



УДК 338.2:339.3:504.06

[https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-3\(13\)-879-891](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-3(13)-879-891)

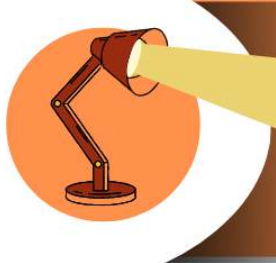
Орел Анна Миколаївна доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, <https://orcid.org/0000-0003-0823-3346>

Янко Станіслав Володимирович аспірант кафедри менеджменту та маркетингу, Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет», м. Київ, <https://orcid.org/0009-0006-4048-8663>

Паранькевич Михайло Іванович аспірант кафедри економіки, фінансів та обліку, Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет», м. Київ, тел.: (044) 334-53-04, <https://orcid.org/0009-0005-3069-129X>

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ В КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Анотація. У сучасних умовах глобалізації та загострення екологічних проблем питання державного регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів набуває особливої актуальності. Екологічна конкурентоспроможність стає одним із ключових факторів стійкого розвитку економіки, що вимагає теоретико-методологічного обґрунтування державної політики у цій сфері. У статті розглянуто основні теоретичні підходи до державного регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів, визначено його функції, інструменти та механізми, а також обґрунтовано необхідність інтеграції екологічних критеріїв у систему регулювання. Дослідження спирається на аналіз існуючих наукових концепцій та нормативно-правових актів, що регламентують екологічні аспекти конкурентоспроможності товарів на внутрішньому ринку. Визначено, що сучасні тенденції економічного розвитку передбачають посилення ролі держави у формуванні інституційного середовища, сприятливого для виробництва та реалізації екологічно безпечної продукції. Оцінено вплив регуляторної політики на конкурентні позиції підприємств та їхню здатність впроваджувати інноваційні технології, спрямовані на підвищення екологічної ефективності. У статті висвітлено методологічні засади оцінки рівня екологічної конкурентоспроможності товарів, що включають аналіз життєвого циклу продукції, вплив на довкілля, відповідність екологічним стандартам та сертифікаційним вимогам. Запропо-



новано комплекс заходів щодо вдосконалення механізмів державного регулювання, включаючи економічні стимули, податкові преференції, екологічне маркування та розвиток системи «зелених» державних закупівель.

Результати дослідження можуть бути використані для розробки державних стратегій та програм підтримки екологічно орієнтованого підприємництва, спрямованих на забезпечення збалансованого розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів.

Ключові слова: державне регулювання, внутрішній ринок, споживчі товари, екологічна конкурентоспроможність, сталий розвиток, екологічна політика, інновації.

Orel Anna Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of marketing and communication design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0003-0823-3346>

Yanko Stanislav Postgraduate student of the Department of Management and Marketing, Private Higher Education Establishment "European University", Kyiv, tel.: (044) 334-53-04, <https://orcid.org/0009-0006-4048-8663>

Parankevich Mykhaylo Postgraduate student of the Department of Economics, Finance and Accounting, Private Higher Education Establishment "European University", Kyiv, tel.: (044) 334-53-04, <https://orcid.org/0009-0005-3069-129X>

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF STATE REGULATION OF THE DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC MARKET OF CONSUMER GOODS IN THE CONTEXT OF ECOLOGICAL COMPETITIVENESS

Abstract. In the current conditions of globalization and aggravation of environmental problems, the issue of state regulation of the development of the domestic market of consumer goods is becoming particularly relevant. Environmental competitiveness is becoming one of the key factors of sustainable economic development, which requires theoretical and methodological substantiation of state policy in this area. The article considers the main theoretical approaches to state regulation of the domestic market of consumer goods, identifies its functions, tools and mechanisms, and also justifies the need to integrate environmental criteria into the regulatory system. The study is based on the analysis of existing scientific concepts and regulatory legal acts that regulate the environmental aspects of the competitiveness of goods in the domestic market. It is





determined that modern trends in economic development provide for a strengthening of the role of the state in the formation of an institutional environment favorable for the production and sale of environmentally friendly products. The impact of regulatory policy on the competitive positions of enterprises and their ability to implement innovative technologies aimed at increasing environmental efficiency is assessed. The article highlights the methodological principles of assessing the level of environmental competitiveness of goods, including product life cycle analysis, environmental impact, compliance with environmental standards and certification requirements. A set of measures is proposed to improve state regulation mechanisms, including economic incentives, tax preferences, environmental labeling and the development of a system of "green" public procurement.

