

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2026. № 1. ISSN 2307-2105

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.1.10>

УДК 338.43:631

О. В. Базарна,

д. філос. з економіки, доцент кафедри маркетингу,

Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9561-8687>

О. О. Єранкін,

д. е. н., професор кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьман

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-6037-7438>

**ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ПОЄДНАННЯ
ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ТОВАРНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ
СТРАТЕГІЇ В АГРАРНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ**

O. Bazarna,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Marketing,

Academy of Labour, Social Relations and Tourism, Kyiv, Ukraine

O. Yerankin,

Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Marketing named

after A.F.Pavlenko, Kyiv National University of Economics named

after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine

**ECOLOGICAL INNOVATIONS AS A RESULT OF COMBINING
PROJECT ACTIVITIES AND PRODUCT MARKETING STRATEGY IN
THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE**

У статті досліджено сутність та значення екологічних інновацій в аграрному секторі України в умовах європейської інтеграції, кліматичних викликів і післявоєнної трансформації економіки. Екологічні інновації розглядаються як комплекс технологічних, організаційних та управлінських рішень, спрямованих на підвищення ресурсоефективності, зниження негативного впливу сільськогосподарської діяльності на довкілля та забезпечення сталого розвитку аграрних систем. Особливу увагу приділено взаємозв'язку проєктної діяльності, товарної інноваційної політики та екологічного маркетингу як ключових чинників формування та впровадження екологічно орієнтованих стратегій на рівні аграрних підприємств.

У роботі проаналізовано сучасні тенденції розвитку органічного землеробства в Україні та країнах Європейського Союзу, зокрема в Німеччині, де стабільне зростання площ органічних угідь свідчить про ефективність узгодженої державної політики та інноваційних підходів. Окреслено основні інституційні, регуляторні та фінансові обмеження, що стримують масштабування екологічних інновацій в Україні, включаючи сертифікаційні бар'єри, недостатній рівень інвестицій та нестабільність ринкового середовища. Запропоновано концептуальну модель інтегрованого управління екологічними інноваціями, яка демонструє, як проєктне планування, товарна диференціація та інструменти зеленого маркетингу спільно сприяють трансформації агробізнесу на засадах сталого розвитку. Доведено, що екологічні інновації можуть стати стратегічним чинником підвищення конкурентоспроможності, зростання експортного потенціалу та екологічної ефективності аграрного сектору України.

The article provides an in-depth analysis of the role and dynamics of environmental innovations in Ukraine's agricultural sector under the conditions of European integration, climate challenges, and post-war reconstruction. Environmental innovations are conceptualized as complex technological, organizational, and managerial solutions that enhance resource efficiency, reduce environmental impact, and support the transition toward sustainable agricultural

systems. Particular attention is paid to the interaction between project management, product innovation policy, and ecological marketing, which together form an integrated framework for generating and implementing environmentally oriented strategies at the enterprise and sectoral levels. The study examines the latest tendencies in organic farming in Ukraine and compares them with the development trajectories of EU member states, especially Germany, where a steady increase in organic farmland demonstrates the effectiveness of coordinated state policies and innovation-driven approaches. The article also outlines the main institutional, regulatory, and financial constraints that limit the scaling of ecological innovations in Ukraine, including certification barriers, insufficient investment, and unstable market conditions. A conceptual model of integrated ecological innovation management is proposed to illustrate how project-based planning, product differentiation, and green marketing instruments can jointly stimulate sustainable agribusiness transformation. Based on recent statistical data and analytical reports, the research identifies key opportunities for Ukraine, such as expanding access to EU organic markets, strengthening value-added chains, and promoting green reconstruction. The findings confirm that ecological innovations can become a strategic catalyst for enhancing competitiveness, increasing export potential, and improving environmental performance in the national agricultural sector. The article concludes that coordinated efforts from policymakers, businesses, and research institutions are essential to accelerate the implementation of ecological innovations and align Ukraine's agrarian development with European Green Deal principles. Directions for further research include modelling the economic effects of environmental innovations, examining consumer behaviour toward organic products, assessing digitalization processes, and developing policy instruments for green transformation.

Ключові слова: *екологічні інновації, органічне виробництво, товарна політика, екологічний маркетинг, сталий розвиток, аграрний сектор України.*

Keywords: *environmental innovations, organic farming, product policy, ecological marketing, sustainable development, agricultural sector of Ukraine.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний аграрний сектор України перебуває на етапі трансформації, зумовленому необхідністю адаптації до європейських екологічних стандартів та впровадження принципів сталого розвитку. В умовах кліматичних змін, деградації ґрунтів, глобальної конкуренції та необхідності підвищення якості продукції екологічні інновації стають ключовим елементом забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Сучасна аграрна галузь України перебуває в стані пошуку шляхів досягнення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках водночас із необхідністю збереження довкілля та сталого розвитку. Умови кліматичних змін, погіршення екологічного стану, вимоги до якості та екологічності продукції - змушують підприємства аграрного сектору переходити від традиційних методів виробництва до інноваційних, екологічно орієнтованих підходів. Водночас наявні розриви між теоретичними розробками (в рамках проєктної діяльності), товарною політикою та маркетингом - що ускладнює комплексне впровадження «зелених» інновацій. У цьому контексті особливо актуальним є вивчення, як поєднання проєктного підходу, інноваційної товарної політики та екологічного маркетингу може стати ефективним інструментом для трансформації агросектору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників розглядаються питання розвитку органічного виробництва, інноваційної діяльності, сталих технологій та екологічного маркетингу. Європейські джерела, включаючи звіти Європейської Комісії, FAO (*Food and Agriculture Organization of the United Nations* (Організація Об'єднаних Націй з продовольства та сільського господарства)) та OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development* (Організація економічного співробітництва та розвитку)) [10-

13], акцентують увагу на зростанні ролі екологічних інновацій у забезпеченні стійкості аграрного сектору.

