

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ННІ неперервної освіти**

ПОГОДЖЕННЯ

В.о. директора ННІ неперервної освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

**В.о. завідувача кафедри
публічного управління,
менеджменту інноваційної
діяльності та дорадництва**

_____ **Юлія НЕГОДА**

_____ **Ольга ВИТВИЦЬКА**

« _____ » _____ 2025 р.

« _____ » _____ 2025 р.

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему «Управління інноваційною діяльністю підприємства»**

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління інноваційною та консалтинговою діяльністю»

Орієнтація освітньої програми _____ освітньо-професійна _____

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

_____ **Ольга ВИТВИЦЬКА**

Керівник магістерської

кваліфікаційної роботи

д.е.н., професор

_____ **Ольга ВИТВИЦЬКА**

Виконав

_____ **Микола ПОКИДЬКО**

Київ – 2025

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ННІ неперервної освіти**

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. завідувача кафедри
публічного управління, менеджменту
інноваційної діяльності та дорадництва

д.е.н., проф. _____ **Ольга ВИТВИЦЬКА**
“ _____ ” _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ
ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТУ

Покидьку Миколі Миколайовичу

[прізвище, ім'я, по-батькові]

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління інноваційною та консалтинговою діяльністю»

Орієнтація освітньої програми _____ освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи **«Управління інноваційною діяльністю підприємства»**

Затверджена наказом ректора НУБіП України № 2004 «С» від 07.11.2024 р.

Термін подання завершеної роботи на кафедру 2025.11.14

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: Нормативно-правова база, праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених з питань управління інноваційною діяльністю підприємств, ТОВ «Інститут інноваційної біоекономіки»

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретико-методичні підходи до управління інноваційною діяльністю у високотехнологічній аграрній сфері
2. Аналіз ринку вирощування і реалізації насіння за інноваційними технологіями
3. Напрями вдосконалення управління інноваційної діяльності стартапу дрібного фасованого насіння під торговою маркою « Українська селекція»

Перелік графічного матеріалу : 3 таблиці, 19 рисунків.

Дата видачі завдання «07» жовтня 2024 р.

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи _____

Ольга ВИТВИЦЬКА

Завдання прийняв до
виконання _____

Микола ПОКИДЬКО

РЕФЕРАТ

У магістерській кваліфікаційній роботі «Управління інноваційною діяльністю підприємства» є вступ, три розділи, висновки та список використаної літератури, додатки. Основна частина складає – 88 сторінок комп'ютерного тексту. В роботі міститься 3 таблиці та 19 рисунків. Список використаної літератури складається з 33 найменувань.

Метою є дослідження управління інноваційною діяльністю підприємства.

Об'єкт дослідження є інноваційна діяльність підприємства в аграрній сфері, зокрема процеси створення, впровадження та комерціалізації інноваційних технологій в умовах високотехнологічного АПК.

Предмет дослідження є методологічні, організаційно-економічні та ринкові механізми управління інноваційною діяльністю підприємства, включаючи моделі інноваційного провайдингу, системи трансферу інновацій, інноваційні технології насінництва та формування стартапу дрібного фасованого насіння «Українська селекція».

Методи дослідження.

У роботі застосовано методи:

-Теоретичні методи: аналіз і синтез; абстрагування і узагальнення; системний підхід для оцінки інноваційної діяльності підприємства.

-Емпіричні методи: економічний аналіз; порівняльний аналіз; моніторинг ринку дрібного фасованого насіння.

-Прикладні методи: метод проектування; методи бізнес-планування; графічні методи; експертна оцінка.

У першому розділі визначено методологічні підходи до управління інноваційною діяльністю, проаналізовано сучасні концепції інноваційного розвитку та роль Інституту інноваційної біоекономіки у формуванні ринково орієнтованих механізмів впровадження.

У другому розділі проведено аналітичне дослідження ринку вирощування та реалізації насіння, охарактеризовано інноваційні технології сучасного насінництва, а також розроблено методіку дослідження сектору дрібного фасованого насіння.

У третьому розділі сформовано стартап з виробництва та реалізації дрібного фасованого насіння під торговою маркою «Українська селекція». Представлено бізнес-модель, технологічні рішення, систему пакування, трансфер інновацій та бізнес-план розвитку проекту.

Ключові слова: УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ, АНАЛІЗ РИНКУ, РЕАЛІЗАЦІЯ НАСІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ, ДФН ПІД ТОРГОВОЮ МАРКОЮ « УКРАЇНСЬКА СЕЛЕКЦІЯ»

З М І С Т

ВСТУП.....	6	
Розділ I	ТЕОРЕТИКО- МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНІЙ АГРАРНІЙ СФЕРІ	9
1.1.	Інноваційна діяльність і технології в аграрній сфері	9
1.2.	Концепція інноваційного провайдингу Інституту інноваційної біоекономіки	13
1.3.	Ринково-адаптовані системи трансферу проривних інновацій в АПК	22
	Висновки до розділу I	30
Розділ II	АНАЛІЗ РИНКУ ВИРОЩУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ НАСІННЯ ЗА ІННОВАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ	32
2.1.	Формування та розвиток ринку насіння	32
2.2.	Інноваційні технології ведення сучасного насінництва	41
2.3.	Інноваційні маркетингові стратегії та технології на ринку насіння	45
2.4.	Розробка методики та проведення пошукового дослідження сектору дрібно фасованого насіння	49
	Висновки до розділу II	56
Розділ III	НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТАРТАПУ ДРІБНОГО ФАСОВАНОГО НАСІННЯ ПІД ТОРГОВОЮ МАРКОЮ «УКРАЇНСЬКА СЕЛЕКЦІЯ»	57
3.1.	Модель організації трансферу біоінновацій в сегменті дрібно фасованого насіння на бізнес-засадах	57
3.2.	Формування системи пакування та розповсюдження дрібно фасованого насіння	69
3.3.	Бізнес-план інноваційного проекту «дрібно фасованого насіння (овочів, квітів, спецій)»	79
	Висновки до розділу III	85
ВИСНОВКИ.....	87	
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	89	
ДОДАТКИ	93	

