій можна не лише зменшити витрати, а й зробити бізнес стійким до кліматичних викликів і привабливим для екологічно свідомих споживачів.

Українські готелі можуть адаптувати ці ініціативи до місцевих умов, беручи до уваги кліматичні, економічні та інфраструктурні особливості. Застосування енергоощадного освітлення, систем моніторингу енергії, відновлюваних джерел (зокрема, сонячних панелей), а також розробка програм підвищення екологічної обізнаності персоналу та гостей − усе це є цілком досяжними кроками.

У контексті євроінтеграції, потреби в енергетичній незалежності та екологічної модернізації, впровадження таких стратегій в українських готелях є не лише бажаним, а й необхідним. Це дозволить не лише знизити витрати, але й сформувати позитивний імідж відповідального та конкурентоспроможного бізнесу на міжнародному ринку.

Ще одним із найважливіших показників екологічної ефективності у сфері готельного господарства є водоспоживання. У контексті змін клімату та обмежених водних ресурсів, водозбереження стало одним із ключових напрямів сталого розвитку готельного бізнесу. Світові готельні мережі активно впроваджують екотехнології та поведінкові практики, спрямовані на зменшення водоспоживання без шкоди для комфорту гостей.

У країнах з дефіцитом води, таких як Йорданія, готелі впроваджують радикальні заходи. Наприклад, готель Mövenpick Petra замінив 90% ванн на душові кабіни, що дозволило скоротити споживання води на 25% – з 45 млн літрів у 2019 році до 33 млн літрів у 2023 році [11].

Іншим прикладом є готель Novotel Itu Terras de São José Golf & Resort у Бразилії, де запроваджено систему очищення «сірої» води (з душів і раковин), що дозволяє повторно використовувати до 4,4 млн літрів води на рік для поливу території та змиву туалетів [11].

В Австралії готель Sofitel Noosa Pacific Resort накопичує дощову воду в підземному резервуарі об'ємом 16 800 літрів, використовуючи її для зрошення садів і технічних потреб [11].

У Європі Barceló Hotel Group (Іспанія) запровадив системи повторного використання води для змиву туалетів, встановив аератори, сенсорні змішувачі, а також запровадив кампанію «Song 4 Showering», що мотивує гостей приймати душ не довше 4 хвилин [12].

У Великій Британії The Zetter Hotel (Лондон) впровадив рециркуляційну систему, що забезпечує повторне використання до 50% води для технічних потреб [13]. А готель Fairmont Royal York у Канаді завдяки системі пом'якшення води скоротив споживання води в пральні на понад 476 000 літрів на день [14].

Особливу увагу заслуговує готель Guldsmeden Hotels у Копенгагені, який використовує технологію очищення та рециркуляції води, розроблену NASA. Ця система дозволяє знизити споживання води під час душу на 60–90% [15].

Серед основних методів водозбереження, які застосовуються на глобальному рівні, можна виокремити:

– встановлення водозберігаючих пристроїв: душові насадки з низьким потоком, сенсорні крани, двоступеневі бачки для унітазів;

– системи очищення та повторного використання «сірої» води;

– використання дощової води для поливу та технічних потреб;

– освітні програми для персоналу та гостей щодо ощадливого використання води;

– використання локальної рослинності, що потребує менше поливу.

Таким чином, впровадження водозберігаючих технологій у готелях різних країн світу свідчить про прагнення до підвищення ресурсної ефективності та сталості операцій. Ці приклади можуть бути корисними для українських готелів у процесі адаптації до європейських екологічних стандартів та трансформації на шляху до сталого розвитку.

Попри численні труднощі, український бізнес поступово інтегрує сталі практики. Прикладом є українські готелі, які здобули сертифікацію Green Key або EarthCheck, а також ресторани, що співпрацюють з локальними еко-брендами. Для ефективного впровадження принципів сталого розвитку на національному рівні доцільно: адаптувати успішні європейські моделі сталого туризму; створювати стимули для бізнесу (податкові пільги, гранти); забезпечити системну підготовку кадрів в галузі сталого менеджменту; сприяти формуванню екологічної свідомості у споживачів.

Наукове підґрунтя сталого розвитку ґрунтується на концепції «трьох вимірів»: економічному, екологічному та соціальному. У готельно-ресторанному бізнесі це означає:

– економічну ефективність за рахунок оптимізації витрат та підвищення лояльності клієнтів;

– екологічну відповідальність через впровадження ресурсозберігаючих технологій та зменшення шкідливого впливу на довкілля;

– соціальну інклюзивність, зокрема працевлаштування внутрішньо переміщених осіб, підтримку локальних виробників тощо.

Особливе значення має освітній компонент. Формування екологічної культури серед персоналу та гостей, впровадження курсів сталого менеджменту у підготовку фахівців галузі – ключ до довготривалого ефекту. Важливо, щоб сталий розвиток став не окремою функцією, а філософією управління підприємством.

Таким чином, впровадження принципів сталого розвитку в готельно-ресторанну індустрію України не лише сприяє інтеграції у європейський простір, але й формує стійкі, адаптивні бізнес-моделі, здатні реагувати на сучасні виклики та створювати цінність для всіх зацікавлених сторін.

Список використаних джерел:

1. Сталий розвиток в готельно-ресторанному бізнесі: сучасні тенденції та виклики / Н.І. Мельник // Економіка та держава. – 2023. – №4. – С. 22–25.
2. Sustainable Hospitality Alliance. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://sustainablehospitalityalliance.org
3. Європейський досвід впровадження енергоефективних технологій у HoReCa / В. О. Іваненко // Готельно-ресторанна справа. – 2022. – №1. – С. 45 - 50.
4. Contributors to Wikimedia projects. ITC Grand Chola Hotel - Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/ITC (date of access: 12.05.2025).
5. Contributors to Wikimedia projects. Crowne Plaza Copenhagen Towers - Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Crowne_Plaza_Copenhagen_Towers.com (date of access: 14.05.2025).
6. Contributors to Wikimedia projects. Proximity Hotel - Wikipedia. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/ProximityHotel (date of access: 11.05.2025).
7. Temblador A. The Sinclair Hotel Is the First in the World to Power Itself With This New Technology. *Architectural Digest*. URL: https://www.architecturaldigest.com (date of access: 14.05.2025).
8. Transforming energy management in hotels: A Case Study. Spacewell A Nemetschek Company. URL: https://spacewell.com (date of access: 14.05.2025).
9. Redazione Enel X Global. Sustainability in the hospitality and hotel industry. Enel X. Enel X. URL: https://corporate.enelx.com (date of access: 13.05.2025).
10. Hospitality Better Buildings Initiative. Better Buildings Solution Center Better Buildings Initiative. URL: https://betterbuildingssolutioncenter.energy.gov (date of access: 10.05.2025).
11. Accor Group. Stories of Change – Water [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: https://group.accor.com
12. Barceló Hotel Group. Water saving practices [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: https://www.barcelo.com
13. Impact Hotels. Water conservation in hotels [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: https://www.impacthotels.com
14. Green Lodging News. Fairmont Hotels' water-saving initiatives [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу: https://www.greenlodgingnews.com
15. Smart Water Magazine. Why hotels pioneering water conservation are ahead of the curve [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу: https://smartwatermagazine.com

Управління надмірним туризмом у морських природоохоронних територіях: виклики та стратегії збереження

***Ірина Кирилюк*[1]**

У сучасних умовах туризм, як вагома складова економіки, відіграє ключову роль у вирішенні соціально-економічних завдань і може одночасно бути як потужним інструментом розвитку, так і загрозою для екологічної стійкості природних територій, зокрема берегових ліній, коралових рифів і малих островів.

Берегові лінії, коралові рифи та малі острови є одними з найбільш вразливих природних систем на планеті. Їх чутливість обумовлена як природними чинниками, так і антропогенним впливом, зокрема надмірним розвитком туризму, інтенсивною забудовою узбережь, забрудненням та руйнуванням середовища існування. Коралові рифи, що є осередками біорізноманіття, особливо гостро реагують на зміну температури води, забруднення та фізичні пошкодження внаслідок рекреаційної діяльності. Малі острови, з огляду на обмеженість ресурсів і площі, мають низьку здатність до адаптації в умовах екологічних змін та надмірного туристичного навантаження. Берегові зони виконують важливі екологічні функції, зокрема захист внутрішніх територій від штормів і повеней, підтримку рибних ресурсів та збереження середовищ існування для численних видів флори і фауни. Деградація цих територій, втрати біорізноманіття та посилення антропогенного тиску на природні ресурси через нерегульований туризм ставить під загрозу не лише екосистеми, а й соціально-економічне благополуччя місцевих громад, які залежать від природних ресурсів.

Враховуючи високу екологічну, соціальну та економічну цінність цих територій, забезпечення їх сталого використання та збереження набуває особливого значення в контексті глобальних змін. Сталі практики не лише сприяють зменшенню екологічного сліду, але й підсилюють відчуття відповідальності та особистого внеску в збереження планети, сприяють поширенню екологічної свідомості [1]. Пошук нових рішень повинен спрямовуватись на забезпечення сталого зростання та відновлення, яке б враховувало інтереси як нинішнього, так і майбутніх поколінь, з акцентом на збереження ресурсів, екологічну відповідальність та соціальну справедливість.

Для мінімізації негативного впливу туризму на вразливі прибережні екосистеми виникає нагальна потреба у впровадженні ефективних механізмів управління туристичними потоками в межах морських природоохоронних територій, спрямованих на збереження екологічної цілісності чутливих

[1] *Кирилюк Ірина Миколаївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань, Україна, e-mail: irina_kurul@ukr.net.

екосистем, запобігання деградації природних ресурсів та забезпечення сталого використання рекреаційного потенціалу. До пріоритетних заходів належать встановлення обмежень на кількість відвідувачів, розроблення регламентованих маршрутів і зон доступу, створення програм екологічної освіти для туристів, а також впровадження інструментів моніторингу стану середовища. Важливим аспектом розвитку та збереження морських природоохоронних територій є розширення економічних можливостей та залучення до процесу управління місцевих громад та зацікавлених сторін, що сприяє туризму та більш справедливому розподілу економічних вигод, підвищенню рівня відповідальності й захисту навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

Ефективність концепції збереження морських природоохоронних територій залежить від системних змін у функціонуванні, управлінні та співпраці з усіма зацікавленими сторонами (табл 1).

Таблиця 1 – Практики регулювання туризму в морських природоохоронних територіях

Назва	Ініціативи, впроваджені для збереження морських природоохоронних територій
Hanauma Bay, Гаваї	Для відновлення морської екосистеми, зменшення туристичного навантаження, охорони коралових рифів та морського життя впроваджено практику закриття для відвідувачів щопонеділка та щовівторка. Також у бухті заборонена риболовля, а управлінські рішення приймаються на основі регулярного моніторингу стану довкілля.
Manuel Antonio National Park, Коста-Ріка	Для збереження морських, прибережних та наземних екосистем Конституційний суд Коста-Ріки розпорядився скоротити щоденну кількість відвідувачів парку з 3 тис. до 1 тис. 120 осіб. Це обмеження спрямоване на покращення екологічних зв'язків і зменшення стресу для дикої природи. Плата за вхід забезпечує фінансування заходів із постійного управління та обслуговування.
Sipadan Island Park, Малайзія	Для захисту чутливої екосистеми острова встановлено чіткі регуляторні заходи щодо організації дайвінгу. Для одного відвідувача, який обов'язково має мати сертифікат, обмежена кількість занурень до двох на день у часовому проміжку з 7:00 до 16:30. На кожному дайв-сайті дозволено реєстрацію не більше 50 дайверів щодня, при цьому один інструктор може супроводжувати одночасно не більше чотирьох учасників. Для громадян Малайзії передбачено знижену плату за природоохоронні заходи порівняно з іноземними відвідувачами.
Port Cros/Porquerolles National Park, Франція	Для запобігання екологічній деградації та уникнення перевантаження морських екосистем використовуються цифрові технології через які відвідувачам пропонуються безкоштовні паркувальні місця та доступ до громадського транспорту до поромного терміналу. Впроваджено рішення щодо захисту навколишнього середовища через інформаційно-просвітницькі меседжі. У літній період встановлено обмеження надмірної кількості відвідувачів острова – 6 тис. осіб на день.
Calanques National Park, Франція	Для збереження чутливих прибережних територій запроваджено систему попереднього бронювання доступу до популярних місць. Публічне інформування сприяє підвищенню обізнаності відвідувачів щодо необхідності обмежень на відвідування задля захисту природного середовища. Застосовується обмеження щодо утримання моторизованих транспортних засобів подалі від периферії території.

Назва	Ініціативи, впроваджені для збереження морських природоохоронних територій
Galápagos National Park, Еквадор	Для захисту унікальних екосистем архіпелагу введено обмеження щодо кількості туристів на човнах (до 1660 осіб) і денних круїзах (до 180 осіб), а також обов'язковий супровід туристів акредитованими гідами (не більше 16 осіб на одного гіда).
Fernando de Noronha National Marine Park, Бразилія	Для мінімізації впливу туризму на морські та прибережні екосистеми впроваджено обмеження на кількість пасажирів, які прибувають повітряним транспортом (три рейси щодня з максимум 340 пасажирами) і морським транспортом (для круїзного туризму пасажиропотік обмежується 750 особами, зокрема, не більше 350 осібам дозволено виходити на берег, 350 осіб можуть займатися водними видами спорту одночасно).
Whitsunday Islands, Great Barrier Reef, Австралія	Для контролю впливу на морські екосистеми та захисту морського дна використовується система «рекреаційних налаштувань». Залежно від розміру суден та кількості груп визначається до яких зон відвідувачі можуть отримати доступ. Система визначає конкретні місця швартування та зони в яких заборонені стоянки на якорі.
Shark Reef Marine Reserve, Фіджі	Для захисту навколишнього середовища і сталого місцевого економічного розвитку управління заповідником передано місцевому дайвінг-центру, який регулює щоденну кількість човнів та максимальну кількість дайверів на одне судно.
Sept-Îles Natural Nature Reserve, Франція	Для мінімізації людського впливу на екосистему та пташині популяції на шести із семи островів заповідника заборонена висадка пасажирів, а доступ до пляжів відкритого острова суворо обмежується в липні і серпні. Менеджери здійснюють щоденний моніторинг та контролюють активності, як дайвінг, каякінг та збирання молюсків.

Джерело: сформовано автором на основі [2; 3; 4].

Аналіз успішних практик управління морськими природоохоронними територіями свідчить, що ефективне збереження чутливих морських екосистем залежить від впровадження інтегрованих підходів, які поєднують регулювання туристичних потоків, обмеження доступу, моніторинг стану довкілля та активну участь місцевих громад. Зокрема, регулювання відвідуваності через встановлення щоденних квот, обмеження днів відвідування та попереднє бронювання доступу дозволяє зменшити антропогенний тиск на екосистеми; постійний екологічний моніторинг забезпечує адаптивне управління на основі актуальних даних про стан довкілля; диференційоване використання територій через зонування і регламентацію видів рекреаційної діяльності сприяє збереженню найчутливіших природних комплексів; залучення місцевих громад та приватного сектору до управління територіями підвищує ефективність їх охорони та підтримує економічну сталість; економічні інструменти, такі як екологічні збори й диференційовані тарифи, забезпечують додаткові ресурси для підтримання охоронних заходів.

Співпраця міжнародних організацій, урядів, наукової спільноти, приватного сектору, громадянського суспільства та інших структур є ефективним інструментом для просування екологічних ініціатив, вирішення глобальних викликів, впровадження інноваційних рішень для розвитку морських

природоохоронних територій. Міжнародні організації, такі як Всесвітня організація туризму, Асамблея ООН з навколишнього середовища, Всесвітній центр моніторингу збереження природи Програми ООН з навколишнього середовища, Глобальний екологічний фонд, Міжнародна спілка охорони природи, Всесвітній фонд дикої природи та інші, активно працюють над розробкою відтворювальних екологічних політик і практик. Одним з напрямів діяльності Центру управління дестинаціями (DSC), Центру відповідальних подорожей (CREST), Глобальної ради зі сталого туризму (GSTC) є взаємодія між управлінням дестинаціями та туризмом та створення спільних центрів знань, що пропонують навчальні ресурси, практичні посібники та успішні кейси для формування відповідальних підходів щодо збереження і розвитку морських природоохоронних територій.

Глобальна міжнародна онлайн-спільнота «Відкриті комунікації для океану» (Open Communications for the Ocean – OCTO) об'єднує фахівців у сфері управління морськими ресурсами, дослідників, менеджерів природоохоронних територій та представників громадянського суспільства для дослідження проблем збереження і розвитку морських екосистем. Завдяки обміну знаннями, залученню інструментів штучного інтелекту та аналізу практик з реального управлінського досвіду, OCTO формує та поширює ефективні стратегії регулювання та збереження морських природоохоронних територій, орієнтовані на забезпечення балансу між охороною природного середовища та соціально-економічними потребами місцевих громад.

Така багатостороння взаємодія дозволяє мобілізувати ресурси й знання для розробки та впровадження відповідальних підходів до покращення і збереження морських природоохоронних територій і зменшення соціальних, економічних та екологічних наслідків туристичної діяльності [5].

