

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Факультет менеджменту і маркетингу
Кафедра маркетингу**

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
В ЕКЗАМЕНАЦІЙНІЙ КОМІСІЇ:**

**Завідувачка кафедри,
д.е.н., проф.**

_____ **Марія БАГОРКА**
« ____ » _____ **2024 р.**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ
ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНИХ ІННОВАЦІЙ НА АГРАРНОМУ
ПІДПРИЄМСТВІ**

Освітньо-професійна програма **Маркетинг**
Спеціальність **075 Маркетинг**
Ступінь вищої освіти: **Магістр**

Здобувачка

Юлія ДАЦЕНКО

**Науковий керівник,
д.е.н., професор**

Марія БАГОРКА

Дніпро – 2024

ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: Менеджменту і маркетингу
Кафедра: Маркетингу
Освітньо-професійна програма: Маркетинг
Спеціальність: 075 Маркетинг
Ступінь вищої освіти: Магістр

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____
«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ на підготовку кваліфікаційної роботи

ДАЦЕНКО ЮЛІЯ РУСЛАНІВНА

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНИХ ІННОВАЦІЙ НА АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Науковий керівник: Багорка Марія Олександрівна, д.е.н., професор
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом по ДДАЕУ від «_____» _____ 20__ року № _____

2. Термін подання здобувачем роботи: 20.12.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: річні звіти ТОВ «Авангард» за 2019-2023 роки, виробничо-фінансові плани, маркетингові плани.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Теоретичний огляд екологічно спрямованих інновацій та методичних підходів впровадження маркетингових інновацій в діяльність аграрних підприємств. 2. Аналіз виробничо-господарської та маркетингової діяльності аграрного підприємства, оцінка його економічного, екологічного та соціального стану. 3. Впровадження екологічно спрямованих інновацій та маркетингових інноваційних підходів в ТОВ «Авангард». Висновки і пропозиції.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1. Основні типи та прийоми управління маркетинговими інноваціями. 2. Види інновацій в аграрних підприємствах. 3. Порівняльна характеристика технологічних підходів. 4. Характеристика сталого та інтенсивного розвитку. 5. Основні виміри та принципи сталого розвитку. 6. Основні стадії інноваційного процесу. 7. Землезабезпечення ТОВ «Авангард» в динаміці. 8. Динаміка розміру та структури посівних площ ТОВ «Авангард». 9. Структура товарної продукції підприємства. 10. Використання основних і оборотних засобів. 11. Рівень та ефективність використання трудових ресурсів. 12. Динаміка зміни основних результативних економічних показників. 13. Структура витрат в галузі рослинництва та тваринництва. 14. Динаміка виробництва продукції рослинництва та тваринництва. 15. Елементи комплексу маркетингу. 16. Матриця SWOT-аналізу впровадження екологічних інновацій та екологічної продукції підприємства. 17. Інноваційні екологічно спрямовані технології в аграрному виробництві. 18. Фактори стимулювання впровадження екоінноваційних технологій на сільськогосподарських підприємствах. 19. Послідовність переходу ТОВ «Аваргард» на органічне виробництво. 20. Ефективність використання ресурсів в органічному сільському господарстві.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретичний огляд екологічно спрямованих інновацій та методичних підходів впровадження маркетингових інновацій в діяльність аграрних підприємств	грудень 2023 – березень 2024 р.	
2	Аналіз виробничо-господарської та маркетингової діяльності аграрного підприємства, оцінка його економічного, екологічного та соціального стану	червень 2024 р.	
3	Впровадження екологічно спрямованих інновацій та маркетингових інноваційних підходів в ТОВ «Авангард»	вересень-жовтень 2024 р.	
4	Висновки і пропозиції	листопад 2024 р.	
5	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.12.2024 р.	

Здобувачка

(підпис)

Юлія ДАЦЕНКО

(ім'я, прізвище)

Науковий керівник

(підпис)

Марія БАГОРКА

(ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Тема: **ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНИХ ІННОВАЦІЙ НА АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

Кваліфікаційна робота містить: 110 с., 15 рис., 21 табл., 60 літературних джерел.

Об'єктом дослідження виступають інноваційні процеси екологічного спрямування в аграрному виробництві та розробка маркетингових заходів, для їх впровадження в ТОВ «Авангард» Синельниківського району Дніпропетровської області.

Предметом дослідження є науковість екологічні та економічні підходи на основі поєднання формальних і практичних знань із сучасними технологіями та практиками ведення органічного виробництва, наукові знання, що стосуються агроєкосистем, із специфічними ознаками в агросфері.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні ключових понять, проблем, перспектив реалізації екологічних інновацій на сільськогосподарських підприємствах, з урахуванням маркетингових підходів, діагностика поточного економічного стану досліджуваного підприємства, його середовища, маркетингової діяльності та впровадження інновацій при виробництві органічної продукції ТОВ «Авангард».

Методи дослідження. Методологічною базою дослідження були теоретичні положення щодо організації проведення дослідження, базові положення концепції сталого розвитку та інноваційних підходів до аграрного виробництва. Ряд емпіричних методів дослідження: аналіз, синтез, індукція, дедукція, вимірювання, порівняння, методи маркетингових досліджень середовища підприємства.

У кваліфікаційній роботі детально розглянуто основні цілі, принципи та методи екологічного виробництва з урахуванням досвіду впровадження інноваційних технологій на аграрних підприємствах. Проведено аналіз діяльності ТОВ «Авангард» Синельниківського району Дніпропетровської області щодо впровадження інструментів і технологій органічного виробництва з використанням екоінновацій, а також проаналізовано сталий розвиток основних підходів до комбінованого використання інноваційних технологій. Надані пропозиції ТОВ «Авангард» стосовно впровадження екологічно спрямованих інновацій в діяльність підприємства.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ, АГРАРНІ ПІДПРИЄМСТВА, СТАЛИЙ РОЗВИТОК, ЕКОЛОГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ.

KEY WORDS

ECOLOGICAL INNOVATIONS, AGRICULTURAL ENTERPRISES, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, ENVIRONMENTAL MANAGEMENT, MARKETING ACTIVITIES

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНИХ ІННОВАЦІЙ ТА МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	11
1.1. Екологічні інновації в сільськогосподарському виробництві як ключовий фактор розвитку економіки	11
1.2. Дослідження екологічних заходів інноваційності та конкурентоспроможності підприємств в межах концепції сталого розвитку	19
1.3. Процес розробки і впровадження екологічно спрямованих інновацій та маркетингових інноваційних підходів в діяльність аграрних підприємств	32
Висновки до першого розділу	40
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА, ОЦІНКА ЙОГО ЕКОНОМІЧНОГО, ЕКОЛОГІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО СТАНУ	42
2.1. Аналіз показників економічної діяльності досліджуваного підприємства	42
2.2. Елементи, ресурси та потужності ТОВ «Авангард»: із аналітичного підходу	63
Висновки до другого розділу	76
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНИХ ІННОВАЦІЙ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ В ТОВ «АВАНГАРД»	78
3.1. Обґрунтування необхідності екологічно спрямованих інновацій для ТОВ «Авангард»	78
3.2. Впровадження маркетингових підходів при переході ТОВ «Авангард» на екологічно орієнтоване виробництво	85
Висновки до третього розділу	103
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	105
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	110

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі, у зв'язку зі зростаючими продовольчими потребами населення, одна з найважливіших сегментами економіки є агропродовольчий сектор, що задовольняє основні потреби і, в той же час, відповідальність за значний негативний вплив на навколишнє середовище в глобальному масштабі.

Крім цього, глобальний характер таких факторів, як дефіцит ресурсів, зміна клімату, підвищення рівня глобалізації та зростання обізнаності зацікавлених сторін щодо екологічної та соціальної відповідальності агропідприємств, низькі прибутки та агресивна конкуренція змусили власників підприємств аграрної галузі до досягнення довгострокового виживання, щоб зберегти, відновити та підтримувати свої конкурентні переваги. Глобальні фактори породжують інновації, і ці інновації визначають напрямок еволюції галузі. Стійкість вважається провідною концепцією останніх інноваційних тенденцій. Підприємства за останні два десятиліття пережили значні зміни, щоб перейти до більш стійких форм діяльності, щоб відповідати очікувань зацікавлених сторін і дотримуватися правил, щоб захистити їх прибутковості без порушень рівноваги навколишнього середовища.

Динамічні зміни ринкового середовища ставлять складні завдання перед підприємцями. Сучасні світові тенденції та євроінтеграційні процеси в Україні підкреслюють зростаючу значимість екологічних аспектів у підвищенні конкурентоспроможності агробізнесу. Сучасні виробничі вітчизняні аграрні підприємства працюють у середовищі, яке характеризується швидкими змінами вимог споживачів і постійно зростаючою глобальною конкуренцією. Підприємства аграрної галузі повинні бути в змозі виробляти високоякісну продукцію з великою різноманітністю, швидким і надійним часом доставки, відповідними умовами зберігання та конкурентоспроможною ціною. В цьому контексті, швидка

реакція та гнучкість стали новою стратегічною метою для аграрних підприємств поряд із високою якістю та зниженням витрат. Економічне виробництво може допомогти компаніям покращити всі ці цілі.

Саме тому аграрні підприємства все більше зосереджують свою діяльність на проблемах, пов'язаних з екологією, з метою ідентифікації, аналізу та врахування екологічних потреб і вимог споживачів, а також інтересів різних зацікавлених сторін.

Забезпечення сталого розвитку країни потребує зосередження зусиль на економічній, соціальній, та екологічній складових. У цьому контексті, уряд країни приймає політичні рішення, що сприяють сталому розвитку як на регіональному рівні, так і на рівні окремих підприємств. Агробізнес відіграє ключову роль у цьому процесі, адже сільськогосподарські виробники не лише сприяють продовольчій безпеці та створюють нові робочі місця, але й зменшують рівень безробіття, сплачують податки і задовольняють внутрішній та міжнародний попит на продукцію. Важливою задачею для агробізнесу залишається впровадження екологічних інновацій, що є невід'ємною частиною сталого розвитку. Таким чином, концепція сталого розвитку тепер стала основою для допомоги зрозуміти успіх багатьох фірм у поточному конкурентному контексті.

Глобальний ринок екологічних продуктів стрімко розвивається, що змушує організації постійно адаптуватися, створюючи екологічно безпечні умови та продукцію, яку активно просувають через різноманітні канали. Екологічні продукти з'являються в результаті сукупності продуктових ініціатив, орієнтованих на збереження природних ресурсів, зменшення викидів забруднювачів і відходів. Така продукція визнана ефективною, оскільки сприяє економії води, енергії та газу, тим самим знижуючи витрати. Вироби мають мінімальний вплив на навколишнє середовище, екологічні упаковки та марковані «зеленими» етикетками, що є підтвердженням їхньої екологічності. Відтак, лідируючі агрофірми світу не лише відповідають вимогам клієнтів, а й враховують екологічні виклики сучасності.

Умови, які забезпечують довгострокове виживання організації, включають соціальні, екологічні та фінансова досконалість. Через відсутність повне розуміння різних точок зору, включаючи сталість, екологію, соціальну та економічну взаємозалежність, вона забороняла компаніям усвідомлювати та передбачення потенційних здобутків, яких можна досягти за допомогою ініціатив сталого розвитку розвиток або стійкість. Справжня стійкість сприяє розвитку організацій економічне процвітання, а також захист навколишнього середовища, збереження природних ресурсів та благополуччя інших живих істот і людей.

Сьогодні світова наукова спільнота відчайдушно шукає способи пом'якшити масштаби та вплив на природні ресурси. Світові лідери занурені в дискусії, намагаючись знайти рішення, які врятують людство та планету від екологічного лиха. Дискусії про скорочення викидів парникових газів, справедливий перехід до глобальної економіки з нульовим чистим викидом і про те, хто повинен за це платити, тривають і ці дискусії критичні.

В даному контексті, тематика економічного та екологічно чистого виробництва є провідною як в наукових колах, так і у виробництві. Концепція ощадливого виробництва зосереджена на створенні цінності, а підхід до її реалізації спрямований на усунення діяльності, що не створює доданої вартості, із виробничих процесів із загальною метою покращення якості та продуктивності, а отже, забезпечення задоволеності клієнтів. Для порівняння, концепція зеленого виробництва зосереджується на зменшенні впливу промислової діяльності на навколишнє середовище, що призводить до стійких результатів; в тому числі збільшення прибутків і частки ринку в галузях. Ці стійкі результати вирішують проблеми навколишнього середовища, просуваючи більш екологічні продукти та чистішу операційну діяльність у галузях. Крім того, це є конкурентною перевагою.

Завдання для виробничих галузей досягти операційної досконалості з одночасним досягненням стійких результатів стає дедалі складнішим, особливо в країнах, що розвиваються.

Отже, внесок у досягнення сталого виробництва та зменшення відходів або дефектів із навколишнього середовища розглядається шляхом застосування методів економії.

Питання екологічності виробництва, розробки та впровадження інновацій знаходяться в галузі досліджень вітчизняних вчених, таких як: Н. Андрєєва, М. Багорка, О. Воронецька, Є Гаваза, Л. Горбач, Я. Ларіна, О. Прокопенко, К. Реннінгс, Н. Ребрина, О. Савчук, І. Скороход, Т. Цвік, О. Шкуратов, О. Шубравська, Н. Яворська. Проте глобалізаційні процеси екологічно спрямованих інновацій, орієнтації суспільства країн до вирішення екологічних проблем актуалізують дослідження проблемних аспектів і перспектив для впровадження екоінновацій на сільськогосподарських підприємствах.

Мета і завдання дослідження. Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні ключових понять, проблем, перспектив реалізації екологічних інновацій на сільськогосподарських підприємствах, з урахуванням маркетингових підходів, діагностика поточного економічного стану досліджуваного підприємства, його середовища, маркетингової діяльності та впровадження інновацій при виробництві органічної продукції ТОВ «Авангард».

Для реалізації даної мети були поставлені наступні завдання:

- провести теоретичний огляд екологічно спрямованих інновацій та методичних підходів до впровадження інноваційної діяльності в межах концепції сталого розвитку;
- дослідити впровадження інструментів і технологій органічного виробництва та проаналізувати сталий розвиток основних підходів до комбінованого використання інноваційних екотехнологій;
- виділити специфіку екоінновацій, їх типологію в аграрному секторі, екологічні принципи функціонування агропідприємств, та маркетингові компоненти та ефекти від їх впровадження без шкоди для прибутковості;

- провести аналіз виробничо-господарської та маркетингової діяльності аграрного підприємства, з оцінкою його економічного, екологічного та соціального стану;

- зробити пропозиції щодо прийняття обґрунтованих рішень, які стосуються впровадження інноваційних екологічно орієнтованих заходів для ТОВ «Авангард» та послідовність переходу до органічного виробництва продукції

Об’єктом дослідження виступають інноваційні процеси екологічного спрямування в аграрному виробництві та розробка маркетингових заходів, для їх впровадження в ТОВ «Авангард» Синельниківського району Дніпропетровської області.

Предметом дослідження є наукомісткі екологічні та економічні підходи на основі поєднання формальних і практичних знань із сучасними технологіями та практиками ведення органічного виробництва, наукові знання, що стосуються агроєкосистем, із специфічними ознаками в агросфері.

Методи дослідження. Методологічною базою дослідження були теоретичні положення щодо організації проведення дослідження, базові положення концепції сталого розвитку та інноваційних підходів до аграрного виробництва. Ряд емпіричних методів дослідження: аналіз, синтез, індукція, дедукція, вимірювання, порівняння, методи маркетингових досліджень середовища підприємства.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження – полягає у глибшому розумінні впровадження екологічних інновацій в ТОВ «Авангард», з урахуванням групи факторів: вплив політичних субсидій на впровадження фермерами екоінновацій, регіональні відмінності, що відображається на методах ведення органічного господарства та впровадження зелених технологій та маркетингових інноваційних прийомів.

Апробація результатів дипломної роботи. Результати, які представлені в кваліфікаційній роботі пройшли апробацію на XI

Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу» (25-26 жовтня 2023 р.) та у XII Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу» (24-25 жовтня 2024 р.), та були опубліковані у Віснику Одеського національного університету. Серія: «Економіка» (**фахова стаття**).

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, містить 21 таблиць, 15 рисунка. Список використаних джерел включає 60 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНИХ ІННОВАЦІЙ ТА МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ В ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Екологічні інновації в сільськогосподарському виробництві як ключовий фактор розвитку економіки

Міркування щодо впливу інновацій у цілісному підході щодо економічного зростання можна почати з неокласичної формули зростання, при якому це зростання визначається трьома основними факторами: накопиченням капіталу шляхом виражені заощадження (інвестиції), збільшення трудових ресурсів і технічний прогрес.

Процес формування інновацій набуває динамічного характеру, в якому відбуваються постійні зміни в технічному прогресі переривчастого характеру. Ця модель з урахуванням часткової заміни між факторів виробництва, приділяє особливу увагу накопиченню капіталу. Надмірне спрощення, погане пояснення відмінностей між країнами, а також екзогенний характер змінних і труднощі в поясненні відмінностей у капіталі, ролі знань або діяльності що впливають на формування факторів виробництва, включені у формулу, є основними недоліками неокласичного підходу до формули зростання. Згідно з дослідженнями, проведеними в високорозвинутих країнах технічний прогрес більш ніж на 50% відповідає за економічне зростання [8, с. 40].

Інноваційний процес – це методика перетворення наукових відкриттів у практичні інновації, які відповідають суспільним запитам. Цей процес включає у себе послідовний ряд етапів, який починається з наукових досліджень, переходить до технічного розроблення і завершується виробництвом готової продукції [37, с. 28].

Представлений на рис. 1.1. ланцюг дій забезпечує ефективне втілення новацій у реальне життя, від стадії ідеї до її практичної реалізації.

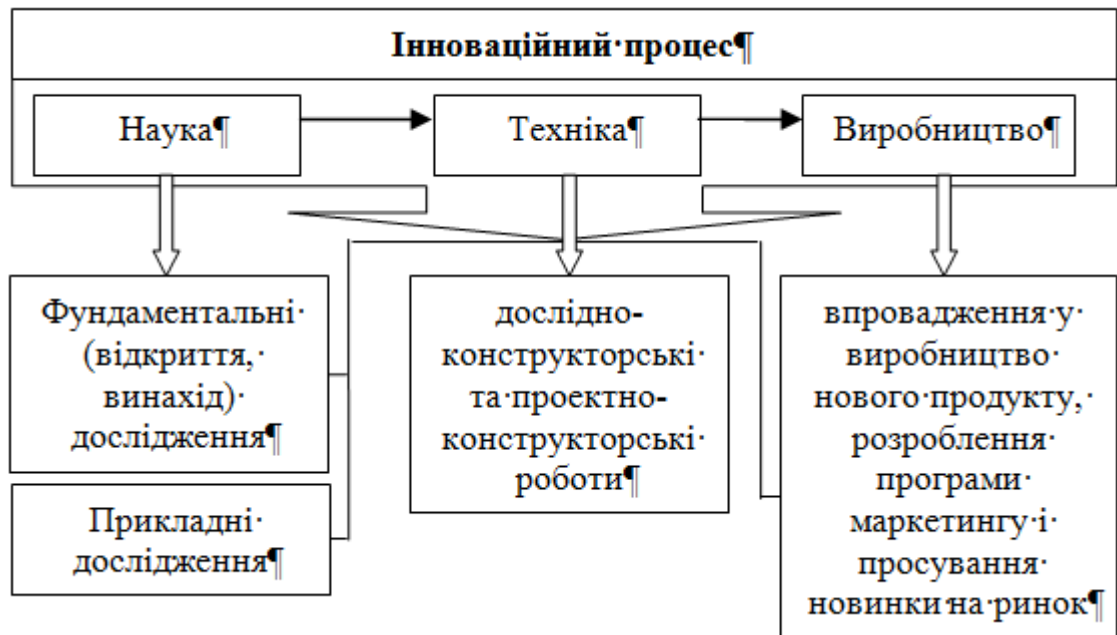


Рис. 1.1. Ланцюг інноваційних процесів

Підвищення конкурентоспроможності є ключовою ціллю для будь-якого підприємства, що прагне до ефективної і тривалої діяльності у ринкових умовах. Це вимагає від підприємства не тільки відрізнитись від конкурентів, а й володіти унікальними ресурсами, знижувати витрати, виробляти інноваційну продукцію з новими якостями та унікальними споживчими характеристиками [20, с. 130].

Використання передових технологій, маркетингових і організаційних новацій допомагає створювати та розвивати конкурентні переваги, що є критичними для успіху підприємства. Важливим аспектом конкуренції є не лише боротьба з існуючими гравцями на ринку, а й потенційна конкуренція з боку нових продуктів та виробників, що впроваджують інноваційні технології. Саме високий рівень технологічної оснащеності виробництва, який забезпечує створення продукції з конкурентоспроможними перевагами, є стратегічним ресурсом, котрий сприяє стабільності та динамічному розвитку економіки [12].

Типологізація маркетингових інновацій та процес управління інноваціями в маркетингу представлено на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Основні типи та прийоми управління маркетинговими інноваціями

Інноваційний маркетинг відкриває перед компанією можливості для зростання та розвитку, незважаючи на високу частку ризику. Управління цим ризиком є ключовим, оскільки маркетинг вимагає значних витрат. Ефективний розподіл бюджету та ретельний аналіз ризиків можуть мінімізувати потенційні збитки і забезпечити високу віддачу від інвестицій. Інноваційні проекти мають потенціал не тільки окупити вкладення, а й забезпечити компанії лідерські позиції на ринку за рахунок освоєння нових ніш. Водночас, невдача в інноваційних ініціативах може призвести до втрати частки ринку і клієнтської бази, що вимагає від компанії гнучкості та вміння швидко адаптуватися до змін [14, с. 99].

Інновації, у широкому сенсі застосування нових ідей до повсякденної практики, були завжди. Методи сільського господарства завжди реагували на зміну умов навколишнього середовища.

Агроєкологія «за визначенням є інноваційним, творчим процесом взаємодії між дрібними виробниками та їхнім природним середовищем». Однак термін «інновація» отримав вузьке визначення, що означає технологічні, комерційні інновації [23, с. 147].

Починаючи з 14-го століття, соціальні інновації сприяли цьому звуженню, особливо через різні привілеї та патентні закони, які винагороджують новизну [18, с. 40].

На початку 20-го століття під інноваціями розумілося комерційне впровадження технологічних винаходів. Це, у свою чергу, розглядалося як спричинення культурних чи соціальних змін, а не як залежність від таких змін.

Поширене визначення інновацій приховує та знецінює знання фермерів, які генерують більшість сільськогосподарських удосконалень, приписуючи ці вдосконалення деінде, наприклад, зовнішнім інноваторам, компаніям-постачальникам сільськогосподарської продукції чи власникам патентів. Все це має привілейовані лабораторні знання, які надають перевагу агробіотехнологія, зокрема, у програмах досліджень, за рахунок агроєкології. Як і в промислових процесах, низхідна «передача знань» від дослідників зводить фермерів до простих користувачів технологій. Крім того, передача націлена на окремих фермерів на ізольованих фермах [29, с. 140].

Перед агроєкологією стоїть завдання відновити «інновації» для виробництва знань і підтримки політики. Це включає в себе інновації в усьому агропродовольчому ланцюгу, зв'язуючи фермерів з іншими фермерами та з використанням природних ресурсів, а також споживачів, які підтримують агроєкологічні методи. Такі ініціативи спільно кидають виклик домінуючим моделям інновацій та сільського господарства.

Інновація – це впровадження нового або значного покращений продукт (продукт або послуга) або процес, новий маркетинговий метод або новий організаційний метод у діловій практиці, організація робочого місця або відносини з середовищем. Література багата широкими типологіями інновацій. Ми спробували згрупувати їх за видами сільськогосподарської діяльності (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Види інновацій в аграрних підприємствах

Типи	Дії	Можливий ефект нововведення
Економічні	Створення нових продажів або дистрибуції канали Удосконалення маркетингу Створення асортиментних груп Використання відновлювальних джерел енергії	Незалежність від посередників Зростання прямих продажів, підвищення цін на реалізовану продукцію Розширені можливості ведення переговорів, скорочення харчового ланцюгу Зменшення енерговитрат, енергонезалежність та охорона навколишнього середовища
Соціальні	Побудова нових зв'язків між виробниками і між виробниками і споживачів Підвищення обізнаності споживачів про товар харчові звички Фермер як виробник енергії Активна участь фермерів у житті регіону	Скорочення харчового ланцюга, збільшення продажів Збільшення продажів високоякісної сільськогосподарської та харчової продукції продуктів Енергонезалежність, можливість отримання додатковий дохід Створені групи або асоціації можуть мати вплив про те, що відбувається в середовищі фермерів
Організаційні	Впровадження нових способів господарювання виробництво або продаж Зміна організації праці	Більше можливостей для продажу продукції, збільшення доходів, зниження собівартості продукції Економія часу та коштів
Технологічні	Нові продукти, культури, агротехніка, зміна структури посіву Нова технологія використання біомаси, виробництво енергії на ферм	Підвищення ефективності виробництва, збільшення доходу Охорона навколишнього середовища, зниження енергетичних витрат

Агроекологія охоплює інші форми інновацій, поряд з технологічно-науковими:

Інновація ноу-хау: розробка нових підходів до управління та впровадження як нових, так і традиційних знань, пов'язаних із методами та практиками [34, с. 145].

Організаційні інновації: внесення змін до фактичних моделей управління та співпраці безпосередньо в агропродовольчому ланцюжку створення вартості, а також між фермерами, які мають спільні ландшафти.

Соціальні інновації: зміна поведінки груп у суспільстві, зберігаючи або зміцнюючи співпрацю в мережах фермерів, наприклад, розширення можливостей первинних виробників по відношенню до постачальників сировини та роздрібних торговців, а також зміна відносин між компаніями та широкою громадськістю [18, с. 40].

Процес сільськогосподарського виробництва можна представити як безперервну координацію широкого і гнучкого діапазону факторів виробництва, які впливають на економічне зростання. Якість факторів виробництва, пов'язаних з накопиченням знань, стає спрямованість наукових досліджень у сучасних умовах. Вже давно сільгоспвиробники намагалися виявити фактори, що обмежують зростання, і розробити нові методи землеробства, щоб їх перевершити відомі межі виробництва[25, с. 90].

Процес сільськогосподарського виробництва можна представити як безперервну координацію широкого і гнучкого діапазону факторів виробництва, які впливають на економічне зростання.

Якість факторів виробництва, формує спрямування наукових досліджень у сучасних умовах. Вже давно сільгоспвиробники намагалися виявити фактори, що обмежують зростання, і розробити нові методи землеробства, щоб їх перевершити відомі межі виробництва. Орієнтація лише на технологічні зміни в сільськогосподарському виробництві [48, с. 32].

Крім того, часто виявлялися негативні зовнішні ефекти екологічного чи соціального характеру. Після «зеленої революції» з'явилися проекологічні технологічні інновації, в галузі водного господарства, механізації, добрив і нових сортів рослин. Ці технології та використання зовнішніх вхідних

факторів зумовили пізніше покращення факторів і підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. На даний час триває процес через що роль цих факторів росту зменшилася в сільськогосподарських практиках запровадження все більш поширених критеріїв стійкості.

Варто зазначити, що якщо так можна проекологічно покращити виробничий процес або запровадити новий, більше екологічно чистий продукт на ринок, який принесе в майбутньому прибуток, тоді виробники будуть готові платити за таку екоінновацію. Економічні і наукові потужності на стороні пропозиції еко-інновацій, необхідні для визначення реальних дій для розвиток аграрного сектору залежить від інвестицій у фундаментальні та прикладні дослідження і розвитку. Якщо є відповідні стимули, ринок відреагує на попит для екологічних інновацій шляхом надання нових і вдосконалених процесів і продуктів. На основі припущення, що ринок, наданий сам собі, демонструватиме певну ненадійність, можна також припустити що люди можуть не бажати інвестувати в дослідження. Це спостереження збільшило важливість державних інвестицій у проекти досліджень і розробок у сільському господарстві, які започатковують приватні інвестиції (ефект мультиплікатора) [25, с. 88].