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах господарювання ефективна інноваційна діяльність підприємств є необхідною умовою зростання їх конкурентоспроможності, прибутковості та досягнення стійкого розвитку. Необхідність активізування інноваційної діяльності вітчизняних агропромислових підприємств в умовах формування і реалізації проектів вимагає диференціації ефективних управлінських інструментів для досягнення поставленої мети, які повинні формуватися на засадах сучасних прогресивних підходів.

Висвітленню актуальних питань управління інноваційною діяльністю агропромислових підприємств в сучасних умовах господарювання приділено значну увагу у роботах вітчизняних та зарубіжних науковців. Встановлення природи інновацій та інноваційних циклів знайшло своє відображення у працях таких вчених-економістів: Г.Менша, Р. Росвелла, Є. Бріхгем, Б.Санто, Б.Твісса, М.Туган-Барановського, Ю. Бажал, П. Друкер, Й.Шумпетера і багато інших.

Дослідженню теорії і практики управління інноваційною діяльністю підприємств присвячені наукові роботи С. Володіна, О.Витвицької, В.Геєця, Г.Гольдштейна, О.Кузьміна, П.Микитюка, Н.Михайлишин, Й.Петровича, В.Семиноженка, Б. Данилишин, Л.Федулової, К. Крикуненко і багато інших. Сьогодні економіка світу є вкрай нестабільною через ряд сучасних зовнішніх і внутрішніх факторів.

Мета і завдання дослідження. Метою магістерської кваліфікаційної роботи є розроблення теоретичних положень і прикладних рекомендацій щодо управління інноваційною діяльністю підприємств.

Для досягнення мети дослідження визначено такі завдання:

- обґрунтувати сутність інноваційної діяльності і технології в аграрній сфері;
- розкрити концепцію інноваційного провайдингу інституту інноваційної біоекономіки

- висвітлити роль ринково-адаптованої системи трансферу проривних інновацій в АПК;
- сформувати поняття та розвиток ринку насіння;
- розглянути інноваційні технології ведення сучасного насінництва;
- висвітлити інноваційні маркетингові стратегії та технології на ринку насіння;
- розроблення методики та проведення пошукового дослідження сектору дрібно фасованого насіння;
- моделювання організації трансферу біоінновацій в сегменті дрібного фасованого насіння на бізнес-засадах;
- сформування системи пакування та розповсюдження дрібного насіння;
- розроблення бізнес-плану інноваційного проекту «дрібно фасованого насіння (овочів, квітів, спецій)»

Об'єкт дослідження - інноваційна діяльність підприємства в аграрній сфері, зокрема процеси створення, впровадження та комерціалізації інноваційних технологій в умовах високотехнологічного АПК.

Предмет дослідження - методологічні, організаційно-економічні та ринкові механізми управління інноваційною діяльністю підприємства, включаючи моделі інноваційного провайдингу, системи трансферу інновацій, інноваційні технології насінництва та формування стартапу дрібно фасованого насіння «Українська селекція».

Методи дослідження.

У роботі застосовано методи:

- Теоретичні методи: аналіз і синтез; абстрагування і узагальнення; системний підхід для оцінки інноваційної діяльності підприємства.
- Емпіричні методи: економічний аналіз; порівняльний аналіз; моніторинг ринку дрібно фасованого насіння.
- Прикладні методи: метод проектування; методи бізнес-планування; графічні методи; експертна оцінка.

Теоретична та практична значимість дослідження

Теоретична цінність та практична значимість дослідження: полягає у визначенні основних теоретичних підходів щодо управління інноваційною діяльністю підприємства, інноваційної інфраструктури впровадження високотехнологічних формулювань практичних рекомендацій щодо організації стартап проекту дрібного фасованого насіння під торговою маркою «Українська селекція».

Апробація результатів дослідження. Оpubліковано тези: «Управління інноваційною діяльністю підприємства» у матеріалах Міжнародного науково-практичного семінару «ІННОВАЦІЇ ТА КОНСАЛТИНГ У ЄВРОПЕЙСЬКИХ ВИМІРАХ» К.: НУБіП України, 2025.

Інформаційною базою дослідження є праці провідних вітчизняних та зарубіжних економістів з питань управління інноваційною діяльністю підприємств, ТОВ «Інститут інноваційної біоекономіки». Використано законодавчі та нормативні акти України у розрізі питань, що регулюють інноваційну діяльність, інтернет джерела.

Обсяг і структура. Магістерська кваліфікаційна робота загальним обсягом 124 сторінки, складається зі вступу, трьох розділів, рис.- 19, таблиць – 3, висновків.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНІЙ АГРАРНІЙ СФЕРІ

1.1. Інноваційна діяльність і технології в аграрній сфері

В умовах воєнної і повоєнної кризи, погіршення стану економіки питання розбудови України, відновлення та ефективного функціонування аграрного сектору, забезпечення продовольчої безпеки держави, її експортного потенціалу є актуальним. Одним із ключових факторів підвищення ефективності сільського господарства є система впровадження інновацій як у виробничий сектор, так і в сферу ринкових відносин в агропродовольчому секторі, зокрема між виробниками та постачальниками агротехнологій із залученням широкого кола домогосподарств.