Проблематика екологічних інновацій в аграрному секторі останніми роками стала одним із ключових напрямів наукових розвідок як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Українські дослідники зосереджують увагу як на теоретичному обґрунтуванні сутності екоінновацій, так і на практичних аспектах їх упровадження в діяльність аграрних підприємств. Зокрема, А.В. Чайкіна та Ю.М. Мусієнко, аналізуючи проблеми та перспективи впровадження екологічних інновацій на аграрному підприємстві, підкреслюють, що екоінновації дозволяють одночасно зменшувати негативний вплив на довкілля та підвищувати ефективність використання ресурсів, формуючи передумови для довгострокової конкурентоспроможності агробізнесу [1, с. 46-50].

У працях Т.О. Бабан та Н.Д. Бавикіної екологічні інновації розглядаються як ключовий інструмент модернізації аграрного виробництва та переходу до сталих моделей ведення господарства. Авторки наголошують, що впровадження екоінновацій - від точного землеробства до біологічного землезахисту - сприяє підвищенню продуктивності, зниженню собівартості продукції та формуванню нових ринкових ніш для екологічно орієнтованих стартапів [2, с. 475-477]. Т.Власенко та Т. Ларіна акцентують увагу на взаємозв'язку енергозберігаючих технологій та екологічних інновацій, розглядаючи їх як базу для мінімізації витрат і забезпечення екологічної безпеки, особливо в умовах посилення вимог до природоохоронної діяльності підприємств [3, с. 370-375].

Окремий науковий напрям становлять дослідження, що поєднують екологічні та маркетингові аспекти інноваційного розвитку. М. Багорка та Ю. Якубенко аналізують процес розробки й впровадження екологічно спрямованих інновацій та маркетингових інноваційних підходів у діяльність аграрних підприємств, доводячи, що інтеграція екоінновацій та маркетингу дозволяє формувати додану вартість не лише на рівні продукту, а й на рівні

бренду та стійких взаємозв'язків із цільовими ринками [4, с. 327-330]. Автори підкреслюють, що маркетингові інновації, орієнтовані на комунікацію екологічних переваг продукції, сприяють підвищенню лояльності споживачів та активізації попиту на «зелені» товари.

Зарубіжні дослідження зосереджуються насамперед на емпіричній оцінці масштабів органічного виробництва та його ролі в досягненні цілей Європейського зеленого курсу. Аналітичні матеріали FiBL та IFOAM, а також статистичні огляди Trávníček та співавторів, засвідчують істотне зростання частки органічних сільськогосподарських угідь у Європі та Європейському Союзі, що розглядається як ключовий індикатор трансформації аграрної моделі у напрямі більш екологічно сталого виробництва [5, с. 238-245]. У цих роботах також підкреслюється важливість Німеччини як одного з лідерів за площею органічних угідь та місткості ринку органічної продукції, що створює корисні орієнтири для країн-кандидатів до Європейського Союзу, зокрема України.

У контексті трансформації українського аграрного сектору важливими є дослідження О. Шубравської та К. Прокопенко, які оцінюють роль України у глобальній продовольчій безпеці та окреслюють сценарії повоєнної відбудови аграрної галузі на засадах екологічно ресурсозберігаючого сільського господарства [6, с. 1-11]. Авторки підкреслюють, що перехід до екологічно орієнтованих моделей виробництва може стати не лише відповіддю на виклики зміни клімату, а й джерелом довгострокової конкурентної переваги на світових ринках.

Важливу частину сучасного наукового дискурсу становлять роботи, присвячені зеленому (екологічному) маркетингу в аграрній сфері. У дослідженні Ch. Rungsinpiromkul про вплив green marketing на наміри споживачів щодо купівлі органічної продукції показано, що довіра до «зеленого» бренду, сприйнята цінність та ідентичність споживача як «екологічно відповідальної» особи суттєво підсилюють готовність сплачувати премію за екологічні товари [7, с. 257-261]. Узагальнення

результатів зарубіжних емпіричних досліджень свідчить, що ефективні стратегії екологічного маркетингу ґрунтуються на прозорій комунікації, надійній сертифікації та інтеграції принципів сталого розвитку в товарну політику аграрних підприємств.

Сільськогосподарське виробництво - одна з найважливіших і водночас найризикованіших галузей економіки, яка постійно перебуває під впливом стихійних сил природи, військових дій тобто залежить від низки факторів, які неможливо передбачити наперед. Тому, щоб надати гарантії стабільного розвитку виробництва, необхідна унікальна система управління ризиками, яка дає змогу попередити і вчасно компенсувати збитки сільгоспвиробника.

Страхування сільськогосподарських культур є найважливішим засобом зменшення ризикованості сільськогосподарського виробництва. До найактуальніших питань в аграрній сфері відноситься захищення врожаю, сільськогосподарської діяльності, за допомогою яких можна стабілізувати розвиток господарств, агропромислового комплексу та економіки держави в цілому. Страхування сільськогосподарських культур - це один із найскладніших видів страхового захисту, який має свої особливості, що полягають у системності аграрних ризиків, залежності від погодних та кліматичних факторів, політики ціноутворення, а тому і необхідності державної підтримки та державного регулювання стосовно удосконалення тарифної політики і збільшення кількості різноманітних страхових продуктів [8, с. 1-11].