The results of the study can be used to develop state strategies and programs to support environmentally friendly entrepreneurship aimed at ensuring the balanced development of the domestic market for consumer goods.

Keywords: state regulation, domestic market, consumer goods, environmental competitiveness, sustainable development, environmental policy, innovation.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку економіки ключовою проблемою залишається забезпечення ефективного державного регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів з урахуванням екологічних викликів. Традиційні механізми регулювання не завжди відповідають сучасним вимогам сталого розвитку, що зумовлює необхідність перегляду підходів до формування політики в цій сфері. Відсутність належних стимулів для екологічно орієнтованого виробництва, недостатнє впровадження «зелених» технологій та неефективність механізмів екологічного маркування є основними бар'єрами для підвищення конкурентоспроможності національної продукції. Враховуючи посилення глобальних екологічних стандартів та зростаючий попит споживачів на безпечну продукцію, постає питання про необхідність удосконалення державної політики регулювання ринку, спрямованої на підвищення екологічної ефективності та конкурентоспроможності вітчизняних товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні наукові дослідження у сфері державного регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів та екологічної конкурентоспроможності зосереджуються на визначенні механізмів регуляторного впливу, що сприяють формуванню сталого економічного розвитку. Зокрема, у працях Коцко Т.А., Ковальчук О.В., Добровольська О. В., Орел В.М., Орел А.М., Котвицька Н.М. висвітлюються питання інтеграції екологічних стандартів у стратегії розвитку підприємств, впровадження «зелених» технологій та механізмів державного стимулювання екологічно орієнтованого виробництва. Дослідження показують, що у країнах ЄС та Північної



Америки діє комплексна система регулювання, яка включає фінансові стимули, екологічне маркування продукції, нормативно-правові обмеження та інструменти державного нагляду за дотриманням екологічних стандартів. Водночас в Україні спостерігаються певні проблеми із запровадженням подібних механізмів, що зумовлено як недосконалістю законодавчої бази, так і недостатнім рівнем екологічної свідомості бізнесу та споживачів.

Аналіз наукових джерел дозволяє виокремити основні напрями вдосконалення державного регулювання у цій сфері, включаючи адаптацію міжнародних стандартів, розвиток системи екологічного моніторингу, підтримку інноваційних екологічних технологій та стимулювання попиту на екологічно чисту продукцію. Окремо підкреслюється роль державних закупівель як ефективного інструменту підтримки екологічної конкурентоспроможності та розвитку внутрішнього ринку екологічно орієнтованих товарів.

Мета статті – є теоретико-методологічне обґрунтування засад державного регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів з урахуванням екологічної конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Сучасний світ стикається з численними екологічними викликами, які змушують переосмислювати моделі економічного розвитку. В умовах зростаючого дефіциту природних ресурсів, глобального потепління та забруднення навколишнього середовища екологічна конкурентоспроможність стає визначальним чинником стійкого економічного розвитку. Вона передбачає здатність національних економік, галузей та підприємств зберігати й посилювати свою ринкову позицію, інтегруючи екологічні стандарти у виробничі процеси та господарську діяльність. Розвиток екологічно орієнтованої економіки потребує чіткої державної політики, що базується на глибокому теоретико-методологічному обґрунтуванні. Існують принципи формування екологічної конкурентоспроможності, які включають ресурсоефективність, декарбонізацію виробництва, розвиток циркулярної економіки та застосування екологічних інновацій. Важливу роль відіграє запровадження «зеленого» фінансування, що передбачає преференції для бізнесу, який дотримується екологічних стандартів[5].