Отже, практики обмеження туризму, підтримки природоохоронної інфраструктури та залучення різних стейкхолдерів є ключовими для збереження біорізноманіття та сталого розвитку морських природоохоронних територій. Використання сучасних технологій, зокрема систем аналізу великих даних та цифрового моніторингу, дозволяють оперативно оцінювати навантаження на природні об'єкти та коригувати управлінські рішення відповідно до реальної ситуації. Комплексний підхід до регулювання туристичної діяльності у морських природоохоронних територіях є запорукою збереження їхньої біорізноманітності та підтримання економічної стабільності регіонів, які залежать від сталого туризму.

Список використаних джерел:

1. Кирилюк І. М. Екологічний туризм у контексті сталого розвитку. *Екотренди в індустрії гостинності: реалії та перспективи* : кол. моногр. ; за ред. І. М. Поворознюк. Вінниця : ТВОРИ, 2023. С. 204-228.

2. Destination Stewardship Center. Center for Responsible Travel. Global Sustainable Tourism Council. *Destination Stewardship Report*. January–April 2025. Volume 5. Issue 3. URL:

https://www.gstcouncil.org/destination-stewardship-report-2025-vol5-issue3/ (дата звернення: 15.03.2025)

3. Global Sustainable Tourism Council. *How Marine Protected Areas Address Overtourism.* URL: https://www.gstcouncil.org/how-marine-protected-areas-address-overtourism/ (дата звернення: 15.03.2025)

4. Plano de Manejo da Área de Proteção Ambiental de Fernando de Noronha – Rocas – São Pedro e São Paulo. *Instituto chico mendes de conservação da biodiversidade*. Brasília, 08 de junho de 2017. URL: https://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/biodiversidade/unidade-de-conservacao/unidades-de-biomas/marinho/lista-de-ucs/apa-de-fernando-de-noronha-rocas-sao-pedro-e-sao-paulo/arquivos/plano_de_manejo_apa_ferando_de_noronha_rocas_sao_pedro_sao_paulo.pdf (дата звернення: 15.03.2025)

5. Кирилюк І. М. Напрями підвищення ефективності використання туристичного потенціалу регіону. *Розвиток внутрішнього туризму як фактора підвищення соціально-економічного зростання регіону* : кол. монографія. за ред. І. М. Поворознюк. Умань : Візаві. 2020. С. 130–166.

Роль та перспективи використання локальних харчових продуктів у відповідальному споживанні туристів

***Олена Ковальова*[1]**

У сучасних умовах туризм дедалі частіше розглядається не лише як сфера рекреаційної діяльності, але й як чинник забезпечення сталого розвитку. Одним із ключових напрямів відповідального туризму виступає усвідомлене споживання, зокрема орієнтація на використання локальних харчових продуктів у процесі туристичної діяльності. Зазначений підхід має вагоме значення з точки зору екологічної збалансованості, соціокультурної ідентичності регіонів та підтримки місцевої економіки.

Зростаючий інтерес до унікальних та автентичних подорожей сприяє зростанню кулінарного туризму в туристичній індустрії. Заклади харчування, включно з ресторанами, продавцями продуктів харчування та продуктовими ринками, відіграють вирішальну роль у підвищенні туристичної привабливості регіонів. У цьому місцева їжа слугує вектором до місцевої культури, і деякі ентузіасти їжі відвідують певні регіони через приємні страви місцевої кухні, які подають у місцевих закладах харчування [1].

Політика на європейському, національному та регіональному рівнях спрямована на розвиток туризму, в тому числі і кулінарного [2]. Відмічається підвищений попит серед європейських і неєвропейських туристів на екологічні продукти та послуги під час подорожей європейськими містами [3]. Сектор туризму активно вивчає методи зменшення негативного впливу на навколишнє середовище [4]. Тому дедалі частіше постає питання перспективи виробництва локальних харчових продуктів в певних регіонах Європи. Виключенням не стала і Україна з її різноманітною, смачною та самобутньою кухнею.

В умовах активного розвитку туризму зростає зацікавленість у принципах відповідального споживання, що передбачає усвідомлений вибір туристами товарів і послуг із врахуванням їхнього впливу на навколишнє середовище, економічну ситуацію та добробут місцевих громад. Одним із центральних елементів цього підходу є споживання локальних харчових продуктів, яке приносить значні переваги як мандрівникам, так і приймаючим регіонам.

В умовах глобалізаційних змін та зростання ролі принципів сталого розвитку актуалізується питання збереження й популяризації локальних харчових продуктів [5]. Україна, маючи високий аграрний потенціал і розвинуту кулінарну традицію, розглядає локальні продукти не лише як засіб задоволення харчових потреб, а й як вагомий чинник збереження культурної ідентичності, підтримки регіональної економіки та гарантування продовольчої безпеки.

Локальні харчові продукти – це продукти, вироблені або перероблені в

[1] *Ковальова Олена Сергіївна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри харчових технологій, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро, Україна.

межах конкретного регіону з використанням місцевої сировини, традиційних технологій і рецептур. Відображають історичні, етнічні й соціальні особливості регіону, вони є носіями кулінарної ідентичності та вважаються одним із чинників сталого споживання. Такі продукти є не лише частиною гастрономічної спадщини, але й важливим інструментом сталого розвитку регіонів України. Наша країна має широкий спектр унікальних локальних продуктів харчування (рис. 1). Прикладами локальних продуктів в Україні є:

– *гуцульська бринза* (Закарпаття, Івано-Франківщина) – має статус географічного зазначення;

– *поліський мед, карпатський мед* – традиційні продукти бджільництва;

– *бескидський сир, подільські ковбаси, козацькі вареники, бойківський хліб* – локальні кулінарні вироби;

– *домашні вина* з Одещини, Закарпаття, зокрема на основі ягід, фруктів і навіть квітів (акація, троянда);

– *фермерські овочі, сири, чаї та соки* в межах місцевих екогосподарств.

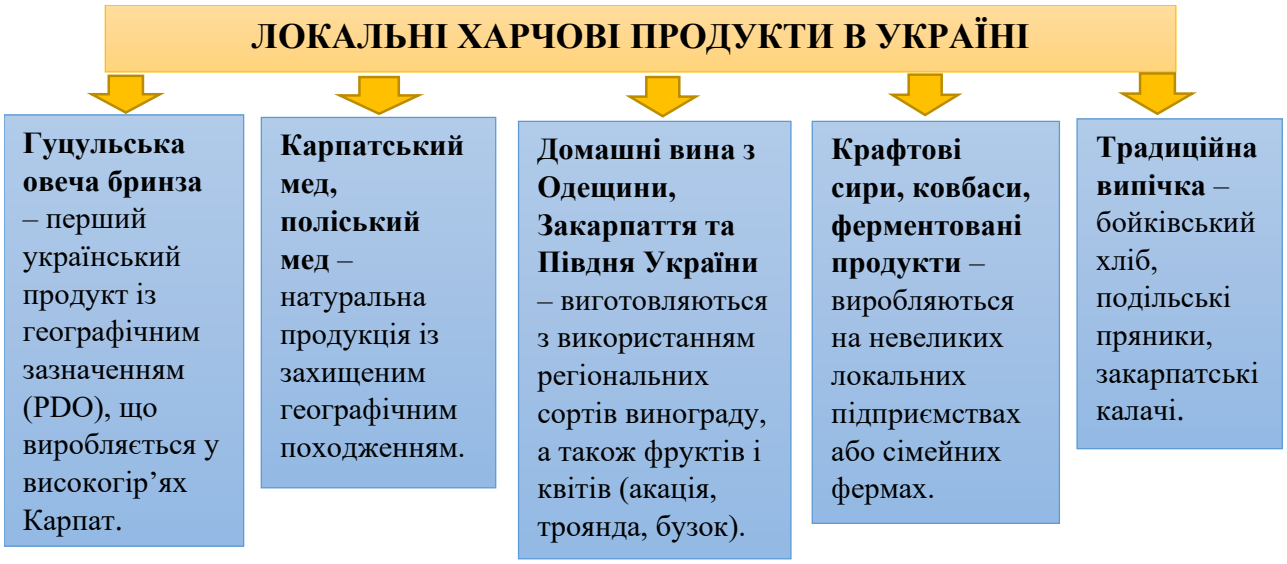


Рисунок 1 – Локальні харчові продукти України

Значення локальних продуктів є суттєвим, як для країни, так і для розвитку туристичної галузі [6]. В економічному напрямку це підтримка малого та середнього бізнесу, збереження робочих місць у сільських громадах. Культурне значення полягає в збереженні кулінарної ідентичності та популяризації нематеріальної спадщини. Екологічне значення ґрунтується на зменшенні транспортних витрат, використанні екологічно чистих технологій.

Перспективи розвитку виробництва локальних продуктів полягає в розширенні географічних зазначень (PDO/PGI) за європейським зразком, розвитку агротуризму з акцентом на гастрономію, підтримці локальних брендів через фермерські ярмарки, онлайн-платформи та гастрономічні фестивалі [7-8]. Також цікавим напрямком є створення кулінарних туристичних маршрутів (наприклад, «Шлях меду», «Винні дороги України», «Сирний шлях», «Ягідна рапсодія» тощо). Можна виокремити такі напрямки розвитку:

– розширення системи географічних зазначень відповідно до стандартів ЄС (PDO/PGI);

– інтеграція локальних продуктів у програми сталого туризму та освіти;

– популяризація локальної кухні через гастрономічні фестивалі, шкільне харчування, дегустаційні заходи;

– підтримка локальних виробників за допомогою державних грантів, кооперативних об'єднань та інтернет-торгівлі;

– створення еногастрономічних туристичних маршрутів.

Значення локальних харчових продуктів є багатогранним і охоплює економічні, культурні та екологічні аспекти (рис. 2).

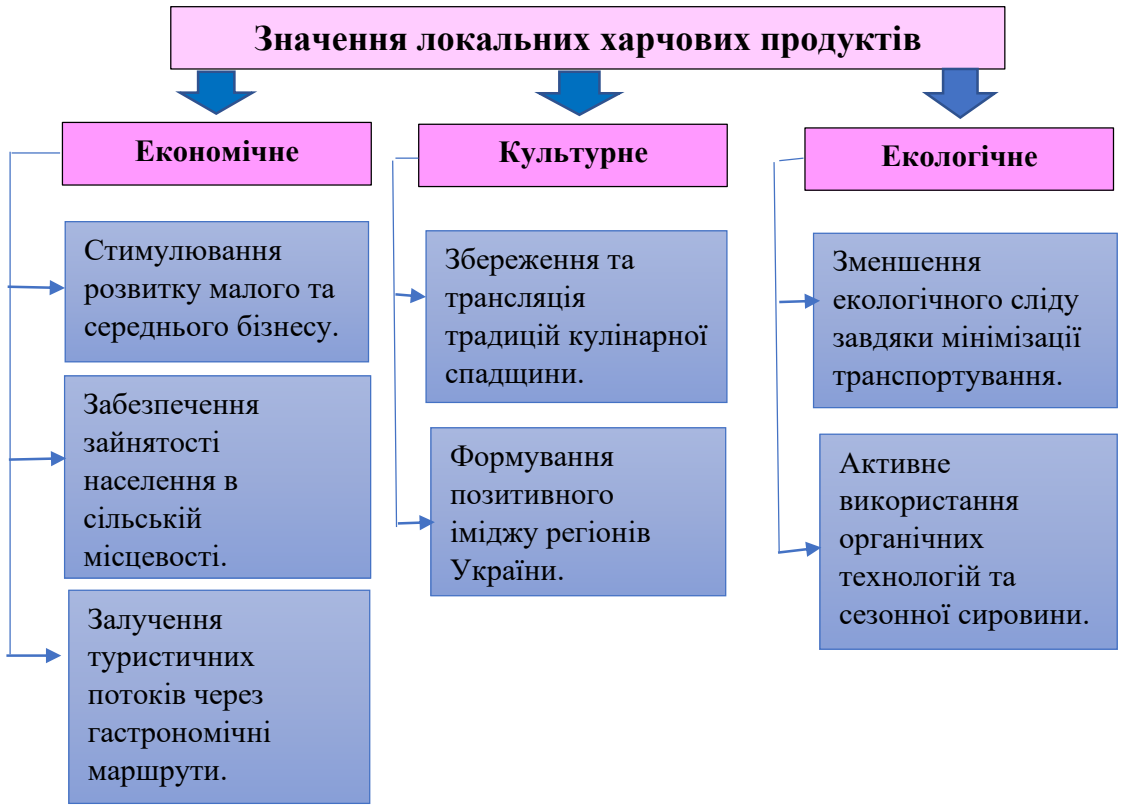


Рисунок 2 – Значення локальних харчових продуктів

Аналізуючи інформаційні джерела можна охарактеризувати значення локальних харчових продуктів. Економічне значення виражається у підтримці місцевих фермерів та виробників. Так купуючи локальні продукти, споживачі сприяють розвитку місцевого бізнесу та створенню робочих місць, що має визначну соціальну роль. Збереження фінансових ресурсів у регіоні завдяки тому, що витрачені на місцеву продукцію гроші залишаються у громаді. Зменшення витрат на транспортування робить продукцію конкурентоздатною за ціною. Також слід відмітити екологічне значення таких продуктів. Це відображається у зменшення вуглецевого сліду. Локальні продукти не потребують тривалого транспортування, що знижує викиди парникових газів. Також реалізується підтримка сталого сільського господарства, бо часто локальні фермери використовують більш екологічно чисті методи виробництва.

Крім того відбувається збереження біорізноманіття, а саме, місцеві сорти і породи тварин краще пристосовані до природних умов регіону.

Не останнє місце займає соціальне та культурне значення. Збереження кулінарних традицій виражається в тому, що локальні продукти є основою традиційної кухні та культурної ідентичності народу. Крім того відбувається зміцнення громади, що є результатом прямого контакту між виробниками і споживачами, а це сприяє довірі та взаєморозумінню. Відмічається освітній ефект, люди більше дізнаються про сезонність, аграрні практики та здорове харчування. Локальні продукти часто більш свіжі, що зберігає в них більше вітамінів і мікроелементів, менший ризик обробки хімікатами. Через короткий термін зберігання локальні продукти рідше обробляють консервантами чи восками.

Аналізуючи всі перераховані вище аспекти представлено роль локальних продуктів у відповідальному туризмі. Вона реалізується за допомогою функцій наведених в табл. 1.

Таблиця 1 – Роль локальних продуктів у відповідальному туризмі

Функція	Реалізація
Підтримка місцевої економіки	Закупівля продуктів у місцевих виробників сприяє збереженню робочих місць, стимулює розвиток малого бізнесу та фермерства.
Збереження кулінарної спадщини	Місцева гастрономія є частиною культурної ідентичності регіону. Туристи, які споживають традиційні страви з локальних інгредієнтів, отримують автентичний досвід, а громади – стимул до збереження та популяризації своїх кулінарних традицій.
Екологічна стійкість	Використання місцевих продуктів зменшує викиди CO_2, пов'язані з транспортуванням імпортованих товарів. Також зазвичай локальні фермери використовують більш сталу, сезонну та органічну практику виробництва.
Покращення якості харчування	Свіжі, сезонні продукти зазвичай мають вищу харчову цінність і кращі смакові властивості, що позитивно впливає на здоров'я споживачів.

Якщо говорити про перспективи використання локальних харчових продуктів у відповідальному споживанні туристів, то слід відмітити наступні напрямки:

1) *Розвиток гастрономічного туризму.* Все більше туристів прагнуть пізнати культуру через їжу. Це відкриває перспективи для створення гастрономічних маршрутів, фестивалів місцевої кухні, майстер-класів із приготування традиційних страв.

2) Інтеграція локальних продуктів у туристичні послуги. Готелі, ресторани, туристичні комплекси можуть пропонувати меню на основі місцевих інгредієнтів як елемент сталого брендингу.

3) Освіта та інформування туристів. Важливо доносити до мандрівників ідеї відповідального споживання, підкреслюючи переваги підтримки локального виробника.

4) Підтримка державних і громадських ініціатив. Програми розвитку сільських територій, маркування продуктів місцевого походження, співпраця

між виробниками та туроператорами – усе це сприяє поширенню відповідального споживання.

В умовах глобалізаційних змін та зростання ролі принципів сталого розвитку актуалізується питання збереження й популяризації локальних харчових продуктів. Україна, маючи високий аграрний потенціал і розвинуту кулінарну традицію, розглядає локальні продукти не лише як засіб задоволення харчових потреб, а й як вагомий чинник збереження культурної ідентичності, підтримки регіональної економіки та гарантування продовольчої безпеки.

Використання локальних харчових продуктів є важливим інструментом відповідального споживання туристів. Це не лише сприяє сталому розвитку регіонів, а й збагачує туристичний досвід. За умов належної підтримки та просування ця практика має великі перспективи як на національному, так і на міжнародному рівні.