Одним із найважливіших видів екоінновацій є технологічні інновації, завдяки які можна виводити на ринок нові продукти, зміна агротехнології або можливість виробництва енергії на фермах. На рівні сільськогосподарського підприємства можна виділити типи технологічних інвестицій.

Перший вид – капітальні вкладення які сприяють ефективності (комп'ютерне обладнання, програмне забезпечення, системи, змінна швидкість технології, датчики, точна система GPS тощо).

Другий вид – інвестиції в послуги які надають корисну інформацію (наприклад, дистанційне зондування).

Третій тип – знання про сільського господарства та інвестиції в людський капітал, які передбачають створення високо практичних знань для конкретної ферми або сільськогосподарського середовища (оптимальний

посів, поживні речовини та боротьба зі шкідниками, годування тварин тощо). Ці інвестиції полягають у зборі даних, проаналізовано з метою створення рекомендацій для ферм. Ці інвестиції в знання створюються на місцевому рівні, а консультанти працюють із керівниками ферм [12, с. 52].

У разі впровадження екоінновації зовнішні ефекти набувають форми тріади зовнішніх переваг: соціальних, економічних та екологічних, створених завдяки впровадженню на ринок проекологічних інноваційних рішень.

На сьогодні, Європейський органічний сектор та його прихильники працювали разом, щоб просувати агроекологічні дослідження за допомогою концепції «екофункціональної інтенсифікації». Це пов'язує практичні інновації, знання фермерів і наукові дослідження.

У нашій продовольчій системі ми співпрацюємо з потужними коаліціями компаній і урядів, щоб вирішити низку проблем у глобальних ланцюгах постачання продуктів харчування, зокрема щодо змін попиту

Екофункціональна інтенсифікація означає більш ефективне використання природних ресурсів, вдосконалені методи переробки поживних речовин і агроекологічні методи для підвищення різноманітності та здоров'я ґрунтів, сільськогосподарських культур і худоби. Така інтенсифікація ґрунтується на знаннях зацікавлених сторін, використовуючи методи участі активізувати більше знань і досягти вищого ступеня організації кожної земельної одиниці. Він посилює сприятливий вплив функцій екосистеми, включаючи біорізноманіття, родючість ґрунту.

Таким чином, інтенсифікація може призвести до зниження витрат на вхідні ресурси та підвищення продуктивності за рахунок систем переробки ресурсів і біорізноманіття, а не просто за рахунок підвищення врожайності.

1.2. Дослідження екологічних заходів інноваційності та конкурентоспроможності підприємств в межах концепції сталого розвитку

Розширення звичайних сільськогосподарських виробничих технологій (монокультури, використання агрохімікатів) породжує інтенсивну екологічну кризу в усьому світі, що змушує науку та вчених протистояти безпрецедентним новим викликам, таким як необхідність оцінювати, в екологічних термінах, ефективність систем сільського виробництва (сільське господарство, тваринництво, лісове господарство та рибництво) у контексті стійкості [7, с. 26].

Протягом останніх кількох десятиліть самоуправління сільськими екосистемами було переоцінено, і зростає усвідомлення необхідності переорієнтації систем сільськогосподарського виробництва та розробки альтернативних моделей землекористування. Це передбачає не тільки розвиток нової соціальної та політичної свідомості, а й пропозицію нових концептуальних підходів, які дозволяють досягти нових цілей [14].

Екологічні проблеми в аграрному виробництві стають вагомими та небезпечними, тому що впливають, перш за все, на здоров'я споживачів агропродукції. Ключові екологічні проблеми галузі наступні:

- Ерозія ґрунтів: інтенсивне землеробство і вирубка лісів для розширення сільськогосподарських угідь сприяють втраті верхнього шару ґрунту, що зменшує його родючість і здатність утримувати воду.

- Втрата біорізноманіття: монокультурне землеробство та використання хімічних засобів захисту рослин призводять до зниження видового різноманіття у флорі та фауні, знищуючи природні екосистеми і порушуючи природний баланс.

- Викиди парникових газів: сільське господарство є значним джерелом метану та азотистих оксидів, які є потужними парниковими газами. Процеси,

такі як травлення у тваринництві та використання мінеральних добрив, сприяють цим викидам.

- Зміна клімату та її наслідки: зміна кліматичних умов впливає на сезонність вирощування культур, вимагає адаптації сільськогосподарських практик, а також збільшує ризик посух, повеней та інших природних катастроф, які можуть негативно вплинути на урожайність.

Тому наголошується на поширенні та консолідації агроекологічних принципів, а також на переоцінці практики місцевого та сільського господарства. Агроекологія постає як нова галузь наукового знання з різними теоретичними, епістемологічними, методологічними та практичними наслідками, які окреслюють трансдисциплінарний підхід до вирішення соціальних, політичних, екологічних та етичних питань для вирішення сільських проблем [22, с. 115].

Таким чином, агроекологія має намір не тільки максимізувати виробництво одного компонента, але й оптимізувати агроecosистему в економічних, соціальних та екологічних аспектах [58].

Як альтернатива, агроекологія включає підхід до сільського господарства, який більше пов'язаний з природним середовищем, більш чутливий з соціальної точки зору, зосереджений на сталому виробництві та інтегрує екологічні явища, які відбуваються на обробленому полі.

Зелена революція була, по суті, промисловою революцією біологічних систем, за допомогою якої відбувалось зведення складних екосистем до конвеєрів для однієї товарної культури з метою підвищення ефективності та виробництва продукції. У короткостроковій перспективі поля, які отримали великі дози нових сполук на основі викопного палива, які називаються нафтохімікатами, дали велику кількість одного врожаю. Завдяки великій техніці було легко обслуговувати великі ділянки землі. Однак довгострокові наслідки застосування великої кількості синтетичних пестицидів і добрив призвели до деградації найважливішої основи сільського господарства: ґрунту. Індустріалізована сільськогосподарська система, яка вкорінювалася,

дедалі більше зменшувала кількість, структуру та родючість ґрунту, а також ліквідувала значну частину складної ґрунтової харчової мережі. Оскільки сільське господарство охоплює приблизно половину вільних від льоду земель Землі, воно є одним із найбільших потенційних резервуарів рішень для перетворення цих сільськогосподарських угідь у системи, які зберігають здоров'я ґрунту та відновлюють його родючість.

Розвиток – це процес із цілями та завданнями та стратегіями їх досягнення. Розвиток є багатовимірним поняттям, яке включає економічні, політичні та соціальні елементи, а також елементи, пов'язані з використанням ресурсів і впливом на навколишнє середовище [32, с. 531].

Протягом 1960-х років розвиток вважався синонімом економічного зростання. Лауреат Нобелівської премії з економіки 1966 року Симон Кузнець визначив економічне зростання як постійне збільшення доходу на душу населення та тривалий довгостроковий процес структурних змін, що характеризується поступовим зростанням відносної участі неситовинних секторів у виробництві країни.

У 1972 році під час конференції Організації Об'єднаних Націй з питань навколишнього середовища людини, що відбулася в Стокгольмі, процес розвитку, який впроваджувався, отримав сильну критику, звинувативши його як головну причину погіршення навколишнього середовища [47, с. 53].

Бачення 1970-х років було нульовим зростанням, враховуючи хибну дихотомію, встановлену між розвитком і навколишнім середовищем, яка була відома як парадигма зростання.

Починаючи з 1980-х років, почали помічати фазу стагнації та регресу в добробуті людства у вигляді нижчого доходу на душу населення, зниження рівня життя, недосягнення очікувань щодо добробуту та відсутності економічного розвитку. ріст, що гальмував розвиток.

Згодом був винайдений новий термін, який почали використовувати різні автори: «екорозвиток», який походить від концепції екосистем. Це

включає в себе природні системи та їх соціокультурний контекст, а також визнає різноманітність і множинність рішень для проблем розвитку [18, с. 7].

У таблиці 1.2 представлено порівняння двох бачень того, яким має бути суспільство за різних технологічних підходів.

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика технологічних підходів

Екологічно небезпечних	Екологічно безпечних
Жорстке технологічне суспільство Екологічно нездорове; Велике споживання енергії; Високий рівень забруднення; Одноразове використання матеріалів і енергії; Працює протягом обмеженого часу; Масове виробництво; Висока спеціалізація; Елітарний політичний консенсус; Технічні обмеження, встановлені багатством; Вирівнювання природи; Глобальна торгівля; Деструктивна для місцева культура; Схильна до неправильного використання технологія; Дуже руйнівна для інших видів; Інновації, контрольовані приватними інтересами: прибутки та війни; Економіка, орієнтована на зростання; Інтенсивне використання капіталу; Централізоване; Відчуження та виключення всього населення; Загальна ефективність зростає із збільшенням розміру; Працює з методами, які є складними для загального населення розуміти; Часті та серйозні технологічні аварії; Єдині рішення технічних і соціальних проблем; Сільськогосподарський акцент на монокультурі; Кількість високо цінується; Робота, яка виконується в основному для отримання прибутку; Галузь, що спеціалізується на виробництві харчових продуктів; Наука і технології віддалені від культури; Невеликі одиниці, повністю залежні від інших зовнішніх одиниць; Наука та технології, які виконуються елітою спеціалістів; Наука та технології відокремлені від інших видів знань; Сильна різниця між роботою та відпочинком; Високий рівень безробіття; Технічні цілі дійсні лише для невеликої частини суспільства.	Суспільство м'яких технологій; Екологічно здорове; Низьке енергоспоживання; Низький рівень забруднення; Використання вторинної переробки та відновлюваних джерел енергії; Працює весь час; Кустарне промислове виробництво; Низька спеціалізація; Громадські одиниці; Акцент на сільській місцевості; Технічні обмеження, встановлені природою; Інтеграція з природою; Обмін / місцева торгівля; Сумісний з торгівлею з місцевою культурою; Захист від неправильного використання; Залежить від інших видів; Інновації, що регулюються колективними потребами; Стабільна економіка; Інтенсивне використання робочої сили; Децентралізована; Інтегрує все населення; Загальна ефективність зростає з малим розміром; Працює в модальностях, зрозумілих усім; технологічних аварій; Різні рішення для технічних та соціальні проблеми; Сільськогосподарський наголос на різноманітності; Критерії якості високо цінуються; Робота виконується головним чином для задоволення; Виробництво продуктів харчування для всіх; Наука та технології інтегровані з культурою; Самодостатні малі підрозділи; Наука та технології виконуються всіма; Наука та технології інтегровані з іншими формами знань; Незначна або відсутня різниця між роботою та відпочинком безробіття не існує технічні цілі дійсні для всіх членів суспільства.

В агроекологічному баченні світ постає зараз чимось уже наповненим і дуже крихким. Економіка чи населення – це не більше ніж підмножини ширших екосистем, і виробництво має мати на меті надання необхідних товарів і послуг (фізичних і нефізичних). Якість життя стає основою, на якій базується планування розвитку [49].

Бачення світу є частиною культури і змінюється з часом; це залежить від багатьох факторів, серед яких соціальні інституції, медіа та бізнес, що формує громадську думку.

Поняття «стійкість» було створено в сферах екології та біології, щоб визначити тенденцію екосистем до динамічного балансу, який підтримується мережами взаємозалежностей і взаємодоповнень, які керують екосистемами [36, с. 162].

Сьогодні стійкість постає як стратегія створення стійких агросистем, а розвиток стійких систем є неминучим викликом для агроекологів 21 століття, включаючи людські спільноти з їх культурами та ресурсами. Це передбачає не лише зміну законів і звичаїв, але й запровадження нового стилю бачення світу, ставлення до нього та тлумачення світу. Проблема, з якою ми стикаємося, полягає в тому, що створення більш стійкого майбутнього стикається з чимось, що дуже важко змінити: переважаючим способом мислення [29, с. 71].

Сталість як концепція виникла у звіті Брундтланда 1987 року разом із «сталім розвитком» і пропозицією продовжувати підтримувати цю модель економічного зростання, «регулюючи» параметри, щоб забезпечити безперервність у часі. Дійсно, це був невдалий початок. Ця пропозиція залишила недоторканими та без обговорень основні основи хижацької моделі виробництва, яка, як визнається, веде планету до катастрофи. Водночас він уникав дискусій щодо соціально-економічних аспектів і наслідків цієї економічної моделі, таких як зростаюче покоління бідних у глобальному масштабі та величезне розширення прірви між багатими та бідними.

Безсумнівно, загальне прийняття мети зробити економічний розвиток «сталим» є неоднозначним. З одного боку, це демонструє більшу турботу про здоров'я екосистем, які підтримують життя на Землі, вводячи цю турботу в сферу економічного управління. Тим часом відсутність ясності, з якою використовується цей термін, показує, що добрі наміри, які лежать за ним, залишаються порожніми жестами і не сприятимуть тому, щоб індустріальне суспільство поставлено на більш стійкі основи.

Розширене використання терміну «стійкий» в економіко-екологічній літературі схоже на інфляцію в соціальних науках модних термінів, чий неоднозначні визначення призводять до використання їх більше як фігур мови, ніж як корисних понять для розуміння та вирішення проблем у реальному житті [32, с. 527].

Концепція сталого розвитку виражає те, що є інтимним і неминучим, а також взаємну взаємозалежність між природними системами та розвитком. Сталий розвиток відноситься до постійного процесу змін, де експлуатація природних ресурсів і напрямок інвестицій і науково-технічний прогрес разом з інституційними змінами роблять можливим зробити задоволення теперішніх і майбутніх соціальних потреб сумісним [57].

На Всесвітньому саміті 1992 року теолог Леонардо Бофф запропонував, що нам потрібен не сталий розвиток, а скоріше стійкі суспільства. З того часу різні сектори суспільства почали використовувати термін «стійкість».

Сталий розвиток стає ключовою концепцією в рамках циркулярної економіки, пропонуючи стратегію, що сприяє балансу між економічними, екологічними та соціальними аспектами діяльності. Цей підхід передбачає використання ресурсів таким чином, щоб задовольняти потреби сучасності, не ставлячи під загрозу можливості майбутніх поколінь. Він відповідає цілям сталого розвитку ООН, акцентуючи на зменшенні відходів, максимізації рециркуляції ресурсів і збереженні природного середовища для підтримки як економічного росту, так і екологічного добробуту [9, с. 124].

Сталий розвиток базується на таких етичних принципах, як повага до природи та гармонія з нею; політичні цінності, такі як демократія участі та соціальна рівність; і моральні норми, такі як екологічна раціональність. Сталий розвиток є егалітарним, децентралізованим і самокерованим; здатні задовольнити основні потреби населення, поважаючи культурне розмаїття та покращуючи якість життя [5, с. 46].

Концепція сталого розвитку використовується в різних підходах, таких як: екологічний підхід до сталого розвитку; екологічний підхід; економічний підхід; і більше галузевих підходів, таких як сільськогосподарський і сталий розвиток, які використовують термін сталість як необхідність мінімізації деградації сільськогосподарських земель, таким чином максимізуючи виробництво. Це передбачає розгляд ряду видів сільськогосподарської діяльності, таких як управління ґрунтами та водними ресурсами, управління сільськогосподарськими культурами та збереження біорізноманіття, у їх взаємній взаємодії; враховуючи, в той же час, мету забезпечення продовольством і сировиною. Стійкість системи сільськогосподарського виробництва означає здатність підтримувати свою продуктивність, незважаючи на більші економічні, природні, зовнішні чи внутрішні зміни, або за умов менших, але постійних і кумулятивних змін. У цьому визначенні стійкість є функцією природних характеристик системи та тиску та втручань, яким вона піддається, а також соціальних, економічних і технічних втручань, які здійснюються для компенсації негативного тиску, таким чином підкреслюючи стійкість системи [54].

Стратегія сталого розвитку включає: вибіркові заходи захисту для стратегічних секторів економіки в поєднанні з раціональним процесом лібералізації торгівлі; технічна допомога з боку уряду, інфраструктурна підтримка національного виробництва та просування ринків; заохочення місцевих і регіональних ринків – усе в рамках системи, заснованої на прозорих і демократичних багатосторонніх правилах [16, с. 26].

Таблиця 1.3 демонструє порівняльну характеристику двох типів розвитку.

Таблиця 1.3

Характеристика сталого та інтенсивного розвитку

Сталий	Інтенсивний
Підтримання та підвищення рівня доходу шляхом розвитку самоконтрольованих ресурсів	Підтримання та підвищення рівня прибутку, ринкова мобілізація ресурсів
Чесне, гнучке та багаторазове використання ресурсів	Жорстке та несправедливе використання та розподіл ресурсів
Пропорційний розвиток, заснований на наявних місцевих ресурсах	дедалі більш непропорційні масштаби через залежність від зовнішніх ресурсів
Допустимий рівень надлишку на одиницю кінцевої продукції	Низькі надлишки на одиницю кінцевого продукту
Високий ступінь різноманітності	Високий ступінь спеціалізації
Вирішальний місцевий інноваційний потенціал	Залежить від нових зовнішніх технологій
Повільні зміни: вчитися і робити	Централізована та зовнішня проектна модель
Актуальність сімейної праці та громадських мереж Має вплив на ціни за межами ферми та активна у створенні ринків	Формальні технологічні рішення та інституції: наймана праця. Ціни та ринок за межами ферми «організовані» та пасивно сприймаються фермерами
Низький рівень зовнішніх витрат, низькі фінансові витрати	Ручна праця замінюється зовнішніми ресурсами та технологіями
Стійкість, раціональність	Нежиттєздатність, нераціональність
Сільське господарство пов'язане з місцевою сферою	Сільське господарство пов'язане із зовнішнім ринком
Потрібна лише невелика база ресурсів для отримання прийнятного доходу	Потреба у великій ресурсній базі для отримання прийнятного прибутку

Регіональне агровиробництво завжди було неоднорідним із соціальної, технологічної та виробничої точок зору. За останні кілька десятиліть ця диференціація між продуктивними системами стала більш помітною. На одному полюсі спектру ми знаходимо традиційні системи ведення сільського господарства зі стійкими методами, які базуються на консолідованій культурі, як правило, засновані на багаторазовому використанні екосистем і мінімальному використанні зовнішніх ресурсів [23, с. 150].

Серед необхідних основ для досягнення стійкого сільського господарства є:

- Біологічні та соціальні системи мають сільськогосподарський потенціал.

- Традиційні фермери використали цей потенціал шляхом проб, помилок, відбору та вивчення культури.

- Потенціал аграрних і соціальних систем можна зрозуміти, вивчивши, як традиційні сільськогосподарські культури використали цей потенціал.

- Поєднання соціальних та екологічних знань разом із знаннями, розробленими сільськогосподарськими науками, може покращити як традиційні, так і сучасні агросистеми.

- Розвиток сільського господарства, який розглядається відповідно до агроекологічного підходу, наголошує на збереженні культурних варіантів і сільськогосподарських стратегій на майбутнє, і, як наслідок, матиме менш шкідливий вплив, ніж підходи традиційної сільськогосподарської науки.

Екоземлеробство як альтернатива діє, якщо воно сприяє:

- створення збалансованого середовища,
- забезпечення стабільної врожайності,
- збереження родючості ґрунту,
- посилення природного контролю шкідників шляхом посилення природних систем контролю,
- виробництво ресурсів, які виникають у результаті поєднання сільськогосподарських культур, дерев і тварин у різних просторово-часових комбінаціях, використовуючи їх взаємодоповнюваність і синергію.

Сталий розвиток, як глобальний проект, призначений для країн, що розвиваються, має за мету знищення бідності, задоволення основних потреб і підвищення життєвого рівня населення. Водночас важливо розуміти, що досягнення цих цілей вимагає розробки специфічних розвиткових парадигм, які відповідають унікальним потребам кожної країни та регіону, і навіть окремих соціальних груп [26, с. 110]. Представлено екологічні принципи сталого розвитку (табл. 1.4), які базуються на розміщенні спільнот, їх типологічній належності до території.

Таблиця 1.4

Характеристика принципів сталого розвитку

Сталий	Інтенсивний
Різноманітність	біологічне, генетичне, ландшафтне, продуктивне. Це підтверджує рису, притаманну традиційному присвоєнню агроєкосистеми
Самозабезпеченість:	продовольча, енергетична, технологічна, економічна. Це передбачає мінімальну залежність сільської громади від зовнішнього впливу. Його не слід плутати з автаркією (що передбачає повну ізоляцію).
Інтеграція	виробничих практик, одиниць ландшафту, природних циклів. Присутній у традиційній екологічній та економічній раціональності; цей принцип розвивається переважаючою сучасною практикою та залежністю громад
Справедливість	продуктивна, ресурсна, участь, прийняття рішень і т.д. Перед лицем зовнішніх механізмів, які сприяють соціальній та економічній диференціації спільнот (що призводить до різних форм деспотизму). Справедливість є обов'язковим припущенням будь-якої комунітарної демократії
Раціональність	застосування багаторазового використання агроєкосистеми дозволяє та сприяє біологічному, екологічному, генетичному різноманіттю, а також балансу потоків матеріалу та енергії в агроєкосистемі. Це досягається шляхом справедливого розподілу територій, призначених для сільського господарства, тваринництва та лісового господарства на території громади, на відміну від монокультури чи спеціалізованого виробництва
Просторовий баланс	спрямований на досягнення та забезпечення стабільності ландшафту шляхом збалансованого управління різними еколого-географічними одиницями, які складають територію громади, та інтеграції їх у продуктивні процеси
Продуктивний баланс	традиційна мудрість завжди прагнула досягти балансу в завжди важкому зіткненні між цінністю використання та цінністю зміни; тобто між продуктивною раціональністю, спрямованою виключно на існування виробників, і такою, яка одержима вивозом усього виробленого на ринок. Він намагається прийняти та підтримувати стратегію, згідно з якою цінність змін (виробництво для ринку) завжди знаходиться під контролем інтересів громади та сімейних потреб
Баланс спільноти	прагне збалансувати інтереси цілого та інтереси його частин; тобто між колективними або громадськими правами та інтересами та інтересами сімей та окремих осіб, які складають спільноту.
Сімейний баланс	оскільки сім'ї є продуктивними та соціальними осередками всієї спільноти, надзвичайно важливо забезпечити певну стабільність між ними. Цей принцип прагне до гармонії між окремими особами, статями та поколіннями, які складають ядро сім'ї, щоб гарантувати задоволення їхніх основних потреб через адекватні норми здоров'я, харчування, гігієни, освіти, відтворення, інформації та відпочинку.

Розуміння і прийняття парадигми сталого розвитку, зобов'язує до формування та впровадження ідей, спрямованих на створення стійких механізмів в умовах глобалізації, заснованих на принципах соціальної справедливості, культурної різноманітності та екологічної стійкості [5, с. 40]. Це передбачає прийняття нових підходів до вартості природи, розробку стратегій відновлення продуктивних процесів, а також створення нових значень для соціальної мобілізації і реорганізації.

У цьому відношенні пропонуються чотири виміри, необхідні для досягнення стійкості (рис. 1.3):



Рис. 1.3. Основні виміри стійкого розвитку

Лише екологічно стійкий розвиток і суспільне виробництво можуть досягти політичних і соціальних цілей держави в інтегральний і універсальний спосіб. Це призводить до викликів, які необхідно вирішити будь-якою політикою, спрямованою на захист нової ролі держави:

Економіко-виробничі цикли мають бути круговими та інтегрованими з екологічними циклами, починаючи з обмеженості ресурсів. Необхідно вибірково гальмувати ріст і стабілізувати розвиток [33, с. 10].

Зусилля у сфері виробництва та розробки повинні базуватися на технології, орієнтованій на енергоефективність та скорочення викидів, тому що якість продуктивної системи визначається не кількістю спожитої енергії та матеріалів, а скоріше ефективною переробкою.

Нерівний і несправедливий розвиток існує в соціальній та екологічній сферах, що посилює екологічні наслідки.

Відновлювана енергетика є технологічним варіантом подолання меркантильної політики розвитку, пов'язаної з невідновлюваними екзосоматичними джерелами [31, с. 67].

Існує потреба в порятунку та реконструкції соціальних відносин, які дозволять отримати задоволення і не призведуть до деградації навколишнього середовища чи соціальної експлуатації. Традиційні цінності та культурні елементи необхідні, оскільки вони зміцнюють почуття солідарності та духовної насолоди [39, с. 280].

З великим зростанням глобальних екологічних проблем зростає інтерес до екологічних інновацій, які можна впроваджувати на підприємствах. Такі інновації можуть забезпечити не тільки соціальні та екологічні відповідальність у діловому житті, а й надати підприємствам конкурентні переваги. Споживча культура і принципи сталого розвитку формують нові підходи до функціонування аграрного виробництва економіку, адаптувати технології та їх технічне забезпечення, виробляти топ-менеджментом усвідомлене стратегічне бачення сталого розвитку.

З часом екоінновації стають бізнес-підходами, які забезпечують сталий розвиток, підвищують ефективність і конкурентоспроможність підприємства [12]. У цьому контексті основними факторами, які спонукають агробізнес до впровадження екологічних інновацій, є:

- можливість знизити витрати на виробництво сільськогосподарської продукції;
- зменшити ризики забруднення території;
- підвищення продуктивності та якості продукції;
- максимізація ефективності, тобто досягнення екологічних цілей за мінімальних витрат;
- знизити собівартість сільськогосподарської продукції;
- раціонально використовувати всі природні ресурси;
- задовольнити попит на екологічно чисту продукцію.

У цьому широкому розумінні «агроекологічні інновації» просуваються Європейським альянсом фермерів та організацій громадянського суспільства. За останнє десятиліття в Європі з'явилося більше ініціатив, спрямованих на зближення виробників продуктів харчування та споживачів. разом. Вони порізно відомі як альтернативні агропродовольчі мережі, короткі ланцюги поставок харчових продуктів [56].

Багато фермерів дотримуються режимів, спрямованих на збереження екологічної якості ландшафтів, підтримання агробіорізноманіття шляхом збереження місцевих традицій і сортів. Незважаючи на те, що більшість таких ініціатив почалися з продажу органічних продуктів, вони також розширили можливості для виробників отримати кращу винагороду та політичну підтримку агроекологічних методів у цілому. Переробка харчових продуктів на фермі спрямована на збереження харчової якості, мінімізацію витрат енергії та зміцнення зв'язків зі споживачами. Таким чином, місцеві харчові системи залежать від інновацій у зв'язку агроекологічних методів із усім харчовим ланцюгом. Фермери, підприємці та інші демонструють здатність до інновацій, пошуку нових форм, які можуть сприяти стійким спільнотам, реконструювати місцеву ідентичність і зміцнювати місцеву економіку, спираючись на місцеві традиції.

1.3. Процес розробки і впровадження екологічно спрямованих інновацій та маркетингових інноваційних підходів в діяльність аграрних підприємств

Розробка та впровадження екоінновацій часто ускладнюється через різноманітні перепони, серед яких можна виділити:

- Економічні бар'єри: висока вартість переходу на екологічні технології, ринкові ціни не відображають реальні витрати виробництва.
- Відсутність адекватної правової основи для регулювання екоінновацій.
- Обмежений попит на екопродукцію з боку держави та кінцевих споживачів.
- Великі фінансові затрати на екологічні дослідження та розробки.
- Недорозвиненість методів для оцінки витрат і вигод від екоінновацій.
- Жорсткість капіталовкладень через низьку окупність.
- Інерція інвестицій в стабільних компаніях, що довго працюють на ринку.
- Технології, що не відповідають сучасним економічним і технічним вимогам.
- Відсутність спеціалізованих маркетингових агентів для просування органічної продукції.
- Невизначеність майбутнього екологічного законодавства.
- Відсутність досвіду в ресурсозбереженні і екологічному менеджменті у керівництва.
- Спротив змінам у виробничих та управлінських процесах.
- Дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері екоінновацій.
- Невелика мотивація до інвестицій у професійний розвиток персоналу.
- Суворі вимоги до контролю за реалізацією екоінновацій.