Екологічна конкурентоспроможність економіки тісно пов'язана з міжнародними екологічними зобов'язаннями, такими як Паризька кліматична угода та Європейський зелений курс. У цьому контексті державна політика має забезпечувати гармонізацію національних екологічних стандартів із міжнародними вимогами, стимулюючи підприємства до впровадження екологічно безпечних технологій. Методологічною основою державного регулювання екологічної конкурентоспроможності має стати комплексний підхід, що поєднує нормативно-правове регулювання, економічне стимулювання та інформаційно-просвітницькі заходи. Ефективне використання економічних інструментів, таких як екологічні податки, квоти на викиди та система торгівлі





викидами, сприятиме трансформації економіки в напрямку сталого розвитку. Екологічна конкурентоспроможність поступово перетворюється на одну з ключових передумов успішного функціонування сучасних економік. Її розвиток потребує ретельного наукового обґрунтування та послідовної державної політики, яка забезпечить баланс між економічним зростанням та екологічною відповідальністю.

Ефективне функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів є важливим чинником економічної стабільності та соціального добробуту. Державне регулювання цього сектора спрямоване на забезпечення балансу між інтересами виробників, споживачів і держави, а також на підтримку стабільності ринку, захист прав споживачів і стимулювання сталого розвитку. У сучасних умовах, коли питання екологічної безпеки набувають дедалі більшої ваги, постає необхідність інтеграції екологічних критеріїв у систему регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів.

Державне регулювання внутрішнього ринку базується на різних теоретичних підходах, серед яких варто виділити:

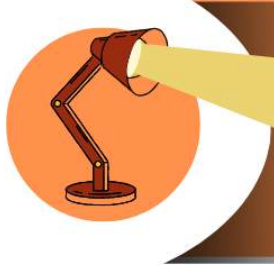
1. **Кейнсіанський підхід**, що передбачає активне втручання держави в ринкові процеси шляхом регулювання попиту і пропозиції, державного інвестування та запровадження податкових механізмів.
2. **Неокласичний підхід**, який акцентує увагу на мінімізації державного втручання та створенні сприятливих умов для конкуренції.
3. **Інституційний підхід**, що зосереджується на ролі інститутів, нормативно-правового регулювання та інструментів державної політики у забезпеченні ефективного функціонування ринку.
4. **Еколого-економічний підхід**, який враховує екологічні аспекти у виробництві, збуті та споживанні товарів, сприяючи формуванню ринку екологічно безпечних продуктів.

Основними функціями державного регулювання внутрішнього ринку є забезпечення економічної стабільності, формування конкурентного середовища, захист прав споживачів, контроль за якістю товарів, підтримка вітчизняного виробника та стимулювання екологічної модернізації виробництва.

Для реалізації цих функцій використовуються різні інструменти державного регулювання:

- **Адміністративні** (ліцензування, стандартизація, сертифікація продукції, державний контроль за якістю та безпекою товарів).
- **Економічні** (податки, субсидії, пільгові кредити, митні тарифи).
- **Інформаційні та просвітницькі** (маркування товарів, екологічна сертифікація, кампанії з підвищення обізнаності споживачів щодо сталого споживання).

З огляду на глобальні екологічні виклики, особливо актуальним стає впровадження екологічних критеріїв у систему державного регулювання



внутрішнього ринку. Це передбачає посилення екологічних стандартів для товарів, стимулювання виробників до використання екологічно чистих технологій, підтримку розвитку ринку органічної продукції, а також запровадження екологічного маркування, що сприятиме підвищенню екологічної відповідальності бізнесу та споживачів. Ефективне державне регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів має базуватися на поєднанні різних теоретичних підходів та використанні комплексного набору інструментів. Інтеграція екологічних критеріїв у систему регулювання сприятиме не лише економічному розвитку, а й забезпеченню екологічної безпеки та формуванню сталого споживання, що є важливим пріоритетом сучасної державної політики, а саме інновацій. У сучасному економічному середовищі, в якому відбуваються стрімкі зміни завдяки технологічним інноваціям, питання вдосконалення управління інноваціями набуває особливого значення для підтримки конкурентоспроможності підприємств [7].

Сучасний внутрішній ринок споживчих товарів зазнає значного впливу екологічних чинників, що зумовлено глобальними тенденціями сталого розвитку, жорсткішими екологічними стандартами та зростаючим екологічним свідомістю споживачів. Забезпечення конкурентоспроможності товарів вимагає не лише високої якості продукції, але й відповідності екологічним критеріям. У зв'язку з цим, науковці та законодавці активно працюють над створенням теоретичних основ і нормативно-правових механізмів, які регламентують екологічні аспекти конкурентоспроможності товарів.