Список використаних джерел:

1. Yeboah, R., & Ashie, D. (2024). Promotion of local food as tourism product in the Cape Coast Metropolis: An explorative research. Heliyon, 10(24). URL: https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40950

2. Wanner, A., Seier, G., & Pröbstl-Haider, U. (2020). Policies related to sustainable tourism–An assessment and comparison of European policies, frameworks and plans. Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 29, 100275. URL: https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.100275

3. Nekmahmud, M., Ramkissoon, H., & Fekete-Farkas, M. (2022). Green purchase and sustainable consumption: A comparative study between European and non-European tourists. Tourism Management Perspectives, 43, 100980. URL: https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100980

4. Trabandt, M., Lasarov, W., & Viglia, G. (2024). It's a pleasure to stay sustainably: Leveraging hedonic appeals in tourism and hospitality. Tourism Management,103,104907. URL:https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104907

5. Kapera, I. (2019). The role of local food culture in sustainable tourism development. Geography and Tourism, 1(7), 29-39. URL: https://czasopisma.ukw.edu.pl/index.php/gat/article/view/114

6. Zhang, T., Chen, J., & Hu, B. (2019). Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience. Sustainability, 11(12), 3437. URL: https://doi.org/10.3390/su11123437

7. Estrada, M., Moliner, M. Á., Monferrer, D., & Vidal, L. (2024). Sustainability and local food at tourist destinations: A study from the transformative perspective. Journal of Sustainable Tourism, 32(5), 1008-1026. URL: https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2195594

8. Stalmirska, A. M., & Ali, A. (2023). Sustainable development of urban food tourism: A cultural globalisation approach. Tourism and Hospitality Research, 14673584231203368. URL: https://doi.org/10.1177/14673584231203368

Свідоме споживання під час подорожей

***Марина Нетеса*[1]**

Туризм є однією з найбільших галузей світової економіки. За даними UNWTO[3] (Всесвітня туристична організація), у 2024 році кількість міжнародних подорожей досягла 1,5 мільярда осіб. Проте, разом із позитивним економічним впливом, туризм спричиняє значне навантаження на довкілля та соціальну інфраструктуру. Це викликає необхідність перегляду підходів до споживання ресурсів під час подорожей, акцентуючи увагу на сталому розвитку та свідомому споживанні.

Основні проблеми:

− авіаперельоти генерують близько 2–3% глобальних викидів CO_2. Наприклад, переліт з Європи до США спричиняє викиди в обсязі понад 2 тонни CO_2 на людину (European Environmental Agency[1]);

− масове використання води в готелях та курортах призводить до її дефіциту в туристичних регіонах. За даними UNWTO, середній турист витрачає у 3 рази більше води, ніж місцевий житель;

− туристи залишають після себе до 150 мільйонів тонн пластикових відходів на рік (UN Environment Programme[2]).

Свідоме споживання – це підхід до використання ресурсів, що мінімізує негативний вплив на довкілля та підтримує економіку. Це не просто тимчасовий тренд, а новий стиль життя, що охоплює всі аспекти – від вибору транспорту до способів утилізації відходів.

Туристи, які практикують свідоме споживання:

− обирають екологічний транспорт (електрокари, велосипеди, громадський транспорт);

− зупиняються у сталих готелях з екосертифікаціями (EU Ecolabel, Green Key), що впроваджують сталі практики;

− підтримують локальні ініціативи та бізнеси, зменшуючи негативний вплив на довкілля.

Свідомий споживач обирає продукти та послуги, що відповідають екологічним стандартам; підтримує локальний бізнес і враховує соціальний вплив на громади; готовий переплачувати за еко-френдлі готелі – за даними Booking.com (2024), 70% туристів заявили про готовність платити більше за екологічні варіанти відпочинку.

Свідоме споживання в туризмі можна умовно розділити на три основні групи:

---

[1] *Нетеса Марина Володимирівна* – здобувачка першого (бакалавського) рівня вищої освіти, 3 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

.

1. Транспорт:

− у Копенгагені 60% мешканців щодня їздять на велосипедах, що дозволяє знижувати викиди CO_2 на 20 тисяч тонн щорічно;

− електротранспорт та громадський транспорт стали популярними серед туристів, що прагнуть зменшити свій екологічний слід.

2. Житло:

− EU Ecolabel – відзнака для закладів, що мінімізують екологічний слід і впроваджують сталі практики;

− Green Key – міжнародний сертифікат, який отримують готелі за дотримання еко-стандартів;

− зупинка у фермерських господарствах, де туристи можуть долучатися до збору врожаю або догляду за тваринами, сприяє підтримці місцевої економіки.

3. Побут під час подорожей:

− використання багаторазових пляшок для води, еко-сумок та контейнерів для їжі;

− купівля свіжих овочів і фруктів на місцевих ринках, підтримка ремісників і дрібних виробників.

Молодь активно впроваджує принципи сталого розвитку у своє повсякденне життя. Нове покоління та міленіали надають перевагу брендам з прозорими екологічними практиками, підтримують ініціативи з переробки та мінімізації відходів.

Сфера сталого споживання відкриває нові перспективні ніші для бізнесу: від виробництва екотоварів до створення платформ для обміну ресурсами. У світі дедалі більшої уваги до екологічних ініціатив попит на такі продукти та сервіси лише зростає.

Успішні стартапи:

− Olio – додаток для обміну продуктами, що залишаються невикористаними;

− Too Good To Go – платформа, де можна придбати надлишкові продукти за зниженою ціною, зменшуючи харчові відходи.

Говорячи більш обширно, маємо розуміти, що свідоме споживання під час подорожей приносить користь не тільки природі, а й місцевим громадам.

Адже це і підтримка локального бізнесу-туристи, які обирають місцеві кафе, ремісничі магазини та фермерські ринки, залишають більше грошей у регіоні. Збереження культурної спадщини- екотуризм сприяє збереженню традиційних ремесел і культурних об’єктів. У Греції, наприклад, розвиток агротуризму відновив інтерес до оливкових плантацій, збереження яких підтримує локальні традиції. Економічний розвиток- за даними UNWTO, у регіонах зі сталим туризмом зростання місцевої економіки становить 10% на рік.

Впровадження принципів свідомого споживання може стати однією з основ сталого розвитку в Україні. Створення "зелених" міст, підтримка локальних фермерів, розвиток екотуризму – це ті кроки, які сприятимуть формуванню екологічної свідомості серед українців.

Успішний приклад – місто Любляна (Словенія), де 70% закупівель міського бюджету орієнтовані на "зелені" технології. Україна може стати прикладом для Східної Європи, впроваджуючи сучасні екологічні стандарти у всі сфери економіки та життя. [4]

Незважаючи на популяризацію екологічного та свідомого споживання в туризмі, існує низка викликів та перешкод, які ускладнюють його повсюдне впровадження: готелі з екологічними сертифікатами, екологічний транспорт коштують на 15-20% більше ніж звичайні; відсутність субсидій або податкових пільг для екотуристів обмежує вибір на користь сталих варіантів; недостатня поінформованість: згідно з дослідженням Booking.com Sustainable Travel Report, 41% туристів не знають, як знайти екологічно сертифіковані готелі або сталий транспорт.

Які ж можна дати рекомендації туристам:

1. Обирати поїзди або автобуси замість літаків, якщо відстань менше 1000 км.
2. Шукати готелі з еко маркуванням, підтримувати фермерські ринки та локальні кафе, де продукти вирощуються місцевими фермерами.
3. Використовувати еко торб, багаторазових контейнерів для їжі.

Свідоме споживання під час подорожей – це не лише про вибір екомаршруту, це внесок у майбутнє нашої планети. "Турист завтрашнього дня – це свідомий турист сьогодні."

Україна має всі можливості, щоб очолити цей рух у регіоні, розвиваючи стартапи, підтримуючи молодь та впроваджуючи еко-ініціативи на всіх рівнях. Формування еко-свідомості та підтримка сталого розвитку – це шлях до модернізації країни та інтеграції у світові екологічні тренди.

Список використаних джерел:

1. European Environment Agency. Home page [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.eea.europa.eu/en (дата звернення: 08.05.2025).
2. United Nations Environment Programme. Home page [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.unep.org/ (дата звернення: 07.05.2025).
3. UNWTO. Sustainable Development of Tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.unwto.org/sustainable-development (дата звернення: 06.05.2025).
4. Європейська правда. Сталий туризм у Європі: як країни запроваджують екологічні ініціативи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.eurointegration.com.ua/BeEuropean/2016/05/13/7049174/ (дата звернення: 06.05.2025).

Стратегічний підхід до управління сталим розвитком в індустрії туризму та гостинності

***Лариса Оболенцева*[1]**

Індустрія туризму і гостинності відіграє вагому роль у соціально-економічному розвитку багатьох регіонів, виступаючи одним із ключових джерел доходів місцевих громад. Вона сприяє створенню робочих місць, стимулює розвиток малого та середнього бізнесу, а також забезпечує суттєві надходження до місцевих бюджетів. В той же час, поряд із позитивними соціально-економічними ефектами, діяльність підприємств цієї індустрії супроводжується низкою негативних екологічних наслідків.

У сучасних умовах зростання екологічної свідомості суспільства спостерігається стійка тенденція до підвищення попиту на екологічно чисті, енергоефективні та соціально відповідальні послуги, зокрема в індустрії туризму і гостинності. Цей тренд обумовлює необхідність адаптації підприємств до змін у пріоритетах споживачів і посилення їхнього фокусу на принципах сталого розвитку. Врахування екологічних потреб і очікувань як місцевого населення, так і туристів, стає невід'ємною складовою стратегічного планування діяльності підприємств сфери гостинності. У цьому контексті важливим є впровадження екологічно орієнтованих управлінських практик, які дозволяють поліпшити екологічні показники діяльності без шкоди для ефективності бізнес-операцій. Застосування таких підходів сприяє зміцненню екологічної стійкості підприємств, зниженню витрат і формуванню позитивного іміджу на ринку.

Критично важливим кроком на шляху до досягнення екологічної відповідальності є ідентифікація та аналіз ключових чинників, які впливають на рівень екологічної стійкості підприємств індустрії туризму і гостинності. Такий аналіз створює підґрунтя для розробки ефективних стратегій впровадження екологічно безпечних рішень, адаптованих до специфіки регіону, ресурсної бази та вимог законодавства.

Стратегію сталого розвитку доцільно розглядати як інтегральну модель довгострокового соціально-економічного поступу, яка ґрунтується на принципах збалансованого задоволення потреб нинішніх поколінь без загрози можливості задоволення потреб майбутніх. Ця стратегія розглядається як одна з найбільш ефективних концепцій розвитку сучасної цивілізації, оскільки орієнтується на гармонізацію взаємовідносин між людиною, суспільством та навколишнім природним середовищем. Вона передбачає досягнення високих стандартів якості життя населення при збереженні екологічної рівноваги, раціональному використанні природних ресурсів та усуненні соціальних диспропорцій.

---

[1] *Оболенцева Лариса Володимирівна* – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова, Харків, Україна, e-mail: larysa.obolentseva@gmail.com.

Ключовими засадами стратегії сталого розвитку є забезпечення стабільного економічного зростання, яке не супроводжується деградацією навколишнього середовища, а також гармонійний розвиток соціальної сфери – охорони здоров'я, освіти, справедливого розподілу благ і доступу до ресурсів. У цьому контексті сталий розвиток виступає не лише як стратегічна ідея, але й як практична парадигма, що інтегрує економічні, екологічні та соціальні аспекти в єдину систему управління трансформаційними процесами в суспільстві.

Сталий розвиток базується на гармонійному поєднанні трьох взаємопов'язаних сфер – екологічної, економічної та соціальної. Збалансований розвиток у кожній із цих сфер є запорукою системної стійкості, конкурентоспроможності та довгострокового процвітання як окремих галузей, так і економіки регіонів та держави в цілому. Водночас недооцінка хоча б одного з цих компонентів неминуче призводить до порушення рівноваги, що унеможливлює досягнення цілей сталого розвитку [1].

Індустрія туризму і гостинності, яка відіграє важливу роль у забезпеченні зайнятості, залученні інвестицій та розвитку туристичних дестинацій, належить до категорії ресурсомістких галузей. Її функціонування вимагає значних витрат природних ресурсів. Переважна більшість готелів, ресторанів, курортних комплексів та інших закладів сфери гостинності характеризуються високим рівнем енергоспоживання та екологічного навантаження, що ускладнює процеси їхньої екологізації. У зв'язку з цим, гостро постає проблема зменшення негативного впливу індустрії гостинності на довкілля шляхом упровадження ефективних екологічних стратегій, модернізації інфраструктури, використання відновлюваних джерел енергії, очищення стічних вод, скорочення викидів та інтеграції сучасних технологій ресурсозбереження. Забезпечення сталого функціонування галузі потребує комплексного підходу, орієнтованого на досягнення екологічної відповідальності без втрати економічної ефективності та соціальної цінності.

Концепція сталого розвитку передбачає системне вимірювання, моніторинг і управління використанням природних, соціальних та економічних ресурсів із метою забезпечення їхнього збереження для майбутніх поколінь при одночасному задоволенні потреб сучасного суспільства. У практичному вимірі впровадження сталого розвитку в готельно-ресторанному секторі та туристичному бізнесі передбачає низку інструментів та управлінських рішень.

Впровадження екологічно орієнтованих управлінських практик не лише зменшує негативний вплив на навколишнє середовище, а й сприяє оптимізації витрат, зміцненню корпоративної репутації, підвищенню лояльності клієнтів і конкурентоспроможності. При цьому, такі заходи не потребують істотних фінансових вкладень у довгостроковій перспективі, а навпаки - можуть забезпечити стабільне економічне зростання без шкоди для довкілля [2].

Однак ефективна реалізація стратегій сталого розвитку, зокрема щодо збереження природних і соціальних ресурсів, неможлива без урахування позиції та очікувань споживачів туристичних послуг. Поведінкові установки, рівень екологічної свідомості та запити відвідувачів безпосередньо впливають на

формування оцінки якості сервісу, що надається підприємствами туристичної індустрії. Відсутність підтримки або нерозуміння з боку клієнтів екологічно орієнтованих практик може призвести до зниження рівня задоволеності та лояльності, що, в свою чергу, негативно впливає на репутацію й конкурентоспроможність підприємства. Тому доцільно впроваджувати механізми комунікації сталих ініціатив, підвищення обізнаності клієнтів та залучення їх до практик відповідального споживання. У контексті зростання глобальної екологічної нестабільності та загострення кліматичних викликів дедалі більша частина споживачів демонструє підвищену екологічну свідомість і зацікавленість у зменшенні негативного впливу на довкілля. Сегмент екологічно орієнтованих споживачів формує нові вимоги до підприємств туристичної індустрії, змушуючи їх адаптуватися до принципів екологічної відповідальності, етичного ведення бізнесу та соціальної прозорості. У цьому контексті сталий розвиток у сфері гостинності трансформується з другорядного напрямку в ключовий стратегічний фактор довгострокової життєздатності та привабливості підприємства для сучасних туристів. Таким чином, підприємства, які впроваджують принципи сталого функціонування, мають конкурентну перевагу в умовах зростаючого попиту на відповідальні подорожі. Сталий туристичний та готельно-ресторанний бізнес дедалі більше сприймається як необхідна умова формування майбутнього туристичної галузі на глобальному рівні. Отже, екологічні інновації набувають подвійного значення – як засіб екологізації господарської діяльності та як стратегічний ресурс підвищення ефективності, конкурентоспроможності та довгострокової стійкості підприємств індустрії гостинності.

Формування стратегічної концепції сталого розвитку зумовлено масштабними трансформаційними процесами, які відбуваються у соціально-економічній та екологічній сферах. Ці зміни є відповіддю на нагальну потребу гармонізації економічного зростання із забезпеченням соціальної справедливості, охороною навколишнього середовища та ефективним використанням обмежених природних ресурсів. Особливу актуальність набуває врахування нових викликів, пов’язаних із становленням інформаційного суспільства, цифровізацією економіки та необхідністю формування нової системи цінностей, екологічної свідомості та мислення людини.

У цьому контексті сталий розвиток постає не лише як концепція макроекономічного регулювання, а як стратегічна домінанта сучасного менеджменту, що визначає вектор трансформації підприємств у бік довгострокової ефективності, екологічної відповідальності та соціальної орієнтованості. Інтеграція принципів сталого розвитку в управлінські стратегії дозволяє підприємствам адаптуватися до нових умов господарювання, підвищити свою конкурентоспроможність, сформувати позитивний імідж серед споживачів та зацікавлених сторін, а також забезпечити стабільність функціонування в умовах зростаючої глобальної турбулентності.

Концепція сталого розвитку підприємства є стратегічною управлінською парадигмою, яка базується на системному, збалансованому підході до

формування та реалізації цілей у трьох ключових вимірах: економічному, соціальному та екологічному. Такий підхід дозволяє забезпечити довгострокову життєздатність підприємства, його адаптивність до змін зовнішнього середовища та підвищення рівня відповідальності перед суспільством.