Основні принципи ощадливого ековиробництва, що визначають їх роль у переході до сучасного сталого розвитку аграрних підприємств, ми представили на рисунку 1.4:



Рис. 1.4. Основні принципи ощадливого виробництва

При створенні ощадливого виробництва шляхом удосконалення існуючих і розробки нових технологічних процесів, слід реалізувати такі методи:

- виконання виробничих процесів з мінімально можливою кількістю технологічних ступені (апарати), оскільки на кожній з них утворюються втрати;
- збільшення одиничної потужності агрегатів, використання безперервних процесів; інтенсифікація виробничі процеси, їх оптимізація та автоматизація;
- процеси створення, які поєднують енергію з технологією. Енергетичні технологічні процесів дають змогу повніше використовувати енергію хімічних перетворень, енергетичних ресурсів, сировини і матеріалів, підвищення загальної продуктивності праці [30, с. 48].

Крім того, систематичне впровадження технологій та інструментів ощадливого виробництва пов'язує інвестиційна складова (інвестиційне вкладення) з результируючим ефектом (у частині збільшення швидкості виконання процесу в межах виробничого циклу). Є три компоненти інвестиції при впровадженні інструментів ощадливого виробництва:

1. Виробнича інвестиційна складова (модернізація та придбання нового обладнання).

2. Інвестиційна складова персоналу (програми навчання співробітників, залучення консалтингу з необхідними компетенціями, кадровою політикою для залучення нових співробітників).

3. Оптимізація інвестиційної складової (програма скорочення витрат, оптимізація виробничі процеси і технологічні цикли) [8, с. 40].

Вирішення поточних проблем виокремлення та оцінки інноваційності та конкурентоспроможності аграрної галузі та окремих її сегментів вимагає побудови специфічного комплексу заходів. Складність, та неоднозначність у визначенні питання під розгляд вимагає застосування комплексу багатокомпонентних заходів. Один із заходів еко-інновацій, що застосовуються в Європейському Союзі, є індексом еко-інновацій, спрямованим на охоплення мультидисциплінарні аспекти виробництва різноманітні аспекти екоінновацій за допомогою використання індикаторів.

В даний час сфери застосування ощадливого виробництва охоплюють широкий спектр виробничі, фінансові, підприємницькі та державні компанії. Як правильно зауважив за Приймак В.В. у своїй статті [29, с. 52] впровадження ощадливого виробництва зазвичай починається (є реалізовані) на підприємствах, які зіткнулися з серйозними проблемами. Такі проблеми можуть включати: різке зниження рентабельності, збільшення відсотка бракованої продукції, недостатній асортиментний ряд, наявність скарг і претензій від покупців.

Щоб зберегти об'єктивність у проведеному дослідженні, необхідно визнати, що впровадження ощадливого виробництва, крім очевидних

переваг, пов'язаних з підвищення ефективності та прибутковості інвестицій також має кілька недоліків. первинні відображені в табл. 1.5, поданій нижче.

Таблиця 1.5

Основні переваги і недоліки ощадливого виробництва

Переваги	Недоліки
Мінімізація втрат. 1. Екологічна складова. Зменшення відходів та викидів. 2. Оптимізація витрат робочого часу. 3. Мінімізація складських площ. 4. Мінімізація дефектів і браку виявлення на кожному етапі виробництва. 5. Посилення споживчих властивостей кінцевий продукт. 6. Мінімізація фінансових витрат на організація виробничого процесу. 7. Можливість реалізації розробки стратегія, заснована на сучасному виробництві організаційні підходи та використання останніх досягнень сучасного технології. 8. Прагнення до вдосконалення. Всі працівники постійно шукати способи покращити їх власних досягнень і переверш конкурентів. 9. Здійснення проникнення на ринок стратегія, заснована на якості продукції вдосконалення (досягнення необхідного рівня задоволеності клієнтів).	1. Ризики зриву постачання. Первинний фактор пов'язаний з мінімізацією складу простір. 2. Високі рівні необхідного інвестиції, пов'язані з впровадження нових технологій і сучасного обладнання. 3. Виробничі конфліктні ризики в справі працівники не приймають концепції та інструменти виробництва. 4. Ризики скорочення клієнтів рівні задоволеності у випадках збої в постачанні та логістиці зриви. 5. Проблеми, пов'язані з формалізація і стандартизація виробництва процеси. 6. Пов'язані з менеджментом ризики зі складністю впровадження ощадливого виробництва інструменти.

Запропонована класифікація дозволяє виявити шість основних принципів побудови концепція «шість сигм» [12].

1. Клієнтоорієнтованість (формування справжньої зацікавленості в задоволенні потреб клієнта).

2. Побудова алгоритмів прийняття рішень на основі методів статистичного аналізу.

3. Побудова корпоративної культури.

4. Застосування процесно-орієнтованих методів управління (управління, орієнтоване на процеси та їх оптимізація. Аналіз процесу здійснюється в рамках створених робочих груп).

5. Налагодження процесів управління з урахуванням змін зовнішнього середовища (виникнення нових вимог до товару, створення нових споживчих властивостей).

6. Здійснення превентивного менеджменту (виявлення проблемних зон і вузькі місця у виробничих і бізнес-процесах).

Одним із найбільш значущих ризиків для агропідприємств є втрата клієнтів. Специфічний характер застосування ощадливого виробництва полягає в тому, що всі втрати, які явно визначені за допомогою ощадливого виробництва засоби виробництва для виробничих і бізнес-процесів, вважаються «внутрішніми» втратами. Проте на основі аналізу практичного використання концепцій ощадливого виробництва це можна довести що ймовірність втрати клієнта значною мірою корелює з мінімізацією внутрішніх втрат. Впровадження ощадливого виробництва передбачає доставку продукції швидко, без додаткових втрат і з мінімальними витратами, але з ціною надбавкою за якість[38, с. 115].

Основна мета екологічних інновацій аграрного сектору зводиться до збереження природних ресурсів, мінімізації негативного впливу сільськогосподарської діяльності на довкілля та забезпечення стійкості виробництва продовольства. Для досягнення цих важливих цілей потрібна координація дій між урядом, агробізнесом, науковими кругами, неприбутковими організаціями та споживачами, що сприятиме збереженню екологічного балансу та ресурсів для наступних поколінь [48, с. 32].

В цьому контексті, інноваційний маркетинг відіграє ключову роль у стратегічному плануванні підприємства. Цей напрямок може реалізовуватися через різні підходи, одним із яких є розробка продуктів чи послуг, що відображають потреби клієнтів. Цей процес включає уважне вивчення споживача для ідентифікації потенційних вдосконалень, які могли б збагатити його досвід або забезпечити задоволення. Інновації полягають у прогнозуванні та задоволенні невисловлених бажань споживачів, що можуть не усвідомлювати своїх потреб до того, як з'явиться новий продукт.

Основними елементами інноваційного маркетингу є не тільки створення нових продуктів, але і модифікація технологій для поліпшення існуючих товарів, щоб створити суттєво нові рішення. Такий підхід також включає пошук нових ринків, ніш та сегментів для розширення діяльності.

Завдання інноваційного маркетингу варіюються на різних стадіях інноваційного процесу, який представлено на рисунку:

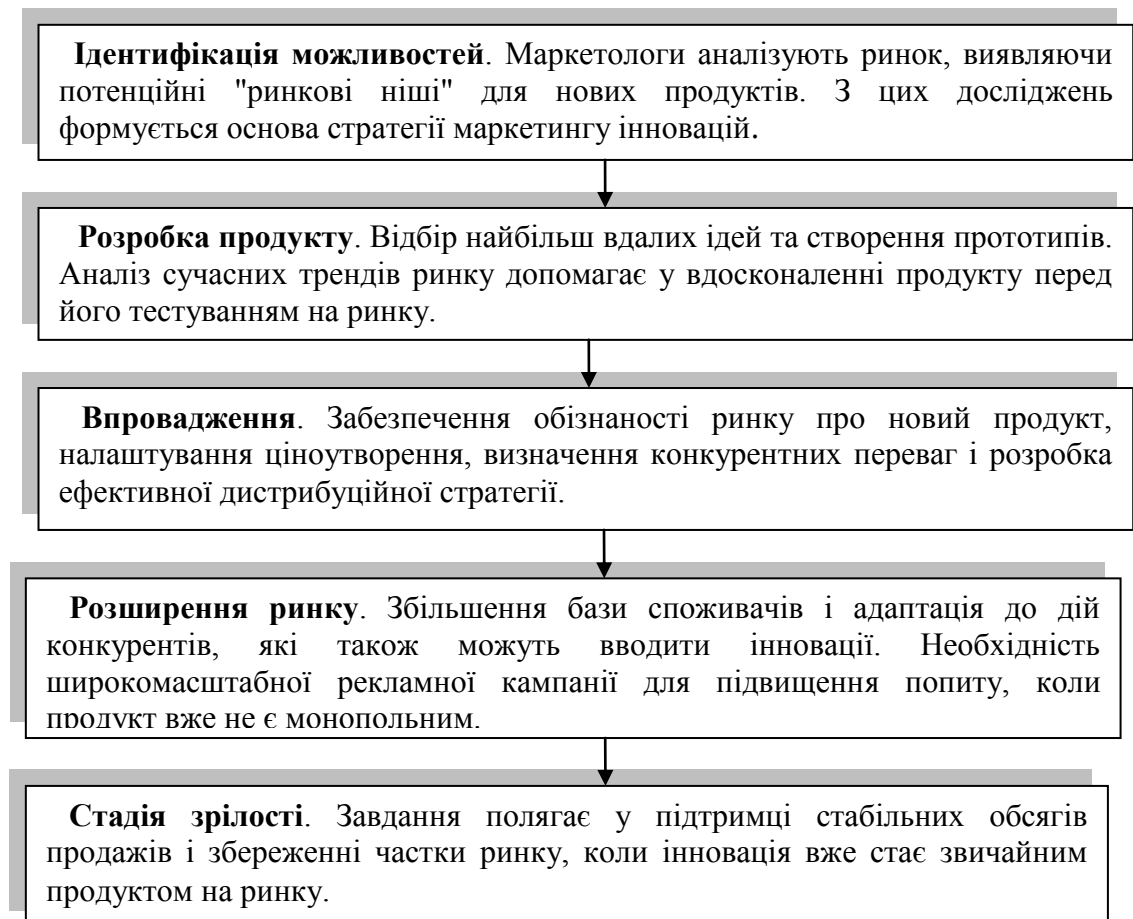


Рис. 1.5. Основні стадії інноваційного процесу

У сучасних умовах розвитку, маркетинг зосереджує значну увагу на стратегічному аналізі, що є ключовим для впровадження інноваційних процесів у компанії. Протягом усіх стадій розробки, впровадження, та реалізації інноваційного маркетингу активно приймають участь різні функціональні підрозділи підприємства. Взаємодія цих підрозділів з маркетинговою службою критично важлива для успішного виконання інноваційної стратегії компанії [38, с. 115].

Таблиця 1.6

Порівняльна характеристика маркетингу екологічних інноваційних та традиційних продуктів

Основні критерії	Товари інноваційного маркетингу	Товари традиційного маркетингу
Продукція	Нові якісні характеристики продукції та послуг	Незмінний асортиментний склад сільськогосподарських культур
Розвиток ринку	Екологічно орієнтований	Екстрапольований
Споживачі	Із вимогами та пріоритетами щодо якості продукції	Невибагливі покупці
Система збуту	З розвинутою екологічно орієнтованою інфраструктурою	Традиційна
Просування	Клієнтоорієнтовне	Заохочуване
Стратегії	Маркетингові стратегії екологічних інновацій	Маркетингові стратегії складових комплексу маркетингу
Пріоритети маркетингу	Екологічне спрямування, довгострокова перспектива, імідж та репутація аграрного підприємства	Орієнтація на прибуток, задоволення потреб

Витрат на маркетинг неконкурентоспроможних продуктів, необхідно своєчасно припинити їх присутність на ринку і замінити на щось більш вдосконалене. На цьому етапі важливо також розпочати пошук ідей для нових інноваційних проєктів для оновлення інноваційного циклу [7, с. 24].

Керування інноваційним маркетингом організовано у чотири основні сегменти:

1. Аналіз і прогнозування інноваційних можливостей ринку. Це включає уточнення аналітичних цілей, проведення маркетингових досліджень та вивчення актуальних науково-технічних новинок.

2. Визначення цільового ринку. Ключові кроки тут – сегментація ринку, аналіз привабливості сегментів та встановлення позиціонування продукту в сприйнятті споживача.

3. Розробка маркетингового комплексу. Це охоплює аналіз етапів інноваційного процесу, проектування продукту, вибір стратегії виходу на ринок і формування цінової політики, а також розвиток комунікацій.

4. Реалізація маркетингових ініціатив. Останній етап включає складання маркетингового плану, формування бюджету та моніторинг його виконання.

Інноваційний маркетинг зосереджується на вивченні впливу технологічного розвитку та потреб споживачів на ринок. Цей підхід включає розробку ефективної моделі комунікації, яка забезпечує взаємодію підприємства з зовнішнім середовищем [12, с. 7].

На всіх етапах від розробки до післяпродажного обслуговування нових продуктів використовуються спеціалізовані маркетингові інструменти. Основна ціль інноваційного маркетингу — розробка ефективної стратегії для впровадження інновацій на ринок, що включає стратегічний аналіз ринкових умов, сегментацію ринку, створення попиту та моделювання поведінки споживачів. Маркетингове дослідження ринкових потреб, аналіз його ємності та платоспроможності в умовах посиленої конкуренції є критичним для процесів розробки та запровадження нових товарів на українських промислових підприємствах [18, с. 164].

У сучасному динамічному розвитку особлива увага в маркетингу приділяється аналізу стратегії, яка підтримує інноваційні процеси на підприємстві. Протягом усіх етапів – від розробки до реалізації інновацій – активно залучені всі ключові відділи компанії. Для забезпечення ефективності інноваційної стратегії критично важлива координація дій цих підрозділів з маркетинговою службою підприємства.

Таким чином, інноваційний маркетинг виявляється як окремий вид діяльності, націлений на оптимізацію і контроль інноваційної та збутової діяльності, з інноваційним потенціалом як ключовим компонентом для успішного впровадження нових проектів.

Висновки до першого розділу:

В межах розділу проведено дослідження інноваційного процесу та прийомів управління ним, розглянуто види інновацій та інноваційних заходів, а також етапи впровадження маркетингових інноваційних підходів в концепції сталого розвитку, що дало можливість сформулювати висновки:

1. Теоретичні обґрунтування дозволили показати взаємозв'язок маркетингових екологічних інновацій та їх вплив на економічне зростання. Такий підхід дозволяє включення якісних змін і зовнішніх ефектів екоінновацій і процесу їх створення через аграрну політику та інфраструктурні інвестиції, що збільшують доступність та ефективність використання ресурсів. Використання екоінновацій у сільському господарстві, навпаки до інновацій, які збільшують використання природних ресурсів, дозволяє підтримувати шлях до економічного зростання відповідно до парадигми сталого розвитку.

2. Сталий розвиток базується на етичних принципах, таких як повага до природи та гармонія з нею, політичних цінностях, таких як демократія участі та соціальна рівність, і моральних нормах, таких як екологічна раціональність. Сталий розвиток є егалітарним, нейтральним та самокерованим, здатним задовольнити основні потреби людей, поважаючи культурне різноманіття та покращуючи якість життя.

Концепції сільського господарства та сталого розвитку стосуються необхідності мінімізації деградації родючих земель, одночасно працюючи над збільшенням виробництва. Вони включають сільськогосподарську діяльність, таку як управління ґрунтами та водними ресурсами, управління сільськогосподарськими культурами та збереження біорізноманіття, беручи до уваги забезпечення продуктами харчування та сировиною. Стійкість систем сільськогосподарського виробництва означає здатність системи підтримувати свою продуктивність, незважаючи на економічні та природні, зовнішні чи внутрішні обмеження. Стійкість є функцією природних особливостей системи та тиску та втручань, яких вона зазнає, а також

соціальних, економічних і технічних втручань, які здійснюються для боротьби з негативним тиском, підкреслюючи стійкість системи.

3. Констатовано, що екологічні інновації дозволяють аграрним підприємствам скорочувати витрати, впроваджувати сучасні технології для зниження рівня забруднення, раціональне використання ресурсів, забезпечення виробництва екологічно чистої та органічної продукції. Ефективність виробництва створює можливість для розробки нового продукту та нових організаційних практик, можуть збільшити здатність підприємства здобувати та створювати нові знання, розвивати подальші інновації. Впровадження інновацій у сільському виробництві також необхідне для задоволення потреб, пов'язаних з безпекою харчових продуктів, а також допомагає задовольнити виклики сталого розвитку. Відсутність інновацій рішення можуть призвести до поглибленої деградації навколишнього середовища разом із збільшенням сільськогосподарського виробництва в результаті збільшення глобального попиту. Усе це підтверджують і результати вітчизняних і зарубіжних досліджень необхідності впровадження екоінновацій в аграрному секторі.

4. При розробці концепції інноваційного маркетингу на підприємстві важливо врахувати наступні групи факторів:

- ринкові тенденції, зокрема розвиток попиту та зміни в маркетинговому середовищі (ринкові запити, споживацькі вподобання, логістика, законодавча база тощо);
- ситуацію на ринку та особливості конкурентної боротьби, включаючи ключових конкурентів та їхні стратегії;
- управлінські ресурси та потенціал підприємства, його конкурентні переваги.

Дана концепція базується на принципах сегментації ринку, диференціації продуктів та їх позиціонування, спрямована на виявлення та використання конкурентних переваг для формування ефективного маркетингового комплексу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА, ОЦІНКА ЙОГО ЕКОНОМІЧНОГО, ЕКОЛОГІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО СТАНУ

2.1. Аналіз показників економічної діяльності досліджуваного підприємства

Ситуація, в якій зараз перебуває країна: нищівна війна, що спричиняє величезні людські страждання та матеріальні втрати, включаючи серйозні наслідки для сільськогосподарського сектору, які є продовжує загострюватися.

Особливо сильно постраждав сільськогосподарський сектор в результаті військової агресії росії. Світовий банк оцінює збитки та збитки при цьому 80 мільярдів доларів США. Це в основному внаслідок руйнування сільськогосподарської техніки, зберігання об'єктів і посівів, а також альтернативні витрати, пов'язані з падінням виробництва. Ці альтернативні витрати виникли внаслідок окупації та знищення сільськогосподарських угідь, нижчої врожайності, вищих цін на вхідні ресурси та матеріально-технічного витрати (складнощі зі зберіганням і доступом до чорноморських портів) і брак робочої сили. Вважається, що комбінація цих факторів призвела до 7% комерційних ферм припинення діяльності в перший рік війни. Для відновлення аграрного сектору необхідно приблизно 56 мільярдів доларів протягом 10 років [37].

Українське сільське господарство структуроване навколо трьох моделей, які не виконують тих же функцій або мають такий же вплив на навколишнє середовище:

- Сільські господарства забезпечують продовольство країни безпека;

- Великі сільськогосподарські підприємства домінують у виробництві зернових та олійних культур на експорт є основним джерелом іноземної валюти для влади;
- Сімейні ферми, яких більше половини комерційних виробників країни, зараз під загрозою концентрації аграрних підприємств в Україні.

Конкурентоспроможність українського сільського господарства також базується на низькі витрати на виробництво: сільськогосподарські землі доступні за низькими цінами та у великих кількостях він багатий органічними речовинами, тому потребує менше добриво та витрати на робочу силу низькі. Крім того, значний кількість землі вже поділено на кілька полів сотень гектарів. Нарешті, хоча українське сільське господарство не сильно субсидується, сільськогосподарські компанії, що спеціалізуються на експорті зернових та олійних культур, підтримуються громадськістю влади через вигідне оподаткування, установ торговельних угод і різноманітних послуг (сприяння контрактам, зв'язки з міжнародними фінансовими органами, моніторинг ринкових цін, та ін.) [24, с. 41].

Відновлюване землеробство – це система виробництва продуктів харчування та біомаси, яка зосереджена на створенні функціонального біорізноманіття та здоров'я ґрунту для отримання стабільних урожаїв без використання синтетичних ресурсів (гербіцидів, пестицидів і хімічних добрив). Незважаючи на зростаючий інтерес до регенеративного сільського господарства, централізованого «офіційного» визначення не існує, оскільки регенеративне сільське господарство не є статичним станом. Швидше, регенеративне сільське господарство – це подорож, яка передбачає фундаментальну зміну наших поглядів на природу та сільське господарство – коротше кажучи, зміну нашого мислення [43, с. 120].

Відновлювальне землеробство, або землеробство у відповідності з природою, також відоме як відновлююче сільське господарство або екоагрокультура, є рішенням, заснованим на природі, і воно суттєво відрізняється від органічного землеробства. Органічне сільське господарство

зосереджується на видаленні синтетичних пестицидів або заміні їх органічними альтернативами в традиційному (часто промисловому) землеробстві, після чого ферми можуть бути сертифіковані як органічні.

Через цю призму ми бачимо, що регенеративне сільське господарство – це спосіб переходу від екстракційної, редуційної та деструктивної форми сільського господарства до свого роду поживної рівноваги – збалансування кількох симбіотичних форм життя для створення, а не руйнування екосистем.

В основі нашого дослідження було модельне товариство з обмеженою відповідальністю «Авангард» Синельниківського району Дніпропетровської області.

Місію ТОВ «Авангард» можна визначити як забезпечення населення якісною продукцією аграрного виробництва, переробка продукції, максимізація прибутку, стабільний розвиток.

Форма власності підприємства – приватна. При веденні господарської діяльності підприємство дотримується законодавства, нормативно-правових та облікових документів ведення комерційної діяльності.

ТОВ «Авангард» зареєстрована 22.03.2000. Уповноважена особа юридичної особи: Ушаков Дмитро Євгенійович. Юридична адреса: Дніпропетровська область, Синельниківський район, населений пункт Вербівське, вул. Центральна, 15.

Місія ТОВ «Авангард» полягає у наданні населенню високоякісних продуктів харчування, отриманні прибутку, створенні робочих місць та сприянні стабільному розвитку сільського господарства регіону. Аграрне підприємство спеціалізується на виробництві продукції рослинництва і тваринництва, зокрема, на вирощуванні зернових, бобових, насіння соняшнику, а також продукції тваринництва: ВРХ, свиней, птахівництва та виробництві молока.

Враховуючи, що сільськогосподарські підприємства мають унікальні характеристики, їх фінансове підтримання також відрізняється від інших секторів економіки. Специфіка сільського господарства, така як сезонність,

великий ризик, залежність від земельних ресурсів і погодних умов, призводить до нестабільності фінансування та постійної потреби у залученні додаткових зовнішніх інвестицій. Таке обмеження в фінансовому ресурсі ставить під загрозу фінансову безпеку підприємств, що найбільш відчутно використанням застарілої техніки та обладнання, що веде до зниження якості продукції та збільшення витрат на її виробництво.

Організаційні можливості стосуються міцних навичок, які використовує компанія для перетворення своїх вкладів у якісні продукти та послуги для ринку, їх достатність дозволяє поєднувати матеріальні та нематеріальні ресурси, використовуючи як адміністративні, так і операційні процеси компанії для консолідації цілей. Вони базуються на знаннях, містяться в людському та інтелектуальному капіталі, а також в організаційних процесах або системах, включаючи стратегічне розуміння, адаптоване до потреб навколишнього середовища; підтримувати здатність розробляти інноваційні продукти, незрівнянне обслуговування клієнтів, залучати, мотивувати та утримувати свій людський капітал [55].

Земельні ресурси підприємства визначаються як площа земель, що використовуються у виробництві. Земля є обмеженим ресурсом у сільському господарстві, виконуючи дві ключові ролі: вона є об'єктом праці, адже на неї впливають через обробіток, і водночас служить інструментом праці, забезпечуючи необхідні умови для впливу на рослини через її механічні, фізичні та хімічні властивості, що сприяють росту та розвитку культур.

У період ринкових перетворень в Україні структура земельних ресурсів серйозно змінилася. Найважливіша умова для становлення належного ринку землі є прийняття приватного права власності на землю, що дає право володіти, користуватися і розпоряджатися це вимкнено. Земельна реформа супроводжується збільшення екологічного дисбалансу в земельних ресурсах і зменшення можливості природного відновлення родючості ґрунту, що спричиняє негативні економічні, соціальні та екологічні наслідки, що

перешкоджає європейській інтеграції та тестування передових технологій управління.

Таблиця 2.1

Землезабезпечення ТОВ «Авангард» в динаміці

Показник	2021	2022	2023	Відхилення 2023р. від 2021 р.	Відхилення у %, 2023 р. від 2021 р.
Загальна земельна площа, га	2645	2645	2820	175	6,62
з них сільськогосподарських угідь, га	2608	2608	2715	107	4,10
Відведено під рілля, га	2588	2588	2673	85	3,28
Площа посівів, га	2432	2245	2609	177	7,28
Навантаження сільськогосподарських угідь на 1 працівника, га/особу	48,30	52,16	55,41	7,11	14,73
Забезпеченість сільськогосподарських угідь на 100 га основними засобами, тис.грн./га	3,68	3,54	6,13	2,45	66,58

На основі даних таблиці можна зробити такі висновки про зміни у землекористуванні та ресурсному забезпеченні сільськогосподарського підприємства за період з 2021 по 2023 роки:

Загальна земельна площа підприємства збільшилася на 6,62% з 2021 року, з 2645 га до 2820 га у 2023 році. Це свідчить про розширення господарської діяльності та можливе придбання нових земельних ділянок.

Площа сільськогосподарських угідь зросла на 4,10%, а площа ріллі на 3,28%, що може вказувати на покращення ефективності використання земельних ресурсів та впровадження нових агротехнологій.

Площа посівів збільшилася на 7,28% у порівнянні з 2021 роком, що свідчить про розширення виробничих потужностей та можливе введення нових культур або збільшення площ під високодохідними культурами.

Навантаження сільськогосподарських угідь на одного працівника

зросло на 14,73% з 48,30 га на особу у 2021 році до 55,41 га на особу у 2023 році, що може вказувати на покращення ефективності праці або на зменшення кількості працівників.

Забезпеченість сільськогосподарських угідь на 100 га основними засобами зросла на 66,58%, з 3,68 тис. грн./га у 2021 році до 6,13 тис. грн./га у 2023 році, що вказує на значні інвестиції в оновлення та модернізацію обладнання та інші основні засоби.

Наведенні висновки демонструють активні зусилля підприємства щодо розширення виробничих масштабів, покращення ефективності та збільшення конкурентоспроможності через інвестиції в основні засоби та раціональне управління земельними ресурсами.

Розмір і структуру посівних площ ТОВ «Авангард» представлені на рис. 2.1.

