



Co-funded by
the European Union

**Міністерство освіти і науки України
Криворізький національний університет
Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського**

ІІІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**«СТРАТЕГІЇ ТА ПОЛІТИКИ ЄС:
ІНСТИТУЦІЙНА СТРУКТУРА ТА МЕХАНІЗМИ
РЕАЛІЗАЦІЇ»**

26-27 березня 2026 року



м. Кривий Ріг

УДК 339.9:338.2

Стратегії та політики ЄС: інституційна структура та механізми реалізації: матеріали III науково-практичної конференції (26-27 березня 2026 року) – Кривий Ріг: Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського Криворізького національного університету, 2026. 340 с.

Члени оргкомітету конференції:

Чернега О.Б. – д.е.н., професор, професор кафедри економіки та бізнесу Криворізького національного університету.

Кожухова Т.В. – д.е.н., професор, в.о. директора навчально-наукового інституту економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського Криворізького національного університету.

Бочарова Ю.Г. – д.е.н., професор, завкафедри економіки та бізнесу Криворізького національного університету.

Горіна Г.О. – д.е.н., професор, завідувач кафедри технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та туризму Криворізького національного університету

Матеріали конференції висвітлюють питання, пов'язані з інституційною структурою та механізмами реалізації стратегій та політик ЄС.

Матеріали конференції рекомендуються викладачам і студентам закладів вищої освіти, науковцям, аспірантам, докторантам і практикам.

Науково-практичну конференцію проведено за фінансової підтримки Європейського Союзу в межах реалізації проєкту «Європейські цінності: сталий розвиток, економічна безпека та цивілізаційні імперативи» 101127413 — EVSDESCI (програма Еразмус+ напрям Жан Моне).

Погляди та думки, висловлені в публікаціях, належать виключно авторам і не обов'язково відображають позицію Європейського Союзу або Європейського агентства з питань освіти і культури (EACEA). Ані Європейський Союз, ані EACEA не несуть за них відповідальності.

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Погляди, висловлені в публікаціях, є позицією авторів. Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції та їх наукові керівники.

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

Project: 101127413 – EVSDESCI – ERASMUS-JMO-2023-HEI-TCH-RSCH.

©ННІЕТ імені Михайла Туган-Барановського КНУ, 2026

© Автори тез, 2026

Шептуха О.М.	Сталий маркетинг у сфері туризму та готельного господарства: досвід Європейського Союзу та перспективи розвитку в Україні	160
Vorobiova O.A.	Rehabilitation tourism: conceptual provisions and its structural place in the overall tourism system	163

СЕКЦІЯ 3. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ КУРС ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Бельська Т. В., Радіонов В. С.	Ремінералізація ґрунтів за допомогою базальтового борошна як елемент сталого розвитку аграрного сектору	168
Бондар-Підгурська О.В., Заріцький Н.І., Дударик А.С., Чубар Н.С.	Імідж і резильєнтність підприємства як індикатори управління його конкурентоспроможністю: європейські практики сталого розвитку	172
Горайнова Ю.А., Волкова В.О., Погорілецький К.К.	Пестициди в Європейському Союзі та Україні: нормативна база, виробництво, використання, ризики	177
Гоцуля І.О.	Сучасні підходи до енергозабезпечення людства в умовах сталого розвитку	180
Кисельов В.А.	Європейський зелений курс як концептуальна основа формування конкурентних стратегій підприємств у зеленій економіці	183
Лещенко М.М., Кисельова А.О.	Особливості трансформації фінансових ринків на основі європейського зеленого курсу	187
Носова Н. І.	Ринок органічного овочівництва в Україні у контексті сталого розвитку та європейського зеленого курсу	190
Омельченко О.В., Гончаренко В.А., Перекрест В.В., Мазур Д.М.	Використання відновлюваних джерел енергії для підвищення енергоефективності процесу сушіння рослинної сировини	195
Погорілецький К.К.	Європейський зелений курс як орієнтир для відбудови та сталого розвитку України в умовах воєнного стану	197
Пономарьов Д.О.	Стратегії ТНК на світовому ринку нафти	199
Савустьян М.С., Гончаренко В.А., Перекрест В.В.	Синтез металевих наночастинок із використанням принципів «зеленої хімії»	202

Список використаних джерел:

1. From fossil fuelled tanks to wildfires: How Russia's war on Ukraine is destroying the planet. URL: https://www.euronews.com/2026/02/24/from-fossil-fuelled-tanks-to-wildfires-how-russias-war-on-ukraine-is-destroying-the-planet?fbclid=IwY2xjawQjzNBleHRuA2FlbQlXMAbicmlkETFXUXlhMWtmYmNyNHZqUHA3c3J0YwZhcHBfaWQQMjlyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHmeAji1yYyI590EXrhoRTpqBKzFlniFKRb6r7YI93xEXpODXMLXmCCZxeSDz_aem_migSc_2u0Az42vvBYBbSdw
2. ГЕОДАР. Вперше в Україні справжнє базальтове мука від вітчизневого виробника. URL: <https://geodar.info/>
3. Hamkalo Z. Ecological soil quality: theoretical and methodological approaches to its estimation // Proceedings of the International Scientific and Practical Conference “Innovative Aspects of Soil Fertility Preservation and Improvement in War and Post-War Periods”, dedicated to the 60th anniversary of the long-term stationary experiment of the Institute of Agriculture of Carpathian Region of NAAS (Obroshyne, September 18, 2025). Obroshyne–Lviv, 2025. 272 p. (P.47-52). DOI: 10.32636/9786178433109/1
4. Upgrading mineral by-products through soil remineralization improves sustainable agriculture and circular economy outcomes 2025. Vol. 6. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s43621-025-01804-7>
5. Базальт – золото України під ногами 2025. URL: <https://nadra.info/2025/04/volodymyr-khaustov-basalt-is-the-gold-of-ukraine-underfoot-epravda/>
6. Європейський Зелений Курс URL: https://ecoaction.org.ua/ievropejskyj-zelenyj-kurs.html?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwhtWvBhD9ARIsAOP0Goh7fuggOlKNfGEcB7a9jV4u2Sf_NFpGtr8MBXqeviFYfbxpPojo5wsaAgYbEALw_wcB

*Бондар-Підгурська О.В., д.е.н., професор,
Заріцький Н.І., здобувач вищої освіти,
Дударик А.С., здобувачка вищої освіти,
Чубар Н.С., здобувачка вищої освіти
Полтавський університет економіки і торгівлі,
м. Полтава, Україна*

ІМІДЖ І РЕЗИЛЬЄНТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНДИКАТОРИ УПРАВЛІННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У сучасних умовах глобалізації, нестабільності економічних процесів, технологічних змін, воєнних конфліктів та інших кризових явищ підприємства змушені адаптуватися до постійних викликів і загроз, а також вирішувати питання забезпечення їх конкурентоспроможності.

Ефективне управління конкурентоспроможністю підприємства в таких умовах передбачає не лише необхідність оптимізації внутрішніх процесів,

але й формування стійких стратегічних переваг. Серед важливих індикаторів, що відображають здатність підприємства успішно функціонувати та розвиватися у складному середовищі особливе місце займають імідж підприємства та його резильєнтність. Європейський досвід свідчить, що інтеграція принципів сталого розвитку сприяє підвищенню ефективності управління підприємствами [1].

Імідж є складним багатовимірним поняттям, яке охоплює сукупність уявлень, оцінок та асоціацій, що формуються у свідомості споживачів, партнерів, інвесторів та інших зацікавлених сторін щодо діяльності підприємства. Позитивний імідж створює сприятливі умови для розвитку підприємства, оскільки підвищує рівень довіри до бренду, сприяє розширенню клієнтської бази та полегшує вихід на нові ринки.

Формування та підтримка іміджу підприємства залежить від низки чинників, серед яких важливу роль відіграють якість продукції або послуг, ефективність маркетингової політики, корпоративна культура, соціальна відповідальність бізнесу, а також рівень професіоналізму персоналу.

Нині інформаційне середовище чинить значний вплив на імідж підприємства, що потребує врахування таких факторів, як цифрові комунікації, соціальні мережі та онлайн-репутація. Крім того, під час формування та підтримки іміджу фахівці підприємств мають освоювати такі напрями, принципи та фактори як комунікація з клієнтами, репутація, корпоративна культура, а умовах військових загроз – адаптація, довіра, прозорість [2].

В умовах високої конкуренції позитивний імідж стає стратегічним ресурсом підприємства, а потужний бренд сприяє активізації процесів залучення інвестицій, утриманню клієнтів і довгостроковим партнерським відносинам. Крім того, позитивна репутація допомагає підприємству зменшувати негативний вплив кризових ситуацій, оскільки довіра з боку суспільства та споживачів підвищує лояльність до бренду навіть у складні періоди. Тобто, імідж підприємства можна розглядати як одночасно як важливий індикатор і чинник ефективності управління конкурентоспроможністю, що відображає рівень його адаптації до ринкового середовища та здатність формувати стійкі конкурентні переваги. Зауважимо, що воєнний стан суттєво змінює вимоги до іміджу підприємств, перетворюючи його на чинник виживання та довіри, коли особливо важливими стають надійність, соціальна відповідальність, «динамічна стабільність» [3].