Стратегічно важливо нарощувати потенціал в агропромисловому комплексі України за рахунок підвищення інноваційної активності аграрних підприємств, розвитку інноваційної інфраструктури в АПК. Домінуючою формою реалізації інноваційної діяльності в аграрних підприємствах стає саме впровадження інноваційних технологій, що у свою чергу вимагає глибшого дослідження основних факторів й особливостей саме в аграрній сфері [1].

Дослідження сутності, змісту, особливостей і класифікації інноваційних технологій аграрних підприємств, а також вивчення сучасного стану їх впровадження в українському аграрному секторі показують різноманіття підходів щодо визначення акцентів інноваційних агроєкосистем. Зазначимо, що передумовою підвищення інноваційної активності в аграрній сфері виступатимуть ефективні механізми управління розробкою й впровадженням інновацій та інноваційних технологій. При цьому теоретико-методологічний базис впровадження інноваційних технологій в аграрній сфері повинен бути сформований із урахуванням ефективних моделей інноваційної діяльності, що, у свою чергу, актуалізує дослідження концепцій інноваційного розвитку суспільства. У світовій економічній літературі інноваційний розвиток переважно

інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, що втілюється в нових продуктах та технологіях [2]. На підставі опрацювання й систематизації представлених в економічній літературі думок учених щодо сутності інновацій можемо сформулювати визначення даного поняття. Відповідно до проведених досліджень під терміном «інновація» пропонуємо розуміти певні матеріальні об'єкти або процеси, що одержують нові, до цього невідомі характеристики і властивості, при цьому ці об'єкти чи процеси за своїми функціональними характеристиками випереджають своїх попередників. Стосовно до агропромислового комплексу інновації являють собою «впровадження в господарську практику результатів досліджень і розробок у вигляді нових сортів рослин, порід та видів тварин, мікроорганізмів, нових або поліпшених продуктів харчування, матеріалів, нових технологій у рослинництві, тваринництві й переробній промисловості, добрив і засобів захисту рослин та тварин, методів профілактики й лікування тварин і птиці, нових форм організації й управління різними сферами економіки, що дають змогу підвищити ефективність аграрного виробництва» [3,4].

Аналіз і систематизація визначень інновацій в аграрному секторі показують, що інновація – це результат творчого процесу у вигляді нової продукції, технології, методу тощо. Також це зміни в техніці, технології чи організації, які в майбутньому приведуть до задоволення певних суспільних потреб. Тобто інновації є результатом запровадження наукових знань і науково-дослідних робіт у виробничо-господарську діяльність, що сприяє поліпшенню її ефективності.

Ґрунтуючись на вищесказаному, визначено інноваційну технологію в АПК як «систематизовану сукупність знань, відомостей, технологічних і організаційних рішень, що визначають спосіб здійснення принципово нових або удосконалених операцій в аграрному секторі, пов'язаних як із виробництвом та реалізацією сільськогосподарської продукції, так і зі здійсненням управління в аграрному бізнесі» [1]. Запровадження інноваційних технологій в аграрних підприємствах може здійснюватися, насамперед, через взаємодію зовнішнього й

внутрішнього середовища, через розвиток складових внутрішнього середовища та наявного ресурсного потенціалу. При цьому для аграрних підприємств впровадження інноваційних технологій – це, передусім: впровадження нових технологій виробництва сільськогосподарської сировини у рослинництві; застосування передових технологій вирощування продуктивніших порід у тваринництві або нових, продуктивніших та стійкіших до хвороб і несприятливих природно-кліматичних проявів, сортів у рослинництві; використання біотехнологій, які дають змогу одержати нові, корисні й якісніші продукти, що мають оздоровчий та профілактичний ефект; використання нових технічних засобів і технологій обробітку ґрунту, очистки й зберігання сировини; застосування нових способів ведення сільськогосподарської діяльності, що орієнтовані на підвищення економічної, соціальної, організаційної, технологічної чи екологічної ефективності аграрного бізнесу.

За результатами досліджень можемо дійти висновку, що інноваційну технологію в АПК слід розглядати як «систематизовану сукупність знань, відомостей, технологічних та організаційних рішень, які визначають спосіб здійснення принципово нових або удосконалених операцій в аграрному секторі, пов'язаних як із виробництвом і реалізацією сільськогосподарської продукції, так і зі здійсненням управління в аграрному бізнесі». Інноваційні технології в аграрному секторі містять у собі групу процесних інновацій в АПК, поширюючись на продуктові аграрні інновації лише у тій частині, що стосується способів виробництва (якщо мова йде про нові сорти рослин або нові породи тварин) та способів використання (якщо мова йде про нові добрива, паливо, засоби захисту рослин тощо) інноваційних аграрних продуктів. Серед суттєвих недоліків у впровадженні інноваційних технологій провідними аграрними підприємствами в Україні варто видокремити недостатність реалізації найбільш інноваційних проектів, до яких належать створення сортів рослин і порід тварин, стійких до хвороб та шкідників, до несприятливих чинників довкілля (в Україні основна частина селекційно-генетичних інновацій спрямована переважно на підвищення продуктивності культур і тварин), проектів із впровадження нових

ресурсозберігаючих технологій (висока ресурсомісткість, передусім енергомісткість, є однією з основних слабких сторін української аграрної галузі на світовому ринку) й проектів зі створення інноваційно-консультативних систем у сфері науково-технічної та інноваційної діяльності. Вважаємо, що у майбутньому активізація інноваційної діяльності в АПК має відбуватися саме за рахунок впровадження інноваційних технологій у вказаних напрямках.

