



Маркетинг

УДК 338.48:640.4:677.02

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.15376276>

**Вплив екологічно безпечних методів виробництва на формування
конкурентних переваг товарів**

Шегинський Олег Володимирович,

кандидат технічних наук, доцент, кафедра товарознавства та експертизи
в митній справі, факультет митної справи, матеріалів та технологій,
Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна,
<https://orcid.org/0000-0003-2152-528X>

Шегинський Володимир Олегович,

доктор філософії, асистент, кафедра товарознавства та експертизи в митній
справі, факультет митної справи, матеріалів та технологій, Луцький
національний технічний університет, м. Луцьк, Україна,
<https://orcid.org/0009-0001-9468-5658>

Ярошевич Тетяна Серафимівна,

кандидат технічних наук, доцент, кафедра товарознавства та експертизи в
митній справі, факультет митної справи, матеріалів та технологій, Луцький
національний технічний університет, м. Луцьк, Україна,
<https://orcid.org/0000-0001-8003-0514>

Прийнято: 27.04.2025 | Опубліковано: 09.05.2025

*Анотація. Сучасний період розвитку економіки позначений посиленням
корпоративної соціальної відповідальності у діяльності промислових*



підприємств, що зумовлює високу актуальність дослідження впливу екологічно безпечних методів виробництва на формування конкурентних переваг товарів. Глобальні виклики, посилення регуляторних вимог та зростання екологічної свідомості споживачів актуалізують потребу бізнесу в інтеграції сталих технологій у виробничі процеси. У цьому контексті відповідальне ставлення до довкілля є необхідною умовою збереження конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Метою статті є обґрунтування теоретичних і практичних аспектів того як екологічно безпечні методи виробництва сприяють зміцненню ринкових позицій товарів за рахунок підвищення їх якості, споживчої привабливості та цінності бренду.

Методи, використані в роботі: аналізу наукової літератури – для дослідження поточних наукових напрацювань з тематики дослідження; узагальнення та систематизації – для послідовного, систематичного та лаконічного викладу результатів проведеного дослідження.

Результати. Показано, що використання екологічно безпечних технологій – ресурсозберігаючих процесів, безвідходних систем виробництва, методів зеленої хімії та відновлюваних джерел енергії – безпосередньо впливає на покращення ключових якісних характеристик товарів. Продукція, виготовлена з використанням екотехнологій, зазвичай, має вищі показники безпеки, довший термін служби, покращені функціональні властивості та менший вплив на навколишнє середовище протягом свого життєвого циклу. До того ж, екологічно відповідальна стратегія виробництва сприяє створенню позитивного корпоративного іміджу, який відіграє важливу роль у формуванні споживчих уподобань, особливо серед аудиторії, орієнтованої на стале споживання. Наявність екосертифікатів, прозорості екологічної звітності та участь у «зелених» ініціативах значно підвищує



конкурентоспроможність товарів, що дає можливість компаніям виходити на нові сегменти ринку, формувати стійку лояльність серед споживачів та отримувати цінову перевагу.

Висновки дослідження свідчать про те, що інтеграція екологічно чистих методів виробництва є потужним фактором конкурентних переваг. Вона не лише покращує технологічні та споживчі властивості товарів, а й посилює емоційний зв'язок між брендом та споживачем, забезпечуючи довгострокову стійкість бізнесу.

Ключові слова: товарознавство, якість, технології виробництва, конкурентоспроможність, безпека виробництва.

The influence of environmentally safe production methods on the formation of competitive advantages of goods

Oleh Shehynskyi,

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Department of Commodity Science and Expertise in Customs Affairs, Faculty of Mining Law, Materials and Technology, Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine,

<https://orcid.org/0000-0003-2152-528X>

Volodymyr Shehynskyi,

Doctor of Philosophy, Assistant, Department of Commodity Science and Expertise in Customs Affairs, Faculty of Customs Affairs, Materials, and Technology, Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine,

<https://orcid.org/0009-0001-9468-5658>



Tetiana Yaroshevych,

PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Department of Commodity Science and Expertise in Customs Affairs, Faculty of Customs Affairs, Materials, and Technology, Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine,
<https://orcid.org/0000-0001-8003-0514>