Останніми роками в сільському господарстві з'явилися величезні інновації, які перетворюють галузь на більш ефективну та сталу, вагоме місце серед яких займають екоінновації. Акцент на екологічність всіх сфер діяльності це не просто тенденція, а стратегічно важливий аспект для збереження ресурсного потенціалу Землі. У роботі визначено роль екоінновацій у розвитку вітчизняного сільського господарства, визначено основні напрямки розвитку та впровадження екоінновацій, окреслено основні

ефекти від впровадження екоінновацій у вітчизняному сільському господарстві [9, с. 477-479].

У сукупності розглянуті наукові праці демонструють, що екологічні інновації в аграрному секторі дедалі частіше аналізуються крізь призму комплексної інтеграції: від технологічних рішень і проєктного управління до формування інноваційної товарної політики й використання інструментів екологічного маркетингу. Саме ці підходи становлять методологічну основу подальшого дослідження, спрямованого на поєднання проєктної діяльності, товарної стратегії та екологічного маркетингу в аграрній сфері України.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є узагальнення теоретичних підходів і практичного досвіду щодо впровадження екологічних інновацій в аграрному секторі України шляхом інтеграції проєктної діяльності, товарної інноваційної політики та екологічного маркетингу. Завданням статті є узагальнення теоретичних підходів та практичного досвіду (українського та німецького) щодо впровадження екологічних інновацій у аграрному секторі через поєднання проєктної діяльності, інноваційної товарної політики та екологічного маркетингу; а також виявлення перспектив і перешкод для застосування таких підходів в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для поглибленого аналізу динаміки впровадження екологічних практик у країнах Європейського Союзу доцільно розглянути показники розвитку органічного землеробства. Зокрема, досвід Німеччини є показовим, оскільки аграрний сектор країни протягом останнього десятиліття демонструє стале зростання площ, переведених на органічні методи виробництва. Це зумовлено як посиленням державних екологічних вимог, так і зростанням попиту споживачів на екологічно чисту продукцію. У зв'язку з цим на Рис. 1 подано узагальнену динаміку частки площ органічного землеробства в Німеччині за 2015-2023 роки, що дозволяє оцінити тенденції розвитку

екологічних інновацій у сільському господарстві та визначити потенційні орієнтири для аграрної політики України.

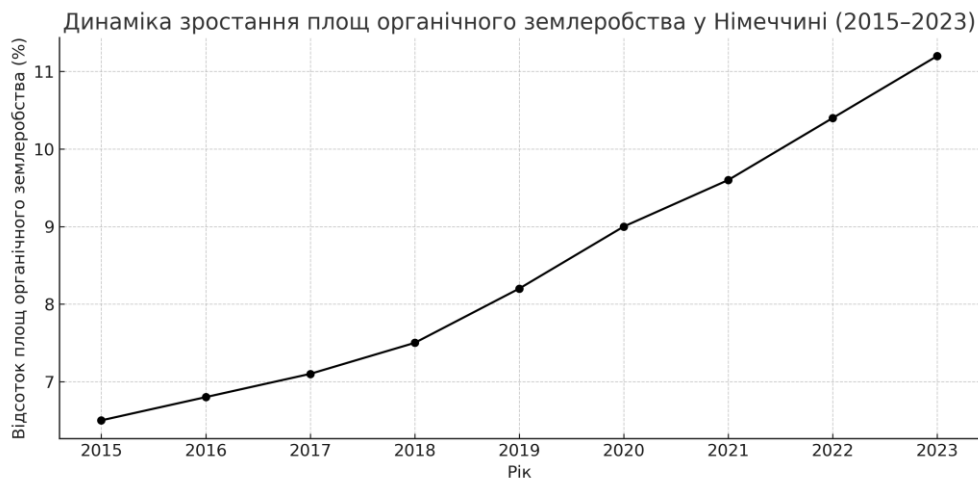


Рис. 1. Динаміка органічного землеробства у Німеччині за 2015-2023 роки

Джерело: Систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [5; 7; 10; 14; 18]

Подані на Рис. 1 дані свідчать про стійку позитивну тенденцію до збільшення частки органічних сільськогосподарських площ у Німеччині протягом 2015-2023 років. Зростання від орієнтовно 6,5 % у 2015 році до понад 11 % у 2023 році відображає як ефективність державної стратегії підтримки сталого землеробства, так і активну реакцію аграрного сектору на зміни ринкового попиту. Такий тренд підтверджує, що системне поєднання інноваційних агротехнологій, інституційної підтримки та екологічного маркетингу сприяє формуванню розвиненого сектору органічного виробництва. Для України подібна динаміка може бути орієнтиром у контексті розробки програм переходу до екологічно орієнтованого аграрного виробництва та інтеграції до європейського ринку.

З огляду на посилення екологічних вимог до аграрного виробництва та орієнтацію на принципи сталого розвитку, дедалі більшого значення набуває перерозподіл фінансових ресурсів між традиційними та екологічно орієнтованими моделями господарювання. Для ілюстрації цього зрушення

доцільно порівняти обсяги інвестицій у традиційне та «зелене» сільське господарство, що відображено на Рис. 2.