Це ставить під сумнів твердження про те, що аграрна наука або агровиробники забезпечують процес організації управління інноваційної діяльності. Наука створює новації з інноваційним потенціалом, який консалтинговий бізнес перетворює в затребувані виробництвом інновації. Агровиробники освоюють запропоновані їм інноваційні продукти і виробляють інноваційну продукцію, на основі якої на ринок споживачам постачається конкурентоспроможна продукція з високою доданою вартістю (зокрема, продовольство). Фахові науково-консалтингові установи, до яких відноситься Інститут інноваційної біоекономіки НААН, доводять, що інноваційні екосистеми працюють за моделлю інноваційного провайдингу – система новостворень та нововведень на підприємницьких засадах партнерства науки і бізнесу.

Створення і впровадження ринково адаптованих інноваційних продуктів (генетичних ресурсів, технологій, послуг) потребують формування в сегментах агропродовольчої сфери інноваційних екосистем, які працюють за циклічними механізмами. На основі таких систем розвиваються сучасні напрями циркулярної біоекономіки (рис. 1.1):

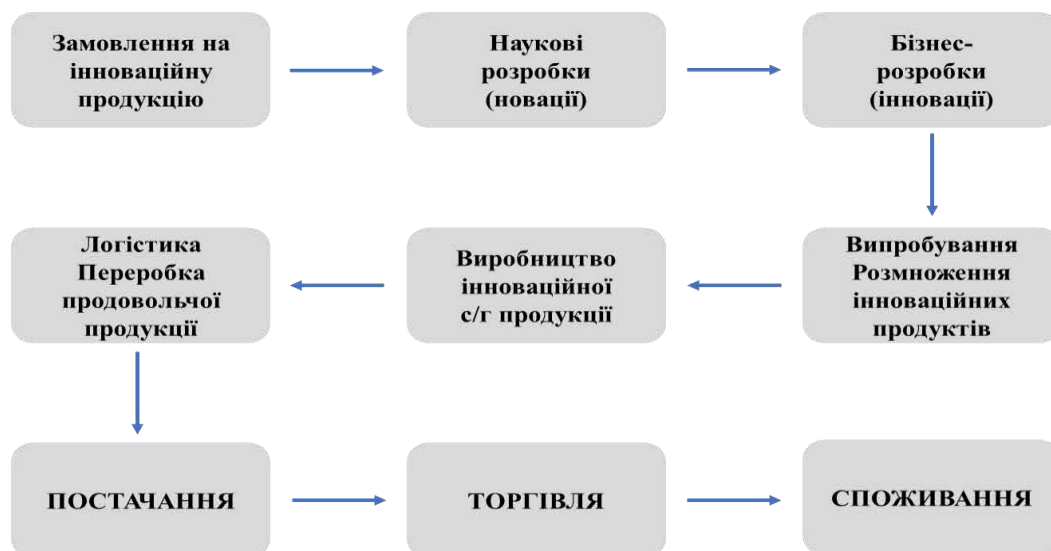


Рис. 1.1 Циклограма сучасної біоекономіки

Джерело:[11]

Представлена схема показує основні цикли створення та впровадження інновацій в агропродовольчій сфері.

Агропродовольчий сектор України має потенціал світового значення. В останній час в АПК спостерігається велика активність як з боку вітчизняного бізнесу, так і з боку міжнародних підприємств і організацій. В конкурентних умовах на перше місце виходять аргументи інноваційно-інвестиційного розвитку, які базуються на спроможності учасників аграрного ринку і виробництва освоювати і застосовувати інноваційні технології і ефективні бізнес-моделі їх впровадження для виробництва конкурентоспроможної продукції.

1.2. Концепція інноваційного провайдингу Інституту інноваційної біоекономіки

Технологічний розвиток АПК може забезпечити аграрна наука, яка має значний науковий потенціал, але низьку ефективність впровадження розробок, в значній мірі через відсутність доступу до капіталу і нерозвиненість комерційної

мережі. Державні академічні і освітянські установи в умовах обмеженого фінансування діють в більшості за старою радянською системою досліджень і програють ринок комерційним структурам. На ринку панують вітчизняні і зарубіжні компанії, що здійснюють за гнучкими схемами технологічні експансії сумлінної якості. Держава не справляється з регулюванням наукоємного аграрного ринку, стимулюванням інноваційного розвитку агропромислового виробництва.

В цих умовах склалася «революційна» ситуація: а) стара система не спроможна, але має потенціал, який можна використати для розвитку; б) нова система не склалася, панує хаос у високотехнологічній сфері АПК, але світові тенденції, центри і напрями, що зароджуються вказують на те, що цей сектор буде сформовано за досвідом економічно розвинутих країн і в міжнародній розумовій спеціалізації він займе ключове місце.

Особливо це стосується суперпередового напрямку – біоекономіка, який активно розвивається у світі і пов'язаний із виробництвом і переробкою біоресурсів, а також з практичним застосуванням біотехнологій. Обсяг інноваційної біоекономіки в ЄС у 2010 році перевищив 2 трлн. євро, у 2030 році пропонується обсяг 3% від ВВП розвинених країн світу. За агрокліматичними умовами Україна має стати лідером в багатьох напрямках біоекономіки, особливо пов'язаних із сільським господарством і продовольством.