Abstract. *The current period of economic development is marked by the strengthening of corporate social responsibility in the activities of industrial enterprises, which makes it highly relevant to study the impact of environmentally friendly production methods on the formation of competitive advantages of goods. Global challenges, increased regulatory requirements, and growing environmental awareness of consumers actualize the need for businesses to integrate sustainable technologies into production processes. In this context, a responsible attitude to the environment ceases to be an optional aspect and becomes a necessary condition for maintaining competitiveness in both domestic and international markets.*

The purpose of the article is to substantiate the theoretical and practical aspects of how environmentally safe production methods contribute to strengthening the market position of goods by enhancing their quality, consumer appeal, and brand value.

Methods: *analysis of scientific literature – to explore current academic developments related to the research topic; generalization and systematization – to present the research findings in a consistent, systematic, and concise manner.*

Results. *It is shown that the use of environmentally safe technologies – such as resource-efficient processes, zero-waste production systems, green chemistry methods, and renewable energy sources – directly contributes to the improvement of key quality characteristics of goods. Products manufactured using eco-technologies generally demonstrate higher safety standards, longer service life, improved functional properties, and a reduced environmental impact throughout*



their life cycle. Moreover, an environmentally responsible production strategy fosters the development of a positive corporate image, which plays a crucial role in shaping consumer preferences, especially among audiences focused on sustainable consumption. The presence of eco-certifications, transparent environmental reporting, and participation in green initiatives significantly enhances the competitiveness of products, allowing companies to access new market segments, build strong customer loyalty, and gain price advantages.

Conclusions. *The findings suggest that the integration of environmentally friendly production methods is a powerful driver of competitive advantage. It not only improves the technological and consumer characteristics of products but also strengthens the emotional connection between the brand and the consumer, ensuring long-term business sustainability.*

Keywords: *commodity science, quality, production technologies, competitiveness, production safety.*

Постановка проблеми. Загострення екологічних проблем, виснаження природних ресурсів та зростання суспільного тренду на сталий розвиток призвели до перегляду традиційних підходів до промислового виробництва. У контексті світових викликів «зелені» чисті методи виробництва стають не лише відповіддю на запит щодо захисту довкілля, а й вагомим чинником внутрішньої трансформації бізнес-стратегій. Формування конкурентних переваг сьогодні все більше пов'язується не лише з функціональними та ціновими характеристиками товарів, але й з їхніми природозберігаючими властивостями, які відображають рівень екологічної відповідальності виробників. В умовах, коли споживачі стають більш поінформованими та екологічно свідомими, здатність підприємств мінімізувати вплив виробничих процесів та продукції на навколишнє середовище стає головним елементом здобуття довіри ринку та зміцнення репутації бренду. Тому проблема полягає



у розумінні механізмів впливу впровадження екологічно чистих технологій виробництва на конкурентоспроможність товарів та у визначенні найбільш ефективних шляхів інтеграції інновацій у структуру ціннісних пропозицій для споживачів [1].

Актуальність цієї теми зумовлена активним поширенням екологічних стандартів, міжнародних ініціатив у сфері сталого розвитку та зміною конкурентних практик на світових і регіональних ринках. Компанії, які активно впроваджують зелені технології, отримують значні переваги: виходять на нові сегменти ринку, підвищують лояльність клієнтів, завчасно виконують регуляторні вимоги, підвищують стійкість до репутаційних ризиків. Водночас ігнорування природоохоронного аспекту виробництва все частіше призводить до втрати конкурентних позицій та зниження попиту на товари, які не відповідають сучасним очікуванням сталості. Враховуючи вищезазначене, дослідження впливу екологічно безпечних методів виробництва на формування конкурентних переваг має виняткове значення для розробки стратегій, спрямованих на посилення ринкової стійкості підприємств та підтримку переходу до зеленої економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний науковий дискурс свідчить про зростаючий інтерес до екологічно безпечних методів виробництва як важливого чинника формування конкурентних переваг товарів. У роботі В. А. Замлинського, А. В. Найди та О. В. Замлинської [2] акцентовано на впровадженні сучасних аналітичних інструментів та стандартів Європейського Союзу (ЄС) у сфері агропродовольчого виробництва. Автори наголошують, що екологічні стандарти та принципи відповідального ведення бізнесу сприяють зміцненню позицій підприємств на європейських ринках, формуючи додаткову вартість продукції завдяки її відповідності критеріям сталого розвитку.