Список використаних джерел:

1. Prud'homme B., Raymond L. Sustainable development practices in the hospitality industry: An empirical study of their impact on customer satisfaction and intentions. *International Journal of Hospitality Management.* 2013. № 34. С. 116–126. *URL:* https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.03.003

2. Романюк І.А., Дейко К.С. Вплив глобальних тенденцій на розвиток підприємств екологічного туризму. *Ефективна економіка.* 2023. № 12. *URL:* https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.12.22

Участь місцевих громад у розвитку сталого туризму: як уникнути over-tourism

***Павло Павленко*[1]**

Одним із головних викликів для туризму в сьогоденні є over-tourism – надмірне туристичне навантаження на територію, що призводить до псування стану довкілля, інфраструктури та соціального середовища. Такий вид туризму створює ряд проблем для місцевих громад, ускладнюючи їм життя. Надмірний туризм виникає за умови перевищення кількості можливих місць біля історичних або культурних пам'яток. Місткість відвідувачів напряму залежить від багатьох чинників: рівня розвитку інфраструктури, наявних ресурсів, екологічного балансу, просторових обмежень та ставлення місцевої громади. Критичний момент настає тоді, коли негативні наслідки перевищують користь від туризму – це сигнал до впровадження ефективніших стратегій управління.

Зростання проблеми надмірного туризму почалася з 2016 року, коли ряд популярних видань писали про негативні масові наслідки туризму. Видання Skift досліджувало питання надмірного туризму в Ісландії. Вони прийшли до висновку, що жодні місцеві інфраструктури – починаючи з аеропорту, закінчуючи готельним бізнесом, а також державні установи (до прикладу поліція) – не є готовими до великої кількості туристів. І навіть COVID не зміг повністю змінити цю ситуацію. Збільшення населення на Землі, розвиток новітніх технологій, доступна мобільність підвищили рівень популярності подорожей, що, звичайно сприяло зростанню індустрії в усіх країнах світу. З іншого боку, надмірний попит на споглядання історико - культурної спадщини в певних туристичних напрямів негативно позначився на місцевих громадах.

Негативний вплив over-tourismy можна прослідкувати в таких країнах, як Італія, Хорватія, Франція, Іспанія, Камбоджо, Ямайка та ін. Вузькі вулички Венеції не розраховані на нескінченний потік людей. Статус міста як об'єкта Всесвітньої спадщини поступово піддавався загрозі з боку туристів. Рішенням місцевої влади було встановити більшу плату за вхід до відомих місць з метою стримання великого потоку подорожуючих. Окрім цього, було зменшено кількість місць в туристичних групах. У багатьох інших містах затримка на локаціях, що є популярними на просторах соцмережах, має адміністративне покарання у вигляди штрафу. Столиця Італії – Рим підтримує політику штрафів та заборон, що стосуються їжі біля туристичних пам'яток, вішання «замків кохання» на мостах, та публічне роздягання чоловіків. Більш масштабною є проблема у Флоренції, де через великий попит на зйом житла туристами в коротко тривалій перспективі, місцевим жителям фактично немає де жити. І це все – тільки на прикладі Італії.

[1] *Павленко Павло Сергійович* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність J3 Туризм і рекреація, 1 курс, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, м. Харків, Україна.

Цікавим є досвід впливу місцевих громади у Хорватії, в якій започаткували компанію під назвою «Поважай місто», що передбачає сурові правила для туристів. Такі як: заборона їздити без спеціального дозволу, їсти та пити біля пам’яток і вилазити на міські стіни. За порушення загрожує штраф або кримінальна відповідальність

Як місцеві громади регулюють усвідомлене ставлення до туризму? По-перше, тамтешні туристичні агенції більш локально роздивлятися місцевість своїх країн. Популяризувати тури в колоритні села, гори, щоб туристи змогли по – справжньому побачити нові місця з середини, а також отримати більш реальне уявлення про повсякденне життя країни. На державному рівні виходом з критичної ситуації надмірного туризму є збільшення цін для подорожуючих, заборона круїзних лайнерів, або обмеження кількості пасажирських місць, введення спеціальних дозволів на відвідування певних місць тощо. Таким чином, відбудеться контроль кількості туристів.

Як бачимо, цей феномен вимагає більшого залучення місцевих громад та розробки сталих підходів для розвитку туризму.

Заохочення місцевих мешканців до прийняття рішень та управління ресурсами дозволяє зберегти природні ресурси та культурну спадщину, забезпечити економічний розвиток регіонів, зменшуючи при цьому негативні наслідки масового туризму.

Висновок: Участь місцевих громад є ключовим фактором для досягнення сталого розвитку туризму в XXI столітті. Залучення місцевих мешканців до планування та управління туристичними ресурсами допомагає збалансувати потреби економіки та збереження навколишнього середовища Спонукання громадян до прийняття рішень і розподілу вигод – основа нового туризму майбутнього.

Список використаних джерел:

1. Skift – Офіційний веб-сайт. URL: https://skift.com/
2. SUSTAINABLE TRAVEL INTERNATIONAL – Офіційний веб-сайт. URL: https://sustainabletravel.org/what-is-overtourism/
3. RESPONSIBLE NRAVEL – Офіційний веб-сайт. URL: https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-overtourism
4. INDEPENDENT – Офіційний веб-сайт. URL: https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/venice-day-trip-tourism-tax-reasons-b2534474.html
5. LIGA.net SINCE 1997 – Офіційний веб-сайт. URL: https://life.liga.net/poyasnennya/article/vid-italii-do-khorvatii-iak-krainy-yevropy-boriutsia-z-nadmirnym-turyzmom

Зелений туризм у Європі: як малий бізнес може підтримати сталі практики

***Вікторія Печериця*[1]**

Зелений туризм у Європі стає дедалі популярнішим через важливість охорони природи та питань сталого розвитку. Це сприяє підтримці місцевих громад, розвитку сільських територій та формуванню екологічної свідомості серед туристів. Малий бізнес відіграє ключову роль у цьому процесі завдяки своїй гнучкості та тісному зв'язку з місцевими ресурсами. Зростаючий інтерес туристів до екологічно відповідальних подорожей, важливість зменшення впливу на навколишнє середовище та необхідність адаптації до зміни клімату роблять просування сталих практик необхідною умовою розвитку туристичного сектору. Дослідження участі малого бізнесу в розвитку зеленого туризму є важливим кроком до побудови гармонійної взаємодії між людиною та природою. Питання сталого туризму та ролі малого бізнесу активно розглядаються багатьма авторами. Так, Bramwell B., Lane B. стверджують, що сталий туризм має базуватися на балансі між економічними вигодами та збереженням природного та культурного середовища. Вони наголошують, що малий бізнес відіграє ключову роль у підтримці місцевих екосистем, використовуючи місцеві ресурси та мінімізуючи свій екологічний слід [4]. Weaver D. наголошує, що малий бізнес у зеленому туризмі має більше можливостей для впровадження інноваційних екологічних рішень завдяки своїй гнучкості. Також підкреслюється важливість розвитку практик екотуризму, що відповідають принципам сталого розвитку [1]. Dodds R., Joppe M. зазначають, що малий бізнес може стати лідером змін, якщо його навчать правильному використанню екологічних практик і він зможе ефективно доносити свою відповідальність до туристів за допомогою маркетингових стратегій [3]. Font X., McCabe S. звертають увагу на те, що для просування зеленого туризму необхідно правильно будувати комунікацію з туристами та демонструвати переваги екологічно відповідальних продуктів і послуг [5]. UN Tourism у своїх звітах наголошує, що розвиток сталого туризму є однією з головних цілей європейської туристичної політики, а малий бізнес має бути головними рушійними силами цих змін шляхом впровадження практик енергоефективності, підтримки місцевої економіки та захисту біорізноманіття [2].

Малі підприємства зеленого туризму в Європі активно використовують різні моделі впровадження усталених практик та адаптують їх до специфіки своїх регіонів та виду туристичної діяльності. Серед основних напрямків:

– Органічне землеробство на фермі: багато малих підприємств використовують відновлювані джерела енергії (сонячні панелі, біогазові установки), системи збору дощової води та екологічні методи опалення. Також у рамках вуглецевого двору впроваджується безкоштовне енергозберігаюче

[1] *Печериця Вікторія Русланівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 1 курс, спеціальність Ј3 Туризм і рекреація, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Харків, Україна, e-mail: pecericavikula@gmail.com.

обладнання.

– Зменшення кількості відходів та впровадження політики нульових відходів: невеликі готелі, особняки та кемпінги заохочують гостей сортувати відходи, використовувати матеріали багаторазового використання та уникати пластику. Деякі заклади пропонують програми переробки відходів на місці, компостування органічних відходів та повторне використання ресурсів.

– Підтримка місцевої економіки: малий бізнес активно співпрацює з місцевими фермерами, ремісниками та постачальниками продуктів харчування. Це сприяє розвитку регіональної економіки, знижує логістичні витрати та зменшує викиди вуглецю за рахунок скорочення транспортних ланцюгів.

– Розвиток екологічної освіти та залучення туристів до охорони природи: багато закладів пропонують туристам участь у майстер-класах з охорони природи, організовують поїздки до природних місць, проводять майстер-класи з пермакультури, органічного землеробства та ремесел. Популярністю користуються також інтерактивні програми, які знайомлять туристів із принципами сталого способу життя.

– Інноваційні рішення для мінімізації впливу на навколишнє середовище: у деяких регіонах практикується будівництво екокуполів (з використанням місцевих природних матеріалів – дерева, глини, соломи), створення «зелених дахів» та відновлення природного ландшафту навколо туристичних об’єктів.

– Інклюзивний та соціально відповідальний туризм: бізнес підтримує ініціативи щодо залучення представників вразливих груп до роботи та сприяє збереженню нематеріальної культурної спадщини (традицій, мов, ремесел) у своїх регіонах.

Зелений туризм у Європі набуває дедалі більшого значення як відповідь на глобальні виклики охорони природи та сталого розвитку. Малий бізнес відіграє ключову роль у впровадженні сталих практик завдяки своїй гнучкості, інноваціям та тісному зв’язку з місцевими громадами та ресурсами. Зелений туризм стає не лише популярним трендом, а й необхідною умовою гармонійного співіснування людини та природи в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Weaver, D. Sustainable Tourism: Theory and Practice. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2006. 270 c. ISBN: 978-0-7506-6411-2

2. World Tourism Organization. Tourism for Sustainable Development in Least Developed Countries. UNWTO Publication, 2018. 70 p. URL: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401

3. Dodds, R., Joppe, M. CSR in the tourism industry: The status of and potential for certification, codes of conduct and guidelines. World Bank Report. 2005. URL: https://documents1.worldbank.org/curated/en/733901468739447676/pdf/326100CSR0in0Tourism0Industry01PUBLIC1.pdf

4. Bramwell B., Lane B. Sustainable tourism: An evolving global approach // Journal of Sustainable Tourism. 1993. Vol. 1(1). P. 1–5. DOI: 10.1080/09669589309450696.

5. Font X., McCabe S. Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential // Journal of Sustainable Tourism. 2017. Vol. 25, No. 7. P. 869–883. DOI: 10.1080/09669582.2017.1301721.

Розвиток сталих практик туризму: місто Бенідорм, Іспанія

***Марія Поколодна*[1]**

Бенідорм – один із найвідоміших туристичних центрів Іспанії, розташований на узбережжі Коста-Бланка. Місто славиться своїми розкішними пляжами, хмарочосами, бурхливим нічним життям та багатою туристичною інфраструктурою. Завдяки теплому середземноморському клімату Бенідорм приваблює відпочивальників цілий рік. Тут розташовані всесвітньо відомі пляжі Понієнте і Леванте, численні готелі, ресторани, бари та тематичні парки, серед яких Terra Mítica і Aqualandia. Бенідорм також популярний серед любителів активного відпочинку: водні види спорту, гольф, піші маршрути в горах Сьєрра-Елада. Місто поєднує традиційний іспанський колорит зі сучасним стилем життя, що робить його ідеальним місцем для сімейного відпочинку, молодіжних вечірок та спокійного релакс-відпочинку. Згідно з дослідженням Exceltur, Бенідорм займає четверте місце серед найбільш конкурентоспроможних курортів Іспанії для відпочинку на сонці та пляжі. Попереду нього розташувалися Адехе (Тенеріфе), Кальвія та пляж Пальма (обидва на Майорці) [1]. Три головні пляжі Бенідорма - Леванте, Понієнте і Маль Пас - знову отримали престижні прапори Ecoplayas. Ці нагороди, видані Асоціацією технічного управління відходами, міським благоустроєм та довкіллям (ATREGUS), підтверджують високу якість екологічного управління [1]. Прапори Ecoplayas виділяють пляжі, які демонструють високі стандарти в галузі екології, туризму та сталого розвитку. Це визнання підкреслює чистоту води, якість піску та рівень послуг, що робить Бенідорм популярним туристичним напрямком.

У 2025 році Бенідорм отримав престижне звання «Піонер зеленого туризму» від Європейської комісії. Це визнання підкреслює багаторічні зусилля міста у сфері сталого розвитку та інноваційного туризму. На честь цієї події у місті встановлено спеціальну скульптуру, яка символізує це досягнення. В дані доповіді пропонується розглянути основні дії та конкретні вже реалізовані проекти в сфері сталого туризму які робить це місто [1].

Бенідорм активно працює над моніторингом впливу туризму: місто подало заявку на вступ до Міжнародної мережі обсерваторій сталого туризму (INSTO) при Всесвітній туристичній організації. Заплановано створення робочих груп, організацію понад 80 семінарів з підвищення обізнаності щодо сталого туризму та діагностику поточного стану туризму в місті. У межах екологічних ініціатив реалізуються проєкти зі зменшення водного сліду, запровадження скульптур для збору пластикових відходів на пляжах (наприклад, символічна риба, яка «їсть» пластик) та розвиток природних зон відпочинку, зокрема реконструкція парку «Ель Моралет», яка отримала спеціальну відзнаку «Синя тропа» за екологічні

[1] *Поколодна Марія Миколаївна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, м. Харків, Україна, e-mail: pokolodnamn@gmail.com.

досягнення. Бенідорм приділяє значну увагу збереженню власної культурної спадщини. У 2024 році музеї Бенідорма відвідали понад 100 000 осіб, не рахуючи тимчасових та вуличних виставок. Серед них найбільш популярним став археологічний об'єкт El Tossal de La Cala. Музей Boca del Calvari залучив 33,6 тис. осіб, а Aula del Mar, що відкрився в листопаді 2024 року, вже зібрав 9,500 гостей. Важливим об'єктом міста є археологічний комплекс Тоссаль де ла Кала - давньоримська фортеця I століття до н.е., який в 2024 році відвідало більше 53 тисяч відвідувачів. Місцева влада організовує освітні екскурсії для школярів та дорослих, сприяючи розвитку історичної свідомості серед мешканців і туристів.

Крім того, Бенідорм активно модернізує свої музейні заклади. Зокрема, ведеться робота над реставрацією експонатів музею Boca del Calvari, серед яких є унікальні знахідки неоліту та античності. Завдяки новим ініціативам, місто отримало можливість залучати додаткове фінансування для розвитку музеїв.

Важливим культурним заходом стала організація інтерактивної виставки «Леонардо да Вінчі: Спостерігай. Запитуй. Експериментуй», яка була розміщена на узбережжі Бенідорма і стала доступною як для туристів, так і для місцевих жителів не безоплатній основі.

В Іспанії регулювання питань пов’язаних з туристичним житлом є важливим аспектом туристичної діяльності. Бенідорм взяв на себе контроль над туристичним житлом. Місто розробило нові нормативні акти для регулювання діяльності туристичних апартаментів та квартир, спрямовані на боротьбу з нелегальними об'єктами та підвищення якості пропозиції. Тепер власники будинків можуть самостійно визначати можливість використання своїх об'єктів для туристичного розміщення, якщо більшість співвласників підтримує це рішення. Громада отримала право накладати штрафи за порушення норм експлуатації туристичних об'єктів, а доходи від штрафів залишаються у міському бюджеті. У місті ведеться активна робота з моніторингу ринку туристичного житла, а також аналізуються показники середньої орендної вартості, яка досягла рекордних рівнів.

Інший важливий напрям це – цифровізація. Бенідорм активно впроваджує інноваційні цифрові рішення для покращення туристичного досвіду. У межах проекту Smart Tourism Platform PID створено єдину платформу управління туристичною інформацією, інтеграцію системи розумного паркування та контроль потоків туристів через сучасні сенсорні мережі.

Бенідорм продовжує розвивати свій туристичний потенціал, запроваджуючи розумну систему навігації. У рамках плану «Benidorm DTI + Seguro» місто встановило 77 пішохідних покажчиків та 27 інформаційних панелей з QR-кодами та системою Navilens, яка допомагає людям з порушеннями зору. Ці нововведення охоплюють шість пішохідних маршрутів, включаючи історичні та культурні пам'ятки, такі як Torre de Morales та El Castell. Іншим важливим кроком стала розробка цифрового двійника міста - проєкту «Mirai Maps: Benidorm», який дозволяє туристам заздалегідь планувати свої візити, віртуально оглядати об'єкти та інтерактивно створювати маршрути за інтересами.

Також місто стало пілотною платформою для тестування безпілотного аеротаксі у міських умовах у межах європейського проекту U-Elcome, що підкреслює прагнення Бенідорма бути лідером інновацій у сфері туризму.