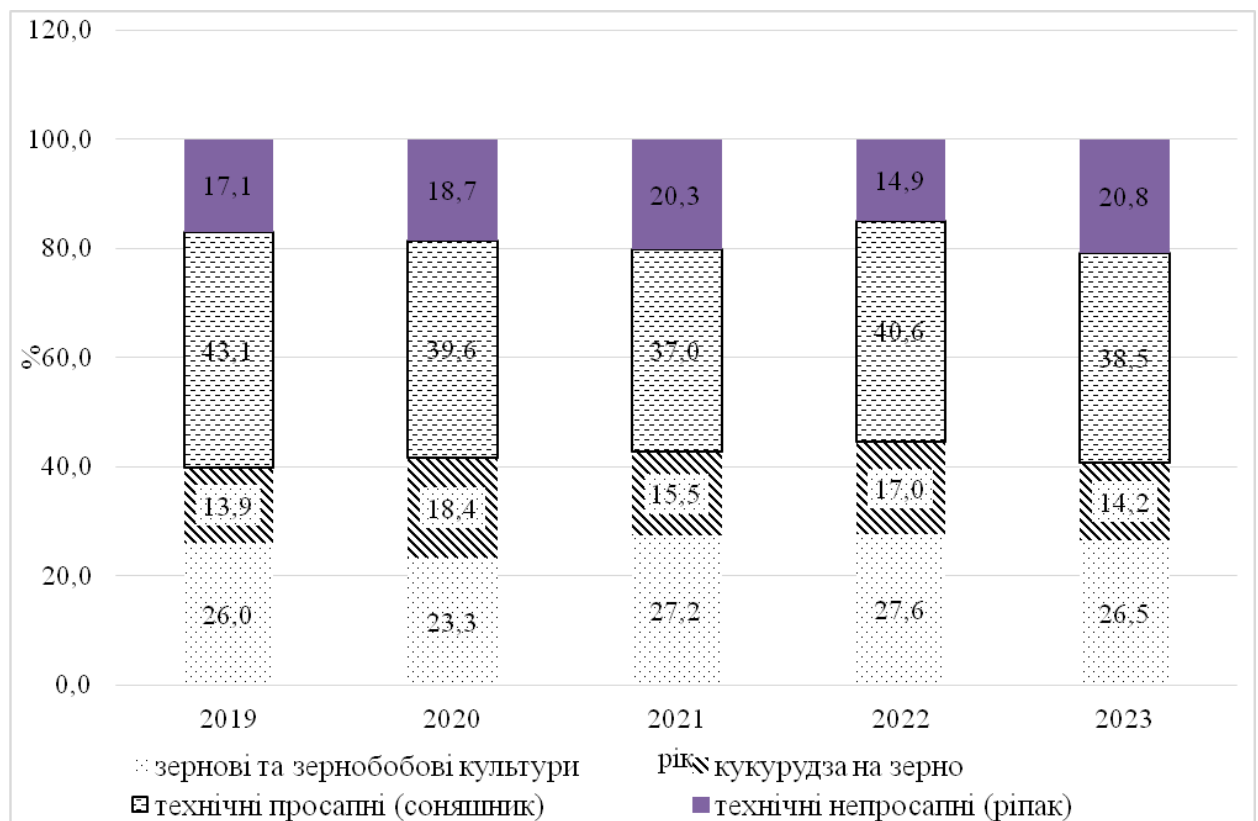


Рис. 2.1. Динаміка розміру та структури посівних площ
ТОВ «Авангард»

Зауважимо, що найбільшу питому вагу займають посіви зернових та

зернобобових культур та соняшник.

Спеціалізація в аграрному виробництві – це процес, під час якого сільськогосподарські підприємства фокусують свою діяльність на вирощуванні обмеженого асортименту культур або виробництві певних видів тваринницької продукції. Такий підхід дозволяє аграрним підприємствам оптимізувати технологічні процеси, підвищити ефективність роботи та забезпечити кращі умови для розвитку обраних галузей [21, с. 232].

Спеціалізація на сільськогосподарських системах може призвести до компромісів між економічною вигодою та функціями екосистеми. Ми пропонуємо та досліджуємо концептуальну основу, у якій економічні вигоди можуть бути максимізовані, коли виробнича діяльність спеціалізується у все більших масштабах (від домогосподарства до села, регіону чи вище), особливо коли ринки продукції та ресурсів функціонують добре. І навпаки, більша спеціалізація, швидше за все, зменшує біорізноманіття та значно обмежує функції екосистеми. Коли спеціалізація сільського господарства зростає та переходить у більш широкі масштаби в результаті покращення інфраструктури та ринків або інших чинників, функції екосистеми також можуть опинитися під загрозою у більш широких просторових масштабах. Політика підвищення сільськогосподарських доходів може впливати на рівень спеціалізації в різних масштабах і, таким чином, впливати на серйозність компромісів [25, с. 90].

Економічні вигоди спеціалізації дуже тісно пов'язані з наявністю ефекту масштабу виробництва. Економія від масштабу визначається як перевага великомасштабного виробництва, яка призводить до нижчих витрат на одиницю продукції. Отже, загальні виробничі витрати розподіляються на більше одиниць продукції. Економісти схильні розрізняти внутрішню економію від масштабу та зовнішню економію від масштабу. Внутрішня економія від масштабу – це економічні переваги, зумовлені умовами всередині виробничої одиниці (наприклад, на фермі чи фірмі), тоді як

зовнішня економія від масштабу – це економічні переваги від збільшення виробництва в секторі чи регіоні. У випадку сільського господарства може бути як внутрішній, так і зовнішній ефект масштабу.

Для випадку сільського господарства товарних культур ми визначаємо чотири найбільш релевантні внутрішні економії від масштабу.

По-перше, зростання масштабів виробництва може зменшити витрати на одиницю продукції, наприклад, на закупівлю хімічних матеріалів або на зменшення витрат на транспортування та переробку, особливо якщо відстань до ринків сировини та продукції є великою.

По-друге, внутрішня економія від масштабу може бути результатом неподільності машин, оскільки використання більш потужної машини, напр. трактор, вигідний лише для великих плантацій.

По-третє, у більших виробничих одиницях іноді можуть наймати робітників із більш спеціальними знаннями, наприклад, із застосування хімічних речовин. Нарешті, можливий більш тонкий розподіл праці, що може підвищити ефективність виконання завдань і полегшити моніторинг праці під час виконання цих завдань.

Незважаючи на ці значні переваги масштабу виробництва, існують перешкоди та обмеження для спеціалізації на одному випуску. Одне обмеження може стосуватися конкретного продукту. Наприклад, спільне виробництво кількох продуктів може бути технічно оптимальним (наприклад, у випадку використання між культурами або сівозміною для оптимального використання існуючих ресурсів ґрунту або збереження/покращення родючості ґрунту. Також може бути так, що місцева неоднорідність ґрунту, води та погодних умов рекомендує більш диверсифікований портфель оптимально адаптованих результатів. По-друге, стійкість виробництва з часом зазвичай є основною проблемою дрібних власників [53]. Стратегія, орієнтована на стійкість, сприятиме диверсифікованому портфелю продукції. По-третє, підтримка

диверсифікованого портфеля продукції може бути важливою, особливо якщо ці портфелі забезпечують адекватне забезпечення домогосподарств найважливішими речами та/або диверсифікований портфель сам по собі має етнічне чи культурне значення.

Зауважимо, що спеціалізація в аграрному виробництві вимагає балансу між забезпеченням ефективності та мінімізацією ризиків, пов'язаних із залежністю від обмеженого асортименту продукції. Рівень питомої ваги основних видів продукції ТОВ «Авангард» представлено рис. 2.2.



Рис. 2.2. Структура товарної продукції за 2023 р.

Демонстрація структури продукції дозволяє зробити висновок, що найбільша питома вага в товарообігу належить зерновим (40,64%) та соняшнику (23,86%), а серед продукції тваринництва: приріст ВРХ (12,29 %) і молоко (10,58 %).

Для нас є очевидним, що спеціалізація в сільськогосподарському виробництві – це повне виконання основних завдань, що стоять перед ТОВ «Авангард», тобто виробництво якісної продукції, передова, екологічно

чиста агротехніка, зооветеринарія, технічний сервіс, органічні та мінеральні добрива, і засоби захисту рослин і тваринництва, досягнення науки, прогресивні роботи введуть у роботу досвіду та добре використати їх, гарантувати, що вони збільшуватимуть сільське господарство та тваринництво продукції максимально швидко і стабільно за рахунок кожного гектара землі, придатної для сільського господарства та контингент худоби, витрачаючи при цьому менше праці та коштів.

Матеріально-технічна база аграрного підприємства включає всю сукупність засобів виробництва, необхідних для ефективної аграрної діяльності. Це основний фундамент, на якому будується вся робота сільськогосподарських підприємств, і вона охоплює наступні основні складові:

Земельні ресурси, які становлять основу для будь-якого аграрного підприємства, оскільки саме земля є основним місцем для вирощування сільськогосподарських культур і розведення худоби.

Будівлі та споруди включають всі виробничі та допоміжні будівлі, такі як стайні, сараї, склади для зберігання зерна, теплиці, фабрики з переробки продукції тощо.

Машини і обладнання включають входять трактори, комбайни, сівалки, плуги та інше обладнання, яке використовується для обробки поля, посіву, збирання врожаю та інших агротехнічних операцій.

Транспортні засоби є спеціалізованими, такі як вантажні автомобілі для перевезення продукції та сировини, а також техніка для розподілу кормів і ветеринарних засобів.

Інформаційні та автоматизаційні системи, які впроваджують сучасні аграрні підприємства: системи точного землеробства, GPS-навігацію, системи управління даними про врожайність, витрати добрив та інші технологічні рішення.

Засоби малої механізації такі як різні інструменти та прилади, які використовуються в побуті та на невеликих ділянках, такі як мотоблоки,

культиватори, обприскувачі тощо.

Енергетичне обладнання включає установки для забезпечення енергією, такі як дизельні генератори, вітрові турбіни або сонячні панелі, якщо підприємство використовує альтернативні джерела енергії.

Важливість наявності та підтримки в належному стані матеріально-технічної бази не можна недооцінювати, оскільки вона безпосередньо впливає на продуктивність, ефективність і конкурентоспроможність аграрних підприємств. Сучасні агропромислові комплекси постійно інвестують у оновлення своєї матеріально-технічної бази для підтримання високих стандартів виробництва та відповідності ринковим умовам.

Ресурси, що використовуються у економічній діяльності, класифікуються за декількома критеріями, включаючи тип, регенераційну здатність та економічний ефект від їхнього використання поділяються на:

Матеріальні ресурси: включають сировину, обладнання, будівлі тощо.

Енергетичні ресурси: охоплюють всі види енергії, необхідні для функціонування обладнання та підтримки процесів (електрична, теплова, механічна).

Людські ресурси: працівники та їхні навички, які необхідні для забезпечення процесів виробництва.

Фінансові ресурси: капітал, що використовується для фінансування всіх аспектів підприємницької діяльності.

За критерієм регенерації розрізняють: відновлювані ресурси: такі як людські ресурси, рослинний матеріал, який можна відновити або виростити знову; не відновлювані ресурси: ресурси, які є обмеженими і не можуть бути відновленими після використання, наприклад мінерали та деякі види сировини.

Економічний ефект: прямий ефект: очевидна вигода, отримана безпосередньо з використання ресурсу, наприклад, прибуток від продажу продукції; непрямий ефект: додаткові переваги, які виникають з використання ресурсу, такі як збільшення репутації бренду або покращення

екологічного іміджу.

Залежність від мети діяльності:

Основні ресурси: життєво важливі для основної діяльності підприємства, наприклад, земля для агрофірми.

Додаткові ресурси: використовуються для підтримки основної діяльності, такі як маркетингові інструменти або допоміжне обладнання.

Управління цими ресурсами вимагає стратегічного підходу, що включає ефективне планування, розподіл і контроль, щоб забезпечити стійкий розвиток та конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Таблиця 2.2

Використання основних і оборотних засобів ТОВ «Авангард» в динаміці

Показник	2021	2022	2023	Відхилення 2023 р. від 2021 р.	Відхилення у %, 2023 р. від 2021 р.
Середньорічна вартість основних виробничих засобів, тис. грн.	28331	41538	54107	25776	90,98
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн.	70816	73686	44257	-26559	-37,50
Фондозабезпеченість сільськогосподарських угідь, тис. грн./га	1086,3	1592,7	1992,9	906,6	83,45
Фондоозброєність 1 працівника, тис. грн./особу	524,6	830,8	1104,2	579,6	110,47
Припадає оборотних засобів на 1 грн. основних засобів, грн./грн.	2,50	1,77	0,82	-1,68	-67,28
Фондовіддача на 1 грн. вартості основних засобів, грн.	2,76	1,14	0,92	-1,84	-66,77
Оборотність оборотних засобів, пунктів	1,10	0,64	1,12	0,02	1,55
Тривалість одного обороту оборотних засобів, днів	330,9	568,7	325,8	-5,1	-1,53
Норма прибутку, %	33,59	17,99	0,24	-33,35	X
Рентабельність основних засобів, %	117,55	49,90	0,44	-117,11	X

Аналізуючи наведені показники, можна зробити такі висновки щодо зміни матеріально-технічного стану підприємства за період з 2021 по 2023 рік:

Вартість основних виробничих засобів значно зросла (майже вдвічі), що свідчить про збільшення масштабів виробництва або оновлення основних засобів. При цьому середньорічна вартість оборотних засобів зазнала зниження у 2023 році порівняно з 2022 роком, що може бути пов'язане з оптимізацією запасів або зниженням обсягів виробництва.

Фондозабезпеченість сільськогосподарських угідь показує високе зростання, що вказує на покращення технічного забезпечення на одиницю землі. Зауважимо, що фондоозброєність одного працівника також значно зросла, що свідчить про збільшення капіталоємності виробництва та можливе підвищення продуктивності праці. В то же час, відношення оборотних засобів до основних засобів знизилося майже втричі, що може вказувати на збільшення долі основних засобів у структурі активів або на зменшення оборотних засобів.

На жаль, показник фондівіддачі знизився, показуючи, що кожна гривня, вкладена в основні засоби, генерує менше доходу, що є показником зниження ефективності використання основних фондів. Оборотноість оборотних засобів ледве змінилася, але тривалість одного обороту оборотних засобів зменшилася, свідчить про прискорення обороту оборотних засобів.

Вимушені констатувати, що норма прибутку впала до майже нульового рівня, що свідчить про значне погіршення рентабельності ТОВ «Авангард», наслідком є різке зниження рентабельності основних засобів, що підтверджує загальний спад прибутковості підприємства в цілому.

Зафіксовані зміни вказують на певні проблеми в управлінні підприємством, потребу в аналізі та корекції стратегії розвитку, особливо щодо використання основних та оборотних засобів.

Необхідність урахування багатовиробничої багатозатратної природи сільськогосподарської діяльності з вимірювання продуктивності пояснює,

чому індикатори більше зосереджені на зміни від періоду до періоду, ніж на рівнях, що може бути важко інтерпретувати. Створення оцінок змін за періодами має додаткову перевагу мінімізації впливу помилок вимірювань, що впливають на оцінки рівня, за умови, що методи вимірювання та джерела залишаються незмінними. Це призводить для більш точної оцінки зміни продуктивності. Правда, поки зміни оцінки легше створювати та інтерпретувати, ці розрахунки приносять певну користь додаткові питання вимірювання, пов'язані з вибором відповідних показників і стратегії зважування.

Продуктивність у аграрному виробництві – це міра ефективності, з якою сільськогосподарські підприємства використовують доступні ресурси, такі як земля, праця, капітал, і технології для виробництва продукції. Вона відіграє ключову роль у збільшенні обсягів виробництва, покращенні якості продукції та зниженні витрат [35, с. 149]. Основні аспекти та чинники, що впливають на продуктивність в аграрному секторі, охоплюють:

Основні показники продуктивності:

Урожайність культур: визначається як кількість виробленої продукції на одиницю площі (наприклад, тонни на гектар). Вища урожайність свідчить про більшу продуктивність.

Продуктивність тваринництва: включає міру виробництва продукції в тваринництві, такої як молоко, м'ясо, яйця на голову худоби.

Чинники, що впливають на продуктивність:

Кліматичні умови: температура, опади та інші кліматичні умови безпосередньо впливають на врожайність культур та здоров'я тварин.

Якість земельних ресурсів: родючість ґрунту, його структура та водний баланс є вирішальними для успішного розвитку рослин.

Використання входів (inputs): добрива, насіння, засоби захисту рослин та інші матеріали забезпечують необхідні умови для зростання та розвитку культур.

Технології: сучасне сільськогосподарське обладнання та методи виробництва можуть істотно збільшити продуктивність за рахунок автоматизації, точного землеробства та кращого управління ресурсами.

Управління та навички працівників: ефективність управління та кваліфікація робітників мають значний вплив на результативність аграрного виробництва.

Таблиця 2.3

Рівень та ефективність використання трудових ресурсів в ТОВ «Авангард»

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. від 2021 р.	Відхилення у %, 2023 р. від 2021 р.
Чисельність працівників, осіб	54	50	49	-5	-9,26
Відпрацьовано одним працівником:					
люд.-днів	276	242	253	-23	-8,29
люд.-годин	2163,0	2038,0	2053,1	-109,9	-5,08
Тривалість робочого дня, год.	7,84	8,42	8,11	0,27	3,50
Отримано валової продукції в розрахунку на:					
одного середньорічного працівника, тис. грн.	1039,3	991,8	1084,2	44,8	4,31
відпрацьований люд.-день, грн.	3766,7	4098,3	4284,2	517,5	13,74
відпрацьовану люд.-год., грн.	480,5	486,6	528,1	47,6	9,90

Аналізуючи наведені показники таблиці 2.3, можна зробити наступні висновки щодо продуктивності праці та ефективності роботи підприємства за період з 2021 по 2023 рік:

Чисельність працівників зменшилася на 9,26% від 2021 до 2023 року, що може свідчити про оптимізацію штату або зменшення обсягу виробництва.

Кількість відпрацьованих людино-днів одним працівником також знизилася з 276 у 2021 році до 253 у 2023 році, що може вказувати на підвищення ефективності роботи або скорочення виробничого навантаження.

Тривалість робочого дня зросла з 7,84 годин у 2021 році до 8,11 годин у 2023 році, що свідчить про підвищення тривалості робочого дня на протязі аналізованого періоду.

Валова продукція на одного середньорічного працівника показує зростання з 1039,3 тис. грн. у 2021 році до 1084,2 тис. грн. у 2023 році, що відображає підвищення продуктивності праці.

Валова продукція на відпрацьований людино-день зросла, що підтверджує збільшення виробітку за день на 13,74% порівняно з 2021 роком.

Валова продукція на відпрацьовану людино-годину також збільшилася, зростання склало 9,90% від 2021 року.

Ці дані свідчать про зростання ефективності використання трудових ресурсів підприємства, хоча і зменшилася загальна чисельність працівників. Виробнича ефективність підвищилася, що демонструє успішну адаптацію підприємства до змін умов роботи і можливо впровадження нових технологій або методів управління.

Зауважимо, що основними способами підвищення продуктивності є:

Інтенсифікація виробництва: використання удосконалених сортів та порід, високоефективних технологій.

Оптимізація використання ресурсів: більш точне дозування входів, таких як вода і добрива, для зниження витрат і мінімізації впливу на довкілля.

Покращення інфраструктури: оновлення іригаційних систем, заощадливих потужностей та транспортних мереж.

Навчання та розвиток персоналу: підвищення кваліфікації та навичок працівників через тренінги та освітні програми.

Підвищення продуктивності в аграрному секторі є важливим для задоволення зростаючих потреб населення у продовольстві та досягнення сталого розвитку в умовах обмежених природних ресурсів.

Економічна ефективність – це коли всі товари та фактори виробництва в економіці розподіляються або розподіляються за найціннішими цілями, а відходи виключаються або мінімізуються. Система вважається економічно ефективною, якщо фактори виробництва використовуються на рівні або близькому до їхньої потужності. І навпаки, система вважається економічно неефективною, якщо наявні фактори не використовуються в повній мірі. Витрачені ресурси та втрати вантажу можуть спричинити економічну неефективність [27, с. 41].

Ефективність виробництва – це ситуація, коли підприємства шукають найкращу комбінацію ресурсів, щоб знизити витрати на виробництво, мова йде про оптимізацію витрат і цінової політики.

Ефективність розподілу означає, що економічні ресурси розподіляються таким чином, що забезпечує найвище задоволення споживачів відносно вартості ресурсів [15].

Економічна ефективність передбачає економічний стан, у якому кожен ресурс розподілено оптимально, щоб найкращим чином обслуговувати кожну особу чи організацію, водночас мінімізуючи відходи та неефективність. Коли економіка є ефективною, будь-які зміни, зроблені для допомоги одному суб'єкту, зашкодять іншому. З точки зору виробництва, товари виробляються з найменшими можливими витратами, як і змінні витрати виробництва.

Принципи економічної ефективності базуються на концепції обмеженості ресурсів. Тому немає достатніх ресурсів, щоб гарантувати, що всі аспекти економіки завжди функціонують на найвищій потужності. Натомість обмежені ресурси мають бути розподілені для задоволення потреб економіки в ідеальний спосіб, одночасно обмежуючи кількість вироблених відходів. Ідеальна держава пов'язана з добробутом населення з

максимальною ефективністю, що також призводить до найвищого можливого рівня добробуту на основі наявних ресурсів. Саме динаміку зміни показників економічної ефективності ТОВ «Авангард» наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка зміни основних результативних економічних показників

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. від 2021 р.	Відхилення у %, 2023 р. від 2021 р.
Припадає на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн.:					
основних виробничих засобів	1086,3	1592,7	1992,9	906,6	83,45
оборотних активів	2715,3	2825,4	1630,1	-1085,2	-39,97
виробничих витрат	1718,6	1018,6	1817,4	98,9	5,75
Вироблено валової продукції в розрахунку на:					
1 га сільськогосподарських угідь, тис. грн.	21,52	19,01	19,57	-2,0	-9,08
1 грн. вартості основних засобів, грн.	1,98	1,19	0,98	-1,0	-50,44
одного працюючого, тис. грн.	1039,3	991,8	1084,2	44,8	4,31
Отримано на 100 га сільськогосподарських угідь:					
валової продукції	2152,0	1901,4	1956,7	-195,3	-9,08
валового доходу	2995,5	1813,3	1826,2	-1169,3	-39,04
прибутку	1276,9	794,7	8,8	-1268,2	-99,31
Рівень рентабельності, %	74,30	78,02	0,48	-73,8	x

На основі даних таблиці 2.4 можна зробити наступні висновки щодо динаміки основних економічних показників сільськогосподарського підприємства за період з 2021 по 2023 роки:

Вартість основних виробничих засобів на 100 га зросла на 83,45% з 2021 року, що свідчить про значні інвестиції в матеріально-технічну базу.

Оборотні активи зазнали значного падіння на 39,97% за звітний період, що може вказувати на зниження обігових коштів та потребу в оптимізації управління оборотними активами.

Виробничі витрати показали незначне зростання на 5,75%, що може бути пов'язане з інфляційними процесами та зростанням вартості ресурсів.

Витрати в галузі рослинництва можна розбити на кілька основних категорій: прямі витрати на матеріали: включає витрати на насіння, добрива, засоби захисту рослин та інші матеріали, необхідні для вирощування культур. Витрати на робочу силу: включають заробітну плату постійних і сезонних працівників, що зайняті безпосередньо у вирощуванні культур. Механізація і обладнання: витрати на покупку, обслуговування, ремонт і амортизацію сільськогосподарської техніки. Земельні витрати: орендна плата за землю або витрати на обслуговування власної землі, включаючи податки та страхування. Структура витрат за 2023 рік наведена нижче.

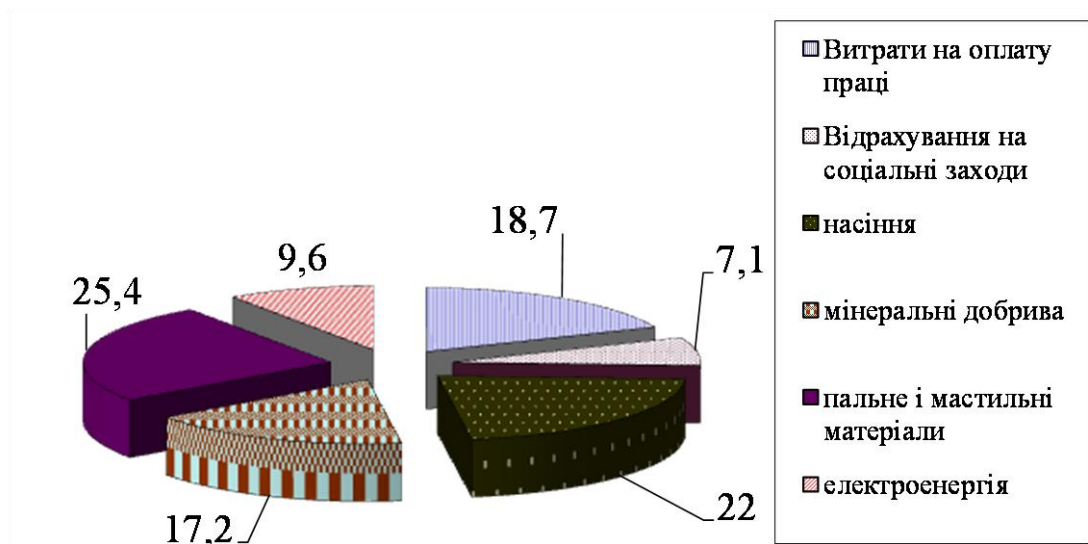


Рис. 2.3. Структура витрат галузі рослинництва в ТОВ "Авангард"

Ми можемо констатувати, що найбільша частка витрат припадає на матеріально-речове забезпечення: насіння – 22 %, пальне – 25,4% та

електроенергію 17,2%.

Структура витрат у галузі тваринництва (рис. 2.4) представлена витратами на корми (придбання комбікормів, кормових добавок, злаків, сіна, та інших кормових компонентів); оплата праці (включаючи постійних та сезонних працівників, які доглядають за тваринами, керують фермами, виконують ветеринарне обслуговування та інші пов'язані дії); зооветеринарні витрати (ветеринарні послуги, медикаменти, вакцинацію, обробку від паразитів та інші профілактичні заходи); амортизація обладнання та споруд (обслуговування, ремонт та амортизацію обладнання, такого як доїльні апарати, системи вентиляції, техніка для обробки і переробки продукції); адміністративні витрати та транспортування продукції тваринництва або тварин).

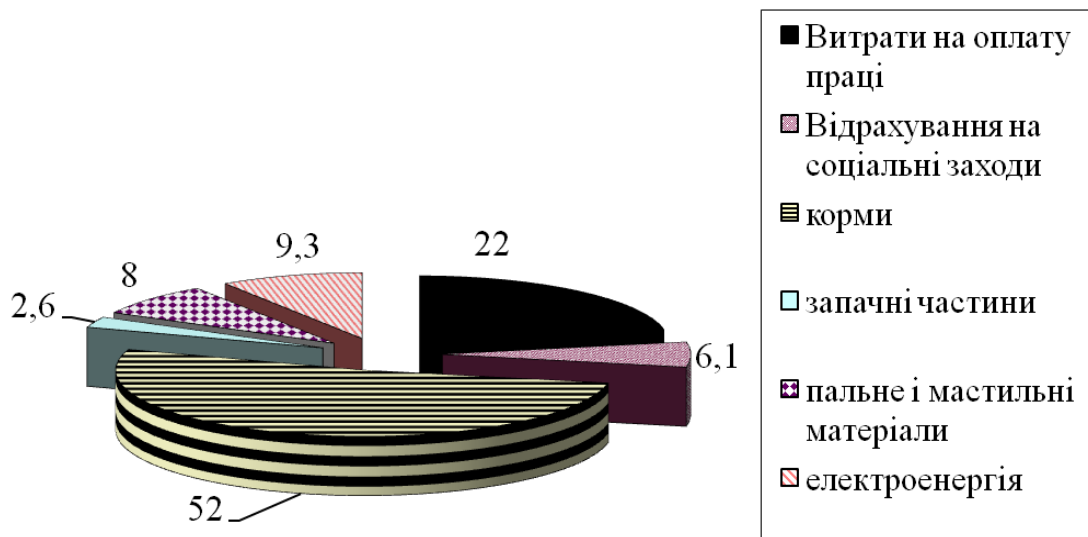


Рис. 2.4. Структура витрат в галузі тваринництва ТОВ "Авангард"

За представленою інформацією ми можемо констатувати, що переважну частину витрат становлять корми – 52 % та витрати на оплату праці – 22 %, бо дана галузь є доволі трудомісткою та потребує постійної робочої сили.