Серед основних наукових концепцій, що аналізують екологічну конкурентоспроможність товарів, варто виділити (табл.1).

Таблиця 1.

**Основні наукові концепції екологічної конкурентоспроможності
товарів**

Концепція	Основна ідея	Ключові положення	Вплив на конкурентоспроможність товарів
Концепція сталого розвитку	Гармонійне поєднання економічного зростання, соціальної відповідальності та екологічної безпеки.	Мінімізація негативного впливу на довкілля. Використання відновлюваних ресурсів. Орієнтація на довгострокову екологічну ефективність.	Підвищення довіри споживачів. Створення ринкових переваг для екологічних товарів.





Концепція	Основна ідея	Ключові положення	Вплив на конкурентоспроможність товарів
Концепція циркулярної економіки	Перехід від лінійної моделі виробництва ("взяти – використати – викинути") до циклічного використання ресурсів.	Переробка, повторне використання та зменшення відходів. Проектування товарів із врахуванням їх утилізації. Використання екологічно безпечних матеріалів.	Зниження витрат на сировину та виробництво. Підвищення конкурентоспроможності екологічно раціональних товарів.
Концепція екологічного маркетингу	Орієнтація підприємств на екологічні запити споживачів та популяризацію екологічно безпечних товарів.	Використання екологічного маркування. Прозоре інформування про екологічні переваги товарів. Впровадження "зелених" стратегій брендингу.	Збільшення попиту на екологічно сертифіковану продукцію. Посилення позицій на експортних ринках.
Концепція екологічної модернізації	Екологізація економіки через впровадження технологічних інновацій та державне регулювання.	Впровадження екологічно чистих технологій. Державна підтримка інновацій у сфері екологічного виробництва. Розвиток енергозберігаючих технологій.	Зниження виробничих витрат у довгостроковій перспективі. Підвищення конкурентоспроможності через інновації.
Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)	Добровільне впровадження екологічних та соціальних стандартів бізнесом для підвищення його репутації.	Дотримання міжнародних екологічних стандартів. Інвестування у сталий розвиток. Впровадження екологічних ініціатив у корпоративну політику.	Покращення іміджу компанії. Підвищення лояльності споживачів.

Джерело: побудовано авторами



Сучасна нормативно-правова база в Україні поступово адаптується до міжнародних екологічних стандартів, що сприяє підвищенню екологічної конкурентоспроможності вітчизняних товарів. Однак необхідним залишається подальше вдосконалення механізмів державного контролю за виконанням екологічних вимог, стимулювання бізнесу до впровадження екологічних технологій та активізація інформаційної роботи серед споживачів. Інтеграція екологічних аспектів у конкурентоспроможність товарів не лише забезпечує їх відповідність ринковим вимогам, але й сприяє формуванню стійкої та екологічно відповідальної економіки. На нормативно-правовому рівні екологічна конкурентоспроможність товарів регулюється міжнародними та національними актами (табл.2).

Таблиця 2.

Основні міжнародні документи, що впливають на екологічну конкурентоспроможність товарів

Документ	Рік ухвалення	Основна мета	Ключові положення	Вплив на конкурентоспроможність товарів
Паризька кліматична угода	2015	Скорочення викидів парникових газів для обмеження глобального потепління.	Зобов'язання країн щодо зменшення викидів CO ₂ . Перехід на відновлювані джерела енергії. Розвиток низьковуглецевої економіки.	Стимулює виробництво енергоефективних і екологічних товарів. Вимагає дотримання екологічних стандартів для міжнародної торгівлі.
Європейський зелений курс (European Green Deal)	2019	Створення кліматично нейтральної економіки в ЄС до 2050 року.	Запровадження вуглецевого мита (СВАМ). Підтримка циркулярної економіки. Вимоги до сталого виробництва та екодизайну.	Виробники змушені впроваджувати екологічні технології. Посилює вимоги до екологічності імпортованих товарів.
Базельська конвенція	1989	Контроль за транскордонним перевезенням небезпечних відходів та їх утилізацією.	Заборона вивезення небезпечних відходів без згоди приймаючої країни. Створення механізмів контролю за переробкою та утилізацією відходів.	Стимулює розвиток безвідходних виробничих процесів. Підвищує вимоги до екологічного пакування та утилізації товарів.