Проте, імідж багато в чому залежить від резильєнтності (resilience), яка характеризує здатність підприємств протистояти кризам, адаптуватися до змін і швидко відновлювати свою діяльність після негативних впливів. Резильєнтність підприємства включає не лише здатність протистояти зовнішнім викликам, але й уміння прогнозувати можливі ризики та запобігати їх негативним наслідкам.

В нинішніх умовах імідж підприємства виступає важливим нематеріальним активом, який формує довіру клієнтів, партнерів, інвесторів,

тоді як резильєнтність характеризує його здатність ефективно протидіяти кризовим ситуаціям, адаптуватися до змін і швидко відновлюватися після негативних впливів. Саме поєднання позитивного іміджу та високого рівня організаційної стійкості забезпечує підприємству конкурентні переваги у довгостроковій перспективі.

Основними складовими резильєнтності підприємства є організаційна гнучкість, інноваційний потенціал, ефективне управління ризиками, наявність стратегічного планування та здатність до швидкого прийняття управлінських рішень. Важливим фактором формування резильєнтності також є розвиток людського капіталу, адже кваліфікований персонал здатний ефективно реагувати на нестандартні ситуації та знаходити нові можливості для розвитку підприємства. Особливого значення резильєнтність набуває в умовах глобальних криз, економічної нестабільності та геополітичних загроз. Підприємства, які володіють високим рівнем резильєнтності, мають більшу здатність адаптуватися до змін ринкового середовища, швидше відновлювати виробничі процеси та зберігати стабільність діяльності, навіть, у кризових ситуаціях. Водночас, резильєнтність підприємства пов'язана з ефективною системою управління, яка включає механізми стратегічного аналізу, прогнозування ризиків, диверсифікації ресурсів і впровадження нововведень. Саме такі підходи дозволяють забезпечувати підприємствам довгострокову «динамічну стабільність» і конкурентоспроможність [4-5].

Очевидним стає той факт, що імідж і резильєнтність підприємства є взаємопов'язаними характеристиками, які взаємно підсилюють одна одну. З одного боку, позитивний імідж підприємства сприяє підвищенню його стійкості до кризових ситуацій, оскільки довіра клієнтів, партнерів та інвесторів створює додаткові ресурси для подолання складних періодів. З іншого боку, висока резильєнтність підприємства дозволяє підтримувати його «динамічну стабільність», що позитивно впливає на його репутацію та імідж. Наприклад, підприємства, які демонструють ефективне управління кризами, швидко адаптацію до змін і відповідальне ставлення до соціальних і економічних викликів, формують позитивний імідж у суспільстві. Вони сприймаються як надійні партнери та гідні роботодавці, що сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності. Важливу роль відіграють нині прозорість діяльності підприємства, комунікація з громадськістю та відповідальне ставлення до соціальних проблем, що створює довіру до підприємства та підсилює його репутацію на ринку.

Отже, імідж і резильєнтність є взаємопов'язаними категоріями, які формують основу конкурентоспроможності підприємства. Стійкий імідж сприяє збереженню довіри, навіть, у кризових ситуаціях, а резильєнтність забезпечує «динамічну стабільність» функціонування підприємства. Інтеграція ж принципів сталого розвитку дозволяє досягти синергії між економічними, соціальними та екологічними результатами діяльності та забезпечити конкурентоспроможність у довготерміновій перспективі попри нові виклики та загрози (рис. 1).