Я. С. Ларіна, Ю. Б. Ремезь та Є. С. Перерядкіна [3] досліджують сучасні підходи до маркетингу, звертаючи увагу на те, що активне позиціонування екологічної безпечності товарів значно підвищує їхню привабливість для споживачів, орієнтованих на сталий споживчий вибір. Це дозволяє підприємствам не лише відповідати соціальним очікуванням, а й забезпечувати довготривалу конкурентоспроможність.

У контексті модної індустрії О. В. Тимошенко та К. І. Коцюбівська [4] аналізують розвиток природоохоронних концепцій, зазначаючи, що відповідальне ставлення до довкілля у виробництві та брендингу сприяє формуванню позитивного іміджу та розширенню ринкової ніші за рахунок екосвідомої аудиторії.

О. Бречко та Н. Кривокульська [5] розглядають вплив цифрових технологій на досягнення екологічних цілей сталого розвитку, підкреслюючи, що інноваційна трансформація надає можливість підприємствам оптимізувати виробничі процеси, зменшити екологічне навантаження та водночас підвищити ефективність, що формує стійкі конкурентні переваги.

Дослідження Г. М. Завадських [6] присвячене сучасному товарознавству, виявлено тісний зв'язок між якісними характеристиками продукції, її екологічною безпечністю та конкурентоспроможністю на ринку, що особливо актуально в умовах зростання попиту на екотовари.

У статті М. В. Костюк [7] розглянуто інноваційний підхід до забезпечення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості, де екологічна безпечність розглядається як одна з ключових інноваційних складових, що дозволяє посідає провідні позиції в галузі.

М. Курбет та С. Король [8] дослідили екологічні аспекти соціальної відповідальності підприємств торгівлі, підкреслюючи важливість їх відображення у звітності як інструменту комунікації з зацікавленими



сторонами. Це не лише зміцнює довіру споживачів, а й створює основу для стійкого конкурентного розвитку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні недостатньо досліджено взаємозв'язок між екологічною безпекою виробництва та конкурентоспроможністю товарів у контексті швидко змінюваних економічних умов та вимог споживачів. Залишається відкритим питання впливу екологічних технологій не тільки на безпосередню якість продукції, але й на довгострокову стійкість бренду. Водночас дослідження, що стосуються ефективності просування товарів з підвищеною екологічною цінністю на ринках, зокрема, в умовах глобалізації, є ще недостатньо розвиненими. Тому статтю присвячено аналізу зазначених аспектів та їхній ролі у формуванні конкурентних переваг товарів, виготовлених із застосуванням екологічно безпечних методів виробництва.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування теоретичних і практичних аспектів того, як екологічно безпечні методи виробництва сприяють зміцненню ринкових позицій товарів за рахунок підвищення їх якості, споживчої привабливості та цінності бренду.

Відповідно до мети, перед нами було поставлено і вирішено наступні завдання: уточнити сутність поняття екологічно безпечних методів виробництва та їх роль у сучасних економічних умовах, дослідити механізми впливу екологізації виробництва на якісні характеристики товарів, визначити особливості формування конкурентних переваг товарів через соціальну відповідальність виробника, проаналізувати вплив екологічного іміджу підприємства на споживчий вибір і лояльність клієнтів, а також запропонувати стратегії просування товарів з підвищеною екологічною цінністю на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичні засади екологічного виробництва у товарознавстві ґрунтуються на комплексній інтеграції природоохоронних принципів у всі етапи виробництва товарів,



починаючи з видобутку сировини і закінчуючи постачанням готової продукції споживачам. Під чистим виробництвом зазвичай розуміють систему технологічних процесів та організаційних заходів, спрямованих на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, збереження природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки протягом усього життєвого циклу товарів. Це поняття передбачає не лише зменшення викидів та відходів, а й відповідальний вибір сировини, застосування маловідходних та ресурсозберігаючих технологій, розробку продукції, безпечної для здоров'я людини та довкілля під час її використання та утилізації [9].