Бенідорм активно розвиває туристичний нетворкінг приділяючи велику увагу співпраці з іншими туристичними центрами та професійними організаціями. Місто є активним учасником таких важливих подій, як FiturTechY, III Edición de MICE Talks Benidorm, а також численних семінарів і конференцій з цифрового розвитку та стійкості в туризмі.

У межах цих заходів місто представляє свої передові ініціативи, обговорює кращі практики у сфері управління туристичними потоками, екологічної відповідальності та цифрової трансформації.

Особливу увагу Бенідорм приділяє розвитку туристичного бізнес-нетворкінгу через співпрацю з міжнародними технологічними компаніями Vodafone і Telefónica для реалізації проектів Офісу технічної підтримки проекту «Бенідорм: Розумний та стійкий туристичний пункт призначення».

Бенідорм активно розвиває подієвий туризм як важливий елемент диверсифікації туристичної пропозиції. Одним із ключових заходів є Benidorm Fest, який став важливою культурною подією національного масштабу, яка визначає представника Іспанії на Євробаченні. У 2024 році фестиваль приніс місту економічний ефект у 2,5 млн євро, підвищивши міжнародну медійну впізнаваність Бенідорма. Фінал Benidorm Fest став справжньою подією, а готелі міста були заповнені на 90% у день фіналу. Таким чином збільшилася середня зайнятість готелів на 10% в останні дні січня. Загалом січень 2025 року завершився з показником 68,4% зайнятості, що на 2,4% вище, ніж торік.

Ще одним знаковим заходом є Skyline Benidorm Film Festival, який в останні роки набув міжнародного значення. У 2025 році фестиваль презентував понад 800 короткометражних фільмів, сприяв розвитку співпраці між режисерами та продюсерами, а також розширив програму інклюзивних заходів, зокрема для людей з порушеннями зору.

Подібні культурні ініціативи допомагають підтримувати високу завантаженість готелів навіть у низький сезон, одночасно стимулюючи розвиток місцевої економіки.

Бенідорм також посідає провідне місце у сфері спортивного туризму. Місто двічі приймало етапи Кубка світу з велокросу, що залучає понад 15 000 глядачів на кожну подію та значно стимулює готельний сектор під час зимових місяців.

Бенідорм претендує на проведення Чемпіонату світу з велокросу у 2029 році, що ще більше закріпить його статус спортивного центру.

Окрім велоспорту, Бенідорм активно розвиває спортивні простори для масових занять. Наприклад, відкрито нову зону калістеніки в парку «Ель Моралет», що сприяє популяризації здорового способу життя серед мешканців та туристів.

Бенідорм активно позиціонує себе як доступне туристичне місто для людей старшого віку та осіб з обмеженими можливостями. Місто стало першим у Іспанії, яке отримало сертифікат AENOR за сприяння покращенню якості життя

літніх людей, а також за боротьбу з ейджизмом [1].

Інфраструктура Бенідорма спеціально адаптована для потреб людей похилого віку: доступні пляжі, пішохідні маршрути, спортивні зони й цифрові навчальні програми для розвитку компетенцій серед старших поколінь. Місто також розвиває ініціативи для залучення туристів літнього віку у міжсезоння, що сприяє стабілізації туристичних потоків.

Крім того, спільно з платформою Impulsa Igualdad Бенідорм розробив цифровий гід з доступних туристичних вражень відповідно до стандарту TUR4all. Це дозволяє туристам з інвалідністю планувати свою подорож у максимально комфортних умовах.

Бенідорм активно розвиває свою туристичну інфраструктуру відповідно до принципів сталого розвитку та цифровізації. Одним із ключових проектів є План Ensanche Levante, що передбачає розширення міської території на площі понад 575 тисяч м², де будуть створені готелі, житлові комплекси, громадські простори та туристичні об'єкти. Приблизно 65% території буде відведено під суспільні потреби. Місто також отримало фінансування з європейських фондів у розмірі понад 3,1 млн євро для розвитку «Платформи Інтелектуального Туристичного Напрямку», яка включає понад 20 технологічних рішень без залучення муніципальних коштів. Це охоплює створення розумних систем моніторингу, цифрову рекламу, інтелектуальне управління потоками туристів [1].

Іншим варіантом перспективного сталого розвитку є відкриття нового кемпінгу La Lloma-Almafrà площею 60 тис. квадратних метрів. Проект, ініційований компанією Benitelmo, включає 295 ділянок для автокемперів та наметів з максимальною місткістю до 885 осіб. На території будуть доступні різноманітні вигоди: басейни, спортивні майданчики, ресторан та супермаркет. Компанія прагне створити робочі місця та підтримати розвиток туризму, пропонуючи програми анімації та екологічні заходи. Проект також передбачає відновлення території після завершення діяльності, що наголошує на його екологічній спрямованості [1].

У Бенідормі розпочнеться впровадження плану водного сліду, який допоможе визначити потреби у воді різних секторів економіки.

Таким чином місто Бенідорм є яскравим прикладом успішної інтеграції принципів сталого розвитку, цифрової трансформації та інклюзивності в сучасну туристичну практику. Місто демонструє ефективну модель сталого туристичного розвитку, орієнтовану на довгострокову конкурентоспроможність, інновації та соціальну відповідальність. Стратегічне планування, інноваційні проекти та активна співпраця на міжнародному рівні дозволяють місту залишатися одним із найконкурентніших туристичних центрів не лише Іспанії, а й усієї Європи.

Список використаних джерел:

1.Офіційний туристичний сайт міста Бенідорм. URL: https://www.visitbenidorm.es/ver/3869/sostenibilidad-benidorm.html.

Екологізація готельно-ресторанного бізнесу як необхідна умова сталого розвитку

***Алла Самойленко*[1]**

У сучасних умовах зростання екологічних загроз та змін клімату важливим напрямом розвитку всіх галузей економіки є впровадження принципів сталого розвитку. Особливе місце в цьому процесі займає готельно-ресторанний бізнес, оскільки саме ця сфера безпосередньо впливає на природне середовище через споживання ресурсів, утворення відходів та інші фактори. Сьогодні питання екологізації готельно-ресторанної діяльності набуває дедалі більшої актуальності, адже зростає інтерес споживачів до екологічно чистих продуктів, безпечного відпочинку та еко-послуг.

Готелі та ресторани є активними споживачами води, електроенергії, а також генераторами великої кількості відходів. Часто саме ці об'єкти спричиняють забруднення довкілля через недосконалі системи очищення стічних вод, відсутність енергоощадних технологій, використання неекологічних матеріалів і продуктів. Як відповідь на ці виклики, активно розвивається концепція еко-готелів – закладів, що функціонують на засадах мінімального впливу на навколишнє середовище.

Готелі з префіксом «еко» зазвичай розташовані в екологічно чистих зонах, поблизу природних ландшафтів, і будуються з використанням екологічних матеріалів. У них встановлено системи очищення води, енергозберігаюче обладнання (сонячні колектори, теплові насоси, LED-освітлення), налагоджено сортування та утилізацію відходів. В меню ресторану таких готелів – органічні продукти, часто з місцевих фермерських господарств.

Суттєвої уваги також надається екопросвіті гостей та персоналу. Туристи можуть ознайомитись із місцевою флорою та фауною, навчитись зменшувати власний вплив на природу, брати участь у культурно-просвітницьких заходах. Еко-готелі тісно пов'язані з етнографічним туризмом, що дозволяє відвідувачам пізнати традиції та звичаї місцевих громад.

У розвинених країнах еко-готелі проходять спеціальну сертифікацію. Наприклад, такі міжнародні програми як Green Globe, Green Key, Certification for Sustainable Tourism (CST) та інші встановлюють чіткі екологічні критерії, за якими готелі можуть бути офіційно визнані екологічно відповідальними. Відомі готельні мережі – Marriott, Hilton, Starwood, Hyatt – беруть участь у ініціативах зі зменшення викидів вуглецю (програма Hotel Carbon Measurement Initiative). Готельна мережа Four Seasons реалізує масштабний проєкт із посадки дерев у понад 30 країнах світу, показуючи свою відданість екоініціативам.

---

[1] *Самойленко Алла Олександрівна* – кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

Особливу роль у екологізації відіграє впровадження альтернативних джерел енергії: сонячна, вітрова, гідроенергетика, біопаливо. Ці джерела мають відновлюваний характер і не шкодять природі. Застосування сонячних батарей, теплових насосів, рекуператорів забезпечує скорочення споживання електроенергії. Встановлення LED-освітлення та автоматичних сенсорів значно підвищує енергоефективність [1].

У сфері водопостачання важливим є перехід до систем очищення питної води, що знижує потребу в пластиковій тарі. Сучасна сантехніка також дозволяє економити до 5000 літрів води на рік, що є суттєвим показником при великих масштабах готельної інфраструктури. Важливою практикою є також вторинна переробка відходів, відмова від одноразового пластику, правильна утилізація небезпечних елементів (батарейки, лампи, техніка) [2].

Сучасні еко-готелі можуть мати різні форми – від розкішних кемпінгів до скромних сільських будинків. Багато з них будуються за технологіями корінних народів та розташовані в малодоступних регіонах (джунглі, заповідні території). Характерним є мінімалізм в інтер’єрах, використання місцевих матеріалів (камінь, дерево) та унікальний культурний досвід для туриста.

Екологізація готельно-ресторанної сфери – не лише модний тренд, а необхідність в умовах сучасних екологічних викликів. Вона сприяє зниженню негативного впливу на довкілля, забезпечує довготривале використання ресурсів, формує нову культуру споживання та підвищує конкурентоспроможність підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Поєднання технологій, природоохоронних практик та освітніх програм у межах екологічного туризму створює передумови для сталого розвитку всієї галузі.

Таким чином, екоорієнтовані готельно-ресторанні комплекси здатні не лише задовольнити зростаючий попит серед споживачів, а й стати дієвим інструментом охорони навколишнього середовища та інноваційного розвитку туризму в Україні та світі.

Список використаних джерел:

1. Кучинська І.В. Туризм в умовах глобальної екологічної кризи: сучасні виклики і перспективи розвитку. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія розвитку туризму у 21 ст. у контексті вирішення глобальних проблем сучасності». Львів, 28.05.2019 р. Львів : ЛІЕТ, 2019. С. 291–301.

2. Гошовський С.В., Рудько Г.І., Преснер Б.М. Екологічна безпека техно-природних геосистем у зв’язку з катастрофічним розвитком геологічних процесів. К. : ЗАТ “НІЧЛАВА”, 2020. 624 с.

Європейський сталий туризм та свідоме споживання

Дарина Семеренко[1], Ольга Джур[2]

У сучасному світі туризм є однією з найбільш розвинутих і швидко зростаючих індустрій. Однак із зростанням кількості туристів виникають значні екологічні, соціальні та економічні виклики. Туризм може мати як позитивний, так і негативний вплив на навколишнє середовище та місцеві громади. Тому важливо впроваджувати принципи сталого розвитку в туризм, що дозволяють зберігати природні ресурси і культуру для майбутніх поколінь, водночас забезпечуючи вигоди для економіки і громади.

Сталий туризм - це така форма туризму, яка не шкодить довкіллю, сприяє економічному розвитку та покращує якість життя місцевих громад. Концепція сталого туризму передбачає інтеграцію екологічних, соціальних і економічних аспектів у туристичну діяльність, зокрема забезпечення балансу між потребами туристів і захистом навколишнього середовища, збереженням культурної спадщини і підтримкою місцевих економік [1]. Згідно з визначенням ООН, сталий туризм є таким видом туризму, який відповідає потребам туристів та місцевих громад, при цьому зберігає культурну спадщину та природні ресурси і мінімізує негативний вплив на навколишнє середовище [2]. Важливими елементами сталого туризму є управління ресурсами, збереження біорізноманіття, розвиток інфраструктури, поважне ставлення до культури і традицій місцевих жителів.

Свідоме споживання є важливим аспектом сталого розвитку. В умовах швидкої глобалізації і зростаючого споживчого попиту на туристичні послуги, важливо, щоб туристи ставали більш свідомими щодо того, як їхня діяльність впливає на довкілля та місцеві громади. Свідоме споживання в туризмі включає вибір еко-туризму, підтримку локальних підприємств, зменшення використання ресурсів і мінімізацію відходів.

Туристи почали надавати перевагу таким аспектам, як екологічні стандарти готелів і ресторанів, використання відновлюваних джерел енергії, наявність сертифікацій, що підтверджують відповідальне ставлення до природи. Водночас, при виборі напрямків подорожей туристи звертають увагу на збереження природних та культурних ресурсів, що безпосередньо впливає на вибір місць для відпочинку і туристичних атракцій.

Значення свідомого споживання стало особливо актуальним у Європі, де зростає попит на «зелені» та екологічно чисті види туризму, такі як агротуризм,

---

[1] *Семеренко Дарина Сергіївна* – здобувачка першого (бакалавського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент організацій, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

[2] *Джур Ольга Євгенівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: dzhur@i.ua.

еко-туризм, велотуризм тощо. Традиційно, в таких країнах, як Норвегія, Швеція, Нідерланди та інші, туризм активно підтримує сталий розвиток, що дозволяє зберігати культурну і природну спадщину.

Європейський Союз став лідером у просуванні сталого туризму. Відповідно до програми ЄС «Європейський туризм без шкоди для довкілля», сприяння сталому туризму є одним із пріоритетних завдань на рівні політики. Окремі ініціативи, такі як програма Green Destinations, сертифікація «Blue Flag» для пляжів та марин, а також програма «Responsible Tourism», мають на меті забезпечити екологічні стандарти для туристичних напрямків і об'єктів.

Програма «Blue Flag» активно функціонує в Європі, сертифікуючи пляжі та яхтові марини, що відповідають високим екологічним стандартам. Ця сертифікація включає вимоги щодо якості води, збереження біорізноманіття, управління відходами і навчання туристів відповідальній поведінці [3]. Водночас ініціатива «Green Key» сертифікує готелі і туристичні заклади, що підтримують екологічні стандарти, зокрема щодо використання енергії та води, зниження рівня забруднення і відходів.

Серед міжнародних організацій що проводять системні дослідження туристичного ринку та досліджували різні аспекти сталого туризму відносять Всесвітню туристичну організацію (UNWTO), Всесвітню раду з подорожей та туризму (WTTC), Глобальну раду зі сталого туризму (GSTC), Програму ООН з навколишнього середовища (UNEP), One Planet Network (Програма сталого туризму). До європейських туристичних асоціацій, що просувають Європу, як туристичний напрямок та працюють над сталим туризмом відносять Європейську туристичну комісію (ETC), EUROPARC Federation, ETOA (European Tourism Association). За даними цих асоціацій європейський ринок сталого туризму оцінювався у 55,93 млрд. дол. в 2023 р. та прогнозувалося його зростання із середньорічним темпом росту (CAGR) понад 12% протягом 2023-2028 рр.; повідомлялося, що до 2030 р. кількість туристичних прибуттів до Європи сягне 744 мільйонів (за даними UNWTO); 75% мандрівників планували свої подорожі на основі більш сталого способу (на основі даних 2024 р.); 84% мандрівників вважають важливим подорожувати більш сталим способом; 45% мандрівників відзначають, що готель із сертифікатом сталого розвитку був би для них привабливішим при бронюванні [2, 4].

Україна, як країна з багатою природною та культурною спадщиною, має величезний потенціал для розвитку сталого туризму. На сьогодні в Україні розвиваються такі напрямки, як агротуризм, еко-туризм, культурний туризм і т. д. Однак для досягнення стійкого розвитку туристичної галузі необхідно подолати ряд проблем. Серед них: відсутність єдиної державної стратегії розвитку сталого туризму, недостатній рівень екологічної обізнаності серед туристів та туристичних операторів, відсутність ефективних механізмів екологічної сертифікації та контролю за екологічними стандартами.

Водночас, Україна вже має позитивні приклади сталого туризму, зокрема в Карпатах та на Поділлі, де активно розвивається агроекологічний туризм. Важливим кроком у цьому напрямі є розвиток екологічних маршрутів, створення

національних екомаршрутів, що сприяє як розвитку туризму, так і збереженню екосистем цих територій.

Для успішного розвитку сталого туризму в Україні необхідно впроваджувати європейські стандарти, зокрема для туристичних об'єктів, розширювати програми екологічного сертифікації, підвищувати екологічну обізнаність населення та туристів. Важливо також створювати нові інфраструктурні проекти, що базуються на принципах сталого розвитку та враховують потреби місцевих громад.