Для забезпечення новостворень (новацій) і нововведень (інновацій) на ринкових засадах в системі аграрної науки у 2002 році було створено недержавний Інститут інноваційного провайдингу (з 2018 р. – Інститут інноваційної біоекономіки). Інститут за 23 роки отримав статус провідної наукової установи з питань інноваційно-інвестиційного розвитку та ринкової інтеграції аграрної науки, інтелектуальної власності, трансферу технологій, венчурного підприємництва, формування та ефективного функціонування наукоємного аграрного ринку.

Базовим полігоном для впровадження розробок Інституту є Національна академія аграрних наук, на замовлення якої виконуються з 2004 року програми

досліджень щодо інноваційного розвитку наукових установ і їх експериментальної бази. Створено інноваційні моделі і механізми перетворення системи аграрної науки на ринкових засадах. Але реально реформування науки не відбувається, наукові установи рослинницького, тваринницького та інших напрямів діють за традиційними схемами переважного створення нових знань у відособлених умовах функціонування великої науки. Неадаптована до потреб агропромислового виробництва наука не спроможна продукувати і впроваджувати затребувані ринком агроінновації. В цих умовах новий Інститут став заручником свідомо програшної для науки позиції в бізнес-середовищі.

Концепція визначає основні положення, заходи, розрахунки щодо створення наукової установи ринкового типу і її трансферної мережі з дослідження та забезпечення сприятливих економічних умов щодо реалізації проектів в сфері інноваційної біоекономіки. Концепція передбачає:

- Визначення мети, завдань і шляхів їх досягнень в процесі становлення і розвитку нової інституції;
- Опис моделі наукової установи ринкового типу, характеристика її оригінальної основи, що поєднує економічні, біологічні дослідження, які взаємодіють на засадах інноваційної біоекономіки, а також виробничо-комерційні формування з освоєння та виробництва інноваційної продукції;
- Проведення системної перебудови інституту, обґрунтування організаційно-правових заходів та економічних розрахунків щодо перетворення діючого інституту в новий науково-експериментальний заклад на стику гуманітарних і природничих наук, результати діяльності якого спрямовано на інноваційний розвиток високотехнологічного аграрного виробництва і ринку;
- Утвердження перспектив розвитку інституціональної бази і інтегрованої ринково-адаптованої трансферно-технологічної мережі, створення суб'єктів і об'єктів інноваційної інфраструктури, що забезпечує впровадження біоекономічних розробок Інституту на засадах взаємовигідного партнерства науки і бізнесу.

Концепція націлює учасників унікального для України

першопроходницького проєкту щодо утворення міждисциплінарної ринково орієнтованої наукової установи, яка за прискореними методами вивчає наукову і бізнес-сферу, розробляє проєктні рішення, реалізує за економічними моделями і механізмами проєкти зі створення та впровадження у виробництво нішевих біоінновацій на засадах бізнес-консалтингу, венчурного підприємництва і публічно-приватного партнерства.

Інститут є розробником системи інноваційного провайдингу, яка передбачає набуття знань, перетворення їх в інноваційні продукти з послідуною капіталізацією і комерціалізацією у високотехнологічній сфері АПК та одержанням прибутку на бізнес-засадах.

Для досягнення мети установа формує теоретико-методологічну базу новостворень і нововведень на основі підходу інноваційного підприємництва, проводить наукові дослідження передових досягнень інноваційної агробіології, потреб високотехнологічного аграрного виробництва і ринку продукції, створює інтегровані моделі і механізми трансферу інновацій із залученням інвестицій в форматі стартапів наукоємного бізнесу.

Досягненню мети сприяє розроблена Інститутом ринкова модель співробітництва науки, бізнесу і влади, представлена платформою «Агротехнополіс» [5]. Весь комплекс оригінальних економічних, біологічних, практичних розробок Інституту, які забезпечують створення і функціонування платформи, захищаються авторськими правами і використовуються на засадах комерційної концесії в наукоємному аграрному середовищі.

Виконання місії Інституту включає:

- створення і реалізації ринково адаптованих моделей і механізмів трансферу інноваційно-інвестиційних продуктів в наукоємній аграрній сфері;
- створення і реалізації ринково орієнтованих біоінновацій в нішевих сегментах високотехнологічного аграрного виробництва;
- створення і реалізація кластерних моделей і механізмів щодо швидкого освоєння і кооперованого виробництва ринково затребуваної конкурентоспроможної агропродукції на основі впровадження біоінновацій.

Сформована і працює збалансована корпоративна система створення та реалізації інтелектуального капіталу, ефективна система науково-консалтингового менеджменту, гнучка система досліджень, створення та впровадження біоінновацій через інтегровану мережу технологічних центрів і виробничих кластерів.

Організаційна модель

Виконання складних завдань з утримання «пальми першості» в елітній наукоємній аграрній сфері потребує особливої моделі організації Інституту, управління науково-консалтинговою діяльністю, яка має відповідати вимогам, що пред'являються до провідної установи з проривних досліджень, при цьому діяти на ринку за проектним менеджментом і маркетингом, притаманним успішним консалтинговим бізнес-компаніям.