Роль технологій виробництва у забезпеченні якості та безпеки товарів у рамках зеленого виробництва є ключовою. Технологічні процеси безпосередньо визначають екологічні характеристики продукції, зокрема, її хімічний склад, міцність, придатність до переробки та можливість вторинного використання. Сучасні методи виробництва, такі як чисті технології, замкнуті виробничі системи та використання відновлюваних ресурсів, сприяють створенню товарів, що відповідають високим стандартам сталого розвитку. Застосування інноваційних технологій дозволяє суттєво зменшити вміст небезпечних речовин у продукції, а також мінімізувати ризики для довкілля, пов'язані з її виробництвом та споживанням. Водночас впровадження таких технологій сприяє досягненню більш масштабних цілей сталого розвитку, сприяючи ефективному використанню ресурсів та зменшенню екологічного сліду товару.

Природоохоронні стандарти та регуляторні вимоги формують важливу основу для розробки та впровадження безпечного та чистого виробництва. Ці норми визначають допустимі рівні забруднюючих речовин, вимоги до придатності матеріалів для вторинної переробки та біологічного розкладання, критерії енергоефективності виробничих процесів, а також зобов'язання виробників щодо маркування продукції та екологічної сертифікації.



Міжнародно визнані норми, такі як стандарти ISO серії 14000 [10], регламент Європейського Союзу REACH [11] та різні національні програми екологічного маркування є важливими орієнтирами для виробників, які прагнуть узгодити свою діяльність з принципами соціальної відповідальності. У товарознавстві дотримання цих стандартів є основним показником якості продукції, що впливає на довіру споживачів і конкурентну перевагу на ринку. Регуляторні вимоги стимулюють також інновації в технологіях виробництва, оскільки виробники змушені шукати нові рішення, щоб відповідати зростаючим екологічним критеріям. Відтак, безпечне виробництво у товарознавстві є не лише реагуванням на посилення вимог громадськості щодо захисту довкілля, а й стратегічним напрямом, що забезпечує довгострокову стійкість бізнесу, покращення якості продукції та захист природних екосистем.

Вплив екологічно безпечних технологій виробництва на якісні характеристики товарів є об'єктом все більшої уваги в межах товарознавства, оскільки сучасний промисловий розвиток спрямований на узгодження цілей економічного зростання з екологічним імперативом сталого розвитку суспільства. Технологічні рішення, спрямовані на забезпечення захисту навколишнього середовища, охоплюють широкий спектр інновацій, зокрема впровадження замкнутих виробничих циклів, використання біорозкладної сировини, енергоефективних методів виробництва, технологій мінімізації відходів. Серед ключових методів – зелена хімія, яка фокусується на розробці продуктів і процесів, що зменшують або виключають утворення небезпечних речовин; розробка безводних технологій або технологій з низьким споживанням води; застосування нанотехнологій, які точно контролюють властивості матеріалів, зменшуючи при цьому споживання ресурсів і вплив на навколишнє середовище. Удосконалені системи очищення промислових викидів, використання відновлюваних джерел енергії та інтеграція методології



оцінки життєвого циклу (ОЖЦ) у виробниче планування сприяють зниженню екологічного навантаження на кожному етапі створення товарів [12,13].

Взаємозв'язок між екологічністю виробництва та якістю продукції стає дедалі помітнішим, оскільки як споживачі, так і регуляторні органи підвищують свої стандарти. Технології зеленого виробництва дозволяють не лише зменшувати шкідливі викиди, але й сприяють створенню товарів з кращими функціональними характеристиками, такими як довговічність, безпека для здоров'я людини, здатність до біологічного розкладання та легкість утилізації. Продукція, вироблена в екологічно оптимізованих умовах, з меншою ймовірністю містить токсичні залишки, леткі органічні сполуки або важкі метали, що впливає на безпеку споживачів і термін служби продукції. До того ж, застосування чистих технологій часто покращує естетичні якості товарів, зокрема, текстуру, стійкість кольору та сенсорні властивості, особливо у таких галузях як харчова, текстильна та косметична промисловість. У цьому контексті екологічні виробничі практики діють як каталізатор загального вдосконалення продукції, сприяючи інноваціям і заохочуючи використання більш якісних матеріалів і точніших технологій виробництва.