З огляду на зміни в екологічних та економічних реаліях, Україна має можливість стати важливим гравцем на ринку сталого туризму, зокрема завдяки розвитку унікальних природних ресурсів та культурної спадщини. Це дозволить не тільки підвищити привабливість країни для туристів, але й сприяти економічному розвитку сільських регіонів та поліпшенню якості життя місцевих громад.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт European Commission. Sustainable tourism. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en
2. Офіційний сайт United Nations World Tourism Organization. Sustainable Development of Tourism. URL: https://www.unwto.org/sustainable-development
3. Green Destinations. URL: https://greendestinations.org/
4. Офіційний сайт Global Sustainable Tourism Council. News. URL: https://www.gstc.org/topics/news/
5. Blue Flag. URL: https://www.blueflag.global/
6. Zero Waste Europe. URL: https://zerowasteeurope.eu/

Аналіз шведської моделі розвитку європейського сталого туризму

Вячеслав Сливенко[1]

За оцінками дослідників, в останнє десятиліття Швеція міцно утримує лідерські позиції серед європейських країн сталого туризму. Стійкий туризм – наймолодша концепція розвитку екологічного туризму. По суті вона є приватним додатком концепції сталого розвитку, що передбачає інтеграцію соціальних, економічних та екологічних аспектів у прийнятті рішень та практичної діяльності. Концепція сталого розвитку була розроблена в 1987 р. та стала центральною ідеєю Конференції ООН з навколишнього середовища та розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.) і була визнана за ефективну модель розвитку абсолютною більшістю країн, представники яких підписали низку міжнародних документів, безпосередньо пов'язаних із практичною реалізацією Концепції.

Сталий туризм – це не якийсь вид подорожей, це напрям розвитку, заснований на принципах концепції сталого розвитку, включає енергоресурсозбереження, збереження біорізноманіття та довкілля, враховує культурні та соціальні відносини. Тому екотуризм можна назвати прикладом стійкого туризму, який може бути будь-якого виду, не обов'язково екологічним.

Одним з ключових елементів сталих подорожей є сталі засоби розміщення для туристів. В даний час у Швеції налічується близько 250 готелів, які відповідають вимогам Nordic Ecolabel – строгому набору критеріїв сталого туризму [1]. Так, готель «Adlon» у Стокгольмі працює над тим, щоб звести до мінімуму споживання енергії та води [2]. А за дві години їзди від Стокгольма в лісистій місцевості знаходиться хостел «Kolarbyn Ecolodge», який пропонує екологічне рішення: в номерах відсутня електрика і немає можливості прийняти душ, тим самим дозволяючи гостям бути ближче до природи, не завдаючи при цьому шкоди навколишньому середовищу [3].

Проте не лише столиця Швеції процвітає у розвитку сталого туризму. Найбільше видавництво путівників Lonely Planet визнало Ґетеборг найкращим містом для сталого туризму у 2021 р. [4]. Планується скоротити обсяг парникових викидів до нульового рівня до 2030 р. 97% міського громадського транспорту вже працює на відновлюваному паливі. До того ж 95% готелів мають зелену сертифікацію (самі будівлі допомагають економити енергію, берегти тепло тощо). Сьоме місце в рейтингу посідає м. Мальме, м. Упсала – дев'яте місце, а м. Стокгольм – лише дванадцяте. З цього рейтингу видно, що багато міст Швеції досягли успіху у сталому розвитку туризму.

[1] *Сливенко Вячеслав Альбертович* – кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: slyvenko_v@365.dnu.edu.ua.

Пріоритетом політики розвитку туризму у Швеції є розробка довгострокової стратегії на період до 2030 р., яка сприяє сталому розвитку туризму та забезпечує платформу для здійснення дій, що відповідають як національним, так і глобальним викликам. Останніми роками в країні зміцнилося співробітництво між державними інституціями. Завдяки діалогу та структурованому робочому процесу розроблено загальний порядок та план заходів [5, 6]. Наприклад, проект «Miranda», який полягає у підтримці прийняття рішень на мікрорівні для сталого туризму при плануванні відповідної інфраструктури, був розроблений у тісній співпраці зі Шведською транспортною адміністрацією та Університетом Даларна (університетський коледж, розташований у Фалуні та Бурлензі, округ Даларна) [7]. Він спрямований на розширення знань та вдосконалення методів прийняття рішень у галузі планування інфраструктури та перевезень для кращого задоволення конкретних потреб сфери туризму. Підхід полягає у поглибленні розуміння масштабів впливу туризму на місцевий та регіональний рівні шляхом аналізу відповідних транспортних потоків та показників, що, у свою чергу, надає найкращі можливості для оцінки та планування національних інвестицій в інфраструктуру.

Підтвердженням тому можна вважати нову Концепцію стійкого транспорту, яка є однією з ключових елементів сталого туризму та широко розвинена Швеції. Так, громадський транспорт Стокгольма досяг своєї мети щодо використання 100% відновлюваної енергії у метро, поїздах та автобусах у 2017 р. В даний час влада міста та екологи працюють над тим, щоб до 2030 р. морські перевезення організовувалися без застосування у складі палива шкідливих для довкілля речовин [8].

Сучасні тенденції світового розвитку, екологізація суспільства та екологічний туризм останнім часом значно впливають на розвиток інших форм туризму. Зокрема, багато туристів під час відпустки, по-перше, охоче поєднують двох-трьохтижневі «пляжні» програми з короткими суто екологічними екскурсіями. По-друге, туристи, як і раніше, віддають перевагу комфортабельному відпочинку, але в екологічно сприятливих умовах, спонукаючи власників готелів та владу курортів дбати про охорону навколишнього середовища, впроваджувати в індустрію туризму екологічно чисті технології.

Необхідно зазначити, що серед багатьох досягнень Швеції у сталому розвитку дослідники відзначають охорону арктичних льодів, що відбивають сонячні промені та перешкоджають таким чином глобальному потеплінню. Також значним досягненням є використання екологічної оцінки туристичних послуг та публікацію цієї інформації у відкритому доступі (наприклад, вуглецевого сліду готелю чи конкретного туру) [9].

Отже, усе перелічене свідчить про те, що сталий розвиток туризму Швеції займає найважливіше місце у політиці країни. Швеція продовжує зберігати свої лідерські позиції серед європейських країн сталого туризму та постійно реалізує інноваційні рішення в цьому напряму, зокрема запровадження екологічного транспорту та засобів розміщення.

Список використаних джерел:

1.The Nordic Swan Ecolabel URL: https://www.nordic-swan-ecolabel.org/official-nordic-ecolabel/

2.Copenhagen to Hotel Adlon URL: https://www.rome2rio.com/s/Copenhagen/Hotel-Adlon

3.Kolarbyn Eco Lodge – Where Nature Becomes Home URL: https://kolarbyn.se/en/

4. Beyond the beaten path URL: https://www.lonelyplanet.com/

5. For the Nordic Council of Ministers Ebba Busch, Sweden's Minister for Energy, Business and Industry URL: https://pub.norden.org/politiknord2025-709/politiknord2025-709.pdf

6. Swedish priorities in tourism development URL: https://barents-council.org/document/JWGT_13_nov_Riga_Erika_Rosander.pdf

7. Miranda heads JLL Sweden's Project and Development URL: https://www.google.com.ua/search?q=%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82+%C2%ABMiranda%C2%BB+in+Sweden&sca_esv

8. Public transportation in Stockholm URL: https://www.visitstockholm.com/travel-info/public-transportation-in-stockholm/

9. Sweden's strategy for the Arctic region URL: https://www.government.se/contentassets/85de9103bbbe4373b55eddd7f71608da/swedens-strategy-for-the-arctic-region-2020.pdf

Європейський вектор сталого розвитку індустрії гостинності України

Алла Ставицька[1]

Сталий розвиток є ключовою цінністю сучасної європейської політики. Індустрія гостинності України, інтегруючись у європейський простір, має адаптувати принципи сталого розвитку, орієнтуючись на екологічну, соціальну та економічну відповідальність. Основні напрями євроінтеграції в сфері гостинності:

- екологічна трансформація готелів і ресторанів, зокрема впровадження енергоефективних технологій, зменшення використання пластику та харчових відходів, розвиток зеленого туризму;
- соціальна відповідальність, яка досягається через забезпечення рівних умов праці, дотримання прав працівників та споживачів, підтримку локальних громад і культурної спадщини;
- інновації та цифровізація, а саме – розвиток онлайн-сервісів, впровадження штучного інтелекту у сфері обслуговування, адаптація до смарт-туризму;
- професійна освіта та стандарти, досягнення яких реалізується через інструменти гармонізації з європейськими кваліфікаціями в туризмі та готельному менеджменті, академічну мобільність, стажування персоналу за стандартами ЄС.

При цьому сталий туризм передбачає збереження природних, культурних і людських ресурсів для майбутніх поколінь, основними складовими якого є екологічність, економічна життєздатність та соціальна відповідальність.

У контексті євроінтеграційних прагнень України, галузь гостинності відіграє важливу роль як представник культурного обміну, економічного зростання та іміджу держави. Саме тому сталий розвиток – це не просто глобальний тренд, а стратегічна потреба для виживання бізнесу в умовах кліматичних викликів, соціальних змін і конкурентного середовища.

Нового тренду зазнав екологічний компонент, зокрема впровадження еко-стандартів у готелях (сертифікації типу Green Key, EU Ecolabel). Сучасні заходи щодо використання відновлюваних джерел енергії, водозбереження, управління відходами, зменшення вуглецевого сліду та розвиток «зеленого туризму» (еко-тури, сільський туризм) стали ще більш актуальними й вирішальними. Країни ЄС впроваджують довгострокові стратегії сталого розвитку туризму (наприклад, «EU Tourism Transition Pathway»). При цьому Україна адаптує європейські підходи через реформи, партнерські програми (COSME, Erasmus+), міжнародну сертифікацію закладів гостинності.

---

[1] *Ставицька Алла Василівна* – кандидат економічних наук, доцентка кафедри туристичного бізнесу та гостинності, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: stavytska_a@365.dnu.edu.ua.

Отже, як раз Європейський вектор сталого розвитку – це і є можливість для України побудувати сучасну, безпечну, конкурентоспроможну галузь гостинності, яка стане складовою позитивного образу країни у світі. Впровадження принципів сталості – не лише виклик, а й умова успішного майбутнього українського туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

У контексті сталого розвитку Європейський Союз активно формує політику відповідального бізнесу, зокрема через впровадження концепції розширеної відповідальності виробників (Extended Producer Responsibility, EPR). Ця концепція передбачає, що виробники повинні брати на себе відповідальність не лише за виробництво товару, а й за його повний життєвий цикл – від сировини до утилізації.

Цей підхід активно розширюється і на сферу послуг, зокрема на індустрію гостинності, де зростає попит на екологічну та соціальну відповідальність компаній. Саме тому провідні міжнародні готельні мережі, такі як: Accor, Fairmont, Marriott, Rezidor (Radisson), Hilton, Starwood, Shangri-La, Taj Hotels and Resorts вже впроваджують принципи корпоративної сталості у свою операційну діяльність. Це включає: скорочення викидів парникових газів, перехід на поновлювані джерела енергії, зменшення харчових відходів, сортування сміття, використання екологічно безпечних засобів прибирання, створення «зелених номерів», соціальні ініціативи для місцевих громад.

Впровадження таких практик не лише покращує імідж компаній, а й допомагає досягати цілей сталого розвитку ООН, підвищує конкурентоспроможність на міжнародному ринку, відповідає очікуванням нових поколінь туристів, що все більше цінують етичний та екологічний туризм.

Для України, яка прагне інтеграції в європейський простір, перейняття такого досвіду є важливим кроком до формування відповідального й інноваційного туристичного середовища.

Список використаних джерел:

1. Барвінок Н. В. (2022) Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 18 (2), 206–217.

2. Божко Л. Д. & Холодок В. Д. (2022) Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. Культура України. (77), 57–64.

3. Вахович, І. М., Матвійчук, Л. Ю. & Смаль, Б. А. (2022). Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах: тенденції та заходи посилення конкурентних переваг. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики, 6 (41), 494–502.

4. Матвійчук Л. Ю., Чепурда Л. М. & Смаль Б. А. (2022). Концептуальні засади забезпечення конкурентоспроможності індустрії гостинності регіонів. Матвійчук Л. Ю., Барський Ю. М. & Лепкий М. І. (ред.) Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : монографія. Видання сьоме. (с. 11–29) Луцьк : РВВ ЛНТУ.

5. Любченко В.В. (2023). Роль туризму у сталому розвитку України: виклики та можливості для економіки. Економіка та суспільство. №57. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-59

Екологічні наслідки війни: вплив на туристичну діяльність в Україні

***Леоніла Ткачук*[1]**

Наша планета страждає нині від величезної кількості конфліктів та насильства, мільйони життів та мільярди га природних ландшафтів опинилися під загрозою. У 2024 році зафіксовано понад 170 збройних конфліктів. У 2023 р. майже 120 мільйонів людей у всьому світі були вимушено переміщені через війни, збройні сутички, теракти, переслідування, конфлікти, насильство, порушення прав людини.

Попри масштабність і незворотність людських втрат під час війни, значних і часто недооцінених руйнувань зазнає й навколишнє середовище. Військові конфлікти спричиняють деградацію екосистем, через пряме знищення та масштабне забруднення довкілля, що становить серйозну загрозу для здатності планети підтримувати життя в майбутньому. Згідно з дослідженням Scientists for Global Responsibility і Conflict and Environment Observatory, на військово-промисловий комплекс припадає приблизно 5,5 відсотка глобальних викидів парникових газів. Воєнні конфліки спричиняють інтенсивне споживання енергії, що, у свою чергу, веде до загострення кліматичної кризи у світовому масштабі – як через прямі викиди парникових газів від військових операцій, так і через їхній опосередкований вплив. Варто враховувати, що ці викиди – як пов'язані з утриманням армій, так і з веденням бойових дій – не регулюються ні Кіотським протоколом 1997 року, ні Паризькою кліматичною угодою 2015 року.

Під час збройних конфліктів активно застосовуються боєприпаси, які містять важкі метали, збіднений уран, різноманітні не інертні хімічні сполуки. Навіть у незначних дозах ці речовини є високотоксичними, що призводить до серйозних наслідків як для людського здоров'я, так і для стану довкілля. У зонах безпосередній військових дій часто цілеспрямовано знищується рослинність або іншим чином руйнується природний ландшафти з метою позбавити противника укриттів. На окупованих територіях лісові масиви вирубуються для будівництва оборонних споруд. Таке знищення природи може призводити до зниження, аж до деградації, родючості ґрунтів і забруднення водних ресурсів. Іноді довкілля навмисно труюють, перетворюючи території на непридатні для проживання, аби змусити місцеве населення залишити свої домівки. Отже військові конфлікти здійснюють комплексний негативний вплив на довкілля, забруднення зазнають і ґрунти, і поверхневі та підземні води, викиди токсичних речовин і парникових газів забруднюють повітря. При цьому екологічні наслідки війни є дуже масштабними та довготривалими і рідко обмежуються лише територією однієї країни – вони часто мають транскордонний характер і впливають на добробут

[1] *Ткачук Леоніла Миколаївна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна, e-mail: inohodez@ukr.net.

майбутніх поколінь у глобальному масштабі. Усвідомлення цього впливу – важливий перший крок на шляху до зменшення шкоди, відновлення довкілля та, і це дуже важливо, запобігання новим конфліктам.

З метою привернення уваги світової спільноти до серйозних екологічних наслідків війн і збройних конфліктів, а також для наголошення на необхідності захисту довкілля в умовах воєнних дій, Генеральна Асамблея ООН у 2001 році ухвалила резолюцію, якою встановила 6 листопада Міжнародним днем запобігання використанню навколишнього середовища у військових цілях та під час збройних конфліктів. Це допомагає підвищити обізнаність про масштабні екологічні руйнування, які часто залишаються поза увагою громадськості, та стимулювати уряди, міжнародні організації й громадянське суспільство до дій, спрямованих на захист природи навіть у найскладніших обставинах.

Війна грубо порушує крихкий природний баланс України, завдаючи шкоди довкіллю в багатьох вимірах. Бойові дії охопили близько 26% території країни, нині землі тут щільно вкриті мінами та нерозірваними боєприпасами. Внаслідок обстрілів, масштабних пожеж і затоплень значно забруднені ґрунти, водні ресурси та лісові масиви. Повномасштабне вторгнення призвело до втрати до 20% українських посівних площ, а понад 5 мільйонів гектарів сільськогосподарських земель стали непридатними для використання через забруднення [1]. Роботи з розмінування та очищення таких територій вже ведуться, але це тривалий і дорого вартісний процес.

Найсерйозніших екологічних втрат зазнали тимчасово окуповані території та регіони активних бойових дій на сході України. Тут спостерігається повна деградація ґрунтів. Руйнування систем очищення стічних вод і систем управляння та поводження з твердими відходами спричинило масштабне хімічне забруднення довкілля. Знищення будівель, доріг та іншої інфраструктури залишило після себе мільйони тонн уламків, серед яких – небезпечні речовини, зокрема азбест і нерозірвані боєприпаси. Особливу загрозу становлять пошкоджені об’єкти вугільної, металургійної та хімічної промисловості, які стають джерелом пожеж і викидів токсичних речовин у повітря, воду й ґрунт. Це створює серйозні як миттєві, так і довгострокові ризики для здоров’я людей і довкілля. За попередніми оцінками, загальна шкода, завдана природному середовищу України внаслідок війни, перевищує 71 мільярд доларів США [1].