У зв'язку з цим модель Інституту формується на установчій базі чотирьох блоків (блок-схема – рис.1.2):

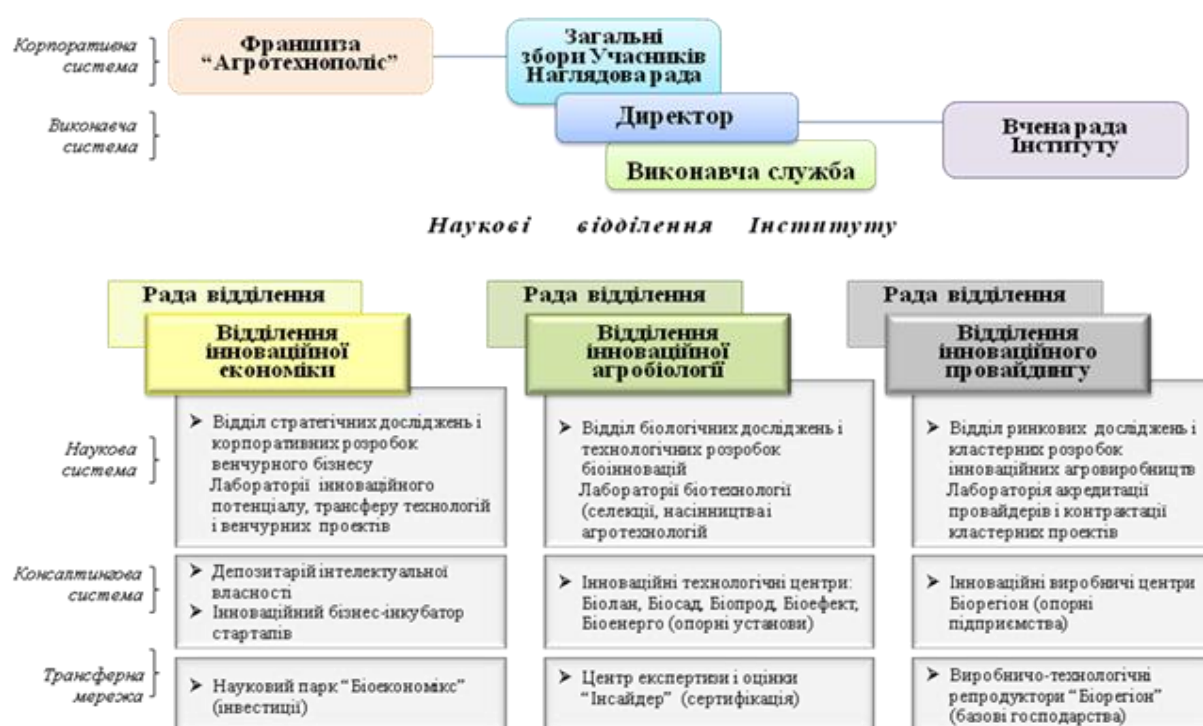


Рис. 1.2 Організаційна структура

Джерело:[10]

– базі знань з інноваційного розвитку АПК з центром управління

Інститутом, що створені засновниками у 2003-2017 рр.;

- базі відділення інноваційної економіки, яка формується для ведення досліджень і розробок в інтелектуальній сфері АПК, проектування і пілотування наукоємними бізнес-проектами з трансферу інновацій із залученням інвестицій;
- базі відділення інноваційної агробіології, яка формується для ведення досліджень і розробок щодо створення ринково затребуваних біоінновацій як на власних дослідницько-експериментальних ділянках, так і в спільних біотехнологічних центрах і репродукторах;
- базі відділення інноваційного провайдингу, яка формується на основі опорних агропідприємств для створення кластерних об'єднань з освоєння, виробництва і реалізації інноваційної продукції.

Фундаментом становлення та розвитку Інституту інноваційної біоекономіки є корпоративна система Товариства з обмеженою відповідальністю, на основі якої утворено установу.

Учасники Товариства залучають до роботи відділень на правах постійних і тимчасових членів фахівців, авторитетних осіб і партнерів за відповідним напрямом, створюють робочі групи і творчі колективи для вирішення актуальних питань за економічною, біологічною, виробничою проблематикою інноваційного розвитку АПК і наукоємної аграрної сфери.

На фінансовій базі та за участю корпоративних груп Товариства працює наукова установа, яка проходить державну атестацію і акредитується в НААН, МОНУ, міжнародних організаціях як кваліфікований виконавець програм фундаментальних і прикладних досліджень.

Управління поточною діяльністю установи здійснює дирекція, яку очолює директор, йому підпорядковано виконавчу службу. Координацію наукової діяльності здійснює Вчена рада, яку очолює директор, якщо він призначений із науковців, або один із керівників наукових відділень Інституту, якщо директор-операційний менеджер. Регламентацію і контроль діяльності дирекції забезпечують загальні збори учасників. Стратегію публічно-приватного партнерства Інституту в наукоємній аграрній сфері, запровадження та захист

власних інтелектуальних розробок визначає комплекс прав, який формує франшизу «Агротехнополіс», що включає теоретичні і практичні напрацювання Інституту з високотехнологічного розвитку АПК на основі інноваційної біоекономіки. Всі інтелектуальні надбання захищаються авторськими і патентними правами, оцінюються, ставляться на облік та вводяться в комерційний обіг за договорами комерційної концесії (франчайзингу).

Управління побудовано за лінійно-дивізійною логістикою функціонально-цільового менеджменту, штатні підрозділи працюють за жорсткою виконавчою вертикаллю, якою керує директор Інституту. Корпоративні органи Товариства не можуть втручатися в діяльність виконавчих органів управління і координують своє співробітництво з установою через представницькі органи (ради) і взаємини з директором.