Про трансформаційний вплив на якісні характеристики товарів свідчать конкретні приклади застосування екологічно чистих технологій у різних галузях промисловості. У текстильній промисловості перехід до органічного вирощування бавовни та використання барвників з низьким екологічним впливом привів до створення тканин, які не лише безпечніші для шкіри людини, але й мають кращі показники повітропроникності та стійкості кольору. У будівельному секторі виробництво екологічно чистих будівельних матеріалів, таких як автоклавний газобетон та перероблена сталь, покращило теплоізоляційні властивості та підвищило довговічність конструкцій [14, с. 38]. Харчова промисловість перейшла на методи холодного віджиму та органічне землеробство, що дозволило виробляти продукти з більш високим



вмістом поживних речовин, покращеними смаковими якостями та довшим терміном зберігання без необхідності використання штучних консервантів. Також екологізація позитивно вплинула і на тваринницьку галузь [15]. В автомобільному секторі використання біорозкладних композитів та енергоефективних виробничих процесів дозволило створити легші, економічніші та простіші у переробці в кінці їхнього життєвого циклу транспортні засоби. Ці приклади доводять, що екологічно чисте виробництво не обмежується пом'якшенням негативного впливу на довкілля, а виступає рушійною силою якісного покращення товарів у різних секторах.

У таблиці 1 наведено огляд прикладів екологічно чистих технологій виробництва та їхнього впливу на конкретні якісні характеристики товарів (табл. 1).

Таблиця 1

Екологічно чисті технології виробництва та їхній вплив на параметри якості товарів

Промисловість	Технологія	Покращені характеристики продукції
Текстиль	Використання органічних волокон і натуральних барвників	Гіпоалергенні властивості, підвищена довговічність
Будівництво	Використання вторинної сировини та зеленого бетону	Підвищена теплоізоляція, збільшена довговічність конструкцій
Харчова промисловість	Екстракція холодним віджимом, органічне землеробство	Вищий вміст поживних речовин, кращий смак, довший термін зберігання
Автомобільна промисловість	Біорозкладні композити, енергоефективна збірка	Менша вага автомобіля, краща придатність до вторинної переробки
Електроніка	Принципи екодизайну, безсвинцева пайка	Зменшення токсичних викидів, подовження терміну служби пристрою

Джерело: [14 - 15]



Зазначимо, що інтеграція чистих технологій у виробництво є складним, багатоаспектним процесом, який одночасно покращує екологічний профіль товарів та їхні внутрішні якісні характеристики. Стратегії чистого, безпечного та сталого виробництва вже не розглядаються лише як додаткова вимога відповідності, а як невід’ємна складова конкурентоспроможності, інноваційності та створення споживчої цінності на сучасному товарному ринку.

Формування конкурентних переваг товарів за рахунок безпечних для довкілля методів виробництва є тенденцією, що набуває все більшого значення у світовій економіці, і це відображає інтеграцію екологічних пріоритетів у базові механізми ринкової конкуренції. Соціальна відповідальність є одним з ключових факторів підвищення конкурентоспроможності товарів, оскільки надає можливість виробникам реагувати на зростання суспільного запиту на сталий розвиток і захист навколишнього середовища. Компанії, які впроваджують екологічні принципи у свої виробничі процеси, отримують можливість диференціювати свою продукцію, створюючи не лише функціональні переваги, а й додаткову цінність товару. Виробничі практики сприяють зниженню витрат завдяки ефективному використанню ресурсів та мінімізації відходів, покращують дотримання екологічних норм, що стають дедалі жорсткішими, та відкривають доступ до нових ринків, особливо тих, де екосертифікація та дотримання стандартів безпеки є обов’язковою умовою для входу. Соціальна відповідальність підвищує репутаційний капітал компаній, зміцнюючи їхні позиції на конкурентних ринках і створюючи довгострокову цінність [16, с. 27].