Рослинництво і тваринництво в Україні є ключовими галузями сільського господарства, мають значні конкурентні переваги щодо

природних ресурсів, про що не свідчить лише значними площами сільськогосподарських та інших угідь, а й інші не менш важливими передумовами успішного розвитку галузі (близькість основних ринків збуту, транспортна інфраструктура, постійне зростання в світовий попит на продукти харчування та альтернативну енергетику, а також наявність відносно дешеві джерела робочої сили).

Валова продукція на 1 га знизилася на 9,08%, що вказує на зниження продуктивності угідь або негативний вплив зовнішніх факторів.

Вироблено валової продукції на одного працівника зросло на 4,31%, демонструючи підвищення продуктивності праці.

Рівень рентабельності різко знизився до майже нульового рівня (0,48%), що свідчить про критичне погіршення фінансового стану підприємства та втрату його прибутковості.

Ці дані вказують на серйозні виклики, з якими стикається підприємство, та на необхідність глибокої переоцінки стратегії управління ресурсами та продуктивністю.

Вважаємо за необхідне підкреслити важливість комплексного підходу до управління та розвитку ТОВ «Авангард» у сучасних економічних умовах, а також його адаптацію до змінюваних ринкових умов, щоб підтримувати конкурентоспроможність та розвивати свої конкурентні переваги.

Отже, економічна ефективність аграрного виробництва відображає ступінь використання доступних ресурсів для досягнення максимальних результатів за найменшими витратами. На основі аналізу даних, можна відзначити зниження рентабельності, що є очікуваним в умовах високого ризику та невизначеності, з якими зіткнулося підприємство у 2022 році. Загальний огляд діяльності сільськогосподарського сектору за останні три роки вказує на динамічні зміни у галузі, але не завжди позитивні і падіння рівня рентабельності підкреслює наявність певних викликів, які потребують уваги, адаптації та можливих корективів в управлінні господарською діяльністю.

2.2. Елементи, ресурси та потужності ТОВ «Авангард»: із аналітичного підходу

Завданням, яке ми сформувавши за нашим дослідженням був аналіз складових виробничого процесу ТОВ «Авангард», його потенціалу та роботи структурних підрозділів для розуміння потенційних можливостей впровадження екологічно спрямованих інновацій, які формують конкурентоспроможність підприємства в цілому. До речі, сільськогосподарська продукція є характеризується специфічними ознаками. Вони мають обмежений термін зберігання, вимагають термічної обробки, температури та відповідної упаковки.

Тому важливо додати, що сам процес виробництва та його масштаби не можуть забезпечити високу конкурентоспроможність галузі та його продукти. Це можна реалізувати всебічно за рахунок матеріально-технічного забезпечення просування товару, маркетинговий механізм, добре налагоджені зв'язки з ринком і ринкова інфраструктура.

Слід зазначити, що сучасний споживач є дуже вимоглива і вимоглива до продуктів, особливо продукти харчування, тому стандарти якості, диференціація та диверсифікація продукції є важливими та впливають на вибір споживача і попит.

Доцільно також врахувати той факт, що суб'єкт господарювання прагне постійно збільшувати свою конкурентну перевагу за рахунок використання інновації та розширення інвестицій привабливість через виробництво нових або вдосконалення старих продуктів. звичайно, стратегія диверсифікації с.-г продуктів має відповідні обмеження, пов'язані з розмір території, кліматичні умови, використання техніки, обробітку ґрунту та ін., але вдосконалення якості сільськогосподарської сировини і готової продукції, поліпшення аграрної практики, методи виробництва, модернізації техніки та зміцнення в

екологічні стандарти виробництво під силу кожному компанія, яка хоче досягти високих конкурентні позиції на ринку [44, с. 215].

Основними результатами виробництва в галузі рослинництва є валовий збір і врожайність, зміну яких ми графічно на рисунках 2.5 та 2.6 відповідно.

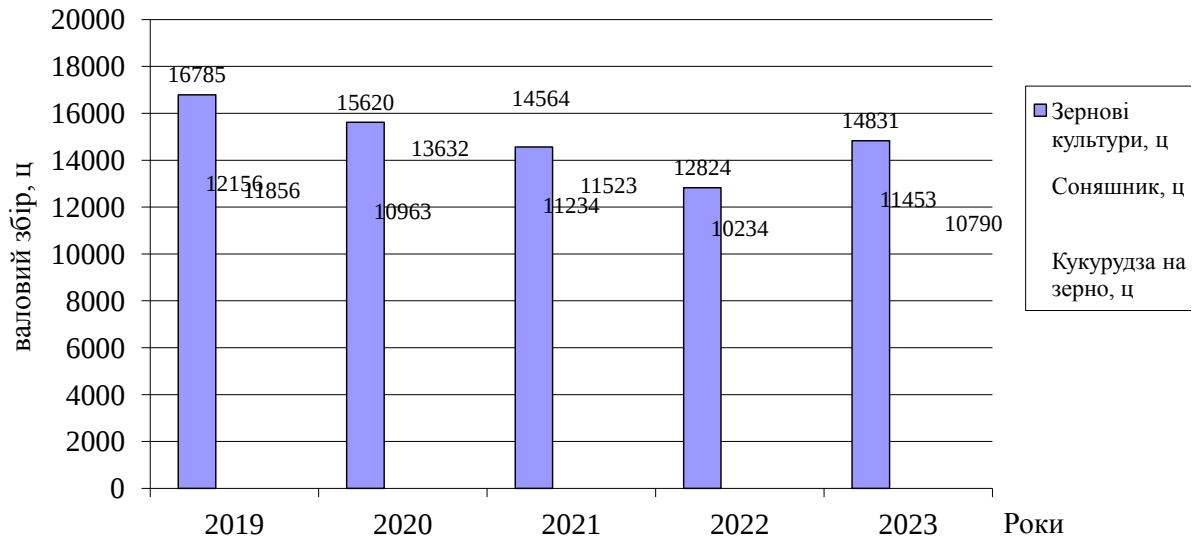


Рис. 2.5. Динаміка валового збору основних культур галузі рослинництва ТОВ "Авангард" Синельниківського району Дніпропетровської області

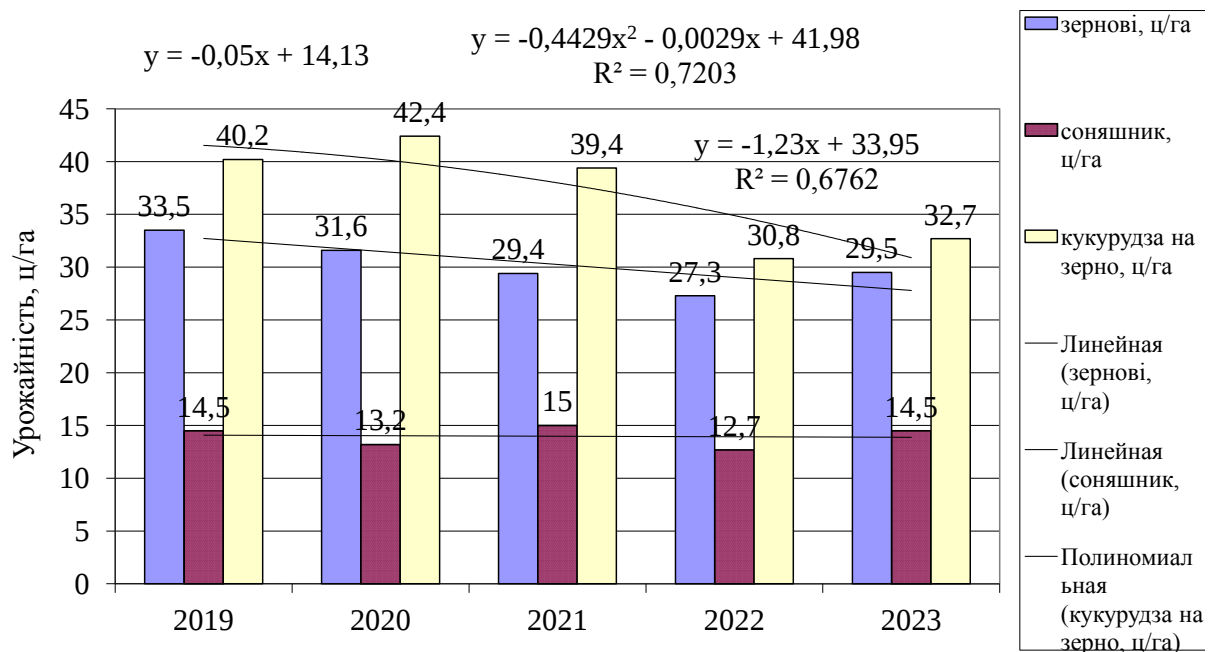


Рис. 2.6. Динаміка врожайності основних культур галузі рослинництва ТОВ "Авангард" Синельниківського району Дніпропетровської області

За графічним представленням натуральних показників виробництва продукції рослинництва, ми відзначимо її коливання за період 2019-2023 рр. Різких знижень показників виробництва не відмічено, в той же час, ми спостерігаємо зниження врожайності зернових та соняшнику. Дану тенденцію підтверджують і рівняння прямолінійного тренду (рис. 2.6): щорічне зниження врожайності зернових становить 1,23 ц/га, кукурудзи – 0,05 ц/га, в соняшнику (параболічний тренд) на 0,4 ц/га. Усі показники апроксимації наближені до 1, що свідчить про достовірність виявленої тенденції. Найбільш несприятливим виявився 2022 рік, що є цілком закономірно, однак, різких знижень не спостерігається, що можна відзначити як позитивний факт. Адже з економічного точки зору, потреби клієнтів є необмежений, і ресурси, і продукти кількості пропонувані виробниками обмежена.

Не можна не зазначити, що війна також змінює звичні операційні рішення українських агрокомпаній. Такі зміни передбачають, насамперед, обмеження використання сільськогосподарських ресурсів (наприклад, добрив, пестицидів і насіння), диверсифікацію бізнесу (наприклад, дослідження чи відкриття нових підприємств) і зміну ринків (наприклад, пошук нових покупців).

Варто також згадати про опосередкований вплив війни на ланцюжок доданої вартості агропродовольчої продукції. Зокрема, кількість постачальників матеріально-технічних засобів значно скоротилася порівняно з довоєнним періодом, за винятком постачальників кормів і медичних послуг, які постраждали відносно менше. Таке зниження пояснюється не тільки проблемами з доставкою необхідних ресурсів, а й ціновою політикою постачальників, особливо щодо добрив і кормів.

Стосовно продукції тваринництва варто відзначити проблеми, з якими стикається ТОВ «Авангард», пов'язаними з виробництвом і реалізацією своєї продукції. Основні труднощі включають доступ до ринків і покупців, доступ до необхідних матеріалів (наприклад, кормів, вакцин, ліків, обладнання) і

робочої сили, а також високі ціни на паливо та електроенергію або навіть відсутність доступу до електроенергії.

Ці виклики вимагають стратегічної відповіді, яка включає впровадження нових технологій, покращення управління ланцюгом постачання та більш активну участь у виробленні політики, щоб гарантувати, що сектор зможе адаптуватися до цих поточних змін і зберегти свою конкурентоспроможність.

Таблиця 2.7

Показники динаміки обсягів виробництва продукції свинарства в
ТОВ «Авангард»

Рік	Валове виробництво свинини, ц	Ланцюгові показники динаміки			
		Абсолютний приріст	Темп зростання %	Темп приросту %	Абсолютне значення 1% приросту
2020	16100	-	-	-	-
2011	23380	7280	145,2	45,2	161,00
2022	21740	-1640	93,0	-7,0	233,80
2023	27400	5660	126,0	26,0	217,40

Підсумок тенденцій у виробництві свинини за даний період свідчить:

2020: Базовий рік для порівняння з виробництвом 16100 ц, у 2021 році відбулося значне збільшення виробництва свинини до 23380 ц, що є абсолютним збільшенням на 7 280 центнерів порівняно з попереднім роком. Темп зростання за цей рік склав 45,2%, демонструючи значне покращення з кожним відсотком збільшення, еквівалентним 161 ц, у 2022 році виробництво зменшилося до 21740 ц, що на 1640 центнерів зменшилося порівняно з 2021 роком. Темп зростання став від'ємним на 7%, що вказує на падіння з відсотковим зменшенням, показуючи, що кожен відсоток зниження еквівалентний 233,8 ц, 2023 – виробництво значно відновилося до 27400 ц, що означає зростання на 5660 ц порівняно з 2022 роком. Темп зростання був позитивним і становив 26%, причому кожне відсоткове збільшення

еквівалентно 217,4 центнерів, що свідчить про здорове відновлення виробництва.

Дані вказують на виробництві свинини зі значним падінням у 2022 році з наступним сильним відновленням у 2023 році. Ланцюгові індекси вказують на загальну тенденцію до зростання, незважаючи на тимчасовий спад.

В умовах сьогодення, тваринницька галузь наразі стикається з кількома серйозними проблемами, які впливають на її стабільність і продуктивність. Основні проблеми включають: збої в ланцюзі поставок – глобальні зміни в постачанні зерна та добрив через геополітичну напруженість і високі витрати на енергоносії посилюють нестабільність ринку. Ця ситуація ускладнюється потребою промисловості кормів для тварин диверсифікувати джерела та ринки для стабілізації майбутніх поставок; нестача робочої сили – зростає криза в пошуку кваліфікованих працівників для виробничих потужностей у галузі виробництва кормів для тварин. Цей дефіцит особливо гострий у секторі вантажних перевезень, який має вирішальне значення для дистрибуції; регуляторні проблеми: промисловість стикається із затримками у затвердженні нових кормових інгредієнтів, які могли б покращити засвоєння поживних речовин і зменшити викиди. Проте існує поштовх до спрощення регулятивних процесів, щоб забезпечити швидший вихід цих інноваційних продуктів на ринок.

Аналізуючи економічний розвиток та ефективність галузі тваринництва зазначимо, що збитки охоплюють часткове або повне знищення машин і обладнання, складських приміщень, худоби, багаторічних насаджень, а також викрадені ресурси та продукція. Найбільшим джерелом загальних збитків було пошкодження машин та обладнання, на другому місці викрадені засоби виробництва та пошкоджені складські приміщення.

Втрати в галузі рослинництва пов'язані з війною, в основному включають втрату прибутку для українських фермерів і сільськогосподарських компаній внаслідок нижчого виробництва (наприклад, незібраного врожаю), нижчих закупівельних цін (через порушення логістики

експорту) та вищих додаткових виробничих витрат (наприклад, добрив і палива, вартість рекультивації забруднених земель після обстеження, розмінування та їх звільнення).

Збільшення витрат на зберігання та фінансові відсотки додатково знижують прибутки. Регулювання обсягів виробництва на основі поточних цін спричиняє значні коливання як у виробництві, так і в цінах. Часом ціни на продукцію опускаються нижче вартості виробництва, що гальмує розвиток галузі та призводить до зниження моралі виробників. Ціни на зерно, використовуване як корм, безпосередньо впливають на вартість виробництва м'яса, тим самим визначаючи його кінцеву ринкову ціну. Ці зв'язки мають значення як для урядових рішень, так і для учасників ринку худоби та м'яса.

Представимо наочно товарообіг між двома галузями підприємства.

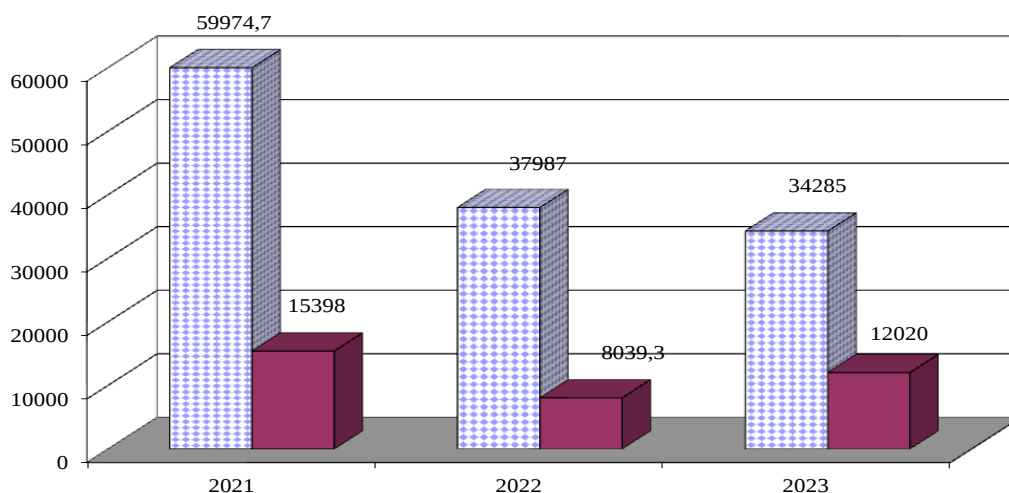


Рис. 2.7. Порівняння виручки від реалізації продукції рослинництва і тваринництва в ТОВ "Авангард"

Ми можемо побачити суттєву різницю між виручкою від реалізації продукції двох галузей: рослинництво забезпечує ТОВ «Авангард» суттєвий товарообіг порівняно із тваринництвом, хоча його рівень в динаміці знижується. 2022 рік став найгіршим по товарообігу в галузі тваринництва, що ми корелюємо із складним становищем з кормами, падежем тварин, чисельними ризиками.

Проблеми розподілу продукції в ТОВ «Авангард» зумовлені двома ключовими чинниками:

Наявність численних альтернатив у виборі каналів і систем розподілу, змушує підприємство вибирати оптимальні варіанти, які найкраще відповідають їх потребам.

Більшість аграрних підприємств, включаючи ТОВ «Авангард», використовують посередників для збуту і просування продукції. Це пов'язано із забезпеченням доступності товарів для споживача і взаємодії з ринком через розгалужену мережу посередників. При цьому виробники передають частину своїх функцій посередникам, що зумовлює певні ризики.

Оскільки держава відмовилась від виконання контролюючих функцій, роль посередників значно зросла, формуючи монопольні структури на місцевих ринках [17, с. 28]. Вирішення цих проблем є стратегічним завданням реструктуризації бізнес-процесів підприємства.

Частка каналів реалізації окремих видів сільськогосподарської продукції за 2023 рік характеризується даними таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Обсяги і частка каналів реалізації основних видів продукції

Канали реалізації	зернові		соняшник		молоко		свинина	
	ц	%	ц	%	ц	%	ц	%
Посередники, оптові покупці	25280	46,1	26815	54,3	8150	42,3	8346	53,5
Переробні підприємства	21860	39,9	16208	32,9	8780	45,6	6180	39,6
Населенню в рахунок оплати праці	1340	2,4	2672	5,4	320	1,7	-	-
Міські ринки	-	-	-	-	932	4,8	78	0,5
Видача пайовикам	3275	6,0	1672	3,4	65	0,3	-	-
Інші канали реалізації	3025	5,5	1958	4,0	1068	5,5	1000	6,4
Разом	54780	100,0	49325	100,0	19250	100,0	15604	100,0

Реалізація продукції рослинництва через трейдерів та переробним підприємствам у 2023 році у господарстві досягала 40%, в той час майже як 40% свинини реалізовувалась через м'ясокомбінати. З 2010 р. з'явився новий канал реалізації сільськогосподарської продукції – видача пайовикам в рахунок орендної плати за землю та оплати майнових паїв. Загальний обсяг продажу за цим каналом реалізації за різними видами продукції у 2023 р. не перевищував 6%. Але він ще не набув вагомого значення серед інших каналів реалізації продукції, крім того, продукція реалізується через споживчу кооперацію, комерційні структури та підприємства.

Продукція ТОВ «Авангард» реалізується через посередників, що забезпечує широкий доступ до товарів для споживачів, але вимагає вдосконалення управління розподілом для зменшення залежності від зовнішніх агентів.

Основним каналом збуту молока є продаж їх посередникам та оптовим покупцям – відповідно 42 і 45 %. Структура каналів реалізації цих культур не відрізняється від структури каналів реалізації іншої сільськогосподарської продукції, яка характеризується відсутністю реалізації продукції на міських ринках та населенню в рахунок оплати праці.

Під час дослідження маркетингової діяльності ТОВ «Авангард» були виявлені кілька основних проблем:

- Проблеми із зберіганням продукції: на території України багато аграрних підприємств зіткнулись з відсутністю належних складських приміщень, що призводить до втрати якості продукції через неадекватні умови зберігання.

- Відсутність ефективної системи контролю якості: недоліки у моніторингу якості під час зберігання можуть вести до зіпсування продукції через псування, вплив шкідників і інші фактори.

- Транспортні проблеми: відстані до ринків можуть бути значними, що ускладнює доставку продукції і змушує продавати її за нижчою ціною на локальних ринках.

– Нерозвинута інфраструктура та наявність неконтрольованих ринків: це залишається серйозною проблемою, яка вимагає додаткового регулювання.

– Брак ринкових даних: нестача інформації про ринок і конкурентів, а також слабкий аналіз доступної інформації, можуть ускладнювати прийняття обґрунтованих рішень і призводити до прийняття не вигідних умов ціноутворення, особливо в галузі тваринництва.

Розгляд складників 4Р ТОВ «Авангард», представлений в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Елементи комплексу маркетингу ТОВ «Авангард»

Товар 	Продуктовий портфель представлений такими видами продукції як: Зернові культури; Технічні культури; Продукція тваринництва: Приріст ВРХ та свиней, молоко, яйця Товарний портфель в господарстві достатньо диференційований.
Ціна 	Реалізація продукції через посередників вибудовує не завжди вигідні умови щодо цін на продукцію, а відповідно недоотримання прибутку. У 2023 році ціни на основні види продукції: - пшениця озима – 770,0 грн./ц; - ячмінь – 628,7 грн./ц; - кукурудза на зерно – 730,0 грн./ц; - соняшник – 1730,0 грн./ц - приріст ВРХ – 4561,4 грн./ ц - приріст свиней – 3960,5 грн. /ц - молоко – 930,6 грн./ ц
Система збуту 	Реалізація продукції рослинництва через трейдерів та переробним підприємствам. Основним каналом збуту молока є продаж їх посередникам та оптовим покупцям. Додаткові канали прямого збуту: продаж на місцевому ринку.
Методи просування товарів на ринку 	Інтернет-маркетинг, довгострокові договори. Інтернет надає зручний спосіб рекламувати фермерський бізнес, продавати продукцію та спілкуватися з клієнтами. Більшість домогосподарств мають доступ до Інтернету вдома. Це потенційно великий ринок для спеціальних сільськогосподарських продуктів

Для глибокого розуміння поточної ситуації ТОВ «Авангард», конкурентних переваг та майбутніх перспектив, проведемо SWOT-аналіз – це інструмент стратегічного планування, який допомагає оцінити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на ефективність і потенціал бізнесу.

Сильні сторони – це позитивні якості та ресурси, якими володіє підприємство або можете скористатися для досягнення своїх цілей. Слабкі сторони – це негативні аспекти та обмеження, які перешкоджають вашому прогресу або створюють труднощі. Визнаючи свої сильні та слабкі сторони, можна зосередитися на конкурентоспроможності та усунути недоліки.

Також важливо дослідити нові можливості та спробувати передбачити потенційні загрози. Можливості – це сприятливі умови та тенденції, якими можна скористатися для розвитку свого бізнесу чи вирішення проблеми. Загрози – це несприятливі фактори та ризики, які можуть зашкодити бізнесу або зменшити ваші шанси на успіх. Саме скануючи зовнішнє середовище та ринок, ми намагались відкрити нові можливості та підготуватися до можливих викликів та сучасних ризиків.

Проводячи SWOT-аналіз ми спирались на фінансової звітності, інформацію про ефективність і потенціал бізнесу, а також визначити ключові фактори, які впливають на ваш успіх і сталість. Використовуємо SWOT-аналіз, щоб сформулювати та реалізувати стратегічні дії, які можуть посилити сильні сторони, подолати слабкі сторони, використати можливості та пом'якшити загрози. SWOT-аналіз може допомогти покращити процес прийняття рішень, планування та виконання, а також досягти бізнес-цілей і завдань. Щоб зрозуміти споживачів, фермерська спільнота повинна вивчити поведінку, потреби та бажання клієнтів.

Для нас важливо проаналізувати і зрозуміти складові цього аналізу для визначення можливостей ТОВ «Авангард» щодо використання екологічних інновацій, екопродукції, переходу до нових стратегій розвитку та можливості їх впровадження на досліджуваному підприємстві.

Таблиця 2.10

Матриця SWOT-аналізу впровадження екологічних інновацій та екологічної продукції в діяльність ТОВ «Авангард»

SWOT - аналіз ТОВ «Авангард»	Strengths	Weaknesses
	Екологічна стійкість: Вирощування органічної продукції зменшує вплив на довкілля, знижує використання синтетичних пестицидів та добрив. Збільшення ринкової вартості: Органічні продукти зазвичай продаються за вищою ціною, що може збільшити доходи підприємства. Відкриття нових ринків: Попит на органічну продукцію зростає як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Підтримка споживачів: Органічне виробництво може привернути більше лояльних споживачів, зацікавлених в здоровому способі життя. Урядова підтримка та субсидії: Часто уряди надають фінансову підтримку аграрним підприємствам, які переходять на органічне виробництво.	Високі початкові витрати: Перехід на органічне виробництво може потребувати значних інвестицій у нове обладнання, насіння, органічні добрива та навчання персоналу. Зниження урожайності: Спочатку підприємства можуть відчувати зниження урожайності, поки не адаптуються до нових методів органічного землеробства. Довший час на перехід: Сертифікація органічної продукції може зайняти до трьох років, протягом яких підприємства не можуть продавати продукцію як органічну. Вимоги до управління та контролю: Органічне виробництво вимагає більш суворого контролю за процесами та дотриманням стандартів. Маркетинг та логістика: Необхідно адаптувати маркетингові та логістичні стратегії для досягнення нових ринків та підтримання стандартів органічної продукції.
	Opportunities	Threats
	- Здоров'я та якість: реклама, що підкреслює, що органічна продукція корисніше і якісніше. - Екологічність: підкреслення внеску органічного виробництва у збереження навколишнього середовища. - Партнерства з блогерами та еко-активістами, які популяризують екологічний спосіб життя. - Спільноти та соціальні медіа: Використання соціальних мереж для залучення молодшої аудиторії. - Цільова аудиторія: Споживачі з середнім і високим рівнем доходу, екологічно свідомі, зацікавлені у здоровому харчуванні. - Програми лояльності.	- Нестабільність фінансових ринків - Збільшення витрат на працю через зростання мінімальних зарплат або вимог до соціальних виплат. - Зміни клімату - Втрата біорізноманіття - Технологічні загрози: - Застарівання обладнання та відсутність інновацій. - Кіберзагрози, включаючи ризики для даних про виробництво, фінанси та особисту інформацію. - Політична нестабільність та зміни урядових політик можуть вплинути на тарифи, субсидії та регуляції. - Зміни у міжнародному законодавстві щодо експорту та імпорту, - Соціальна нестабільність

Можна стверджувати, що ТОВ «Авангард» володіє важливими перевагами, такими як сприятливе географічне розташування та наявність ресурсів, які можуть сприяти її успіху. Водночас, фірма стикається з викликами, зокрема з застарілим обладнанням і необхідністю фінансування, що потребують адресації та удосконалення. Є можливості для розширення ринку та оновлення обладнання, які можуть стимулювати зростання та розвиток підприємства, але існують також загрози, як-от зростаюча конкуренція та кліматичні зміни, які вимагають уважного управління та зниження ризиків. Ефективне керування цими аспектами та усунення слабких сторін можуть підсилити стабільність та успіх агрофірми. Основні драйвери інновацій ми узагальнили в таблиці 2.11:

Таблиця 2.11

Драйвери інновацій у сільському господарстві

Сектори	ФАКТОРИ, ЩО СТИМУЛЮЮТЬ ІННОВАЦІЇ
Ринок	Зміни в моделях споживання їжі в результаті зростання середнього класу. Домінуюче становище ланцюгів розподілу продуктів харчування. Міжнародна торгівля та зміни світового попиту. Зміни в обізнаності споживачів щодо таких питань, як стійкість, безпечність харчових продуктів тощо. Ціна ресурсів і вартість праці.
Навколишнє середовище	Зміна клімату. Стихійні лиха. Наявність природних ресурсів
Політика та нормативна база	Правила, стандарти і норми. Податки та збори. Стимули та субсидії.
Наука і техніка	Прогрес у базових знаннях про життя. ІКТ-технології. Інформація про ринкові можливості та ціни. Наявність нових входів. Наявність нових методів ведення сільського господарства. Нові технології та інфраструктура зберігання та консервації

Виходячи з цієї інформації, стає зрозуміло, що сільськогосподарських інноваційних систем спиратися лише на науково-технічний прогрес, а й на інституційні та організаційні інновації. Цей процес потребує спільних зусиль та участі секторів досліджень, освіти та розширення, а також участь фермери,

державні політики, регуляторні органи, неурядові організації, споживачів і дистриб'юторів.