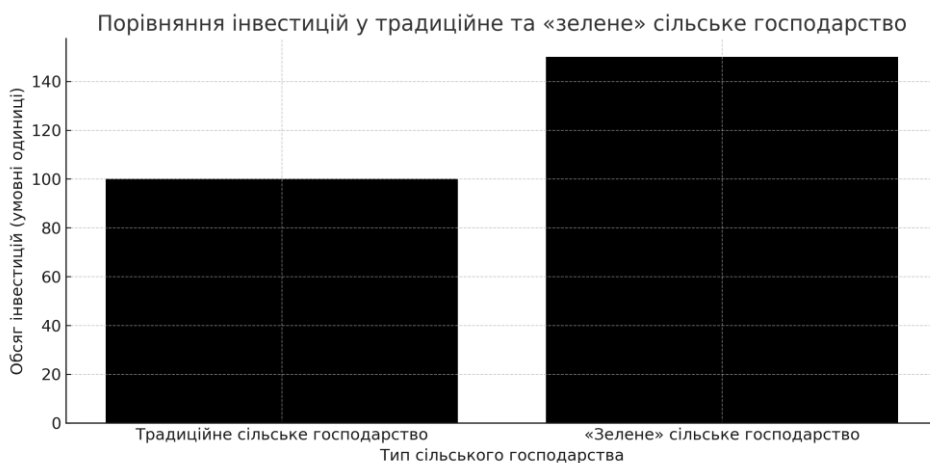


Рис. 2. Порівняння інвестицій у традиційне та «зелене» сільське господарство

Джерело: Систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [5; 7; 10; 14 - 18]

Для кращого розуміння розриву між Україною та країнами Європейського Союзу у сфері впровадження екологічних інновацій доцільно здійснити просторове порівняння частки органічних сільськогосподарських площ. На Рис. 3 наведено дані щодо поширення органічного землеробства в ЄС-27 загалом, у Німеччині як одній з провідних країн за масштабами органічного сектору, а також в Україні. Для його побудови використано реальні статистичні дані: ЄС-27 (2022) - 10,6 % сільськогосподарських площ під органічним землеробством [21]; Німеччина (2022) - 11,2 % площ під органічним виробництвом ($\approx 1,86$ млн га) [22]; Україна (2023) - 77 463 га органічних та перехідних площ; за наявними даними про загальну площу сільськогосподарських угідь ($\approx 41,3$ млн га у 2020 р.) це становить близько 0,2 %. [23]. Рік для України позначено як 2023*, оскільки органічні площі взято за 2023 рік., а загальну площу с/г угідь за найближчий доступний рік (2020).

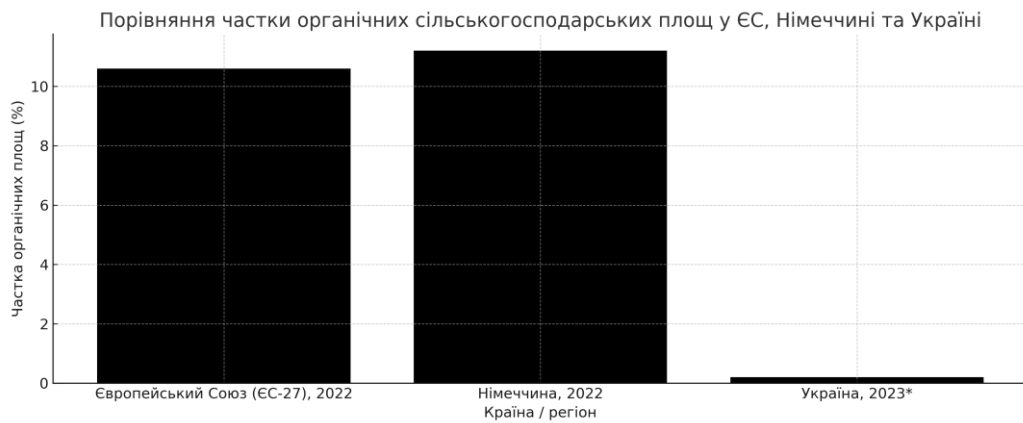


Рис. 3. Порівняння частки органічних площ у ЄС, Німеччині та Україні

Джерело: Систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [21; 22; 23]

Рис. 3 наочно демонструє суттєву різницю у рівні розвитку органічного землеробства між Європейським Союзом, Німеччиною та Україною. У 2022 році частка органічних площ у ЄС-27 становила близько 10,6 %, тоді як у Німеччині вона була ще вищою - 11,2 %, що свідчить про інтенсивний розвиток органічного сектору та його підтримку в рамках Спільної аграрної політики ЄС [21].

На цьому тлі показник України залишається вкрай низьким: орієнтовно 0,2 % сільськогосподарських угідь мають органічний або перехідний статус [23]. Така диспропорція свідчить про значний нереалізований потенціал упровадження екологічних інновацій в українському аграрному секторі та потребу в активізації проєктної діяльності, удосконаленні товарної політики та посиленні інструментів екологічного маркетингу.

Різниця між Україною та країнами Європейського Союзу може розглядатися як вихідна точка для формування цільових програм підтримки органічного виробництва, адаптації європейських механізмів стимулювання та залучення інвестицій у «зелене» сільське господарство.

З метою систематизації ключових чинників, що визначають успішність впровадження екологічних інновацій в аграрному секторі, доцільно представити узагальнену концептуальну модель інтеграції основних

напрямів управлінського впливу. Така модель дозволяє простежити логічний зв'язок між проєктною діяльністю, формуванням інноваційної товарної політики та інструментарієм екологічного маркетингу, що у своїй сукупності забезпечують створення та поширення екологічних інновацій. Структуру відповідної інтегративної моделі наведено на Рис. 4.