Вплив природоорієнтованого іміджу компанії на споживчий вибір стає помітним в умовах, коли підвищується рівень обізнаності про проблеми забруднення навколишнього середовища, а купівельна поведінка споживачів



все більше формується під впливом етичних міркувань. Сьогодні значна частина споживачів віддає перевагу товарам виробників, які підтверджують свою екологічну відповідальність, прозорість ланцюга постачання та прагнення мінімізувати свій вплив на навколишнє середовище. Позитивний імідж підвищує довіру споживачів, підтримує лояльність до бренду та стимулює готовність платити надбавку за товари, що відповідають новим стандартам. Екологічність та безпечність товарів часто сприймається як показник їхньої загальної високої якості, безпечності та технологічної інноваційності, що додатково мотивує споживача віддавати перевагу саме таким товарам. Стратегії екологічного маркетингу, які акцентують увагу на «зелених» ініціативах компанії – таких як використання відновлюваних ресурсів, скорочення викидів вуглецю або впровадження моделей циркулярної економіки – значно посилюють емоційний зв'язок з клієнтами та формують лояльну аудиторію, яка надає перевагу сталому розвитку у своїх споживацьких моделях.

Стратегії просування товарів з підвищеною екологічною цінністю мають бути комплексними та системними, охоплювати не лише розвиток зелених атрибутів, а й ефективну комунікацію цих якостей цільовій аудиторії. Серед ключових стратегій популяризації – отримання загальновизнаних екомаркувань та сертифікатів, що підтверджують безпечність продукції, інтеграція закликів до охорони природи у позиціонування бренду, активне використання цифрових каналів для поширення інформації про ініціативи у галузі сталого розвитку. Сторителінг, що базується на реальних прикладах природоохоронної діяльності, участь екопросвітницьких заходах, співпраця з неурядовими організаціями, що займаються питаннями екології, можуть значно підвищити довіру до рекламних повідомлень. До того ж, надання прозорої інформації про продукцію за допомогою QR-кодів, звітів про сталий розвиток або інтерактивних платформ надає можливість споживачам робити



усвідомлений вибір і посилює їхню активність. Для досягнення конкурентних переваг також важливо використовувати диференційовані маркетингові тактики, спрямовані на конкретні сегменти екологічно свідомих споживачів, враховуючи їхні цінності, очікування та поведінкові моделі [17, с. 140-141].

У таблиці 2 подано огляд основних стратегій просування екологічних товарів та конкурентних переваг, яких вони досягають (табл. 2).

З огляду на все вищенаведене, можна зазначити, що використання екологічно чистих методів виробництва не лише сприяє пом'якшенню негативного впливу виробництва на довкілля, а є потужним інструментом для формування стійких конкурентних переваг бізнесу.

Таблиця 2

Стратегії просування екологічних товарів

Стратегія просування	Характеристика	Конкурентна перевага
Екологічна сертифікація та маркування	Отримання офіційних сертифікатів (наприклад, EU Ecolabel, Energy Star)	Підвищення довіри та доступ до преміальних ринків
Екологічний сторителінг	Поширення ініціатив та екологічних успіхів компанії	Посилення емоційного залучення споживачів
Цифрова прозорість і простежуваність	Надання детальної екологічної інформації за допомогою цифрових інструментів	Побудова довіри та лояльності до бренду
Участь в екологічних ініціативах	Участь в екологічних проєктах та партнерствах	Позитивна асоціація та диференціація бренду
Цільові екомаркетингові кампанії	Кастомізоване просування на основі еко-профілів споживачів	Ефективне залучення екологічно свідомої аудиторії

Джерело: [16 – 17]

Висновки. У результаті проведеного дослідження було доведено, що екологічно безпечні методи виробництва відіграють важливу роль у зміцненні конкурентних позицій товарів на сучасному ринку. Визначено, що застосування екологічних технологій сприяє покращенню якісних характеристик продукції, підвищенню її безпечності для споживачів, а також



створенню додаткової цінності, яка позитивно сприймається покупцями. Уточнення сутності екологічно безпечного виробництва дозволило глибше розкрити його функціональне значення в умовах посилення вимог до соціальної відповідальності бізнесу. Аналіз механізмів впливу екологізації на споживчі властивості товарів показав, що інноваційні екологічні рішення не тільки знижують негативний вплив на довкілля, але й сприяють зростанню технологічності, привабливості та надійності продукції. Сформульовано, що екологічна відповідальність підприємств є важливим фактором довіри споживачів і здатна формувати стійкі конкурентні переваги навіть у висококонкурентних галузях.