Незважаючи на те, що інновації є ключовими для економічного розвитку, труднощі, які переживають багато продуктивних галузей, у тому числі сільське господарство, і недостатнє державне управління коштів, заважав її розширенню. Тому важливо приділити особливу увагу до аналізу співвідношення витрат і вигод, щоб встановити чіткі пріоритети та уникнути дублювання зусиль, часта проблема в аграрному секторі.

Органічні продукти стають все більш популярним вибором їжі для споживачів, які віддають перевагу здоровому та сталому способу життя. Це призвело до зростання попиту на органічні продукти харчування [1, с. 32]. Саме тому, як результат, виробник вибирає альтернативу, що з точки зору економічних вигод, йому найбільше підходить, але також враховує споживчий попит і конкурентні переваги і положення на ринку в короткому або довгому термін. Тому конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції також впливає на диверсифікація потреб споживачів і це їх важко зацікавити стандартними продуктами.

Ми вважаємо, що сучасні інновації повинні сприяти технологічному розвитку та бути екологічно відповідальними. Їх роль не обмежується лише збільшенням продуктивності виробничих засобів, а також стосується організації виробничих систем та інтеграції факторів виробництва в нові технічні та економічні напрямки. Це передбачає вивчення різноманітних критеріїв ефективності, заснованих на різних аспектах стійкості.

Керівництву ТОВ «Авангард» необхідно переосмислити виробничі підходи та інтерпретувати їх не лише через призму продуктивності, а й через вплив на соціально-економічне та екологічне середовище. Це підкреслює важливість розвитку місцевих землеробських систем та моделей органічного виробництва.

Висновки до другого розділу:

Результати аналізу виробничо-господарської та маркетингової діяльності ТОВ «Авангард», оцінка його економічного, екологічного та соціального стану дають підстави сформулювати наступні висновки:

1. Місію ТОВ «Авангард» можна визначити як забезпечення населення якісною продукцією аграрного виробництва, переробка продукції, максимізація прибутку, стабільний розвиток. Аграрне підприємство спеціалізується на виробництві продукції рослинництва і тваринництва, зокрема, на вирощуванні зернових, бобових, насіння соняшнику, а також продукції тваринництва: ВРХ, свиней, птахівництва та виробництві молока.

Загальна земельна площа підприємства збільшилася на 6,62% з 2021 року, з 2645 га до 2820 га у 2023 році.

Найбільшу питому вагу займають посіви зернових та зернобобових культур та соняшник. Аналіз структури товарної продукції дозволяє зробити висновок, що найбільша питома вага в товарообігу належить зерновим (40,64%) та соняшнику (23,86%), а серед продукції тваринництва: приріст ВРХ (12,29 %) і молоко (10,58 %).

2. Економічна ефективність означає, наскільки ефективно використовуються обмежені ресурси суспільства для виробництва товарів. В цьому контексті, економісти мають кілька способів вимірювання економічної ефективності на основі розподілу ресурсів, витрат або розподілу кінцевих споживчих товарів. Виходячи з цього, було встановлено:

Чисельність працівників зменшилася на 9,26% від 2021 до 2023 року.

Вартість основних виробничих засобів на 100 га зросла на 83,45% з 2021 року, що свідчить про значні інвестиції в матеріально-технічну базу. Оборотні активи зазнали значного падіння на 39,97% за звітний період, що може вказувати на зниження обігових коштів та потребу в оптимізації управління оборотними активами.

Виробничі витрати показали незначне зростання на 5,75%, що може

бути пов'язане з інфляційними процесами та зростанням вартості ресурсів. Найбільша частка витрат припадає на матеріально-речове забезпечення: насіння – 22 %, пальне – 25,4% та електроенергію 17,2%. У галузі тваринництва переважну частину витрат становлять корми – 52 % та витрати на оплату праці – 22 %, бо дана галузь є доволі трудомісткою та потребує постійної робочої сили. Збільшення витрат на зберігання та фінансові відсотки додатково знижують прибутки. Регулювання обсягів виробництва на основі поточних цін спричиняє значні коливання як у виробництві, так і в цінах. Як наслідок цих тенденцій рівень рентабельності різко знизився до майже нульового рівня (0,48%), що свідчить про критичне погіршення фінансового стану підприємства та втрату його прибутковості.

3. Були проаналізовані канали збуту продукції ТОВ «Авангард», виявлені проблеми ведення господарської та маркетингової діяльності, встановлені можливості для введення екологічних інновацій в діяльність підприємства. При цьому, визначення цільових клієнтів і сегментів ринку є ключовим аспектом успішного маркетингу органічних продуктів. Розуміння цільового клієнта та його вподобань може допомогти вам створити відповідний асортимент продуктів, задовольнити їхні вподобання та позиціонувати свої продукти відповідно до їхніх потреб. Це розуміння дозволить розробити успішну стратегію органічного ринку. Важливо розуміти, що органічний ринок різноманітний, і різні сегменти клієнтів мають різні переваги.

4. Ми переконались, що органічна продукція відкриває багато можливостей для бізнесу. Однак ефективне управління органічними продуктами вимагає розуміння органічного ринку, впровадження ключових принципів управління органічними продуктами, розробки успішної стратегії органічних продуктів і управління каналами розподілу органічних продуктів. Завдяки добре реалізованим стратегіям управління продуктами підприємства можуть задовольняти запити споживачів, залишатися конкурентоспроможними та досягати успіху на ринку органічних продуктів.

РОЗДІЛ 3

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНИХ ІННОВАЦІЙ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ В ТОВ «АВАНГАРД»

3.1. Обґрунтування необхідності екологічно спрямованих інновацій для ТОВ «Авангард»

Менталітет і ставлення є основоположними для успіху «економної екологічності». Всередині організації, там має бути довгостроковим зобов'язанням економної екологічної практики. Зміна мислення людей і інакше дію може допомогти організаціям досягти інших результатів. Багатьом не вдалося спроби впровадження lean green практики починаються з фундаментальної концепції непорозуміння. Тому ключовим є вивчення когнітивного виміру, інструментів і концепцій.

Аналіз сучасних досліджень визначили успішне впровадження практики lean green мислення та ставлення як ключових аспектів, які включають екологічне мислення, відкритість до навчання та впевненість в успіху у впровадженні lean green практики.

Зелені технології, іноді відомі як чисті технології, спрямовані на зменшення негативного впливу людини на навколишнє середовище, і при правильному впровадженні вони забезпечать стабільну підтримку людського населення на Землі та дадуть майбутнім поколінням успішні сільськогосподарські методи для подальшого використання [57].

Використання зелених технологій в інноваційному розвитку ТОВ «Авангард» є важливим, оскільки вони зменшують шкоду навколишньому середовищу, виробляють менше викопного палива як побічних продуктів і сприяють сталому розвитку сільського господарства.

В табл. 3.1 ми узагальнили основні інноваційні екологічно спрямовані технології.

Таблиця 3.1

Інноваційні екологічно спрямовані технології в аграрному виробництві

Екотехнології	Деталізація
Відновлювальна енергія	Відновлюваний ресурс – це природний ресурс, який може поповнюватися, щоб замінити те, що було використано, він не може закінчитися, тому він є стійким. Зараз більшість сільськогосподарської техніки працює на викопному паливі, яке викидає парникові гази в атмосферу та сприяє зміні клімату. Цей екологічний збиток можна пом'якшити за допомогою технологій відновлюваної енергії. Відновлювана енергетика та сільське господарство є чудовим поєднанням, оскільки ці природні ресурси можна збирати вічно, даючи фермерам довгострокове джерело доходу.
Нульовий обробіток ґрунту	це метод, який позбавляє від необхідності орати ґрунт або використовувати будь-яку важку сільськогосподарську техніку. Оскільки ґрунт не порушується так сильно, як при звичайних методах землеробства, кількість парникових газів, що виділяються з ґрунту, зменшується, а ерозія та стік відбувається менше. Нульовий обробіток також покращує швидкість поглинання вуглецю в ґрунті (кількість вуглецю, яку ґрунт поглинає та зберігає) і утилізує рослинні залишки, що залишилися на поверхні ґрунту від попередньої культури. Загалом цей екологічний метод ведення сільського господарства допомагає зменшити кількість парникових газів, що потрапляють в нашу атмосферу, і водночас скорочує витрати для фермерів. Цей метод показав, що він має як екологічні, так і економічні переваги, і є важливим, оскільки його можна застосовувати в усьому світі. Нульовий обробіток ґрунту не потребує інвестування великих грошей, щоб побачити результати. Навчання фермерів цій практиці може стати значним кроком до того, щоб зробити сільськогосподарську галузь більш стійкою. No-till землеробство – це екологічний метод, який також враховує величезний глобальний попит на продукти харчування.
Біотехнологія	генетично модифіковані організми (ГМО) – це процес, за допомогою якого ДНК сільськогосподарських культур змінюється таким чином, що не відбувається в природі. Здатність вирощувати рослини з певними слідами — це потужна технологія, яка приносить багато переваг людям, зокрема допомагає боротися зі зміною клімату. Біотехнологічні культури є більш стійкими для нашого середовища. Біотехнологія позитивно зменшує наслідки зміни клімату завдяки використанню генетично модифікованих стресостійких і високоврожайних культур. ГМО також можна вирощувати, щоб вимагати менше пестицидів і рідше орати. Це пов'язано з нульовим обробітком ґрунту – біотехнології також виграють від усіх моментів, про які я говорив у попередньому розділі. Біотехнологія наразі розглядається як надійна відповідь на пом'якшення кліматичних змін, і ці модифіковані культури вже продемонстрували зменшення викидів парникових газів.

Органічне землеробство	це процес використання екологічно чистих методів землеробства для покращення ґрунту та здоров'я людини, водночас захищаючи навколишнє середовище. Він використовує ґрунти вищої якості, що означає кращу врожайність, що в цілому робить його більш економічно конкурентним варіантом. Органічне землеробство має меншу потребу в добривах і пестицидах, для виробництва яких потрібна велика кількість викопного палива. Замість цього він використовує сівозміну та гній для боротьби зі шкідниками, бур'янами та хворобами. Використання органічної технології пом'якшує наслідки глобального потепління шляхом поглинання вуглецю в ґрунті. Він також споживає менше енергії та сприяє більшому біорізноманіттю. Тим не менш, органічне землеробство має використовуватися збалансовано. Органічні ферми зазвичай потребують набагато більших земельних площ, ніж інтенсивні ферми для виробництва тих самих культур. Якби весь світ перейшов на органічне землеробство, нам, ймовірно, довелося б вирубувати ліси, щоб це було зручно.
Вертикальне землеробство	це процес вирощування сільськогосподарських культур у вертикально укладених шарах, а не традиційне горизонтальне землеробство. Означає, що фермери можуть вирощувати значно більше їжі на тій самій площі землі. Це контрольоване – екологічне сільське господарство та часто використовуються такі методи, як аквапоніка та гідропоніка. Вертикальне землеробство може бути стійким міським методом землеробства, що забезпечує екологічні, економічні та соціальні переваги. Фермери побачать підвищення врожайності та зменшення витрат води та добрив. Встановлено, що ця нова технологія скорочує споживання води на цілих 95%!
Зрошення	це постачання води для сільськогосподарських культур і, звичайно, невід'ємна частина сільськогосподарського процесу, а не те, від чого ви можете відмовитися – без достатньої кількості води культура не дасть здорового врожаю. Однак за допомогою правильної технології ви можете переконатися, що використовуєте водопостачання максимально розумно та ефективно.
Інтегрована боротьба зі шкідниками	(IPM) — це сучасний стійкий підхід, який заохочує використання природних механізмів боротьби зі шкідниками з метою вирощування здорових культур з найменшими можливими порушеннями екосистем і ризиками для навколишнього середовища. Здоров'я рослин є важливим для високої продуктивності в сільському господарстві, а це означає, що IPM є життєво важливою екологічною технологією майбутнього. Це зменшує використання синтетичних пестицидів і токсичний слід сільськогосподарських угідь. Це зелена технологія, яка легко доступна багатьом фермерам і зробить їхню землю здоровішою та продуктивнішою.
Управління автопарком	це екологічна технологія, яка розвивалася протягом останніх років завдяки використанню передових систем GPS. Ці передові системи можуть надавати детальну інформацію, включаючи використання палива, частоту обертів двигуна та майбутнє технічне обслуговування. Зрештою, цю технологію можна використовувати, щоб переконатися, що обладнання використовується максимально ефективно. Фермери

	заощалять гроші й водночас скоротять свій вуглецевий слід. Ця технологія наразі не доступна для використання всім через ціну, але вона стає все більш поширеною, і інформація постійно передається новим фермерам.
Цифрові датчики	це передова технологія, доступна сьогодні, може контролювати кожен дрібний аспект сільського господарства та допомагає зробити галузь більш стійкою з меншим впливом на навколишнє середовище. Датчики можуть контролювати мікрокліматичні дані, рівень рН у ґрунті та навіть пересування тварин. Це нова технологія, яка наразі перебуває в зародковому стані, що потенційно може допомогти нам досягти в довгостроковій перспективі. Точні дані допомагають фермерам приймати обґрунтовані рішення, гарантуючи, що їхнє виробництво залишається настільки стійким, наскільки це можливо. Цифрові датчики дозволяють фермерам максимізувати врожайність, економити воду та добрива, зменшувати відходи та підвищувати продуктивність. Ця зелена технологія стає дешевшою та доступнішою, тож незабаром вона стане життєздатним варіантом для багатьох інших країн.

В таблиці представлені інноваційні зелені технології, які є лідируючими в роботі сільськогосподарської галузі.

Реальність така, що це буде не одна технологія, яка врятує планету від знищення навколишнього середовища, це буде низка нових екологічних технологій, іноді змішаних із поверненням до деяких більш «традиційних» методів, таких як органічне землеробство.

Постійно розробляються нові технології, а це означає, що проводяться дослідження, і люди наполегливо працюють, щоб спробувати зробити нашу планету більш стійким місцем. Сільське господарство завжди буде важливим для нашого населення, тому в наших інтересах знайти найуспішніший спосіб зберегти його зеленим і стійким [36, с. 162].

Крім того, відсутність заходів щодо стимулювання інноваційної екологізації виробництва, недорозвиненість ринок екологічних інновацій та відсутність достатніх фінансових ресурсів для зміни технічних і технологічних процеси уповільнюють впровадження екологічних інновацій на сільськогосподарських підприємствах, яка може бути вирішена лише за умови співпраці всіх учасників цього процесу (табл. 1) [39, с. 280].

Таблиця 3.2

Фактори стимулювання впровадження екоінноваційних технологій на
сільськогосподарських підприємствах

Фактори	Напрямки усунення негативний вплив факторів	Відповідальні
1. Недосконалість нормативного та правового регулювання	1. Прийняття відповідного правового основа органічного сільського господарства виробництва. 2. Прийняття державної програми для сприяння впровадженню екоінноваційних розробок. 3. Удосконалення законодавства рамок щодо інноваційної діяльності джерел енергії	Державні установи та органи влади
2. Висока вартість інновацій розробки	1. Надання податкових пільг виробникам які впроваджують екоінновації. 2. Використання кредитних коштів. 3. Складання договору лізингу (оренди). 4. Налагодження співпраці між розробниками інноваційних продуктів і виробники органічної продукції	1. Державні установи та органи влади. 2. Суб'єкти фінансового ринку (банки, лізингові та страхові компанії, венчур кошти тощо). 3. Наукові, дослідно-конструкторські роботи установи. 4. Виробники сільськогосподарської техніки. 5. Виробники органічної продукції.
3. Недоступність для виробники завдяки обмеженої кількості інновацій розробки	Створення науково-промислової співпраці між розробниками інноваційні продукти та виробниками органічної продукції	1. Наукові, дослідно-конструкторські роботи установи. 2. Виробники сільськогосподарської техніки. 3. Виробники органічної сільськогосподарської продукції.
4. Відсутність фінансування	1. Використання найнеобхіднішого інноваційного розробки у виробництві. 2. Створення наукових виробнича кооперація з забудовниками інноваційних продуктів. 3. Участь у міжнародних грантах. 4. Залучення вітчизняних і закордонних інвестицій.	1. Виробники органічної продукції. 2. Науково-дослідні розробки установи. 3. Виробники сільськогосподарської техніки. 4. Міжнародні фонди. 5. Вітчизняні та іноземні інвестори.
5. Відсутність інформації про інноваційні розробки	Презентація інновацій розробки на виставках, ярмарках тощо	Наукові, дослідно-конструкторські роботи установи

6. Відсутність управління зацікавленість у впровадженні екоінновацій	1. Промокампанії серед виробників органічної сільськогосподарської продукції. 2. Створення наукових і виробнича кооперація між розробниками	1. Університети. 2. Виробники сільськогосподарської техніки. 3. Виробники органічного сільського господарства продуктів.
--	--	--

Всі згадані вище виклики, пов'язані з розробкою та впровадженням екологічних інновацій у агробізнесі, тісно взаємозалежні, що вимагає комплексного рішення. Активізація екологічних процесів в агропромисловому комплексі вимагає реалізації наступних економічних заходів:

- розвиток страхування агропідприємств від фінансових втрат, пов'язаних з екоінноваціями;
- забезпечення державного фінансування та субсидування аграрного сектору;
- стимулювання використання відновлювальних джерел енергії;
- формування екологічних кластерів, що включають усіх учасників ринку;
- залучення інвестицій у технології, які зменшують витрати та зберігають ресурси;
- підтримка виробництва, що використовує екологічну сировину і виробляє безпечну продукцію;
- створення спеціальних фондів для підтримки агробізнесу, зайнятого екологізацією виробництва.

Ці заходи сприятимуть сталому розвитку підприємств, вирішенню проблем із впровадженням екологічних інновацій, створенню умов для залучення інвестицій в екологічні проекти, а також підвищенню економічної мотивації підприємств до їх реалізації. Впровадження цих напрямків у використанні інноваційних розробок в агропромисловому комплексі стане значущим внеском у зміцнення економіки і поліпшення екологічного стану. (рис. 3.1).

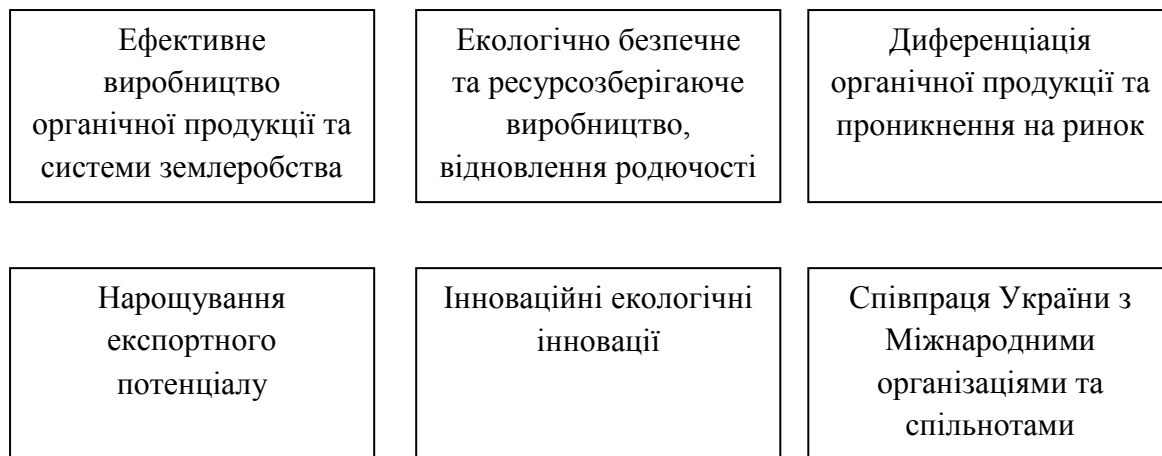


Рис. 3.1. Переваги від впровадження інноваційних розробок в агробізнесі

Важливо зазначити, що екологічні інновації, як і будь-які інновації, вимагають системного підходу до них управління, яке повинно полягати в комплексності, єдності організаційно-економічного та екологічного регулювання процесів створення та поширення інновацій на всіх рівнях [3].

Екоінновації спрямовані на розвиток здатності агробізнесу знаходити нові шляхи та технології для зменшення забруднення та його наслідків, що може значно скоротити витрати на екологічну політику в майбутньому.

Як показує досвід, позитивну роль у формуванні відіграє впровадження екологічних інновацій проведення активної екологічної політики на підприємствах. Ефект від впровадження екологічних інновацій може бути як економічним, пов'язаним із підвищенням рентабельності виробництва, так і екологічним, пов'язаним зі зниження негативного впливу підприємства на навколишнє природне середовище. Фактори впровадження екологічних інновацій на підприємствах агробізнесу, безумовно, головні мотиватори є підтримка з боку держави, суспільства та забезпечення цільового фінансування агробізнесу. Якщо робота зміцнюється різноманітними формами – наукові дослідження, дорадницькі послуги та інше форми підтримки інноваційної діяльності – може стати більш ефективним і конкурентоспроможним. Саме це може статися, якщо всі зацікавлені сторони можуть розвивати та зміцнювати власні здібності та відносини [5, с. 44].

3.2. Впровадження маркетингових підходів при переході ТОВ «Авангард» на екологічно орієнтоване виробництво

В сучасних реаліях сільськогосподарські підприємства як ніколи активно залучені до процесів трансформації виробничих систем, і перед ними постає завдання розробки заходів, що підтримують їхню економічну життєздатність і сприяють підвищенню екологічної та соціальної стійкості. Це означає не лише виробництво якісної продукції з високим рівнем диференціації на внутрішніх та міжнародних ринках, а й забезпечення суспільних благ. Крім того, це передбачає розвиток організаційних і технологічних компетенцій для забезпечення ефективної співпраці з партнерами в ланцюгу постачання, а також впровадження екологічно стійких технологій для збереження довкілля, раціонального використання природних ресурсів, захисту біорізноманіття та посилення місцевих ресурсів. Усе це ускладнює стратегії та функції, які агропродовольчі підприємства повинні виконувати, враховуючи численні технічні та соціально-екологічні обмеження, що постають перед ними для підтримки й покращення економічної стійкості та ефективності [35, с. 537].

Рух органічного землеробства набув популярності протягом останніх двох десятиліть, і продажі органічних продуктів харчування досягли найвищого рівня в 2023 році. Спираючись на принципи стійкості та натуралізму, органічні принципи спрямовані на забезпечення довгострокового добробуту людей. планети та людей, які споживають сільськогосподарську продукцію. Але все ще існує багато хибних уявлень про те, чим насправді є органічне землеробство, а чим ні.

Загалом, органічне землеробство – це рух, зосереджений на використанні природних, сталих та екологічно чистих сільськогосподарських методів. Ці методи охоплюють усе: від здоров'я ґрунту та добробуту тварин до стійкості до погодних умов і біорізноманіття, з головним поглядом на

забезпечення довгострокового добробуту екосистем, сільськогосподарських угідь і людей, які споживають сільськогосподарську продукцію.

Органічні принципи наголошують на важливості використання натуральних добрив і пестицидів замість синтетичних, і хоча програма USDA Organic дійсно сприяє такому мисленню в загальному сенсі, вона насправді не забороняє використання всіх синтетичних хімікатів у сільському господарстві: існує список із семи сторінок синтетичних добрив і пестицидів, які ферми можуть вільно використовувати, але при цьому мають бажану марку «USDA Organic» [26, с. 109].

Всупереч поширеній думці, органічна їжа зазвичай гірша для навколишнього середовища, ніж неорганічна. На це є ряд причин.

Органічне землеробство дає менші врожаї, ніж неорганічне. Це один із великих компромісів; в обмін на здоровіші рослини, здоровішу землю, здоровіших тварин і загальне піклування про Землю фермери повинні визнати, що вони вироблятимуть менше врожаю та/або менше м'яса, ніж це було б інакше. Це означає, що органічні ферми потребують значно більше землі для виробництва такої ж кількості їжі, як і неорганічні ферми. Таким чином, органічне землеробство важче з точки зору землекористування [54].

Важливо розуміти, що адаптація землі до органічних умов виробництва вимагає часу, а також необхідно, щоб виробник агропродукції пристосувався до органічних практик. Більшість експертів у галузі органічного виробництва радять починати перехід з культур, які легше контролювати з точки зору боротьби зі шкідниками та забезпечення необхідними поживними речовинами, що сприятиме кращій підготовці ґрунту для наступних посівів.

У контексті збільшення екологічних вимог та економічної невизначеності, важливе питання полягає у сприянні переходу до більш стійких форм сільськогосподарського виробництва. Вирішальна роль у цьому процесі призначена для державної підтримки. Активне втручання урядів у підтримку національного агросектору та вирішення проблем структурної нерівності, включно з питаннями доступу до землі, може допомогти

вирішити багато існуючих проблем, з якими зіштовхуються українські агровиробники. Важливим аспектом у цьому процесі є інтеграція соціологічних та агрономічних досліджень, що сприяють визначенню оптимальних шляхів розвитку для фермерських господарств [44, с. 215].

Ми спробували представити послідовність дій при переході аграрного підприємства на органічне виробництво з інноваційними підходами (табл. 3.1).