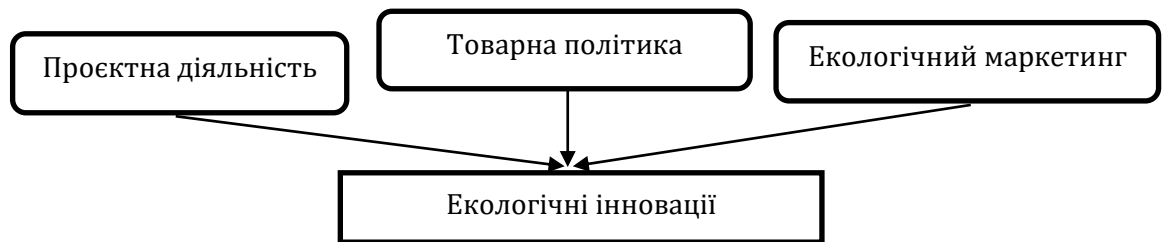


Рис. 4. Модель інтеграції факторів формування екологічних інновацій

Джерело: розроблено автором на основі [10; 11; 12; 13; 14; 15; 24; 25]

Рис. 4 відображає логічну структуру взаємодії між трьома ключовими управлінськими блоками, інтеграція яких визначає можливість формування та впровадження екологічних інновацій. Проєктна діяльність забезпечує планування, ресурсне наповнення та організацію інноваційних процесів, створюючи передумови для переходу підприємства до екологічно орієнтованих технологій. Товарна політика визначає продуктову стратегію, включно із розробленням екологічно безпечної продукції, її позиціонуванням та адаптацією до вимог споживчого ринку. Екологічний маркетинг формує механізми донесення цінності екологічних інновацій до цільових сегментів, підвищує рівень екологічної обізнаності та стимулює попит на «зелену» продукцію.

Узгоджене функціонування цих трьох блоків створює інтегрований механізм, здатний забезпечити системне впровадження екологічних інновацій у сільському господарстві. Водночас родовою ознакою моделі є її адаптивність: кожен елемент може коригуватися залежно від ресурсних можливостей підприємства, стану ринку та регуляторного середовища.

1. Проектна діяльність включає: формування цілей інноваційного проекту; оцінка ресурсної забезпеченості; планування етапів упровадження технологій; управління ризиками (економічними, екологічними, соціальними).

2. Товарна політика містить у собі: розроблення екологічно оптимізованих продуктів; оцінка життєвого циклу товару; впровадження екосертифікації; позиціонування «зелених» продуктів на конкурентному ринку.

3. Екологічний маркетинг включає наступне: дослідження екологічно орієнтованих споживачів; формування екологічного бренду; просування продуктів із мінімальним впливом на довкілля; підвищення рівня екосвідомості та екологічної лояльності клієнтів.

4. Екологічні інновації містять: впровадження ресурсозберігаючих технологій; розвиток органічного виробництва; мінімізація викидів і відходів; оптимізація екосистемних послуг [10; 11; 12; 13; 14; 15; 24; 25].

В умовах поглиблення євроінтеграційних процесів та реалізації «зеленої» трансформації аграрного сектору особливої ваги набуває ідентифікація ключових можливостей для України, а також пов'язаних із ними переваг, ризиків і механізмів впровадження. На основі аналітичних звітів ЄС, FAO, OECD, SEI, GIZ [10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 18; 19] та інших міжнародних організацій було узагальнено основні напрями, у межах яких екологічні інновації можуть стати драйвером сталого розвитку аграрної сфери України. Відповідні положення згруповано у Табл. 1.

**Таблиця 1. Можливості для України у контексті
впровадження екологічних інновацій**

№з/ п	Напрямок / можливість	Переваги	Ризики	Механізми впровадження
1	2	3	4	5
1.	Вихід на ринок ЄС з органічною та «зеленою» продукцією	Доступ до великого ринку; зростання експорту; підвищення репутації.	Високі вимоги стандартизації; інвестиційні бар'єри.	Гармонізація стандартів; розвиток сертифікації; підтримка експортерів.
2.	Зелена трансформація аграрного виробництва	Підвищення ресурсоефективності; узгодження з ЄЗК.	Конфлікти землекористування; нестача інвестицій.	Розроблення дорожніх карт; впровадження екологічних критеріїв.
3.	Зелена відбудова та модернізація переробки	Зростання доданої вартості; розвиток сільських територій.	Пошкодження інфраструктури; логістичні ризики.	Грантові програми ЄС/ООН; інвестиційна підтримка; кластери.
4.	Підтримка фермерів і дрібних виробників	Зміцнення продовольчої безпеки; поширення кращих практик.	Кліматичні та воєнні ризики; нестача фінансів.	Мікрофінансування; навчальні програми FAO; GAP-тренінги.
5.	Покращення торговельного середовища	Спрощення експорту; інтеграція до європейських ланцюгів вартості.	Регуляторна нестабільність; ризики квот.	Інституційні реформи; цифровізація торгівлі; ESG-фінансування.
6.	Залучення міжнародних грантів	Доступ до ресурсів; трансфер технологій.	Висока конкуренція; вимоги прозорості.	Участь у програмах ЄС, ООН, Швейцарії; державно-приватні партнерства.

Джерело: розроблено автором на основі [10; 11; 12; 13; 14; 15; 24; 25]

Дані, наведені у табл. 1, свідчать, що для України відкривається широкий спектр можливостей у сфері впровадження екологічних інновацій - від розширення експорту органічної продукції до глибокої модернізації виробничо-переробних потужностей на засадах «зеленої» відбудови. Утім майже кожна із зазначених можливостей супроводжується суттєвими ризиками та обмеженнями: регуляторними, фінансовими, інфраструктурними та інституційними.