Війна в Україні завдала нищівного удару по туристичному сектору, значно ускладнивши його функціонування та розвиток. Постійні бойові дії, руйнування об’єктів критичної інфраструктури, а також готелів, транспортних засобів та шляхів, культурних пам’яток – у поєднанні з погіршенням екологічного стану територій, створили вкрай несприятливі умови для туристичної діяльності. Ця криза особливо загрозлива з огляду на те, що туризм є важливою складовою української економіки. Екологічні наслідки війни не лише зупинили її розвиток у окремих частинах країни, а й поставили під загрозу подальші можливості для відновлення галузі після завершення конфлікту. Війна та окупація уразили природно-заповідний фонд України. Під впливом бойових дій опинилися 17 із 55 національних природних парків, 10 із 19 природних заповідників і 3 з 5 біосферних заповідників. Із таких унікальних територій, як Асканія-Нова та

Чорноморський біосферний заповідник, браконьєри масово вивозять тварин, до росії та тимчасово окупованого Криму. Через відсутність належного догляду та ветеринарної допомоги сотні тварин загинули, а тисячі особин було втрачено через масштабні пожежі, що охопили тисячі гектарів території українського степу. Окрім цього, російські війська знищили заповідник «Кам'яні могили», а також завдали значної шкоди національним природним паркам «Святі гори» та «Меотида», що є важливою частиною природної та культурної спадщини України [2]. Підрив Каховської гідроелектростанції у 2023 році став однією з наймасштабніших екологічних катастроф в історії сучасної України. Близько 620 квадратних кілометрів території було затоплено унаслідок підриву греблі. Це потягло за собою значні гідрологічні та екосистемі зміни, зокрема на територіях Херсонської та Миколаївської областей уздовж русла Дніпра. Спостерігається масштабне хімічне забруднення, пов'язане з підтопленням автозаправних станцій, нафтобаз, промислових підприємств і складів з хімічними речовинами. Значної шкоди зазнали природоохоронні зони та рекреаційні території – ушкоджено 333 тисячі гектарів, а також 11 294 гектари лісу [2]. Через вибухи, артобстріли, затоплення суден і витоки нафтопродуктів регулярно фіксують масову загибель риби, морських ссавців, зокрема китоподібних. Екосистеми морів, заток лиманів та гирл річок зазнають тяжких змін: зникає навіть планктон, що є базовою ланкою харчових ланцюгів. Крім цього, зафіксовано численні випадки загибелі дельфінів пов'язані з використанням російськими військовими низькочастотних звукових хвиль, що випромінюються надводними та підводними кораблями та під час запуску ракет. Такі акустичні впливи мають шкідливий ефект на навігаційні та комунікаційні системи морських ссавців, спричиняючи дезорієнтацію, стрес, фізіологічні ушкодження й, у багатьох випадках, загибель тварин.

Війна, незалежно від її причин, має руйнівний вплив не лише на людське життя, а й на довкілля, яке є ключовим ресурсом для розвитку туризму та рекреації. Наявна в Україні екологічна ситуація характеризується масштабним забрудненням довкілля, масовою загибеллю тварин, втратою значних площ природоохоронних територій, лісів і узбереж, зокрема через пожежі та мінування. Колись мальовничі туристичні регіони Херсонщини, Миколаївщини та Харківщини а також нині окупованих Донецької та Луганської областей стали зонами екологічного лиха. Особливої уваги потребує і Полісся, де зберігається залишкова небезпека у вигляді мін, снарядів і техногенних руйнувань, що не дозволяє проваджувати туристичну активність у повному обсязі. Для повноцінного відновлення туристичної сфери необхідними є не лише інфраструктурні рішення, а й комплексні заходи з екологічної реабілітації, очищення територій і формування безпечного, привабливого для відпочиваючих середовища.

Список використаних джерел:

1. Корольова В.В., Даниль А.І. Вплив військової агресії на екологічну ситуацію в Україні. Legal Bulletin. Вип. №14, 2024, с. 51–57.

2. Роман Л.Ю. Аналіз екологічних загроз об'єктів ПЗФ України у воєнний період. Екологічні науки: науково-практичний журнал. 2022. №3(42). С. 84-88.

Eco Georgia: нові підходи до розвитку екотуризму в регіонах

***Карина Тростянська*[1], *Георгій Оніані*[2]**

В умовах глобальної діджиталізації, урбанізації та кліматичних змін зростає актуальність сталого розвитку, ключовим елементом якого є зелений туризм. Це не лише сучасний тренд, а й ефективна модель, що поєднує охорону природи з розвитком місцевих громад. У контексті пошуку нових моделей сталого туризму в Європі дедалі більшої уваги набувають приклади країн, що перебувають поза межами Європейського Союзу, але активно інтегруються в європейський простір через розвиток екологічно відповідальних підходів до туризму. Грузія, як країна з унікальним природним і культурним потенціалом, демонструє перспективну динаміку у сфері екотуризму та заслуговує на окреме вивчення.

За даними Національної адміністрації туризму Грузії, у 2023 році понад 25% туристів обрали гірські або сільські регіони [1]. Це свідчить про зростання інтересу до природно-орієнтованих подорожей.

Зелений туризм, або екотуризм, – це подорожі до природних або сільських територій з мінімальним впливом на довкілля. Він підтримує місцеві громади, малий бізнес (гостьові будинки, фермерські садиби) та автентичну культуру. Такий туризм має бути вигідним для громади, екологічно відповідальним і містити освітній компонент.

Розвиток зеленого туризму є низькозатратною моделлю, яка активізує підприємництво в регіонах. Позитивним моментом є те, що власник гостьового будинку може стабільно заробляти, не змінюючи свого стилю життя. Таким чином, зелений туризм – це не просто відпочинок, а інструмент економічного розвитку сільських регіонів.

Грузія має сприятливі умови для розвитку екотуризму: 40% території вкрито лісами [2], має понад 90 природоохоронних об'єктів [3], автентичний побут у селах, адже туристів приваблюють не лише краєвиди, а й досвід взаємодії з місцевими традиціями. Регіони Сванетія, Тушетія, Казбегі – яскраві приклади збереженої культури і природи.

Для сільських районів зелений туризм є важливим джерелом доходу. Гостьові будинки, гастрономічні тури, екоекскурсії сприяють зайнятості й розвитку інфраструктури. До того ж, доступність Грузії для туристів (дешеві подорожі, спрощений візовий режим) створює додаткові переваги. У 2023 році доходи від міжнародного туризму склали $3,5 млрд (10,6% ВВП), частка

[1] *Тростянська Карина Миколаївна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного моделювання, обліку та статистики, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: karina_tr@ukr.net.

[2] *Оніані Георгій* – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 051 Економіка, освітня програма Бізнес-аналітика, 4 курс, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна, e-mail: oniani.g@365.dnu.edu.ua.

зеленого туризму в структурі доходів зростає (близько 23% туристів обирають екологічно орієнтовані маршрути) [2]. У таких регіонах, як Сванетія чи Рача, екотуризм забезпечує до 40% річного доходу домогосподарств, а один гостьовий дім може приносити 5000–8000 ларі на місяць [4]. Протягом 2020–2023 років зареєстровано понад 1200 нових мікропідприємств у сфері сільського туризму [6]. Мультиплікативний ефект теж значний: кожен долар туриста створює до 2 доларів доданої вартості [5]. Грузія бере участь у міжнародних програмах підтримки сталого туризму (ENPARD, USAID, UNDP), залучаючи фінансування на проєкти інфраструктури, розвиток цифрових платформ, навчання. Держава також розробила стратегію сталого туризму до 2030 року [1]. У 2023 році понад 780 тис. туристів відвідали природоохоронні території [3], а кількість гостьових будинків зросла на 27% (до 1300) [1], популяризуються нові сервіси та платформи. Водночас проблемами залишаються погані дороги, відсутність сертифікації екооб'єктів і недостатня промоція на міжнародному рівні.

Перспективами розвитку зеленого туризму у Грузії можна визначити:

– цифровізацію, що передбачає створення єдиних онлайн-платформ для бронювання туристичних послуг, що підвищить доступність та зручність для відвідувачів, а також сприятиме інтеграції місцевих бізнесів у цифрову екосистему;

– розвиток освітнього напряму через організацію тренінгів для місцевого населення для підвищення його компетенцій у сфері туризму, зокрема підготовку професійних гідів, що забезпечить якісний сервіс для туристів;

– розвиток інфраструктури завдяки модернізації дорожньої мережі та облаштування туристичних маршрутів, що покращить логістику і зробить регіони більш привабливими для відвідування;

– активне просування бренду «Eco Georgia» як екологічно відповідального та привабливого туристичного напрямку на внутрішньому й міжнародному ринках;

– посилення інвестиційної підтримки шляхом залучення грантів та інших фінансових ресурсів для розвитку малого бізнесу у сфері туризму, що сприятиме економічному зростанню та зайнятості в регіоні.

Отже, зелений туризм у Грузії – не лише екологічна ініціатива, а й стратегічний напрям розвитку, який забезпечує доходи, створює робочі місця та сприяє сталому розвитку сільських регіонів, не втрачаючи культурної самобутності. Зважаючи на підтримку держави та міжнародних партнерів, ця галузь має всі шанси на динамічне зростання.

Список використаних джерел:

1. National Tourism Administration of Georgia (GNTA). URL: https://gnta.ge.
2. Geostat. URL: https://geostat.ge.
3. Caucasus Nature Fund. URL: https://caucasus-naturefund.org.
4. UNDP Georgia. URL: https://www.ge.undp.org.
5. GIZ Georgia. URL: https://www.giz.de/en/worldwide/373.html.
6. USAID Georgia. URL: https://www.usaid.gov/georgia.

DIGITAL DETOX TA SLOW TRAVEL: нові тренди свідомого подорожування

***Дар'я Чепурна*[1]**

У сучасному світі стрімкий розвиток цифрових технологій змінив не лише спосіб нашого життя, а й модель подорожування. Постійна присутність у цифровому просторі, необхідність бути «на зв'язку» 24/7, інформаційне перенасичення стали новими викликами для психічного здоров'я людини. Особливо гостро це проявляється під час подорожей, коли замість насолоди моментом туристи часто концентруються на створенні цифрового контенту, постійній комунікації в соціальних мережах або роботі в режимі онлайн. У відповідь на цю ситуацію сформувалися нові підходи до мандрівок – digital detox (цифровий детокс) та slow travel (повільні подорожі), які набули популярності у сфері сталого туризму та свідомого споживання. Ці тенденції акцентують увагу на глибшому емоційному та культурному зануренні, відмові від зайвого споживання, від поспіху та прагненні зберегти природне і культурне середовище для майбутніх поколінь.

Актуальність теми зумовлена сучасними соціокультурними та екологічними трансформаціями, зокрема глобальним трендом до усвідомленого споживання та зростанням попиту на сталий туризм у Європі. Ідеї digital detox і slow travel тісно пов'язані з концепцією свідомого туризму, яка передбачає відповідальне ставлення до довкілля, культури, економіки та добробуту. Хоча окремі аспекти сталого туризму та свідомого споживання досліджувалися багатьма вченими та практиками, аналіз digital detox та slow travel як факторів, що сприяють цим принципам, залишається відносно новою сферою досліджень.

Digital detox передбачає тимчасову або повну відмову від використання гаджетів (смартфонів, планшетів, ноутбуків) та цифрових платформ під час подорожі. Основна мета такого «цифрового детоксу» полягає у звільненні від постійної інформаційної стимуляції, зосередженні на безпосередньому досвіді подорожі, глибшому зануренні в місцеве середовище та налагодженні більш якісної взаємодії з попутниками та місцевими жителями. [1] З точки зору сталого туризму та свідомого споживання, digital detox може мати кілька позитивних наслідків. Туристи, які практикують digital detox, частіше звертають увагу на місцеві особливості, тому більш охоче підтримують малий бізнес, купуючи місцеві продукти та сприяючи таким чином розвитку місцевої економіки та збереженню культурної автентичності. Зменшення впливу реклами та маркетингових стратегій, які часто нав'язуються через цифрові прилади, може призвести до більш раціональних та менш імпульсивних покупок. Також більш усвідомлене сприйняття навколишнього середовища під час подорожі може

[1] *Чепурна Дар'я Артемівна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність J3 Туризм і рекреація, 1 курс, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна, e-mail: dashachepurna2763@gmail.com.

підвищити екологічну свідомість туристів та їхню готовність дотримуватися принципів сталого розвитку в майбутньому.

Slow travel, у свою чергу, передбачає подорожі без поспіху, з акцентом на триваліше перебування в одному регіоні, використання екологічних видів транспорту (велосипед, потяг, піша хода), підтримку локальних ініціатив, малих підприємств, фермерських господарств, ремісничих майстерень. [2] Такий підхід знижує вуглецевий слід туриста, стимулює місцеву економіку та триваліше перебування в одному місці також сприяє більш рівномірному розподілу туристичних потоків, що дозволяє уникнути овертуризму – однієї з головних проблем популярних туристичних напрямків. Slow travel заохочує глибше занурення в місцеву культуру та економіку. Мандрівники, які проводять більше часу в одному регіоні, мають більше можливостей для спілкування з місцевими жителями, розуміння їхнього способу життя та підтримки місцевого бізнесу. Вони частіше обирають проживання в невеликих готелях або апартаментах, купують продукти на місцевих ринках та користуються послугами місцевих гідів та ремісників. Це сприяє збереженню культурної спадщини та покращенню економічного добробуту місцевих громад.

Поєднання digital detox та slow travel є потужним інструментом для розвитку свідомого подорожування. Відмовляючись від постійного підключення до цифрового світу та обираючи більш повільний темп подорожі, туристи отримують можливість повністю відключитися від рутини, відновити сили, глибше пізнати нові місця та культури, а також зробити свій внесок у сталий розвиток.[3] Такі подорожі сприяють більш усвідомленому споживанню, оскільки туристи стають більш уважними до своїх потреб та впливу своїх дій на навколишнє середовище та місцеві громади.

У результаті можна зробити висновок, що digital detox та slow travel є важливими та взаємодоповнюючими трендами свідомого подорожування, які мають значний потенціал для сприяння сталому туризму та свідомому споживанню в Європі та світі. Ці підходи не лише покращують якість туристичного досвіду, роблячи його більш глибоким та автентичним, але й сприяють збереженню природної та культурної спадщини, підтримують місцеву економіку та підвищують екологічну свідомість туристів.

Список використаних джерел:

1. Why Digital Detox is Important During Travels. Website Ecologism World. URL: https://ecotourism-world.com/why-digital-detox-is-important-during-travels/#google_vignette (дата звернення: 22.04.2025).

2. Defining slow tourism. Website «Interreg Europe». URL: https://www.interregeurope.eu/slowdown/news-and-events/news/defining-slow-tourism#:~:text=Sustainability%3A%20At%20its%20core%2C%20slow,protects%20natural%20and%20cultural%20resources: (дата звернення: 23.04.2025).

3. Digital Detox in the Slow Lane: Unplugging and Connecting with Nature. Website «Medium». URL: https://medium.com/@contactus_25596/digital-detox-in-the-slow-lane-unplugging-and-connecting-with-nature-f4f443a9f776 (дата звернення: 23.04.2025).

Розвиток міського зеленого будівництва, як умова успішного впровадження сталого туризму в Україні

***Якуба Марина*[1]**

Сучасне зелене будівництво у містах, як система заходів створення та всебічного використання зелених насаджень, посідає чинне місце серед шляхів оптимізації та комфортизації умов проживання містян. На тлі стрімких негативних змін клімату та невпинного погіршення екологічних показників довкілля, зелені насадження виступають одним з найдієвіших, надійних та функціональних важелів впливу на складну ситуацію врегулювання та покращення стану міського середовища [1].

Теоретичні засади зеленого будівництва і принципи їх практичного втілення базуються на науково-обгрунтованих загальноприйнятих нормативах, що передбачають достатнє за площею та рівномірне розташування серед щільної міської забудови та транспортної і комунікаційної мереж, рослинних угруповань різного призначення. При цьому усі ці зелені насадження, від великих міських парків до маленьких насаджень на прибудинкових територіях, повинні становити єдину, гармонійну та функціонально дієву безперервну систему.

Відомо, що в українських містах, до початку повномасштабної війни з росією, зелені насадження зростали на площі, що в середньому займає 38,4 % від загальних міських територій (загальна площа в км^2 становила 4,6 тис), але для загального користування населення були доступні лише 13,4 % або 1,6 тис. км^2 міських озеленених територій. Враховуючи той факт, що згідно міжнародних норм кількість зелених насаджень на одного міського мешканця повинна бути понад 20 м^2, тоді як в українських містах значення цього показника в середньому становить лише 16,3 м^2, зі значними відхиленням у містах, розташованих на території різних кліматичних зон, стає очевидним наявність проблематики у сфері міського зеленого будівництва та нагальна потреба у вирішенні низки питань з озеленення українських населених місць [3].