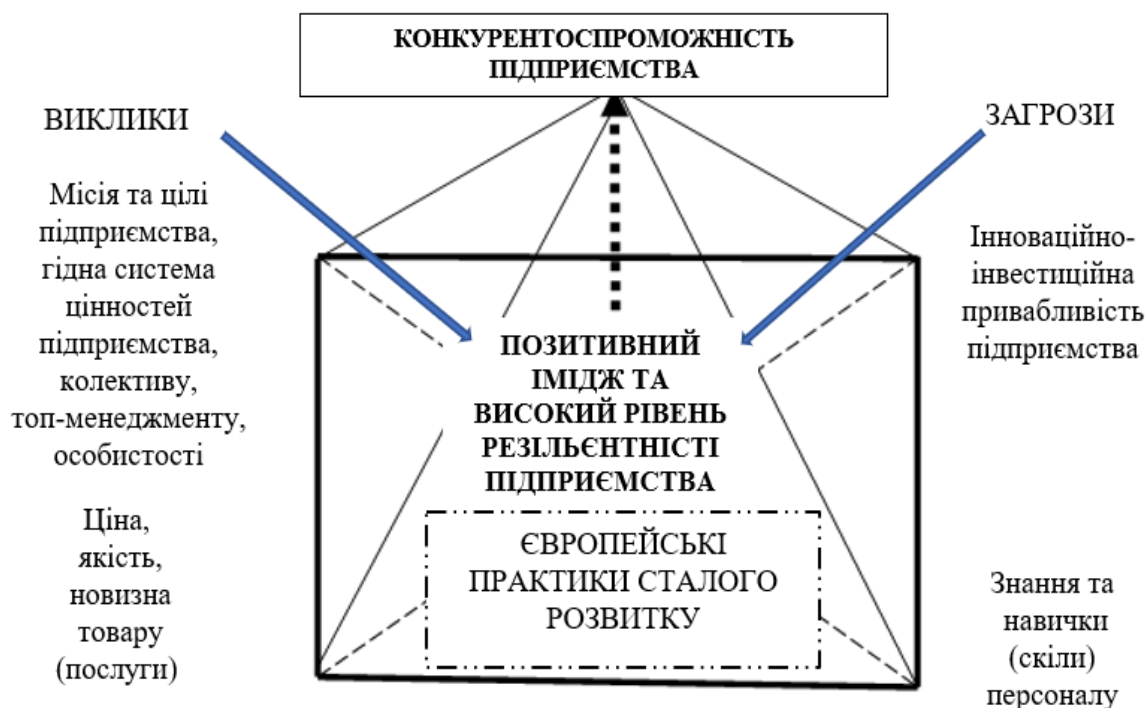


Рисунок 1 – Схема формування та підтримка позитивного іміджу та високого рівня резильєнтності підприємства як індикаторів його конкурентоспроможності на засадах використання Європейських практик сталого розвитку

Джерело: удосконалено авторами на основі опрацювання інформаційних ресурсів [5-6].

Так, в нинішніх умовах активного впливу викликів і загроз для підтримки високого рівня іміджу та резильєнтності вітчизняним підприємствам варто застосовувати Європейські практики сталого розвитку:

- 1) ESG-підходи (Environmental, Social, Governance), а саме: екологічну відповідальність (зменшення викидів CO₂, енергоефективність); соціальну відповідальність (умови праці, інклюзія, рівність); корпоративне управління (прозорість, етика, антикорупція);
- 2) корпоративну соціальну відповідальність (CSR), зокрема підтримку громад і соціальних ініціатив; розвиток працівників; етичний бізнес та партнерство;
- 3) циркулярну економіку (Circular Economy): повторне використання ресурсів; переробку відходів; мінімізацію виробничих втрат; екодизайн продукції;
- 4) Зелену економіку (Green Economy): використання відновлюваних джерел енергії; зниження екологічного навантаження; розвиток екологічних технологій;
- 5) цифрову трансформацію – автоматизацію бізнес-процесів; використання Big Data та AI; цифрові платформи управління; розвиток smart-виробництва;
- 6) управління ризиками та резильєнтність, а саме антикризові стратегії; диверсифікація діяльності; адаптивне управління; забезпечення безперервності бізнесу (business continuity planning);
- 7) інноваційний розвиток – впровадження нових технологій; підтримка R&D; стартап-екосистеми; співпраця з університетами;
- 8) енергоефективність і декарбонізацію – зменшення споживання енергії; перехід на чисту енергію;

кліматичну нейтральність (carbon neutrality); 9) прозору звітність і стандарти: нефінансову звітність; ESG-звіти; міжнародні стандарти (GRI, SASB, EU Taxonomy); 10) бенчмаркінг і рейтинги сталості: Dow Jones Sustainability Index; FTSE4Good; ESG-рейтинги; 11) партнерства та інтеграцію в глобальні ініціативи: участь у програмах ЄС; державно-приватне партнерство; міжнародні екологічні проекти; 12) орієнтацію на сталий ланцюг постачання: відповідальні постачальники; екологічну логістику; контроль якості та етичності виробництва [7].