Водночас міжнародні програми підтримки, включно з ініціативами ЄС, FAO, UNIDO, GIZ та іншими партнерами, створюють інструментальну базу для реалізації означених можливостей - через торговельну лібералізацію, грантові проєкти, розвиток стійкого фінансування, запровадження сучасних стандартів і практик сталого землеробства. Таким чином, ефективна екологічна інноваційна політика України має будуватися на збалансуванні вказаних переваг і ризиків, а також на системному використанні механізмів інтеграції до європейського «зеленого» простору, що безпосередньо пов'язується з проєктною діяльністю аграрних підприємств, їхньою товарною політикою та інструментами екологічного маркетингу.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

У ході проведеного дослідження встановлено, що екологічні інновації відіграють ключову роль у формуванні конкурентоспроможності аграрного сектору України в умовах євроінтеграції та глобальних викликів сталого розвитку. Синергетичне поєднання проєктної діяльності, інноваційної товарної політики та екологічного маркетингу створює комплексний управлінський механізм, здатний забезпечити не лише впровадження окремих технологічних новацій, але й трансформацію бізнес-моделей аграрних підприємств у напрямі підвищення екологічності, ресурсоефективності та соціальної відповідальності.

Аналіз європейського досвіду, зокрема Німеччини, показує, що системний підхід до екологізації виробництва, підтримка інновацій державними інструментами, доступ до фінансових програм та технологічних платформ забезпечують сталий розвиток органічного сільського господарства. У порівнянні з показниками ЄС, Україна лише починає рух у цьому напрямі, однак потенціал для масштабного розвитку органічного виробництва є значним. Підвищення рівня екологічних стандартів, цифровізація агровиробництва, модернізація ланцюгів доданої вартості та участь у міжнародних програмах технічної допомоги здатні прискорити перехід аграрної сфери до моделі «зеленої» економіки.

Ключові можливості, виявлені для України, полягають у розвитку екосертифікації, розширенні доступу до ринку ЄС, модернізації переробної галузі, нарощуванні інвестицій у сталу інфраструктуру та формуванні сприятливого регуляторного середовища. Водночас збереження ризиків, пов'язаних із воєнними діями, недостатньою інвестиційною привабливістю, регуляторними бар'єрами та низьким рівнем екологічної обізнаності виробників, потребує комплексної державної політики та активної участі приватного сектору. Таким чином, екологічні інновації мають потенціал стати стратегічним інструментом розвитку аграрної галузі України, забезпечуючи збалансований розвиток економічної, екологічної та соціальної складових.

Результати дослідження відкривають низку перспективних напрямів для майбутніх наукових робіт:

1. Поглиблене моделювання впливу екологічних інновацій на економічні показники аграрних підприємств України. Доцільно розробити кількісні моделі, які відображатимуть кореляцію між впровадженням екологічних інновацій та підвищенням ефективності виробництва, урожайності, енергозбереження та експортного потенціалу.

2. Оцінка бар'єрів переходу українських виробників на органічні стандарти в умовах воєнної економіки. Потребує глибшого вивчення питання інвестиційних ризиків, логістичних обмежень, відсутності доступу до добрив і технологій, а також інституційних змін.

3. Аналіз поведінки споживачів органічної продукції в Україні та формування ефективних інструментів екологічного маркетингу. Важливо дослідити готовність споживачів платити за екологічні товари, їхню мотивацію, рівень екосвідомості та чинники впливу на рішення про купівлю.

4. Розроблення моделей «зеленої» відбудови аграрної інфраструктури України. Перспективним є моделювання можливих сценаріїв модернізації галузі після завершення воєнних дій з використанням європейських підходів до green reconstruction.

5. Дослідження впливу цифровізації (smart farming, IoT, AI) на здатність аграрних підприємств упроваджувати екологічні інновації.

Література

1. Чайкіна А. В., Мусієнко Ю. М. Екологічні інновації в діяльності аграрного підприємства: проблеми та перспективи розвитку. Економічні студії. 2022. С. 46-50. DOI: 10.26906/EiR.2022.3(86).2646

2. Бабан Т. О., Бавикіна Н. Д. Екологічні інновації для розвитку сільського господарства. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Технічний прогрес в АПВ», 21-22 травня 2024 р. Харків: ДБТУ, 2024. С. 475-477. URI: <https://repo.btu.kharkov.ua//handle/123456789/54829>

3. Власенко Т., Ларіна Т. Вплив інновацій на управління технологічним розвитком галузі рослинництва. Вісник Хмельницького національного університету 2022, № 6, Том 2. Економічні науки. 2022. С. 370-375. ISSN 2307-5740 DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-62](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-62)

4. Багорка М., Якубенко Т. Процес розробки і впровадження екологічного спрямованих інновацій та маркетингових інноваційних підходів в діяльність аграрних підприємств. Науковий вісник Сталий розвиток економіки, №1 (52), 327-330. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-45>.

5. FiBL, IFOAM. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2022. Frick, Switzerland: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), IFOAM - Organics International, 2022. P. 238-245.

6. Shubravska O., Prokopenko K. Ukraine's Role in Global Food Security and Post-War Agricultural Recovery. Institute for Economics and Forecasting. Сільськогосподарський сектор України на світовому продовольчому ринку: довоєнні та післявоєнні перспективи. Дослідження світової сільськогосподарської економіки, 3(4), 1-11. <https://doi.org/10.36956/rwae.v3i4.693>

7. Rungsinpiromkul Ch. Green Marketing on Organic Product Purchase Intention Among Generation Z Consumers. *International Journal of Arts and Social Science*. 2025. P. 254–261. ISSN: 2581-7922, Volume 8 Issue 9, September 2025.

8. Писаренко Н. В., Довгенко Я. О., Базарна О. В., Організаційно-економічно основи страхування сільськогосподарських культур та управління його процесами. Publishing House «Baltija Publishing», 2021. С. 89-94. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-107-7-19>

9. Бабан Т. О., Титаренко М. Ю. Ефективність екоінновацій в сільському господарстві. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Технічний прогрес в АПВ». 21-22 травня 2024 р. Харків: ДБТУ, 2024. С. 477-479.