Наукові відділення Інституту формуються за напрямками діяльності інноваційної економіки, інноваційної агробіології, інноваційного провайдингу учасниками Товариства Інституту і складаються із:

- ради відділення, яка включає корпоративи учасників Товариства за даним напрямом;
- членів відділення, які залучаються до співпраці на громадських засадах;
- керівників і працівників штатних відділів, лабораторій, представництв;
- підрядних експертів, які залучаються до науково-дослідної діяльності на тимчасових договірних умовах.

За тематикою досліджень і розробок відділень створюються творчі колективи і робочі групи, які працюють в рамках програм і проектів відділень.

Діяльність відділень здійснюється за науковими і консалтинговими програмами, результати досліджень і розробок реалізуються в формі цільових проектів за участю штатних підрозділів, залучених експертів, трансферної мережі.

Наукова діяльність Інституту здійснюється на теоретико-методологічній

базі інноваційної економіки, інноваційної агробіології, інноваційного провайдингу. Для створення нових знань і підтримки статусу провідної установи з проривного напрямку «біоекономіка» відділення мають виконувати програми фундаментальних досліджень: за грантами НААН; за грантами міністерств і відомств; за грантами світових дослідницьких місій і центрів. Прикладні дослідження здійснюються як на кошти державного замовлення, так і на замовлення суб'єктів ринку і міжнародних організацій.

Результати наукових досліджень і розробок формують базу для консалтингової діяльності підрозділів Інституту і його трансферної мережі щодо створення та впровадження біоінновацій із залученням інвестицій через мережу інтегрованої трансферно-технологічної інфраструктури бізнес-інкубаторів, біотехнологічних центрів, виробничо-технологічних кластерів.

Консалтинговий інструментарій передбачає повний комплекс з відбору або замовлення наукових розробок з інноваційним потенціалом, перетворення їх в комерційний формат інновацій, проектування та супровід реалізації інновацій в стартапах наукоємного бізнесу через мережу бізнес-провайдерів і кластерні виробничі об'єднання.

Механізм консалтингу (рис. 1.3) передбачає дослідження інноваційного потенціалу науково-технічних розробок, відбір інноваційних пропозицій, розробку стартапів наукоємного бізнесу на базі інновацій, що мають комерційну цінність, консалтинговий супровід реалізації стартапів акредитованими провайдерами проектів наукового парку, формування кластерів (об'єднань) виконавців інноваційних проектів з виробництва наукоємної і товарної продукції, визначення індустріальних майданчиків для забезпечення інвестиційного розвитку промислових потужностей виробничо-технологічних бізнес-кластерів.



Рис. 1.3 Механізм консалтингу

Джерело: [10]

Консалтинговий механізм реалізує класичну схему інноваційної біоекономіки: наука створює затребувані ринком біоінновації на основі сучасних методів досліджень і розробок; трансферна мережа забезпечує передачу біоінновацій в проектному форматі у виробництво, провайдери проектів на кластерних засадах забезпечують освоєння, виробництво і реалізацію інноваційної продукції.

Учасники проектів заключають ліцензійні угоди на використання об'єктів інтелектуальної власності Інституту і виплачують роялті за їх використання.

Інститут, таким чином, є головним Центром компетенцій АПК з проблем інноваційного розвитку АПК, аграрної науки, біоекономіки, створення та реалізації ефективних ринкових моделей і механізмів створення, виробництва та споживання затребуваної суспільством і бізнесом інноваційної продукції, провайдером інноваційно-інвестиційних проектів в наукоємній аграрній сфері.

Реалізацію проектів інноваційно-інвестиційного розвитку Інститут здійснює через трансферну мережу, яку він утворює разом із стратегічними партнерами в формі окремих юридичних осіб, та договорних об'єднань:

-Інноваційні біотехнологічні центри – створюються як спільні підприємства Інституту разом з науковими установами, базовими агровиробниками і

інвесторами для випробування, розмноження, і впровадження у виробництво біоінновацій на кластерних засадах;

- Центр експертизи і оцінки - незалежний експерт наукоємного аграрного ринку, який надає високопрофесійні послуги з експертизи і оцінки (сертифікації) насіння, садивного матеріалу, агропродукції, захисту інтелектуальних прав;

- Технополіс інноваційних галузевих і регіональних кластерів, що створюються за участю наукових установ, підприємств агробізнесу, інвесторів за державною підтримкою, забезпечує корпоративне управління спільними інноваційно-інвестиційними проектами наукоємного бізнесу в АПК [6].

1.3. Ринково-адаптовані системи трансферу проривних інновацій в АПК

Модель інноваційного провайдингу щодо управління трансфером аграрних технологій відпрацьована Інститутом інноваційної біоекономіки на прикладі проривного напрямку – виробництва і розповсюдження нішевої продукції.

Виробництво нішевої продукції відкриває можливості для товаровиробника стати вагомим гравцем, а для науки – відчувати затребуваність в активних нішах високотехнологічного аграрного виробництва. Вирощування і переробка нішевих культур це цікавий напрям диверсифікації виробництва та експорту як для малих фермерів, так і для великих компаній.

Нішеві культури, до яких відносяться, наприклад, круп'яні, органіка, сорго, прянощі, горіхи та ягоди, або свіжа зелень чи часник, мають на сьогодні свої переваги з точки зору їх виробництва. Перевага полягає в тому, що в цих нішах поки що відносно невелика конкуренція. Часто такі культури не вимагають значних інвестицій в організацію виробництва, але при цьому забезпечують високий рівень рентабельності.

Українські малі виробники намагаються сфокусуватися на цікавих і нових нішах виробництва, оскільки це надають значні стартові переваги, щоб стати гравцем на високомаржинальних ринках у недалекому майбутньому. У

виробників нішевої продукції вже сьогодні з'явилися реальні можливості співпраці з великими мережами супермаркетів в Україні задля реалізації своєї продукції і виходу на зовнішні ринки за сприяння цих мереж.

