

відстежуються та оптимізуються в режимі реального часу. Це, у свою чергу, дає змогу відкривати нові ланцюжки поставок і дозволяє зв'язувати різних учасників ринку, державні установи та міжнародні гуманітарні зобов'язання навіть за умов війни. Таким чином, платформа спрощує процеси координації між різними суб'єктами та полегшує повернення до безпечного постачання для українського народу. На цьому тлі імпорتنі товари все більше заповнюють дефіцит пропозиції.

Список використаних джерел

1. Орел В.М. Роль інновацій в системі трансформації економіки / В.М. Орел, І.П. Афанасьєв // Вісник Сумського національного університету. Серія «Економіка і менеджмент». Науковий журнал. 2020. №3(85). С. 105-110.
2. Попадюк Ф. Коли продукт важливіший за бізнес: що таке крафтове пиво і як воно завойовує Україну. Економічна правда 16.04.2021р. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2021/04/16/673064/>
3. Сімахіна Г.О., Українець А.І. Інноваційні технології та продукти. Оздоровче харчування: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2010. 294 с.
4. СД Платформа. <https://sdplatform.org.ua/blogs/agriculture>

СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ СТІЙКОСТІ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ НА РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Пахуча Е.В., канд. екон. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сутність поняття «стійкість» полягає у здатності протистояти та успішно адаптуватися до дії зовнішніх і внутрішніх факторів. Стійкість як процес є результатом взаємодіючих механізмів системи, які генерують фактори рівноваги і створюють основу для сталого розвитку. Потреби у безпеці та стійкості відіграють важливу роль для суб'єктів бізнесу та розглядаються як основні характеристики становлення та функціонування будь-яких економічних систем. У разі відсутності реалізації даних потреб виникають проблеми з браком ресурсної бази, зниження ефективності діяльності та загострення соціально-економічних протиріч між суб'єктами бізнесу [1]. Складовим елементом у процесі розвитку органічного господарювання

та ринку зокрема, виступають інструменти заохочення органічних товаровиробників. На вітчизняних теренах, такі інструменти знаходяться на різних стадіях, від формування до поступово впровадження. Податкові пільги для органічного виробника стануть напрямом інвестиції для розвитку внутрішнього ринку та допоможуть вітчизняним товаровиробникам перейти до органічного виробництва.

Державні витрати, можуть компенсуватись за рахунок розвитку даної галузі. Субсидіювання передбачає надання бюджетної субсидії на одиницю оброблюваних угідь новоствореного фермерського господарства. Субсидії для органічного сільського господарства, з одного боку, виступатимуть додатковим стимулом у вигляді нагороди з боку держави, за розвиток концепції сталого розвитку та соціально відповідальну діяльність, а з іншого стануть компенсацією менші врожаї у наслідок використання інтенсивних методів виробництва. У більшості країн світу субсидії для органічного виробництва, виступають у вигляді основної підтримки його розвитку, особливо даний інструмент підтримки широко використовується в країнах де субсидії надаються для традиційного сільського господарства [2].

Що до дотацій у органічне виробництво то у бюджеті 2021 р. заклали 50 млн. грн. для програми фінансової підтримки виробників органічної сільськогосподарської продукції. Проте сьогодні відсутній «Порядок розподілу та використання коштів по напрямку органічного виробництва». Відповідно, не встановлені терміни використання коштів. В Україні компенсації у формі державної підтримки органному виробництву з державного бюджету на 2021 р. передбачались на три напрямки: компенсацію 30% вартості сертифікації органічного виробництва; 5000 грн на 1 га органічних земель з обмеженням 100 000 грн на одне господарство, тобто на 20 га; 5000 грн на одну голову органічної ВРХ [3]. Пільгове кредитування органічного виробництва відбувається на рівні окремих обласній програм розвитку агропромислового комплексу і покликане забезпечувати суб'єктів господарювання джерелом фінансування на умовах поворотності, платності, забезпеченості, строковості, цільового використання та диференційованості. Екологічні гранти допомагають, виробникам знизити навантаження на навколишнє природне середовище та отримувати додаткову вартість продукції. Так об'єднання представників органічного ринку екологічні інвестиції створила грантову програму «Підтримка органічного сектору в Україні». Метою якої, є підтримка виробників органічної продукції для подолання наслідків поточної ситуації та збереження і посилення

спроможності органічного сектору України у середньо- та довгостроковій перспективі. За результатами грантової програми близько 120 операторів органічного ринку отримали підтримку на загальну суму 350 000 дол. США, що була спрямована на покриття витрат на органічну сертифікацію, викуп органічних харчових продуктів у органічних виробників, подальший розвиток маркетингової діяльності на внутрішньому ринку, закупівлю обладнання тощо. Одним із факторів перспективного розвитку ринку органічної продукції України є здійснення ефективної маркетингової діяльності суб'єктів господарювання у продовольчій системі, яка залежить від збалансованості розподілу каналів збуту та від вибору відповідної маркетингової стратегії для різних груп товарів.

Список використаних джерел

1. Pakhucha, E., Sievidova, I., Babko, N., Romaniuk, I., Bilousko, T., & Siadrysta, I. (2023). Investigating the impact of structural changes: the socio-economic security framework. *European Journal of Sustainable Development*, 12, 1, 180–198. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2023.v12n1p180>.
2. Пахуча Е.В. Маркетинговий складник розвитку ринку органічних харчових продуктів. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2023. Vol.7. No.1. URL: <https://doi.org/10.51599/is.2023.07.01.11>
3. The official website of the information portal OrganicInfo. Available at: <https://organicinfo.ua/>

ПРО РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Петрунів С.В., магістрант,
Павлишин М.Л., канд. техн. наук, доц.
Львівський національний університет ім. Івана Франка,
м. Львів, Україна

Глобальна цифрова трансформація вплинула на розвиток інтернет-економіки багатьох держав світу, у т.ч. й України. В епоху цифровізації, інструменти маркетингу вітчизняних підприємств перейшли на абсолютно новий рівень якості, встановивши нові зв'язки з клієнтами завдяки онлайн-рекламі, можливості здійснення замовлень через Інтернет, обслуговуванням клієнтів у реальному часі,