Отже, формування позитивного іміджу та розвиток резильєнтності повинні стати важливими складовими стратегічного управління підприємством, спрямованого на забезпечення його конкурентоспроможності та стійкого розвитку. При цьому, Європейські практики сталого розвитку доводять необхідність комплексного підходу до управління підприємствами, що поєднує економічні, соціальні та екологічні його аспекти, і дозволяє підтримувати високий рівень його іміджу та резильєнтності. Ефективне формування та підтримка іміджу, і розвиток резильєнтності підприємства є сенс розглядати як взаємодоповнюючі індикатори його стратегії конкурентоспроможності на засадах сталого розвитку. Вищевикладене передбачає використання ESG-підходів і корпоративну соціальну відповідальність, що забезпечить прозорість бізнесу та підвищить довіру до компаній; цифрову трансформацію – сприятиме підвищенню ефективності та соціальної стійкості підприємств; Зелену економіку та інновації – впровадження екологічних технологій і ресурсозбереження, а також ефективну систему оцінювання сталості, котра дозволить порівнювати підприємства та визначати їх конкурентні позиції.

Список використаних джерел:

1. Калініченко Л.Л. Європейські практики сталого розвитку підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2025. № 89. С. 26-36. DOI: <https://doi.org/10.18664/btie.89.330584> (дата звернення: 18.03.2026).
2. Рожко В. І. Теоретичні та практичні аспекти формування іміджу підприємства. *Проблеми економіки*. 2023. № 2 (56). С. 168–175. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-2-168-175> (дата звернення: 18.03.2026).
3. Кудінова М. М., Карачевцева О. А., Міщенко А. С. Імідж як інструмент менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Вип. 87. С. 145–146. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.87-22> (дата звернення: 18.03.2026).
4. Маковоз О., Ус Ю. Резильєнтність підприємств як чинник забезпечення стратегічної стійкості бізнесу. *Економічний аналіз*. 2025. Том 35. № 2. С. 643-652. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2025.02.643> (дата звернення: 18.03.2026).
5. Бондар-Підгурська О. В. Науково-методологічні засади сталого інноваційного соціально орієнтованого розвитку економіки: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2016. 531 с.

6. Shymanovska-Dianych L. M., Bondar-Pidhurska O.V., Hliebova A.O. Assessment of the image of the innovative enterprise as a factor of its competitiveness in the conditions of new challenges and threats. *Економіка і регіон*. №1(84). 2022.С.66-74. URL: <http://journals.nupp.edu.ua/eir> (дата звернення: 18.03.2026).

7. Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація: міжнародна науково-практична конференція, 15–16 лют. 2024 р., Харків : тези доповідей. Харків : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2024. 393 с. URL: <https://ekhnur.karazin.ua/handle/123456789/18300> (дата звернення: 18.03.2026).

*Горайнова Ю.А., к.т.н., доцент,
Волкова В.О., здобувачка вищої освіти,
Погорілецький К.К., здобувач вищої освіти
Криворізький національний університет,
м. Кривий Ріг, Україна*

ПЕСТИЦИДИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ ТА УКРАЇНІ: НОРМАТИВНА БАЗА, ВИРОБНИЦТВО, ВИКОРИСТАННЯ, РИЗИКИ

Сучасний агропромисловий комплекс неможливо уявити без інтенсивного використання різноманітних засобів захисту рослин, в тому числі і за допомогою пестицидів.

Багатьом відомо, що пестициди — це хімічні або біологічні речовини, які застосовуються для знищення, відлякування або контролю шкідників, таких як комахи, гриби та бур'яни. Пестициди можуть використовуватися для різних видів культур, включаючи овочі, фрукти, зернові, а також садові дерева. Їх застосовують і у квітникарстві, і в ландшафтному дизайні [1]. Пестициди впливають на пригнічення розвитку певної групи рослин або інших шкідливих організмів, не завдаючи особливої шкоди корисним культурам. Але хімічні засоби надають лише тимчасову допомогу, оскільки з часом сприяють виробленню стійкості до постійно застосовуваних засобів. Це викликає необхідність використання нових, ще сильніших речовин, які паралельно посилюють негативний вплив на ґрунт, воду, повітря, якість продукції, на корисну флору і фауну, тим самим прискорюючи процес порушення біологічної рівноваги в природному середовищі. Очевидними є негативні наслідки застосування пестицидів для здоров'я людини, причому спостерігається тенденція до їх зростання, водночас у об'єктів, які пригнічуються пестицидами, спостерігається певна пристосованість до них. В той же час застосування пестицидів є невід'ємною складовою технологій вирощування, забезпечує високі показники врожайності.

В Україні діє закон «Про пестициди і агрохімікати» № 86/95-ВР, редакція: 10.10.2024 [2], в якому зазначено, що пестициди класифікуються як токсичні речовини, їх сполуки або суміші хімічного чи біологічного походження, які призначені для знищення, регуляції та припинення розвитку