На складному шляху європейської інтеграції, що триває з 2000 року, Україна, попри складну політично-суспільну ситуацію та економічні і безпекові перепони, спрямовує всебічні зусилля для набуття повноправного членства у Європейському Союзі. В межах цього процесу, у 2020 році в Україні було розпочато внутрішні дискусії з бізнес-колами щодо участі у впровадженні спільного з європейськими країнами Європейського зеленого курсу. Ця ініціатива є дороговказом у здійсненні заходів, що перетворять Євросоюз на стійку, ефективну, конкурентно спроможну економічну структуру, що розвивається та функціонує за умов ведення кліматично нейтральної політики,

[1] *Якуба Марина Станіславівна* – кандидат біологічних наук, доцент, доцент кафедри садово-паркового мистецтва та ландшафтного дизайну, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро, Україна, e-mail: YS_MARINA@meta.ua.

заощадливого використання природних ресурсів, зменшення забруднення довкілля, існування людини у гармонії з планетою та її ресурсами тощо.

Головні засади Зеленого курсу були офіційно представлені 11 грудня 2019 року Президентом Європейського Союзу Урсулою Фондерляйн. На той час було визначено, що основними засадами Європейського зеленого курсу є зелена концепція модернізації економіки та економічного зростання для забезпечення гідного життя населення у гармонії з природним середовищем.

Важливою частиною загальної концепції сталого (стійкого) розвитку є сучасна концепція розвитку туризму, що передбачає задоволення усіх потреб туристів, і при цьому розвивається з обов'язковим забезпеченням можливості отримувати аналогічні туристичні послуги наступними поколіннями.

На сьогодні туризм має низку видів, про які чітко прописано у Законі України «Про туризм». Однак, у цьому законі відсутній міський туризм, хоча його існування, як комплексного виду туризму, що включає сукупність архітектурної спадщини, культурно-історичний аспект та природно-кліматичні особливості міських територій, що можуть розглядатися як можливість рекреаційного та лікувально-оздоровчого туризму, не викликає сумнівів.

Здавна існує твердження, що парки міст, це їх «обличчя та посмішка». Саме парки та інші міські зелені насадження позначаються першими порядковими номерами у списку локацій для відвідування туристами, що приїздять до незнайомого міста в межах країни та за кордоном.

Досить часто міські зелені насадження здатні наскільки глибоко приємно вразити туристів, що відвідування цих осередків стає традиційним заходом при кожному приїзді до міста, а часом і головним приводом для здійснення наступної туристичної подорожі. Про це свідчать яскраві приклади таких всесвітньо-відомих міських парків як Центральний парк у Нью-Йорку (США), Люксембурзький парк в Парижі (Франція), парк Кекенхоф у Ліссе (Нідерланди), Тропічний парк Нонг Нуч у Патайї (Таїланд) та багато інших чудових місць. Є всесвітньо відомі паркові комплекси – справжні витвори садово-паркового мистецтва - і на території України, серед них парк Олександрія у місті Біла Церква та парк Софіївка у місті Умань.

Міський турим в умовах невпинних і стрімких процесів урбанізації виявляє стійку тенденцію до активного розвитку. Так, Всесвітня туристська організація виділила цей вид туризму в окремий напрям і спільно з «Маркетингом Європейських міст» і Віденським університетом MODUL ініціювала у 2014 році початок розробки спільної рамкової структури і методики в цілях збору, узагальнення та зіставлення даних про міський туризм на глобальному рівні [2].

Питання розвитку міського туризму обговорювалися і на 5-му саміті ЮНВТО по міському туризму, що пройшов в Луксорі (Єгипет) у листопаді 2016 року. Такі заходи і зустрічі доводять що, що міський туризм є на сьогодні стратегічним елементом планування та зеленого будівництва для багатьох міст світу [4]. Наразі керівництву низки міст світу, що мають багату історію і унікальну архітектуру та природну складову урбогенних середовищ, вдалося встановити баланс між бажаннями модернізації і збереження самобутності і

унікальної архітектури та зелених осередків міст. Грамотна туристська політика та грамотне ведення процесів зеленого будівництва дає можливість привернути значне число туристів, не навантажуючи місто технологічними елементами, і не змінюючи кардинально природну зовнішність міста та його елементи озеленення на вимогу сьогоденним вигодам. Саме розвиток зеленого міського будівництва є одним з перспективних і пріоритетних напрямків залучення прибутків туристичного бізнесу до української економіки.

Зараз Україна перебуває на складному шляху виборювання права на існування та захисту держави, надання безпекових гарантій для громадян та збереження державних цінностей. Понад 20 % території України перебуває зараз під окупацією, але водночас українські території, міста та інші населені пункти продовжують функціонувати, а звільнені деокуповані та постраждалі території відновлюються та відбудовуються. Україна отримує потужну підтримку від міжнародних партнерів, у тому числі і країн Європейського Союзу [5]. Ця підтримка є важливим шансом на відбудову України у післявоєнний час шляхом залучення заходів і методів зеленого міського будівництва у сталий та зелений спосіб, що є запорукою успішного розвитку конкурентоспроможної економіки та комфортного і заможного життя українських громадян.

Список використаних джерел:

1. Худавердієва В.А., Шахов К.Е., Яковлєв К.Д. Міський туризм: суть, взаємозв'язки, мультиплікативний регіональний ефект.// Мат. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком соціально-економічних систем» (м. Харків, 21-22 березня 2024 р.), Х.: ДБТУ, 2024. Ч.2. 754 с. С.729-732.
2. Смирнов І.Г. Брендинг міста у туризмі: концептуальні підходи. URL: http://www.spilnota.net.ua/us/article/id-1680/.
3. Черноносова Т. О. Міське зелене будівництво: конспект лекцій. Харків. нац. унт міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова, 2018. 68 с.
4. Тищенко О.Л., Параніна А.П. Міський туризм як ефективний інструмент розвитку туристичного потенціалу України // Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи Мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 28-29 квітня 2021 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. 421 с. С.80-81.
5. https://ecoaction.org.ua/ievropejskyj-zelenyj-kurs.html?gad_source

З М І С Т

СЕКЦІЯ 1. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ЗЕЛЕНОЇ УГОДИ 4

Giray F. State support for promoting the green economy 5

Батуринець С. Р., Джур О. Є. Роль місцевого самоврядування в розвитку екоініціатив та сталого підприємництва 11

Бєльський Б. П. Перспективи розвитку зеленої енергетики в умовах відбудови України 14

Горбач Н. Маркетингові стратегії сталого розвитку в умовах Європейської зеленої угоди 16

Гуртовий Ю., Іванов Р. Органічне сільське господарство в країнах Європи: кластеризація моделей розвитку та положення України 20

Ковтун Д. Сталий розвиток економічних систем в умовах поширення Європейської зеленої угоди: перспективи та виклики 25

Кожемяка О. В., Пешук Л. В. Особливості комплексної оцінки якості м’ясних продуктів з мікроводоростю chlorella 29

Кравцова О., Дугінець Г. Сталий розвиток через призму соціальної відповідальності 32

Очеретяний Б. Розвиток зеленої енергетики в Україні 35

Приварникова І., Сердюков М. Використання штучного інтелекту у зеленій економіці: можливості, виклики та перспективи розвитку 39

Ромах М. Розвиток «зеленої» іт-інфраструктури та енергоефективних технологій в європейських компаніях 42

Рудаченко О., Смачило В. Інвестиції як інструмент забезпечення сталого розвитку підприємництва територіальних громад 47

Сбехат І., Дугінець Г. Вплив Європейської зеленої угоди на трансформацію національної економіки України у напрямку сталого розвитку 50

Тростянська К., Рудик А. Стан та перспективи енергетичної продуктивності економіки України 53

Тростянська К., Федорчук Д. Сталий розвиток як основа економічної трансформації України в умовах євроінтеграції 56

Феденко В. Використання поновлювальної сировини інвазійних рослин у контексті біоекономіки 58

СЕКЦІЯ 2. «ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 62

Bakalo I. Green transformation of ukraine's financial sector: instruments for strengthening banking resilience 63

Ащепкова Н., Іванов А. Модернізація системи керування сонячним трекером 68

Ащепкова Н., Шека М. Впровадження системи "Розумний дім" з метою зменшення використання енергії 71

Балачіна Є. Залучення інвестицій у «зелені» проєкти в умовах ризиків та економічної нестабільності 74

Бей О. Інструменти зеленого маркетингу в просуванні екологічно орієнтованих інвестиційних проєктів 78

Горб Р., Сокол П. Адаптація рекламної діяльності промислового підприємства до умов воєнного стану 80

Зінченко О., Клопот Є. Зелена економіка в умовах воєнного стану: виклики та можливості для сталого розвитку України 83

Зінченко О. Зелена модернізація українських міст в поствоєнний період 85

Колонтаєвський О. Впровадження концепції «зеленої» економіки в готельний бізнес в умовах воєнного стану 87

Маруткова Є., Джур О. Антикризовий корпоративний менеджмент у період війни: виклики та можливості для зеленої економіки 89

Москот Д., Джур О. Зелена економіка в умовах воєнного стану: виклики та перспективи 92

Назаренко П. Стратегії відновлення та розвитку «зеленого» бізнесу в повоєнний період України 95

Наумова О., Смирнова Т. «Зелений вибір» як екологічна ініціатива українців під час війни 99

Свистун М. Зелений консюмеризм в умовах війни та посткризового відновлення: нові виклики та адаптації в Україні 101

Сенюк Д. Енергонезалежність як складова «зеленої» економіки в умовах війни 103

Хричов С., Нестерова О., Котов О. Організація навчального процесу в закладах вищої освіти з огляду на методи ресурсоощадності як складова «зеленої» економіки в умовах воєнного стану (на прикладі підготовки здобувачів освіти за спеціальністю G13 (181) Харчові технології) 105

Шебанова М., Смирнова Т. Війна та кліматична політика у реалізації зеленого курсу 108

СЕКЦІЯ 3. ЕКОСТАРТАПИ ТА СТАРТАП ПІДПРИЄМНИЦТВО 111

Skrypnyk N. Drivers of development of the global construction industry in the context of implementing the green course policy 112

Zharova A., Krupskyi O. Entrepreneurial intentions of young people and environmental responsibility 114

Андрусик К. Роль малого бізнесу в розвитку зеленої економіки в Україні 118

Боровіченко А. Екостартапи як інструмент сталого розвитку 120

Вакуленко В. Зелений менеджмент як конкурентна перевага на міжнародному ринку: роль консалтингу 122

Коваль В., Джур О. Екостартапи як драйвери інновацій для зеленої економіки України 125

Михайленко О. Досвід екостартапу RELEAF PAPER: як альтернатива традиційному виробництву паперу 129

Румянцев В., Савінов В. Магнітна обробка палива – як шлях зниження викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище 132

Сазонець О., Корнута О. Стартапи як приклад впровадження інновацій в економіку країни 134

Танчик Р., Бахмач В. Інноваційне використання купажованих олій у виробництві майонезу як напрям екостартапу з підвищеною біологічною цінністю 137

Товстуха К. Сучасні стартапи в сфері зеленої економіки: виклики та перспективи 141

Чернушенко О. Отримання харчових та біологічно активних добавок з вторинної рослинної сировини 143

СЕКЦІЯ 4. ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ. ЗЕЛЕНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ 148

Matorina K. Implementation of the concept of sustainable development in food and chemical technologies 149

Голей Ю. Європейські стандарти відповідального бізнесу: соціальний вимір та екологічні підходи у досягенні сталого розвитку 152

Голіцина Є., Приварникова І. Екологічне оподаткування як інструмент впливу на сталий розвиток в ЄС 155

Гульман Д. Європейські екологічні практики як фактор конкурентної переваги бізнесу 158

Жиленко К. Циркулярна економіка виробництва кави: елемент сталого розвитку сфери гостинності 162

Зварун Б. Законодавство ЄС як орієнтир для розвитку українського агробізнесу 166

Кондратюк Н. Апсайклінг як стратегія сталого розвитку в ресторанному господарстві та крафтових виробництвах: від харчових відходів до цінних ресурсів 168

Красномовець В. Стратегії комунікації щодо сталого розвитку в індустрії гостинності: практичний підхід 171

Лисенко О., Приварникова І. Жінки в зеленому бізнесі україни: роль жіночого лідерства в трансформації управлінських практик 175

Очеретяний Б., Смирнова Т. Використання принципів екологічного маркетингу європейськими компаніями 179

Пігіна Ю., Джур О. Вплив менеджменту на впровадження екологічної відповідальності: порівняльний аналіз компаній Польщі та Німеччини 184

Поколодний В. Sup-бордінг як приклад практики сталого розвитку в готельному бізнесі 189

Приварникова І. Трансформація глобальних ритейлерів у відповідь на кліматичні виклики: європейський досвід та настанови для України 193

Радіонова О. Екологізація територій готельних підприємств: впровадження сталих практик озеленення 196

Сердюков М. Трансформація ринків та ланцюгів постачання під впливом Європейської зеленої угоди: наслідки для менеджмента високих технологій 199

Сікалюк А., Джур О. Європейські практики соціальної та екологічної відповідальності бізнесу в системі корпоративного управління: успішні кейси 203

Смирнова Т. Управління «Зеленим» офісом в контексті сталого розвитку 208

Тростянська К. Формування екологічно-орієнтованої бізнес-моделі логістики за методом business model canvas 211

Федько М. Роль маркетингу у формуванні позитивного іміджу зелених інвестицій 214

Шебанова М., Смирнова Т. Впровадження ESG-звітності як стандарту для українського бізнесу на шляху до євроінтеграції 216

СЕКЦІЯ 5. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТАЛИЙ ТУРИЗМ ТА СВІДОМЕ СПОЖИВАННЯ 219

Bila A., Redko V. Green solutions in the restaurant industry 220

Chubenko K., Redko V. Greenwashing as a challenge to building the environmental image of tourist destinations 222

Novik H. Prospects for the development of restaurant service certification 226

Redko V. Tourism as a tool for green modernization and post-war regional regeneration in Ukraine 228

Андренко І., Андренко А. Еко-арт як нова форма європейського туризму 230

Андренко І., Гулак Ю. Роль digital-технологій у моніторингу екологічної ефективності horeca-підприємств в умовах війни 233

Бабко Н. Європейський досвід впровадження принципів сталого туризму в умовах екологічних викликів 235

Бєлобородова М., Митюк-Волошко Н. Дитячий оздоровчий туризм як інструмент формування екологічної свідомості 240

Бєловол Д. Екотуризм у національних парках: баланс між захистом природи і туристичним розвитком 242

Гордієнко К. Транспорт у подорожах: як вибір транспорту впливає на вуглецевий слід туриста 244

Гринюк Н. Євпроінтеграційні напрямки розвитку сталого туризму споживчої кооперації України 246

Дроботова М., Панюкова А. Європейські практики вирішення проблем надмірного туризму 249

Дудник С. Впровадження принципів сталого розвитку в готельно-ресторанній індустрії України: європейський досвід і перспективи 251

Кирилюк І. Управління надмірним туризмом у морських природоохоронних територіях: виклики та стратегії збереження 255

Ковальова О. Роль та перспективи використання локальних харчових продуктів у відповідальному споживанні туристів 260

Нетеса М. Свідоме споживання під час подорожей 265

Оболенцева Л. Стратегічний підхід до управління сталим розвитком в індустрії туризму та гостинності 268

Павленко П. Участь місцевих громад у розвитку сталого туризму: як уникнути over-tourism 271

Печериця В. Зелений туризм у Європі: як малий бізнес може підтримати сталі практики 274

Поколодна М. Розвиток сталих практик туризму: місто Бенідорм, Іспанія 276

Самойленко А. Екологізація готельно-ресторанного бізнесу як необхідна умова сталого розвитку 280

Семеренко Д., Джур О. Європейський сталий туризм та свідоме споживання 282

Сливенко В. Аналіз шведської моделі розвитку європейського сталого туризму 285

Ставицька А. Європейський вектор сталого розвитку індустрії гостинності України 288

Ткачук Л. Екологічні наслідки війни: вплив на туристичну діяльність в Україні 290

Тростянська К., Оніані Г. Eco Georgia: нові підходи до розвитку екотуризму в регіонах 293

Чепурна Д. DIGITAL DETOX TA SLOW TRAVEL: нові тренди свідомого подорожування 295

Якуба М. Розвиток міського зеленого будівництва, як умова успішного впровадження сталого туризму в Україні 297

Міжнародна науково-практична конференція
відбулася
у рамках проекту Програми Європейського Союзу ЕРАЗМУС+ Жан Моне
101085435 – EUGDProSED – ERASMUS-JMO-2022-HEI-TCH-RSCH
«Європейський зелений курс як перспектива сталого економічного розвитку»

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

Зелена економіка та зелене зростання – можливості для сталого розвитку

22-23 травня 2025 р.

Наукове видання

Українською та англійською мовами

Матеріали друкуються в авторській редакції

Упорядкувальники: І.Ю.Приварникова, О.А.Зінченко, В.Є.Редько,
В.С.Яковенко, О.В.Пащенко
Оригінал-макет І. Ю. Приварникова

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the authors only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

---

Підписано до друку 25.06.2025. Формат 60×84 $^{1}/_{8}$. Папір друкарський. Друк плоский.
Ум. друк. арк. 32,7. Ум. фарбовідб. 32,8. Обл.-вид. арк. 31,9. Тираж пр. Зам. № .