Таблиця 3.3

Послідовність переходу ТОВ «Аваргарт» на органічне виробництво

Ключові позиції	Розкриття сутності
Місія ТОВ «Аваргарт»	Виробничо-господарська діяльність орієнтована на надання споживачам якісної та безпечної органічної продукції, з одночасним збереженням екології та досягненням економічної вигоди.
Органічне сільське господарство означає процес, у якому використовуються методи, що дбайливо ставляться до навколишнього середовища, від етапів виробництва до обробки та переробки. Це цілісна система управління виробництвом, яка сприяє та зміцнює здоров'я екосистеми, включаючи біологічні цикли та біологічну активність ґрунту. Органічне сільське господарство ґрунтується на мінімізації використання зовнішніх ресурсів, уникненні використання синтетичних добрив і пестицидів. Органічне виробництво стосується не лише продукту, а й усієї системи, яка використовується для виробництва та доставки продукту кінцевому споживачу. Органічна продукція вирощується без шкоди для здоров'я людини та природного середовища, без використання хімічних речовин для живлення та боротьби з бур'янами, при використанні органічної системи землеробства та відгодівлі тварин під системою землеробства без використання шкідливих хімічних добрив і пестицидів з екологічно та соціально-відповідальним підходом.	
Перехідний-конверсійний період – тривалість 2-5 років	Методи органічного сільського господарства не можуть гарантувати, що продукти повністю вільні від залишків, однак використовуються методи для мінімізації забруднення повітря та ґрунту. Переробка органічних продуктів харчування та роздрібні торговці дотримуються стандартів для збереження цілісності органічних сільськогосподарських продуктів. Органічні фермери застосовують методи збереження ресурсів, підвищення біорізноманіття та підтримки екосистеми для сталого виробництва. Ця практика часто, але не завжди, орієнтована на ринок харчових продуктів, позначених як органічні. Багато фермерів практикують органічні технології, не шукаючи та не отримуючи вищої ціни, яку пропонують органічні продукти харчування на деяких ринках. Це включає багато традиційних систем землеробства в країнах, що розвиваються.
Сертифікація виробництва	Дотримання стандартів органічного сільського господарства, включаючи захист споживачів від шахрайства, забезпечується шляхом перевірки та сертифікації. Органічне виробництво не обмежується сертифікованими

	органічними фермами та продуктами, а включає всі продуктивні сільськогосподарські системи, які використовують природні процеси, а не зовнішні ресурси, для підвищення продуктивності сільського господарства. Органічні стандарти вимагають від операторів збереження, відновлення та покращення природних процесів; співпрацювати з природою, щоб захистити врожай, а не підкорятися чи підкоряти її. Таким чином, прийняття рішень виробником має важливе значення для суттєвої диференціації органічного сільського господарства від систем, які не використовують синтетичні ресурси шляхом нехтування. Виробництво через недбалість не вважається «органічним» для цілей цього дослідження, навіть якщо органічні стандарти в деяких місцевих юрисдикціях не роблять такого розрізнення. Важливою умовою для ведення органічного виробництва є отримання сертифікату (офіційного документу) та постійне його підтвердження. Сертифіковані органічні ферми та переробні заводи проходять річні інспекції, щоб засвідчити їх відповідність встановленим стандартам. Інспектори органічної продукції оцінюють усі аспекти фермерської діяльності, забезпечуючи дотримання плану органічної системи, який фермер веде.
Розробка екологічно орієнтованого комплексу маркетингу для реалізації органічної продукції	Адаптація елементів маркетингового комплексу до умов екологічного виробництва та ринку органічної продукції з урахуванням потреб та очікувань споживачів є ключовою. Важливо розробляти маркетинговий інструментарій, включаючи товарну, цінову, збутову та комунікаційну стратегії, виходячи з принципів екологічного маркетингу.
Введення системи екологічного управління	Усі системи управління сільським господарством, які застосовують екологічні підходи, але які використовують деякі синтетичні ресурси та/або генетично модифіковані організми (наприклад, інтегрована боротьба зі шкідниками, нульовий обробіток ґрунту, консерваційне землеробство та стійке сільське господарство з низьким зовнішнім вкладенням), очевидно, виключені з категорії органічного. Більшість порівнянь ефективності альтернативних систем виробництва зосереджується лише на валовому виході товарної продукції. Фермери зазвичай відчують зниження врожайності після того, як відмовляються від синтетичних матеріалів і переводять свою діяльність на органічне виробництво. Після відновлення агроєкосистеми та повного впровадження систем органічного менеджменту врожайність значно зростає.
Економічне стимулювання екологічно безпечного виробництва з боку держави	Пільгові умови від держави, які компенсують фермерам за кваліфіковане управління ресурсами; вищі витрати на робочу силу, собівартість одиниці продукції та витрати на обробку; адміністративні збори, збори за інспекцію та сертифікацію. Премії також відображають ціну для уникнення та пом'якшення негативних зовнішніх впливів на навколишнє середовище, спричинених традиційним сільським господарством.

Продуктивність систем органічного сільського господарства ТОВ «Авангард» змінюється на різних етапах управління:

- перехід від традиційного до органічного управління;
- перехід від традиційного до органічного управління;
- органічне управління, засноване на заміщенні ресурсів;
- повний перехід до системного підходу.

При здійсненні перехідного періоду, необхідність забезпечити економічну життєздатність ТОВ «Авангард» в короткостроковій перспективі призводить до того, що деякі ферми досягають системного підходу.

Варто наголосити на основних ризиках, ми виділили 10, які будуть відчутні при переході ТОВ «Авангард» на органічні виробництва:

1. У більшості випадків фермери, які переходять на перехід, страждають від зниження продуктивності, але навіть у цьому випадку є випадки, коли традиційна система настільки занепадає, що спостерігаються значні позитивні реакції на додавання органічної речовини, особливо коли є перенесення синтетичних азотних добрив, таких як нітрат кальцію. Крім того, є випадки, коли фермери, які перебувають на переході, все ще мають певний запас гербіцидів, які пригнічують бур'яни навіть на другий рік переходу; для них зниження врожайності, пов'язане з тиском бур'янів, починається лише на другий-третій рік. Це найчастіше зустрічається в зернових культурах, таких як пшениця і кукурудза.

2. Втрати врожаю викликані низкою взаємопов'язаних факторів: органічна речовина ґрунту та біологічна активність потребують часу, щоб утвердитися; багато агропідприємств використовують пестициди, які не дозволяють створювати корисні організми для придушення шкідників, бур'янів і хвороб; і проблеми з родючістю є звичайними до відновлення повної біологічної активності (наприклад, ріст ґрунтової біоти, покращена фіксація азоту та встановлення природних хижаків-шкідників). Ступінь втрати врожаю змінюється і залежить від властивих біологічних особливостей ферми, досвіду фермера, обсягу використання синтетичних

засобів під час попереднього управління та стану природних ресурсів. Іноді може вистачити кількох років або може знадобитися багато років, щоб відновити екосистему до такого рівня, коли органічне виробництво стане життєздатним з економічної точки зору.

3. Органічне сільське господарство зазвичай працює краще, якщо врахувати загальне виробництво корисних культур на площу. Найбільшими обмеженнями, з якими стикаються фермери, що переходять, є брак знань, джерел інформації та технічної підтримки. Більші державні інвестиції у відповідні дослідження та консультаційні служби можуть допомогти подолати ці обмеження.

4. Екстремальні погодні коливання становлять зростаючу загрозу для сільського господарства. Органічні системи виявляються більш стабільними та витривалими у відповідь на зміни клімату на основі порівняння з їхньою традиційною системою.

5. Органічні продукти мають вражаючі ціни на рівні роздрібної торгівлі: у середньому на 10-50 відсотків (а в деяких випадках навіть на 100-200 відсотків) вище звичайних цін на той самий товар. Ці надбавки відображають кілька базових факторів як з боку попиту, так і з боку пропозиції. Премії відображають високий споживчий попит, коли деякі споживачі готові платити вищі премії, ніж інші. Більшість споживачів у розвинених країнах будуть платити більше за органіку, але лише до певної міри. Зі збільшенням цінової надбавки кількість споживачів, готових її платити, зменшується, оскільки традиційний товар завжди доступний як замініник.

6. Традиційне сільське господарство включає в себе методи господарювання, які розвивалися протягом століть для створення сільськогосподарських систем, адаптованих до місцевих екологічних і культурних умов. Через свою природу традиційні системи не використовують синтетичні сільськогосподарські ресурси. Багато, але не всі

традиційні системи повністю відповідають стандартам виробництва органічного сільського господарства.

7. Витрати стосуються всього сільськогосподарського виробництва (загального виробництва різноманітних видів, а не врожайності окремої культури) протягом усього періоду сівозміни: це включає як ринкову продукцію, так і нехарчову продукцію (для годівлі тварин і ґрунту). Зокрема, доходи, отримані за один сезон, можуть здаватися високими через цінові надбавки, але низькими в наступних сезонах сівозміни, якщо ці культури мають низьку ринкову вартість або взагалі її не мають. Розгляд цих сезонів окремо не дає точного уявлення про фінансову життєздатність органічного сільського господарства. На жаль, багато порівняльних досліджень органічного та традиційного або інтегрованого виробництва зосереджені на одній культурі та одному році.

8. Органічне сільське господарство не субсидується в Україні, синтетичні ресурси дорогі, а робоча сила відносно дешева, орієнтовані на ринок органічні фермери можуть досягти вищих прибутків завдяки зниженню витрат виробництва та диверсифікованому виробництву. Надбавки до ціни не є достатнім стимулом для продажу продукту як органічного. Проте фермери перейняли органічну практику, тому що уникання зовнішніх ресурсів дозволяє заощадити витрати на виробництво, а врожайність стабільніша.

9. Багато причин сприяють додатковим витратам на ринок органічних продуктів: збори за інспекцію та сертифікацію, відокремлене зберігання, менше можливостей боротьби зі шкідниками та хворобами після збирання врожаю, належним чином очищене та добре задокументоване транспортування, дбайливе поводження, щоб уникнути розведення та забруднення, відповідне пакування, і ефект масштабу. Оскільки виробники органічної продукції складають меншу частку сільськогосподарської галузі, окремі виробники широко розосереджені. Вищі витрати на збирання та складання додатково збільшують витрати на транспортування. Зараження

шкідниками та хворобами може призвести до того, що обробники постануть перед неприємним вибором між втратою більшої частини та, можливо, всього врожаю, або обробкою його забороненою речовиною для відшкодування втрат і продажем продукту як неорганічного. Сегрегація збільшує витрати на обробку. Багато роздрібних торговців вимагають від своїх постачальників надання індивідуальної упаковки та спеціального маркування органічних продуктів харчування, які не потрібні для звичайних продуктів харчування.

10. Відсутність інфраструктури дистрибуції на ринку органічної продукції (невелика кількість дистриб'юторів) є перешкодою для органічних фермерів, які хочуть вийти на ринок. Один з найбільш важливих рішень виробника відноситься до того, як їхні продукти продаватимуться. Основні перешкоди для оптимізації розповсюдження каналів на ринку органічних продуктів: система управління інформацією, недосконала система комунікації зі споживачами, нерозвинута інфраструктура.

Першочерговим завдання є мотивування курівництва агропідприємств, в тому числі і «Авангард» до переходу на органічне виробництво (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Розгляд факторів мотивації агровиробників до екологічно спрямованого господарювання

Позитивного спрямування	Негативного спрямування
1. Потенціал підвищення якості виробленої продукції, стандартизація технологічних операцій, виробничих процесів, якості. 2. Зниження витрат, необхідних для впровадження методики. 3. Підвищена надійність і стабільність виробництва і бізнес-процесів. 4. Синергія, отримана від поєднання економічної, екологічної та соціальної складових, та процесами управління методики.	1. Вимоги до персоналу навчання, потреба в розвиваються додаткові компетенції. 2. Відсутність розробленої концепції для всіх бізнес-процесів, виробництва, технологій, інновацій. 3. Витрати на інноваційні заходи екологічного ведення господарювання.

Закон про виробництво органічних харчових продуктів (OFPA) і Зростаюча кількість сертифікованих органічних сільськогосподарських товарів, вироблених дрібними фермерами, організованими в демократичні кооперативи, відповідає вимогам справедливої торгівлі: фермери отримують адекватну платню для покриття витрат на виробництво та соціальну премію для покращення якості життя. Хоча органічний рух поділяє консенсус щодо необхідності соціальних вимог, конкретні стандарти є суперечливими. Органи, що встановлюють стандарти, чутливі до національного суверенітету та культурного контексту, що регулює соціальні та економічні відносини. Такі стандарти можуть створити торговельні бар'єри для експорту органічної продукції з деяких країн, що розвиваються, але цей тиск може спровокувати соціальні та економічні реформи в багатьох країнах [17, с. 32].

Вкрай важливою є процедура проходження сертифікації (рис. 3.2). В Україні головною інституцією виступає Органік стандарт.



Рис. 3.2. Сертифікація в Україні

Забезпечення відповідності повинно бути законним і здійснюватися за допомогою достатніх санкцій як у розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. Є докази того, що шахрайство існує в багатьох країнах, що розвиваються. Надійні та перевірені системи гарантій органічного виробництва є ключовими для успішної торгівлі продуктами органічного сільського господарства. Створення узгодженого на міжнародному рівні механізму акредитації має вирішальне значення для визначення еквівалентності імпортованих органічних продуктів.

Національним агровиробникам, на сьогодні, потрібна зовнішня технічна допомога для розвитку потенціалу для технічних, організаційних і юридичних навичок, необхідних для створення надійних програм сертифікації та акредитації. Деякі органи сертифікації отримують акредитацію в країні-імпортері. Для цього потрібен освічений, підготовлений персонал та адміністративні структури. Міжнародна еквівалентність різних національних органічних стандартів зменшить адміністративні накладні витрати, покращить відносини державного сектора з приватними компаніями та трейдерами та усуне зайву сертифікацію. Ця бюрократія та пов'язані з нею витрати особливо обтяжують бідних фермерів у країнах, що розвиваються. Міжнародна визнана акредитація та еквівалентність принесуть користь як країнам-експортерам, так і країнам-імпортерам, оскільки вони забезпечують відповідність вимогам імпортерів, одночасно визнаючи компетентність і відповідність експортерів [39, с. 280].

У цих умовах фермери вирішать застосувати зелені технології, коли їх вхідні ресурси та результати сільськогосподарського виробництва задовольнятимуть.

Керівництво ТОВ «Авангард» не можуть точно оцінити переваги та ризики використання зелених технологій до впровадження. Перш ніж прийняти рішення про впровадження, вони можуть лише сформулювати очікування щодо переваг і ризиків впровадження зелених технологій, спостерігаючи за іншими людьми, які використовували зелені технології в

їхній громаді. Теорія запланованої поведінки стверджує, що індивідуальні поведінкові рішення залежать від їхніх поведінкових установок, а усвідомлена цінність є найбільш фундаментальною причиною формування поведінкових установок аграріїв.

Відповідно до теорії сприйнятої цінності, прийняття аграріями екологічних інновацій є результатом порівняння між передбачуваними фермерами вигодами та передбачуваними ризиками, що означає, що впровадження зелених технологій залежить від того, чи зможуть відповідні економічні та екологічні цінності, які вони приносять, компенсувати витрати виробництва. збільшується. Як особи, що приймають рішення в управлінні сільським господарством, виробнича поведінка агровиробників передбачає максимізацію власних прибутків як головну мету [46, с. 40]. Таким чином, очікування ТОВ «Авангард» щодо можливості покращити економічні вигоди, такі як продуктивність сільського господарства та економічний результат сільського господарства, допоможуть їм прийняти більш екологічні способи сільськогосподарського виробництва.

Ми переконані, що сільськогосподарські зелені технології можуть зменшити негативні зовнішні наслідки забруднення навколишнього середовища, спричинені надмірним використанням хімічних добрив і пестицидів, а також можуть знизити залишки пестицидів у сільськогосподарських продуктах, щоб забезпечити безпеку сільськогосподарських продуктів. Таким чином, їх впровадження в ТОВ «Авангард» має сильний позитивний зовнішній ефект, який робить соціальну цінність впровадження технологій фермерами більшою, ніж їх особисту цінність, в результаті чого бажання та інтенсивність впровадження зелених технологій фермерами є невисокими.

Варто зауважити, що реалізувати популяризацію екологічних інновацій тільки самостійним зусиллями агровиробників дуже складно, і в цей час необхідно державне втручання через оподаткування, адміністративні штрафи, фінансові субсидії. Застосування технології зеленого виробництва

вимагає від фермерів сплачувати більше альтернативних витрат і капітальних витрат. Фінансові субсидії, надані урядом, можуть полегшити фінансові обмеження фермерів, компенсувати витрати на впровадження, зміцнити почуття ідентичності фермерів щодо зелених технологій виробництва, тим самим мобілізуючи ентузіазм фермерів щодо впровадження зелених технологій [50, с. 718].

На сьогодні, ми виявили, що політичні субсидії можуть збільшити граничний дохід ТОВ «Авангард» і зменшити витрати на виробництво, щоб сприяти екологічній поведінці. Встановлено, що екологічні компенсації та фінансові субсидії можуть вплинути на сприйняття фермерами цінності зелених технологій, зменшити очікування фермерів щодо ризику, таким чином сприяючи екологічній виробничій поведінці фермерів.

Органічне сільське господарство відоме не лише своїм внеском у виробництво здорової їжі та збереження навколишнього середовища, але й своїм потенціалом для покращення соціально-економічних умов фермерів. Дослідження показали, що він має кілька економічних переваг, таких як підвищена прибутковість і вища віддача від інвестицій, у порівнянні з Global GAP (належною сільськогосподарською практикою) землеробством. Однак ці переваги часто залежать від потужного ринкового попиту, який може зникнути під час ринкових збоїв та кризи [58].

Органічні системи на територіях із середнім потенціалом значно випередили звичайні методи щодо врожайності зерна кукурудзи, чистої грошової вигоди, рентабельності капіталу та продуктивності праці. Наприклад, органічно вирощена кукурудза зазнала менше шкоди від довгоносиків під час зберігання, ніж її звичайний аналог. Це та інші подібні відкриття показують, що органічні системи можуть подвоїти або потроїти продуктивність традиційних систем [9, с. 121].

Органічне сільське господарство може підвищити продуктивність традиційних систем шляхом оптимізації використання місцевих ресурсів.

Таблиця 3.4

Ефективність використання ресурсів в органічному сільському
господарстві

Позитивного спрямування	Негативного спрямування
Агрономічні показники	Ефективність органічного сільського господарства не можна оцінювати на основі порівняння одного врожаю чи одного року. Органічне сільське господарство зазвичай працює краще, якщо врахувати загальне виробництво корисних культур на площу. Найбільшими обмеженнями, з якими стикаються фермери, що переходять, є брак знань, джерел інформації та технічної підтримки. Більші державні інвестиції у відповідні дослідження та консультаційні служби можуть допомогти подолати ці обмеження.
Економічні показники	Лише кілька досліджень оцінювали довгострокову прибутковість систем органічного сільського господарства. Хоча ці дослідження різняться за методологіями та висновками, вони незмінно демонструють високі доходи порівняно з традиційним сільським господарством завдяки отриманим преміям. Однак витрати стосуються всього сільськогосподарського виробництва (загального виробництва різноманітних видів, а не врожайності окремої культури) протягом усього періоду сівозміни: це включає як ринкову продукцію, так і нехарчову продукцію (для годівлі тварин і ґрунту). Зокрема, доходи, отримані за один сезон, можуть здаватися високими через цінові надбавки, але низькими в наступних сезонах сівозміни, якщо ці культури мають низьку ринкову вартість або взагалі її не мають. Розгляд цих сезонів окремо не дає точного уявлення про фінансову життєздатність органічного сільського господарства. На жаль, багато порівняльних досліджень органічного та традиційного або інтегрованого виробництва зосереджені на одній культурі та одному році.
Соціальні показники	Перехід ферми на органічну практику впливає на всі аспекти діяльності, включаючи попит на робочу силу, соціальні структури та процеси прийняття рішень. Підприємства органічного сільського господарства часто вимагають більше трудових затрат, ніж звичайне сільське господарство, щоб замінити зовнішню енергію та капіталовкладення, такі як добрива та гербіциди. Однак обсяг залежить від інтенсивності роботи та рівня капіталізації господарства. Разом із системою виробництва загалом покращується соціальне середовище тих, хто займається органічним сільським господарством: насправді багато органічних систем включають принципи справедливої торгівлі, що покращує умови праці.
Показники продуктивності робочої сили	Диверсифікація культур на органічних фермах і відповідні різні графіки посіву та збирання врожаю розподіляють попит на робочу силу протягом сезону. Різноманітність сільськогосподарського виробництва та продуктів із доданою вартістю збільшує можливості отримання доходу та поширює ризики невдачі на ширший спектр культур і продуктів.
Інституціональні показники	Оскільки «органічний» є заявою про виробничий процес, споживачі повинні покладатися на програми сертифікації, які підтверджують

	заяви. Стандарти, які визначають процес органічного виробництва, здаються досить точними, особливо в порівнянні з заявами, зробленими для інших конкуруючих продуктів. Споживачі вирішують купувати органічні продукти частково тому, що цей вибір відображає їхні цінності. Наприклад, багато споживачів вимагають, щоб органічні продукти харчування відповідали суворим стандартам утримання тварин. Інші очікують, що органічне означає свіже, місцеве та мінімально оброблене. Уся органічна спільнота вимагає, щоб генетично модифіковані організми не використовувалися для виробництва або обробки органічних продуктів харчування чи клітковини. Соціально-економічні питання, включно з отриманням виробниками справедливої ціни, все більше привертають увагу.
--	---

Ефективний розподіл ресурсів є більш успішним, коли уряд і ринкові сили працюють разом. Ринкова ціна сільськогосподарської продукції також є суттєвим фактором, що визначає прийняття фермерами екологічної орієнтації. Фермери, які впроваджують зелені технології, ймовірно, отримають вищі прибутки за рахунок надбавок до ціни, оскільки споживачі бажають більш екологічно чистих продуктів і готові платити вищу еко-премію. Це вказує на те, що ціна продуктів харчування, вироблених фермерами з використанням зелених технологій, вища, ніж ціна продуктів, вироблених фермерами без використання зелених технологій, тобто. Збільшення очікуваної економічної вигоди від впровадження зелених технологій виробництва фермерами сприятиме їхньому екологічному виробництву. Проте виконання цієї умови має ґрунтуватися на тому, що механізм ринкових цін на сільськогосподарську продукцію є надійним. За цих обставин ринкові стимули можуть компенсувати недоліки політичних субсидій і служити заміною.

Крім того, було стверджено, що в глобалізованих основних продовольчих системах конкуренція змушує фермерів постійно знижувати свої витрати та робити нові інвестиції, щоб отримати вигоду від нових технологій та ефекту масштабу, що призводить до структурного зниження економічної маржі.

Для ТОВ «Авангард», як і для більшості національних виробників аграрної продукції, вибір каналу збуту є важливим питанням і залежить від

низки факторів, таких як тип продукції, цільова аудиторія, географічне розташування та ресурси виробника. Ми переконані, що для реалізації органічної продукції, найбільш ефективним є використання комбінації декількох каналів. Це пояснюється тим, що маркетинг органічної продукції потребує особливого підходу, оскільки споживачі органічних товарів зазвичай мають високі вимоги до якості та довіри до виробника.

Для ТОВ «Авангард» такими каналами можуть бути:

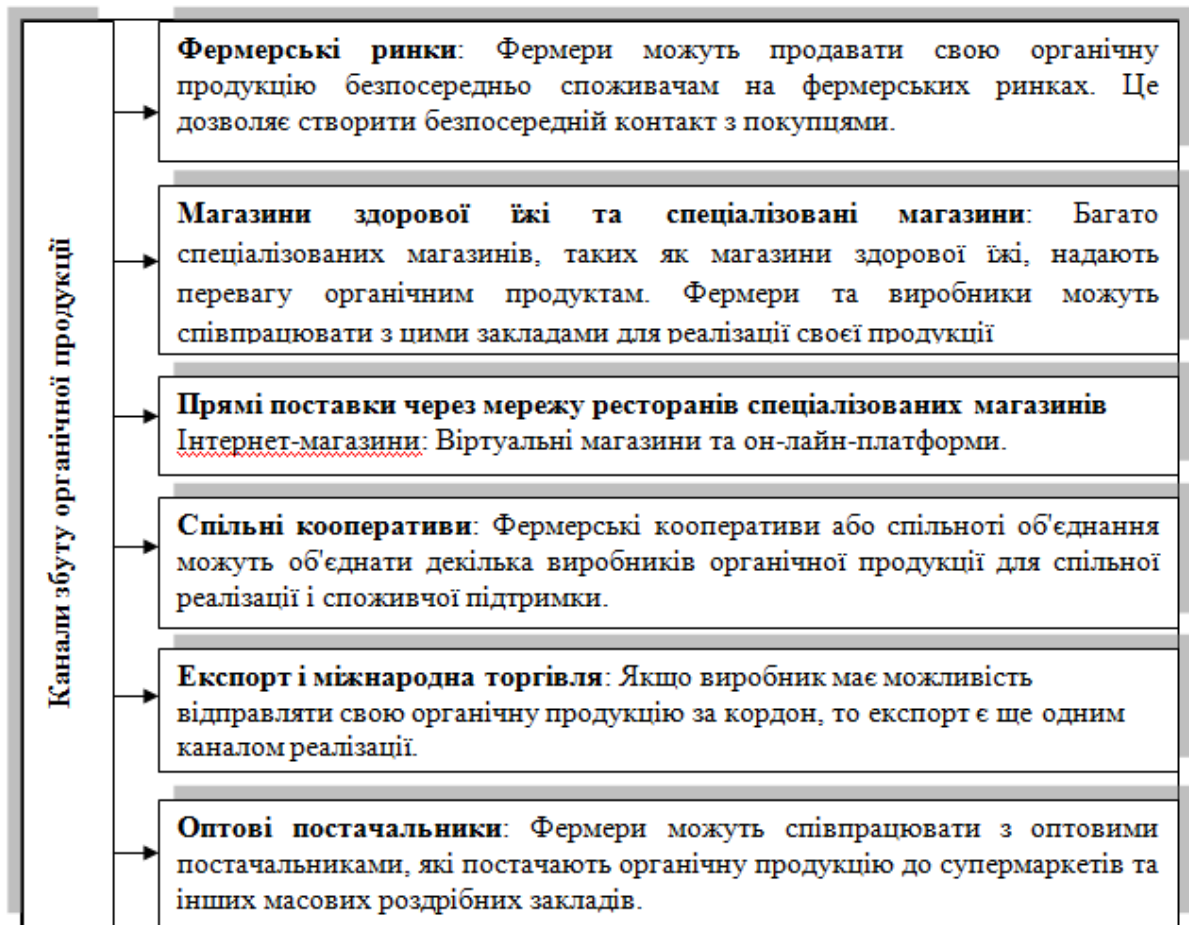


Рис. 3.3. Основні розподільчі канали органічної продукції

Фермери, які продають через місцеві ринки, швидше за все, будуть меншими, ближчими до міських районів і більш диверсифікованими у своєму виробництві.

Якість сільськогосподарської продукції значною мірою визначає її ринкову ціну. Суворі виробничі обмеження, встановлені органічною сертифікацією, відіграють ключову роль у підвищенні якості продукції на

етапі виробництва [38]. Органічні етикетки служать помітним сигналом для споживачів, які прагнуть відрізнити та вибрати продукти найвищої якості. Незважаючи на те, що численні дослідження в існуючій літературі стосуються ефекту підвищення якості, пов'язаного з органічними сертифікованими сільськогосподарськими товарами [40], швидке зростання сільськогосподарської електронної комерції стало основним фактором впливу на динаміку ціноутворення на продукти [33]. Впорядковуючи сільськогосподарські транзакції та зменшуючи участь посередників, електронна комерція головним чином зміцнює надлишки виробників і споживачів [44], представляючи новий шлях продажу сільськогосподарської продукції та розширюючи охоплення ринку для задоволення різноманітних запитів споживачів [33]. Таким чином, у сфері онлайн-доступності ринку вплив органічної сертифікації на ціни може не виникати лише через постійне підвищення якості продукції.

Ринкова інформація сильно впливає на ціни сільськогосподарської продукції. За останні роки споживчі переваги та запити значно змінилися. Споживачі тепер більше усвідомлюють якість, безпеку та екологічність своєї їжі [45]. Сертифікація органічних сільськогосподарських продуктів виносить зовнішню інформацію про якість; сертифікаційні етикетки можуть передавати інформацію про якість споживачам [48]. Однак традиційні процеси торгівлі сільськогосподарською продукцією часто затягуються і можуть включати викривлення інформації [49]. Безпосереднє надання інформації про якість органічної сертифікації споживачам через онлайн-канали продажів може зменшити втрати під час передачі інформації та збагатити інформацію про ринковий попит [50]. Онлайн-доступ до ринку, який сприяють медіа, такі як зображення, відео та огляди, надає фермерам різноманітні дані про ринковий попит у реальному часі, пом'якшуючи явище поганої та спотвореної передачі інформації між виробниками та споживачами [53]. Таким чином, органічна сертифікація підвищує ціни на

сільськогосподарську продукцію в онлайн-доступі до ринку, розширюючи доступ фермерів до ринкової інформації.