10. The State of Food and Agriculture 2023: Revealing the true cost of food to transform agrifood systems. Rome: FAO, 2023. 150 p., URL: https://knowledge4policy.ec.europa.eu/publication/state-food-agriculture-2023-revealing-true-cost-food-transform-agrifood-systems_en?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 09.12.2025).

11. Гельга Віллер The World of Organic Agriculture 2024. FiBL & IFOAM - Organics International, 2024, ISBN: <https://orgprints.org/52272/>, URL: <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024> (дата звернення 09.12.2025).

12. OECD. The challenge of measuring and achieving sustainable agricultural productivity growth. Paris: OECD Publishing, 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/the-challenge-of-measuring-and-achieving-sustainable-agricultural-productivity-growth_1c17e895-en.html (дата звернення: 09.12.2025).

13. OECD & FAO. OECD-FAO Agricultural Outlook 2023-2032. Paris / Rome: OECD & FAO, 2023. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032_08801ab7-en.html (дата звернення: 09.12.2025).

14. EU agricultural outlook for markets, income and environment, 2022-2032 / Directorate-General for Agriculture and Rural Development. - Brussels : European Commission, 2022. - 75 p. - URL: <https://agriculture.ec.europa.eu> (дата звернення: 09.12.2025).

15. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Innovation for Sustainable Agriculture. - Rome : FAO, 2023. - 64 p. - URL: FAOSTAT (дата звернення: 09.12.2025).

16. Organisation for Economic Co-operation and Development. Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2024: Innovation for Sustainable Productivity Growth. - Paris : OECD Publishing, 2024. - 660 p. - DOI: <https://doi.org/10.1787/74da57ed-en>.

17. UNDP / UNEP / UNIDO (зелена відбудова): UNIDO. Green Recovery and Sustainable Industrial Development in Eastern Europe. Vienna: UNIDO, 2023. 55 p., URL: <https://www.unido.org/> (дата звернення: 10.12.2025).

18. GIZ. Green Reconstruction of Ukraine: Policy and Technology Pathways. Berlin: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, 2023. 72 p., URL: https://www.iisd.org/projects/green-reconstruction-of-ukraine?gad_source=1&gad_campaignid=22208053183&gbraid=0AAAAADQ3eTDGA9k9PeTqPkfxF0APxIIDg&gclid=Cj0KCQiA6Y7KBhCkARIsAOxhqtMFJTnFe60SD8C8nLlFpkpW8GeI0LdNv4mJ0BMiPVfu-vIL-hKmcRAaAiKVEALw_wcB (дата звернення: 09.12.2025).

19. SEI - Stockholm Environment Institute: SEI. Ukraine's Green Transition Pathways: Analytical Report 2024. Stockholm: SEI, 2024. 44 p., URL: [LTGfGIxgyBMxGmKA96Y9VV3ijajqUt-metaVWtyLUV4ZWN1dGl2ZSBzdW1tYXJ5LVVLUi1XZWlGKDEpLnBkZg==-.pdf](https://www.sei.se/media/11466/1/20240611_Ukraine%27s%20Green%20Transition%20Pathways%20Analytical%20Report%202024.pdf) (дата звернення: 09.12.2025).

20. Органічний сектор України: Міністерство аграрної політики та продовольства України. Органічне виробництво в Україні: аналітичний огляд за 2023 рік. Київ: Мінагрополітики, 2024. 32 с.

21. Гайке Кюнерт. Органічне землеробство у цифрах. Інститут сільськогосподарської економіки. 28.08.2025. URL: https://www.thuenen.de/en/thuenen-topics/organic-farming/aktuelle-trends-der-deutschen-oekobranche/oekolandbau-in-zahlen?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 10.12.2025).

22. GERMANY ORGANIC SECTOR FACTSHEET PRODUCTION/MARKET TRENDS & POLICIES. URL: https://organictargets.eu/wp-content/uploads/2025/03/Germany-Digital-country-Factsheet.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 10.12.2025).

23. Рік національних стандартів і стабілізації внутрішнього органічного ринку України. 23.09.24. URL: Рік національних стандартів і стабілізації внутрішнього органічного ринку України - Organicinfo.ua (дата звернення: 10.12.2025).

24. Kamboj S., Matharu M., Gupta M. Examining consumer purchase intention towards organic food: An empirical study. *Cleaner and Responsible Consumption*. 2023. Vol. 9, Article 100121. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100121> (дата звернення: 10.12.2025).

25. Bazhan M. et al. Factors affecting purchase intention of organic food: A systematic review. *Food Science & Nutrition*. 2024. <https://doi.org/10.1002/fsn3.4015> (дата звернення: 10.12.2025).

References

1. Chaikina, A.V. and Musiienko, Yu.M. (2022), "Ecological innovations in the activities of an agricultural enterprise: problems and prospects for development", *Ekonomichni Studii*, pp. 46-50.

2. Baban, T.O. and Bavykina, N.D. (2024), "Ecological innovations for the development of agriculture", *Tekhnichniy proghres v APV: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Materials of the international scientific and practical conference "Technical progress in agricultural production"], Kharkiv State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine., pp. 475-477.