Документ	Рік ухвалення	Основна мета	Ключові положення	Вплив на конкурентоспроможність товарів
Директива ЄС щодо екодизайну (2009/125/ЄС)	2009	Запровадження вимог щодо екологічності товарів на ринку ЄС.	Обов'язкові екологічні критерії для побутової та промислової продукції. Вимоги щодо енергоефективності та ресурсозбереження.	Виробники повинні адаптувати продукцію до нових екологічних вимог. Підвищує якість та довговічність товарів.
Монреальський протокол	1987	Захист озонового шару шляхом поступового припинення виробництва шкідливих хімічних речовин.	Заборона використання фреонів та інших озоноруйнівних речовин. Підтримка альтернативних екологічних технологій.	Виробники змушені переходити на безпечніші хімічні компоненти. Сприяє розвитку екологічно чистих товарів.
Рамкова конвенція ООН про зміну клімату (UNFCCC)	1992	Глобальна координація зусиль для протидії зміні клімату.	Визначає механізми зниження викидів. Підтримує адаптацію економіки до екологічних викликів.	Створює основу для національних екологічних стратегій. Вимагає екологічного моніторингу у виробничих процесах.

Джерело: побудовано авторами

Сучасні тенденції економічного розвитку все більше акцентують увагу на екологічній складовій господарської діяльності. Глобальні виклики, зокрема зміна клімату, виснаження природних ресурсів та забруднення довкілля, змушують держави посилювати свою роль у формуванні інституційного середовища, сприятливого для виробництва та реалізації екологічно безпечної продукції. Такий підхід є необхідним для забезпечення стійкого економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності підприємств та поліпшення якості життя населення[8].

Однією з ключових тенденцій є розвиток **екологічного регулювання**, яке включає впровадження жорсткіших стандартів виробництва, обов'язкову сертифікацію продукції та контроль за викидами забруднюючих речовин. Наприклад, Європейський зелений курс передбачає введення механізму вуглецевого коригування імпорту (СВАМ), що змушує виробників враховувати екологічні вимоги не лише на внутрішньому, а й на міжнародному ринку.



Держава також відіграє важливу роль у *економічному стимулюванні* екологічного виробництва. Важливими інструментами тут є податкові пільги для підприємств, які впроваджують «зелені» технології, субсидії на розвиток альтернативної енергетики, а також підтримка інноваційних проєктів у сфері циркулярної економіки. Такий підхід дозволяє не лише знизити негативний вплив промисловості на довкілля, а й сприяє створенню нових робочих місць і технологічній модернізації економіки.

Ще однією важливою складовою є *інформаційна та просвітницька політика*, спрямована на формування екологічної свідомості серед підприємців і споживачів. Держава може стимулювати споживання екологічно безпечної продукції через механізми екомаркування, популяризацію концепції відповідального споживання та створення «зелених» публічних закупівель, де перевага надається товарам із меншим впливом на довкілля.

В умовах глобалізації особливого значення набуває *гармонізація національного законодавства з міжнародними стандартами*. Це включає імплементацію норм ЄС щодо екологічного менеджменту (ISO 14000), стандартів екодизайну та правил утилізації продукції після її використання. Така інтеграція забезпечує доступ до міжнародних ринків і підвищує конкурентоспроможність екологічної продукції.

Сучасний економічний розвиток вимагає активної участі держави у формуванні сприятливого інституційного середовища для екологічно безпечного виробництва. Це передбачає комплекс заходів, включаючи регуляторну політику, економічне стимулювання, освітні ініціативи та міжнародну співпрацю. Тільки завдяки узгодженій стратегії можна досягти гармонійного поєднання економічного зростання та екологічної відповідальності, що стане основою для сталого розвитку суспільства.

Сучасні економічні умови вимагають від підприємств не лише забезпечення високої якості продукції та ефективності виробничих процесів, а й відповідності екологічним стандартам. У цьому контексті регуляторна політика держави відіграє важливу роль, оскільки вона може як стимулювати, так і стримувати конкурентні позиції підприємств та їхню здатність впроваджувати інноваційні технології для підвищення екологічної ефективності.