Управління розподілом екологічних продуктів і створення конкурентних переваг за допомогою екомаркетингу має стратегічне значення. Канали маркетингу для цієї категорії товарів мають низку специфічних рис, властивих виключно екологічним продуктам. Цей процес можна розглядати як комплекс екомаркетингу, який включає поетапні стратегії покращення екологічних характеристик, спрямовані на підвищення ефективності компанії та її всебічний соціально-економічний розвиток.

Для ефективної реалізації органічної продукції варто застосовувати спеціальні маркетингові настанови та інструменти, які відповідають вимогам і очікуванням споживачів цього сегмента. До основних з них можна віднести:

1. Екобрендинг – це форма брендингу, яка полягає у створенні та просуванні товару з екологічним акцентом, використовуючи маркетингові інструменти, управління технологіями просування та реклами. Це допоможе створити емоційний зв'язок зі споживачем, який шукає екологічно безпечні та натуральні продукти.

2. Сертифікат органічного виробництва від відомих органів сертифікації, таких як USDA Organic або Європейська органічна сертифікація. Це підтвердить якість вашої продукції та її відповідність органічним стандартам, що важливо для побудови довіри серед споживачів.

3. Створення веб-сайт і активно використовуйте соціальні мережі для просування продукції. Розповідайте про процес виробництва, публікуйте фотографії вашого господарства, а також діліться відгуками клієнтів. Це сприятиме побудові прозорості та довіри до вашого бренду.

4. Інформування споживачів про стійкі продукти може значно вплинути на їхні рішення та поведінку. Надання доступної інформації та переконання окремих споживачів можуть сприяти усвідомленому вибору. Коли людина обізнана про переваги й недоліки різних товарів, а також про екологічні ризики та впливи, пов'язані з їх виробництвом, споживанням та

утилізацією, вона здатна обрати більш екологічно відповідальні продукти. Використання популярних онлайн-платформ для продажу органічних товарів, або спеціалізовані екологічні магазини. Це розширить ваш доступ до клієнтів і дасть змогу охопити аудиторію, яка активно шукає органічну продукцію онлайн.

5. Забезпечення присутності на локальних фермерських ярмарках і ринках. Місцеві споживачі часто підтримують місцевих виробників, особливо якщо продукція є органічною. Це також можливість налагодити прямий контакт із покупцями.

6. Акцентування діяльності на соціальній відповідальності, залучення до екологічних проектів та благодійних ініціатив. Це сприятиме формуванню позитивного іміджу компанії серед споживачів.

7. Збір та публікація відгуків клієнтів на веб-сайті підприємства чи в соціальних мережах. Рекомендації задоволених споживачів – ефективний спосіб підвищення довіри до вашої продукції.

8. Інвестування в освітні кампанії, що пояснюють переваги органічної продукції та її вплив на здоров'я та довкілля. Це сприятиме підвищенню обізнаності та лояльності споживачів до вашого бренду.

9. Співпраця з місцевими ресторанами, кафе та іншими закладами харчування, які можуть бути зацікавлені у використанні органічних інгредієнтів. Це розширить можливості збуту та допоможе залучити нових клієнтів.

10. Залучення споживачів через тури на фермі, презентації продукції, роблячи акцент на якісних характеристиках, виставки, ярмарки або інші події, які дадуть змогу покупцям краще познайомитися з вашим господарством та продуктами. Це спрямовано на зміцнення довіри та формує у споживачів лояльність до вашого екобренду.

Цей набір маркетингових прийомів допоможе виробникам органічної продукції ефективніше позиціонуватися на ринку, завойовувати довіру споживачів і забезпечувати стабільний попит на екологічні продукти.

Зміцнення довіри споживачів є ключовим фактором для забезпечення сталого споживання екологічної сільськогосподарської продукції. Довіра значною мірою стимулює покупців обирати екологічні продукти онлайн. Тому інтернет-магазинам рекомендується надавати більше інформації про процес виробництва та використані технології, щоб прозоро демонструвати походження їхніх товарів. Також важливо, щоб споживачам був доступний детальний опис органічної продукції. Окрім цього, магазини можуть ділитися своїми цінностями та місією, створюючи емоційний зв'язок із потенційними клієнтами, які розділяють подібні переконання.

Сучасні цифрові технології дають онлайн-магазинам можливість організувати зручні канали зв'язку для взаємодії зі споживачами. Завдяки регулярному обміну відгуками знижується інформаційна асиметрія, а довіра споживачів зростає завдяки демонстрації компетентності та доброзичливості магазину. Клієнти, які більше довіряють інтернет-магазину, з більшою ймовірністю залишаються його постійними покупцями. Довіра будується на прозорості, і її слід ретельно підтримувати. Тому інтернет-магазини повинні забезпечити канали для збору відгуків і враховувати проактивний підхід до покращення обміну інформацією, якості товарів і послуг.

Висновки до третього розділу:

1. Екологічні інновації спрямовані на вирішення різноманітних завдань, зокрема, раціональних використання природних ресурсів, контроль забруднення, виробництво екологічної продукції, зниження витрат на усунення негативний вплив на навколишнє середовище, забезпечення продовольчої безпеки країни, сприяючи тим самим сталому розвитку підприємства в довгостроковій перспективі. Результатом впровадження екоінновацій буде позитивно не лише для агробізнесу, а й безпосередньо для споживачів, суспільства та держави в цілому.

2. Встановлено, що уряд має стимулювати сільськогосподарські підприємства розкривати інформацію про органічну сільськогосподарську продукцію, яка може розвивати довіру споживачів до екологічно чистої сільськогосподарської продукції шляхом надання відповідних субсидій, фінансових проектів підтримку та встановлення вказівників ключових підприємств тощо уряд може спонукати підприємства до активного будівництва та розвитку інфраструктури та платформи для інформації про продукт прозорості та надання фінансової та технічної підтримки керівництво. Більш того, державними ЗМІ, які рекламують переваги екологічного сільськогосподарського виробництва прозорість, типові представники підприємства тощо спрямовувати підприємства до активного розкриття відповідної інформації. На макрорівні урядові втручання, такі як субсидії виробникам екологічного сільського господарства продукти потрібні, щоб допомогти організаціям у важкі часи.

3. При впровадженні в ТОВ «Авангард» екологічно спрямованих інновацій враховують як потенційні ризики, так і переваги впровадження зелених технологій, приймаючи рішення про їх впровадження. Ризик впровадження зелених технологій стосується потенційного скорочення виробництва зерна через неправильне використання зелених технологій, а також додаткових виробничих витрат на впровадження технології. Лише тоді, коли очікувані вигоди від впровадження зелених технологій фермерами перевищуватимуть ризики, фермери вирішать використовувати зелені технології в сільськогосподарському виробництві.

4. З метою підвищення конкурентоспроможності, ТОВ «Авангард» повинні експериментувати з новими техніками та керувати працею, землею та капіталом зовсім інакше, ніж звичайні оператори. Різні варіанти, представлені фермерам, призводять до різноманітності вибору техніки. Деякі досягають успіху, інші зазнають невдачі, і різниця часто ґрунтується на експериментах, проведених фермерами, чи то спільно з державними дослідницькими установами, чи незалежно від них.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

У кваліфікаційній роботі детально розглянуто основні цілі, принципи та методи екологічного виробництва з урахуванням досвіду впровадження інноваційних технологій на аграрних підприємствах. Проведено аналіз діяльності ТОВ «Авангард» Синельниківського району Дніпропетровської області щодо впровадження інструментів і технологій органічного виробництва з використанням екоінновацій, а також проаналізовано сталий розвиток основних підходів до комбінованого використання інноваційних технологій. На основі проведених досліджень, можна сформулювати висновки:

1. За результатами теоретичного дослідження інноваційного процесу та прийомів управління ним, розглянуто види інновацій та інноваційних заходів, а також етапи впровадження маркетингових інноваційних підходів в концепції сталого розвитку. Інновації в сільському господарстві та сільському господарстві розвиток, як і в інших секторах, займає місце в даному соціально-економічному контексті і визначається наявністю (або відсутністю) сприятливих умов, зокрема, достатній внутрішнього розвитку, інституційного та нормативно-правової бази, економічні та фінансові умови, суспільства.

Встановлено, що інновації в галузі сільського господарства, зосереджені на точному землеробстві та інтенсивному використанні інноваційних технологій і ознаменували поворотний момент у ефективності та стійкості аграрного сектора. Інновація – це впровадження нового або покращення процесів у виробництві продуктів (товари чи послуги), маркетингу або організаційних методів. Іншими словами, це означає застосування ідей, знань або практики, які є новими для конкретного контексту з метою створення позитивні зміни, які забезпечать шлях до задоволення потреби, приймати виклики або захоплювати можливості. Такі новинки і корисні зміни можуть бути суттєвими (великими зміна або покращення) або накопичувальний (невеликі зміни, які разом створюють значне покращення).

2. Встановлена роль автоматизації сільськогосподарської діяльності, яка підкреслюється в розглянутих дослідженнях і призводить до значної економії часу та більшої точності в застосуванні таких ресурсів, як гербіциди, інсектициди та добрива. Крім того, впровадження цифрових інструментів, включаючи машинне навчання, розширило сферу застосування сільського господарства за межі продуктивності, вирішуючи важливі екологічні проблеми. Інтеграція інноваційних технологій у сільське господарство сприяла управлінню знаннями та інноваціям, оптимізації управління природними ресурсами та покращенню якості кінцевої продукції. Концепція інноваційних систем може включати широкий спектр секторів, включаючи дослідження, розширення та інші функції, які сприяють або реалізують інноваційність.

3. В дослідженні виділяється вирішальна роль цифрових інструментів у розвитку сільського господарства, підкреслюючи, що впровадження технологічних інновацій є ключовим фактором підвищення продуктивності в секторі та сприяння сталому управлінню навколишнім середовищем. Ця технологічна трансформація представляє значні зміни для сільськогосподарських громад у регіоні, дозволяючи їм розвиватися економічно, захищаючи свої екосистеми. Рівний доступ до технологій та інформації веде до більш ефективних, продуктивних і екологічно чистих методів сільського господарства. Інтеграція цифрових технологій у сільськогосподарський сектор не лише відкриває нові ринки та можливості для бізнесу, але й зміцнює позиції країн у світовій економіці.

4. У відкритих аграрних системах елементи, ресурси та потужності співіснують, підтримуючи постійну взаємодію з середовищем, де відбувається економічна діяльність. Існують різні інструменти галузевого аналізу, такі як SWOT-аналіз, аналіз ланцюжка створення вартості, порівняльний аналіз, визначення конкурентоспроможності та бачення на основі ресурсів (RBV); які полегшують отримання корисної інформації про ефективність бізнесу, використання ресурсів у своїй одиниці виробництва

товарів і послуг та їх взаємодію з навколишнім середовищем. Способи, якими елементи налаштовані для взаємодії з навколишнім середовищем, здатність оптимізувати ресурси для їх збільшення та досягнення конкурентних переваг на вищих рівнях, ніж у решти конкурентів, є вирішальними для того, щоб організації вижили та створювали цінність у несприятливих умовах.

5. Місію ТОВ «Авангард» можна визначити як забезпечення населення якісною продукцією аграрного виробництва, переробка продукції, максимізація прибутку, стабільний розвиток. Аграрне підприємство спеціалізується на виробництві продукції рослинництва і тваринництва, зокрема, на вирощуванні зернових, бобових, насіння соняшнику, а також продукції тваринництва: ВРХ, свиней, птахівництва та виробництві молока.

Загальна земельна площа підприємства збільшилася на 6,62% з 2021 року, з 2645 га до 2820 га у 2023 році.

Найбільшу питому вагу займають посіви зернових та зернобобових культур та соняшник. Аналіз структури товарної продукції дозволяє зробити висновок, що найбільша питома вага в товарообігу належить зерновим (40,64%) та соняшнику (23,86%), а серед продукції тваринництва: приріст ВРХ (12,29 %) і молоко (10,58 %).

6. Вартість основних виробничих засобів на 100 га зросла на 83,45% з 2021 року, що свідчить про значні інвестиції в матеріально-технічну базу. Оборотні активи зазнали значного падіння на 39,97% за звітний період, що може вказувати на зниження обігових коштів та потребу в оптимізації управління оборотними активами.

Виробничі витрати показали незначне зростання на 5,75%, що може бути пов'язане з інфляційними процесами та зростанням вартості ресурсів. Найбільша частка витрат припадає на матеріально-речове забезпечення: насіння – 22 %, пальне – 25,4% та електроенергію 17,2%. У галузі тваринництва переважну частину витрат становлять корми – 52 % та витрати на оплату праці – 22 %, бо дана галузь є доволі трудомісткою та потребує

постійної робочої сили. Збільшення витрат на зберігання та фінансові відсотки додатково знижують прибутки. Регулювання обсягів виробництва на основі поточних цін спричиняє значні коливання як у виробництві, так і в цінах. Як наслідок цих тенденцій рівень рентабельності різко знизився до майже нульового рівня (0,48%), що свідчить про критичне погіршення фінансового стану підприємства та втрату його прибутковості.

7. Були проаналізовані канали збуту продукції ТОВ «Авангард», виявлені проблеми ведення господарської та маркетингової діяльності, встановлені можливості для введення екологічних інновацій в діяльність підприємства. Проведено SWOT-аналіз щодо можливості впровадження екологічних інновацій та органічної продукції в діяльність ТОВ «Авангард»

8. Економічні показники органічного сільського господарства демонструють ситуацію, коли органічні виробники отримують фінансову підтримку та високі ціни, але робоча сила коштує дорого. Широкий аналіз економіки європейських фермерських господарств з точки зору використання робочої сили, врожайності, цін, витрат і допоміжних платежів прийшов до висновку, що прибутки на органічних фермах в середньому можна порівняти з прибутками на звичайних фермах.

Ми переконались, що органічна продукція відкриває багато можливостей для бізнесу. Однак ефективне управління органічними продуктами вимагає розуміння органічного ринку, впровадження ключових принципів управління органічними продуктами, розробки успішної стратегії органічних продуктів і управління каналами розподілу органічних продуктів. Завдяки добре реалізованим стратегіям управління продуктами підприємства можуть задовольняти запити споживачів, залишатися конкурентоспроможними та досягати успіху на ринку органічних продуктів.

9. Позитивну роль у формуванні відіграє впровадження екологічних інновацій проведення активної екологічної політики на підприємствах. Ефект від впровадження екологічних інновацій може бути як економічним, пов'язаним із підвищенням рентабельності виробництва, так і екологічним,

пов'язаним зі зниження негативного впливу підприємства на навколишнє природне середовище. Фактори впровадження екологічних інновацій на підприємствах агробізнесу, безумовно, головні мотиватори є підтримка з боку держави, суспільства та забезпечення цільового фінансування агробізнесу.

Користування та володіння новим знання та навчання можна сприяти по всій території за допомогою кращого доступу до інформації про технології та інновації, орієнтовані на розвиток стійкого сільського господарства, стійкі виробничі системи, ефективні використання ресурсів і пом'якшення екологічний вплив сільського господарства. Знову ж таки, ці стратегії повинні включати розвиток інноваційних навичок на території та робота з місцевими консорціумів для розробки проектів територіальної платформи.

10. Інновації підуть на користь малим і середніх виробників у пріоритетних ланцюгах створення вартості. Новий інноваційний технології, процеси, продукти та послуги будуть поширені, адаптовані і краще використовувати, щоб зробити це фермери більш продуктивні та конкурентоспроможні і підвищити свій рівень життя сталої та ефективної системи використання природних ресурсів. Іншими словами, ідея полягатиме в тому, щоб поділитися інформацією, отримані уроки та знання на технології, які мають потенціал вплив на всі агропродовольчі ланцюги. Це технології, які можуть забезпечити більша вартість, дохід, конкурентоспроможність, стійкість, якість і продуктивність, краще рівень життя та потенціал для вирішення конкретних проблем або захоплення можливості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Багорка М.О. Стан та проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні. *Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»*. 2017. Вип. 14. С. 29-33.
2. Багорка М.О. Формування екологічно орієнтованого комплексу маркетингу в аграрному виробництві. *Міжнародний науково-виробничий журнал «Економіка АПК»*. 2017. №5, травень. С. 43-51
3. Багорка М.О. Основні складові мотиваційного механізму екологізації аграрного виробництва. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2018. Вип. 1 (44). С. 62–67
4. Багорка М.О. Державна політика розвитку та стимулювання екологізації виробництва аграрних підприємств. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія «Економіка та підприємництво»*. 2018. №3 (102). С. 4–12.
5. Багорка М.О. Формування інноваційної моделі функціонування аграрних підприємств на засадах екологізації та сталого розвитку. *Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова*. 2018. Т.23. Випуск 5. (70). Серія: «Економіка». С. 43-47.
6. Багорка М.О., Самарець Н.М. Шляхи формування екологічно орієнтованого господарювання аграрних підприємств. *Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці»*. 2019. № 3 (71).
7. Багорка М.О. Концепція екологічного маркетингу в маркетинговій стратегії сталого розвитку виробництва аграрних підприємств. *Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ»*. 2019. № 3. С. 23-28.
8. Багорка М.О., Кадирус І.Г., Миронова О.О. Концептуальний підхід до визначення сутності та обґрунтування складових елементів інноваційного маркетингу. *Вісник Одеського національного університету. Серія: «Економіка»*. 2021. Том 26. Випуск 4 (89). С. 39-45. URL: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2021_26_4/8.pdf

9. Багорка М. О. Обґрунтування процесу переходу агропідприємств на органічне виробництво та заходи практичної реалізації концепції екологічного маркетингу. Збалансований розвиток екосистем: сучасний стан і перспективи» за заг. ред. Т. О. Чайки. Полтава, Видавництво ПП «Астроя», 2024. 475 с. (С. 113-144).

10. Багорка М. О. Шляхи формування екологічно орієнтованого господарювання та системи економічного стимулювання аграрних підприємств. *Захист і відновлення екологічної рівноваги та забезпечення самовідновлення екосистем: колективна монографія*; за заг. ред. Т. О. Чайки. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2023. 308 с. (С. 86-116).

11. Багорка, М. О., & Юрченко, Н. І. (2024). Обґрунтування процесу переходу агропідприємств на органічне виробництво та заходи практичної реалізації концепції екологічного маркетингу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, (11). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-06>

12. Багорка М.О., Якубенко Ю.Л. Інноваційний процес як найважливіший фактор прискорення розвитку аграрного сектора. Науково-виробничий журнал «Агросвіт». 2024. № 6. С. 4-10 DOI: 10.32702/2306-6792.2024.6.4 URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/3200/3236>

13. Bahorka Mariia, Kvasova Liudmila, Datsenko Yulija Methodological toolkit in the formation, analysis and implementation of marketing strategy in agricultural production. *Вісник Одеського національного університету. Серія: «Економіка»*. 2024. Т. 29. Вип. 3 (101). С. 54-60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-9>

14. Багорка М.О., Вовк М.О., Савенко О.А., Брикайло Є.Б. Безпековий механізм технологічного менеджменту на інноваційно орієнтованому підприємстві в умовах диджиталізації. Науково-практичний журнал «Інвестиції: практика та досвід». 2024. Вип. 49. С. 97-106. DOI: 10.32702/23066814.2024.4.36

15. Даценко Ю.Р. Особливості маркетингової діяльності у сфері туризму. *Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу: Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної Інтернет – конференції*, м. Дніпро, 25-26 жовтня 2023 р. Дніпро: ПП Інтеграл, 2023. 227 с. (С. 25-27).

16. Даценко Ю.Р. Заходи практичної реалізації переходу агропідприємств на органічне виробництво. *Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу: Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет – конференції*, м. Дніпро, 24-25 жовтня 2024 р. Дніпро: ПП Інтеграл, 2024. 160 с. (С. 25-28).

17. Жихарєва А.Б. Розвиток екологізації державного управління в Україні: монографія. Київ: АМУ, 2017. 196 с.

18. Зіновчук Н.В., Ращенко А.В. Екологічний маркетинг: навчальний посібник. Житомир: вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.

19. Закон України: Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року, від 21.12.2010, № 2818-VI www.rada.gov.ua.

20. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства в умовах інтеграційного розвитку. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2010 № 4 (43). С. 128–134.

21. Кільницька О.С., Завадська Ю.С. Методи формування моделі ціни органічної сільськогосподарської продукції. *Збірник праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2014. Том 4 (18). С. 231–240.

22. Мельник П.П. Концепції еколого-економічного управління в агроєкосистемі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.2. С. 114–119.

23. Мішенін Є.В., Ярова І.Є., Дутченко І.М. Еколого-економічна безпека аграрного землегосподарювання: концептуальні орієнтири та організаційні механізми. *Збалансоване природокористування*. 2017. №2. С. 145–151.

24. Михайленко О.Г. Розвиток органічного сільського господарства в системі євроінтеграційних процесів в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Випуск 6 (3). С. 40-45.
25. Мойса М.Я., Голубков Є.В. Організаційно-економічні чинники підвищення ефективності аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2010. № 1. – С. 86–93.
26. Олійник О.В. Екологічні аспекти аграрного виробництва та передумови розвитку ґрунтозахисного землеробства на Тернопільщині. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. 2011. С. 107–112.
27. Наумов О.Б. Визначення економічної ефективності виробництва за узагальнюючими показниками. *Економіка АПК*. 2000. №5. с. 39-42.
28. Органік стандарт: офіційний сайт. – [Інтернет-ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organicstandard.com.ua/ua>.
29. Приймак В.В. Екологічний маркетинг: навчально-методичний посібник. Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2019. 108 с.
30. Прокопенко О.В. Екологічний маркетинг: навчальний посібник. К.: Знання, 2012. 319 с.
31. Прокопенко О.В. Складові мотивації екологічно орієнтованого споживання. *Вісник Сумського державного університету*. – (Серія «Економіка»). 2005. №2(74). С. 60–71.
32. Садченко О. В. Роль еко-маркетингу в умовах трансформації організаційно-управлінської системи природокористування. *Соціально-економічний розвиток Українського Причорномор'я: виклики і можливості: моногр.*; за наук. ред. Б. В. Буркинського; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.- екол. дослідж. Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2016. С. 524–542.
33. Сахацький М.П. Експортна діяльність аграрних підприємств України: тенденції, специфіка, формування потенціалу. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. Вип.4. С.3–12.

34. Сидорук Б.О. Обґрунтування комплексу складових в системі стимулювання екобезпечного аграрного виробництва. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. 2013. №2. С. 139–145.

35. Степенко О.В. Екологічні основи раціонального використання земель сільськогосподарського призначення. *Економіка природокористування і охорони довкілля*. 2013. С. 146–153.

36. Томашевська О.А. Органічне виробництво в світі: реалії та перспективи. *Інноваційна економіка* 2013. № 6. С. 161–164.

37. Федірець О.В., Багорка М.О., Юрченко Н.І. Активізація маркетингового потенціалу інноваційно орієнтованих підприємств в системі адаптивного управління агропродовольчою сферою. *Науково-практичний журнал «Інвестиції: практика та досвід»*. 2024. №9. С. 26-32. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.9.26 URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3633/3668>

38. Хамініч С.Ю., Півоварова О.Б., Кононова О.О. Марковська І.О. Екологічний маркетинг: Навч. посібник. Дніпропетровськ: Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, 2015. 163 с.

39. Хромушина Л.А. Екологізація сільського господарства як основа еколого-економічної безпеки. *Вісник СНАУ. Серія «Фінанси та кредит»*. 2008. № 1. С. 278–283.

40. Хромушина Л.А. Напрями розвитку сільськогосподарських підприємств на засадах екологізації. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2011. Вип. 6/2. С.211–215.

41. Чудовська В.А. Фактори формування вітчизняного ринку органічної сільськогосподарської продукції. *Науково-виробничий журнал Агросвіт*. – 2012. №18. С. 40–44.

42. Чудовська В.А. Формування ціни органічної сільськогосподарської продукції в ринкових умовах. *Економіка АПК*. 2013. №1. С.142–146.

43. Шаповалова І.В. Формування стратегічного набору підприємства в системі менеджменту якості. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2016. №2(61). С. 119-126.
44. Шкуратов О.І., Воронецька О.І. Використання інструментів екологічного маркетингу в господарській діяльності аграрних підприємств. *Зб. наук. пр.: Економіка природокористування і охорона навколишнього середовища*. 2012. Ч. 2. С. 214–218.
45. Шубравська О. Ринок органічної продукції та перспективи його розвитку в Україні. *Економіка України*. 2008. № 1. С. 53–61.
46. Шумейко О. Органічне агровиробництво України: тенденції розвитку та виклики інституціонального забезпечення. *Вісник THEU*. 2016. – № 2. С. 33–42.
47. Швиданенко Г.О., Криворучко О.В., Матукова Д.Г. Розвиток підприємництва на еколого-економічних засадах: монографія. Київ, КНЕУ, 2017. 184 с.
48. Bratulescu (Manolache) Alexandra Marina, Petre Ionut Laurentiu, Marcuta Liviu, Marcuta Alina, 2019, The necessary of labor force in the two conventional and ecological agricultural systems, *Scientific Papers: Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 2019, Vol. 19 Issue 2, pp 31-34.
49. Marcuta Alina, Marcuta Liviu, Tindeche Cristiana, Angelescu Carmen, Nicolae Ioana, 2014, The influence of economic crisis on the labour in the European Union's member states, *Scientific Papers: Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 2014, Vol. 14, Issue 1, pp 201-206
50. Olena Dobrovolska, Ralph Sonntag, Yuliia Masiuk, **Mariia Bahorka** and Nataliia Yurchenko (2023). Is increasing a share of R&D expenditure in GDP a factor in strengthening the level of innovation development in Ukraine compared with GII's top countries?. *Problems and Perspectives in Management*, 21(4), 713-723. doi:[10.21511/ppm.21\(4\).2023.53](https://doi.org/10.21511/ppm.21(4).2023.53)

51. Delate, Kathleen. 2003. Fundamentals of Organic Agriculture. PM 1880. Ames: Iowa State University Extension and Outreach. <https://store.extension.iastate.edu/Product/547>
52. Delate, Kathleen, Cynthia Cambardella, Craig Chase, Ann Johanss, and Robert Turnbull. 2013. The Long-Term Agroecological Research (LTAR) Experiment Supports Organic Yields, Soil Quality, and Economic Performance in Iowa. Crop Management. doi:10.1094/CM-2013-0429-02-RS.
53. Eneizan, Wahab (in their paper entitled “Effects of Green Marketing Strategy on the Financial and Non-Financial Performance of Firms: A Conceptual Paper, Arabian J Bus Manag Review, Volume 6. Issue 5.
54. IFOAM General assembly. «Principles of Organic Agriculture», 2013. – pp. 1-4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [Principes_ukrainian.pdf](#).
55. FAO Statistical Yearbooks 2012: World food and agriculture [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.fao.org/docrep/015/i2490e/i2490e00.htm>
56. Global Organic Market Access (GOMA). A project of FAO, IFOAM and UNCTAD [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.goma-organic.org/about/project/>.
57. Maheshwari (2014), Awareness of Green Marketing and Its Influence on Buying Behavior of Consumers: Special Reference to Madhya Pradesh AIMA Journal of Management & Research, February 2014, Volume 8 Issue 1/4.
58. Priya (2015), Impact of Agriculture on Green Marketing Green marketing- a reality to a few some and a strategy to many others International Journal of Business Management Available VOL. 2(1), 2015
59. Willer H. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends / H. Willer, J. Lernoud. – FiBL, IFOAM, 2017. – 340 p.
60. White, Kathryn E., Michel A. Cavigelli, Anne E. Conklin, and Christopher Rasmann. 2019. Economic Performance of LongTerm Organic and Conventional Crop Rotations in the MidAtlantic. Agronomy Journal. 111 (3).