Проведене дослідження підтвердило важливість формування екологічного іміджу компаній як засобу впливу на споживчі переваги і лояльність, що забезпечує довготривале зростання брендової вартості товарів. Запропоновані стратегії просування екологічної продукції свідчать про необхідність комплексного підходу до комунікації з ринком, заснованого на прозорості, достовірності інформації та активному залученні споживачів до природоохоронних ініціатив. Перспективами подальших наукових досліджень є вивчення ефективності різних моделей екологічного маркетингу в контексті специфічних галузей та аналіз впливу цифрових технологій на підвищення екологічної цінності товарів у сприйнятті споживачів.

Список використаних джерел

1. Дідович І. І., Юрків Н. М., Макогін З. Я., Маліновська М. В. Використання маркетингового потенціалу підприємства для формування попиту споживачів на екологічно чисту продукцію як інструмент зменшення ризику. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2025. № 35 (1). С. 76-82. DOI: <https://doi.org/10.36930/40350110>.



2. Замлинський В. А., Найда 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. № 9 (3). С. 160-168. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-28>.
3. Ларіна Я. С., Ремезь Ю. Б., Перерядкіна Є. С. Методи та сучасні особливості екологічного маркетингу в діяльності підприємств. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. № 5. С. 70-77. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-11>.
4. Тимошенко О. В., Коцюбівська К. І. Формування еко-концепцій у сфері сучасної індустрії моди. *Економіка екологія та природокористування*. 2021. № 5. С. 273-279. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-280>.
5. Бречко О., Кривокульська Н. Вплив цифрової трансформації на досягнення екологічних цілей сталого розвитку України. *Modeling the development of the economic systems*. 2023. № 4. С. 201-209. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-10-28>.
6. Завадських Г. М. Основні напрямки і проблеми розвитку сучасного товарознавства. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного. Серія: Економічні науки*. 2024. № 1 (50). С. 104-111. DOI: <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-50-12>.
7. Костюк М. В. Економічна сутність конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості на засадах інновацій. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного. Серія: Економічні науки*. 2024. № 3 (52). С. 33-44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-52-3>.
8. Курбет М., Король С. Аналіз екологічних аспектів соціальної відповідальності підприємств торгівлі та їх відображення в звітності. *Financial*



and credit activity problems of theory and practice. 2023. № 1 (48). С. 206-217.
DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.48.2023.3960>.

9. Гобела В., Гузенко І. Теоретична побудова моделі екологічно безпечного суспільно-економічного розвитку. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-37>.

10. Про міжнародні стандарти та системи екологічного менеджменту. URL: <https://ukraine-oss.com/pro-mizhnarodni-standarty-ta-systemy-ekologichnogo-menedzhmentu/> (дата звернення: 28.04.2025).

11. Директива, декларація, REACH, процедура. URL: <https://surli.cc/gwgqzs> (дата звернення: 29.03.2025).

12. Горбась І. М., Дубенчук С. А. Практика управління агрохолдингом на засадах сталого розвитку. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 7. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14836734>.

13. Красностанова Н., Якименко Т. Вплив цифровізації на сталий розвиток організації. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-57>.

14. Савченко А. М., Ткаченко Т. М. Імплементация європейських норм зеленого будівництва в будівельну галузь України. *Екологічна безпека та природокористування*. 2022. № 41 (1). С. 31-43. DOI: <https://doi.org/10.32347/2411-4049.2022.1.31-43>.

15. Перегуда Ю. Основи формування конкурентоспроможності продукції тваринництва. *Наукові записки Львівського університету бізнесу і права*. 2022. № 34. С. 4 -11. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/566> (дата звернення: 29.03.2025).



16. Дончак Л., Пилявець В. Біорозкладне пакування як елемент сталого розвитку логістичних систем. *Економічний простір*. 2025. № 197. С. 26-31. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.197.26-31>
17. Шадура-Никипорець Н., Мініна О., Шеремет К. Екологічний маркетинг як інструмент корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2024. № 4 (40). С. 138-147. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4\(40\)-138-147](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4(40)-138-147).