З одного боку, жорсткі екологічні нормативи, що передбачають зниження викидів шкідливих речовин, мінімізацію відходів та ефективне використання ресурсів, можуть створювати додаткове фінансове навантаження на бізнес. Це особливо актуально для малих та середніх підприємств, які мають обмежені можливості для масштабних інвестицій у модернізацію виробництва. Зростання витрат на екологічну сертифікацію, впровадження нових технологій та відповідність міжнародним стандартам може знизити їхню конкурентоспроможність у короткостроковій перспективі.

З іншого боку, правильно вибудована регуляторна політика може стати потужним рушієм інноваційного розвитку. Державні механізми стимулю-





вання, такі як податкові пільги, субсидії, гранти та програми підтримки «зеленого» бізнесу, сприяють залученню інвестицій у екологічні технології та розширюють можливості підприємств щодо впровадження новітніх розробок. Наприклад, підприємства, які використовують енергозберігаючі технології або відновлювані джерела енергії, можуть отримувати додаткові переваги, такі як зниження виробничих витрат та доступ до міжнародних ринків, що все більше орієнтуються на екологічні критерії.

Важливим аспектом є також гармонізація регуляторної політики з міжнародними екологічними стандартами. Впровадження сертифікації за стандартами ISO 14000, принципів циркулярної економіки та вимог Європейського зеленого курсу створює умови для зміцнення конкурентних позицій підприємств на зовнішніх ринках. Окрім того, екологічна відповідність продукції відкриває нові можливості для експорту та підвищує довіру з боку споживачів і партнерів.

Регуляторна політика має подвійний вплив на підприємства: вона може створювати додаткові бар'єри для тих, хто не готовий адаптуватися до нових екологічних викликів, але водночас відкриває можливості для розвитку екологічно відповідального бізнесу. Грамотне державне регулювання, яке поєднує контроль і стимулювання інновацій, здатне забезпечити не лише екологічну ефективність виробництва, а й посилити конкурентні позиції підприємств у глобальній економіці.

Висновки. Державне регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів є критично важливим для забезпечення стійкого економічного розвитку та підвищення екологічної конкурентоспроможності. Регулювання спрямоване на створення сприятливих умов для виробників екологічно безпечних товарів та стимулювання екологічно відповідального споживання. Основними підходами до регулювання є інституційний, економічний та екологічний. Інституційний підхід передбачає розробку правових механізмів і нормативних актів. Економічний підхід включає фінансові стимули та податкові пільги для підприємств, що виробляють екологічно чисті товари. Екологічний підхід базується на принципах сталого розвитку, зменшення шкідливого впливу на довкілля та впровадження екологічних стандартів. Підвищення екологічної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сприяє покращенню їхніх позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках. Це вимагає модернізації виробництва, впровадження ресурсозберігаючих технологій та підвищення екологічної відповідальності бізнесу. Подальший розвиток екологічно орієнтованого внутрішнього ринку потребує вдосконалення нормативно-правової бази, активізації державної підтримки підприємств, що дотримуються принципів екологічної відповідальності, а також популяризації сталого споживання серед населення.



Таким чином, державне регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів в контексті екологічної конкурентоспроможності є ключовим фактором забезпечення сталого економічного зростання, підвищення якості життя населення та збереження довкілля.

Література:

1. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг: навчальний посібник. Київ: ІНКІОС, 2007. 254 с.
2. Добровольська О. В. Класифікація факторів впливу на економічну стійкість підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2007. № 8. С. 23–27.
3. Екологічний маркетинг: навчальний посібник / А.М. Вічевич та ін. Львів: УкрДЛТУ, 2002. 248 с
4. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Екологічний маркетинг і еколого-економічна безпека. Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки». 2003. Вип. 48. С. 162–170.
5. Коцко Т.А., Ковальчук О.В. Розвиток підприємства на засадах концепції екологічного маркетингу. Сучасні підходи до управління підприємством. 2020. №5.
6. Ліпич Л.Г., Хілуха О.А., Кушнір М.А. Окремі аспекти використання екологічного маркетингу для поліпшення природного середовища міста. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. №4(70). С. 66-72.
7. Орел А.М., Дяченко В.В. Етапи та роль цифрової трансформації у вдосконаленні управління інноваціями. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2023. № 56. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/56>
8. Орел В.М. Роль інновацій в системі трансформації економіки / В.М. Орел, І.П. Афанасьєв // Вісник Сумського національного університету. Серія «Економіка і менеджмент». Науковий журнал. 2020. №3(85). С. 105-110. <https://snaujournal.com.ua/index.php/journal/issue/view/10>
9. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетингові екологічні стратегії підприємств. Механізм регулювання економіки. 2007. № 4(32). С. 185–190.
10. Сиволовська О.В., Чередниченко Є.М. Застосування концепцій маркетингу навколишнього середовища для підвищення ефективності діяльності підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. № 68. С. 233-240.

References:

1. Hirchenko T.D., & Dubovyk O.V. (2007). *Marketing [Marketing]*. Kyiv: INKOS. [in Ukrainian].
2. Dobrovolska O. V. (2007). *Klasyfikatsiya faktoriv vplyvu na ekonomichnu stiykist' pidpryyemstv [Classification of factors influencing the economic sustainability of enterprises]. Investytsiyi: praktyka ta dosvid-Investments: practice and experience*, vol. 8, pp. 23–27.
3. Vichevych A.M., Vaidanych T.V., Didovych I.I., & Didovych A.P. (2002). *Ekolohichniy marketing [Ecological marketing]*. Lviv: UkrDLTU. [in Ukrainian].
4. Illiashenko S.M., & Illiashenko N.S. (2003). *Ekolohichniy marketing i ekoloho-ekonomichna bezpeka [Ecological marketing and ecological and economic security]. Visnyk Cherkas'koho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»-Bulletin of Cherkasy University. Series: Economic Sciences*. Vol. 48, pp. 162–170. [in Ukrainian].
5. Kotsko, T.A., & Kovalchuk, O.V. (2020). *Rozvytok pidpryyemstva na zasadakh kontseptsii ekolohichnoho marketingu [Enterprise development based on the concept of ecological marketing]. Suchasni pidkhody do upravlinnia pidpryyemstvom-Modern approaches to enterprise management*. (5). [in Ukrainian].





6. Lipych, L.H., Khilukha, O.A., & Kushnir, M.A. (2020). Okremi aspekty vykorystannia ekolohichnoho marketynhu dlia polipshennia pryrodnoho seredovyshcha mista [Some aspects of using environmental marketing to improve the city's natural environment]. *Naukovyy pohliad: ekonomika ta upravlinnia-Scientific view: economics and management*. 4(70), 66-72. [in Ukrainian].

7. Orel A.M. & Dyachenko V.V. (2023). Etapy ta rol' tsyfrovoyi transformatsiyi u vdoskonalenni upravlinnya innovatsiyamy [Stages and role of digital transformation in improving innovation management]. *Ekonomika i suspil'stvo-Economy and Society*, no. 56, Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/56> [in Ukrainian].

8. Orel, V.M., & Afanasyev, I.P. (2020). Rol' innovatsiy v systemi transformatsiyi ekonomiky [The role of innovations in the system of economic transformation]. *Visnyk Sums'koho natsional'noho universytetu- Bulletin of the Sumy National University*, 3(85), 105-110. Retrieved from: <https://snaujournal.com.ua/index.php/journal/issue/view/10> [in Ukrainian].

9. Petrunia Yu.Ye., & Petrunia V.Yu. (2007). Marketynhovi ekolohichni stratehii pidpriemstv [Marketing environmental strategies of enterprises]. *Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky-The mechanism of regulation of the economy*. vol. 4(32), pp. 185–190. [in Ukrainian].

10. Syvolovska, O.V., & Cherednychenko, Ye.M. (2019). Zastosuvannya kontseptsiy marketynhu navkolyshnioho seredovyshcha dlia pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva [Application of environmental marketing concepts to increase the efficiency of enterprise activities]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti-Bulletin of the Economy of Transport and Industry*, (68), 233-240. [in Ukrainian].