3. Vlasenko, T. and Larina, T. (2022), “The impact of innovations on the management of technological development in the crop production industry”, *Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnoho Universytetu*, vol. 6, no. 2, pp. 370-375.
4. Bahorka, M. and Yakubenko, T. (2025), “The process of developing and implementing environmentally oriented innovations and marketing innovative approaches in the activities of agricultural enterprises”, *Naukovyi Visnyk “Stalyi Rozvytok Ekonomiky”*, vol. 1(52), pp. 327-330.
5. FiBL and IFOAM (2022), “The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2022”. *Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, Switzerland*, available at: organic-world.net (Accessed 9 Lystopad 2025).
6. Shubravska, O. and Prokopenko, K. (2022), “Ukraine’s Role in Global Food Security and Post-War Agricultural Recovery”, *Research in World Agricultural Economics*, vol. 3(4), pp. 1-11.
7. Rungsinpiromkul, Ch. (2025), “Green Marketing on Organic Product Purchase Intention Among Generation Z Consumers”, *International Journal of Arts and Social Science*, vol. 8(9), pp. 254-261.
8. Pysarenko, N.V. Dovhenko, Ya.O. and Bazarna, O.V. (2021), *Orhanizatsiino-ekonomichni osnovy strakhuvannia silskohospodarskykh kultur ta upravlinnia yoho protsesamy* [Organizational and economic foundations of crop insurance and management of its processes], Baltija Publishing, pp. 89-94.
9. Baban, T.O. and Tytarenko, M.Yu. (2024) “Effectiveness of eco-innovations in agriculture”. *Tekhnichniy prohres v APV: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Materials of the international scientific and practical conference "Technical progress in agricultural production"], Kharkiv State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine, 21-22 May, pp. 477-479.
10. FAO (2023), “The State of Food and Agriculture 2023: Revealing the True Cost of Food to Transform Agrifood Systems”, available at: <https://knowledge4policy.ec.europa.eu/publication/state-food-agriculture-2023->

revealing-true-cost-food-transform-agrifood-systems_en?utm_source=chatgpt.com (Accessed: 9 December 2025).

11. Willer, H. (2024), “The World of Organic Agriculture 2024”, available at: <https://orgprints.org/52272/> and <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024>, (Accessed: 9 December 2025).

12. OECD (2024), “The Challenge of Measuring and Achieving Sustainable Agricultural Productivity Growth”, available at: https://www.oecd.org/en/publications/the-challenge-of-measuring-and-achieving-sustainable-agricultural-productivity-growth_1c17e895-en.html (Accessed: 9 December 2025).

13. OECD and FAO (2023), “OECD-FAO Agricultural Outlook 2023-2032”, available at: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032_08801ab7-en.html (Accessed: 9 December 2025).

14. European Commission (EC) (2022), “EU agricultural outlook for markets, income and environment, 2022-2032”, Available at: <https://agriculture.ec.europa.eu>, (Accessed 9 December 2025).

15. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2023), “Innovation for Sustainable Agriculture”, Available at: <https://www.fao.org/faostat>, (Accessed 9 December 2025).

16. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2024), “Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2024: Innovation for Sustainable Productivity Growth”, Available at: https://www.oecd.org/en/publications/agricultural-policy-monitoring-and-evaluation-2024_74da57ed-en.html (Accessed 9 December 2025).

17. UNIDO (2023), “Green Recovery and Sustainable Industrial Development in Eastern Europe”, available at: <https://www.unido.org/> (Accessed: 10 December 2025).

18. GIZ (2023), “Green Reconstruction of Ukraine: Policy and Technology Pathways”, available at: <https://www.iisd.org/projects/green-reconstruction-of->

ukraine?gad_source=1&gad_campaignid=22208053183&gbraid=0AAAAADQ3eTDGAgk9PeTqPkfxF0APxIIDg&gclid=Cj0KcQIA6Y7KBhCkARIsAOxhqtMFJTnFe60SD8C8nLlFpkpW8GeI0LdNv4mJ0BMiPVfu-vIL-hKmcRAaAiKVEALw_wcB (Accessed 9 December 2025).

19. SEI (2024), “Ukraine’s Green Transition Pathways: Analytical Report 2024”, available at: [LTGfGIxgyBMxGmKA96Y9VV3ijajqUt-metaVWtyLUV4ZWN1dGl2ZSBzdW1tYXJ5LVVLUi1XZWlgaKDEpLnBkZg==-.pdf](https://www.sei.org/ukraine/2024/01/24/ukraine-green-transition-pathways-analytical-report-2024), (Accessed 9 December 2025).

20. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2024), *Orhanichne vyrobnytstvo v Ukraini: analitychnyi ohliad za 2023 rik [Organic production in Ukraine: analytical review for 2023]*, Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

21. Kuhnert, H. (2025), “Organic farming in figures”, Institute of Agricultural Economics, available at: https://www.thuenen.de/en/thuenen-topics/organic-farming/aktuelle-trends-der-deutschen-oekobranche/oekolandbau-in-zahlen?utm_source=chatgpt.com (Accessed: 10 December 2025).

22. Germany Organic Sector Factsheet (2022), “Production/Market Trends & Policies”, available at: https://organictargets.eu/wp-content/uploads/2025/03/Germany-Digital-country-Factsheet.pdf?utm_source=chatgpt.com, (Accessed: 10 December 2025).

23. Organicinfo (2024), “Year of national standards and stabilization of the domestic organic market of Ukraine”, available at: [Organicinfo.ua](https://www.organicinfo.ua/), (Accessed: 10 December 2025).

24. Kamboj, S. Matharu, M. and Gupta, M. (2023), “Examining consumer purchase intention towards organic food: An empirical study”, *Cleaner and Responsible Consumption*, vol. 9, pp. 1-10.

25. Bazhan, M. (2024), “Factors affecting purchase intention of organic food: A systematic review”, *Food Science & Nutrition*. <https://doi.org/10.1002/fsn3.4015>.

Стаття надійшла до редакції 17.12.2025 р.