Нові можливості для розвитку нішевих виробництв відкриває біоекономіка, яка застосовує біорізноманіття сільського господарства і сучасні біотехнології для виробництва якісних відновлювальних біоресурсів, зокрема насіння для домогосподарств сільського і міського населення з вирощуванням овочів, квітів, спецій та інших культур для власного і на продаж

Проаналізуємо тенденції розвитку виробництва нішевих культур в агропромисловому комплексі та можливості стимулювання їх одержання на основі застосування фастплант-технологій для промислового і приватного використання.

Базовою галуззю біоекономіки виступає агропромисловий комплекс, який застосовує інноваційні біотехнології для вирощування і переробки якісної сировини як основних сільгоспкультур, так і широкого спектра нішевих культур.

За теоретичне підґрунтя усвідомлення й регулювання динамічних процесів у нішевих сегментах слугують теорії галузевих ринків, а також теорії інноваційного розвитку.

Усвідомлення того факту, що ринки товарів і послуг недосконалі, привело до появи напряму дослідження, що отримав назву «теорія галузевих ринків» або «економіка галузевих ринків». Особливий аспект дослідження проблем теорії галузевих ринків – забезпечення населення якісним насіннєвим матеріалом, технологіями, які є доступними для домогосподарників і допомагає забезпечити себе продуктами харчування, підтримувати сімейний бюджет в умовах економічної кризи.

Теорія галузевих ринків досліджує відносини на мезорівні економічної системи, охоплює сферу недосконалої конкуренції – поведінку учасників конкурентних відносин та можливий результат їх взаємодії, вплив конкуренції на суспільний добробут та державне втручання [8]. Теорії галузевих ринків

доповнюються сучасними теоріями інноваційного розвитку на основі регіональної смарт-спеціалізації.

Теорії інноваційного розвитку, на противагу теоріям галузевих ринків, розглядають економічний розвиток на основі науково-технічного прогресу шляхом створення і ефективного функціонування ринку впровадження інновацій (нововведень).

В Інституті інноваційної біоекономіки відпрацьовують ринкові системи новостворень і нововведень на підприємницьких засадах, зокрема на основі теорії інноваційного провайдингу [9], теорії швидкого освоєння виробництва нішевих культур [11] та ін.

Теоретичні дослідження і практичні спостереження доводять, що аграрний ринок потребує комерційно привабливої та соціально значущої нішевої продукції. Виробництво останньої здійснюється за державною підтримкою. Реагування на нішеву кон'юнктуру можуть забезпечити малі і середні товаровиробники, для яких потрібні технології швидкого розгортання виробництва і гарантований збут продукції. Технології може забезпечити аграрна наука, із наявним високим науковим потенціалом, проте низькою спроможністю комерціалізації розробок, що має компенсувати тісна співпраця наукових установ із суб'єктами ринку. Необхідна інтегрована ринковоорієнтована кластерна біоекосистема замовлення, освоєння, виробництва та реалізації нішевої продукції на засадах партнерства науки і бізнесу.

Виробництво нішевої продукції відкриває можливості для товаровиробника стати вагомим гравцем, а для науки – відчувати затребуваність в активних нішах високотехнологічного аграрного виробництва. Вирощування і переробка нішевих культур являє собою цікавий напрям диверсифікації виробництва та експорту як для малих фермерів, так і для великих компаній.

Термін «нішеві культури» з'явився в аграрній лексиці не так давно, хоча ці культури вироблялися в Україні здавна, у невеликих кількостях та переважно для особистих потреб. Не існує єдиної думки стосовно того, які культури вважати

нішевими. У сільськогосподарському виробництві нішевими називають культури, які використовують у сівозміні як попередники основних культур, а також культури-замінники для пересівання загиблих зернових чи олійних культур. Вони, як правило, не біржові й розраховані не на масового споживача, тому відзначаються обмеженим попитом і низькою ціновою еластичністю попиту. На ринку нішевими називають культури, на які існує ситуативний або постійний підвищений комерційний чи соціальний попит, або продукцію, якої потребує вузький сегмент споживачів.

Таким чином, нішева культура – це традиційне визначення в сільському господарстві культур, які вирощують у сівозміні основних культур. Сучасні короткі сівозміни і застосування технології вирощування монокультури витіснили нішеві зі свого звичного місця, що створило їх дефіцит.

Значно сучасніше і загальне визначення нішевих продуктів/продукції за ринковими ознаками попиту і пропозиції. Нішевий попит відносить до нішевих будь-які культури і продукцію, на які спостерігається ситуативний та постійний підвищений комерційний попит, або запит суспільства і промисловості. Кожні 2-3 роки попит може різко зростати, після чого настає спад. Пік попиту характеризується високою рентабельністю, тому важливо швидко реагувати на кон'юнктурні коливання.

Нішева пропозиція це модний тренд в різних ринкових стратегіях, при яких споживачам пропонуються нові види продукції (товари, технології, послуги) з використанням гнучких умов випробування і придбання; за результатами пробних маркетингових акцій розгортається виробництво нових видів затребуваної ринком нішевої продукції.

Продуктивні ніші можуть виникати в будь-якій галузі сільгоспвиробництва, в тому числі основних (біржових) культур, таких як тверді сорти пшениці, жита озимого, пивоварного ячменю, окремих видів рапсу, сої, соняшнику, солодкої або інших спеціальних видів кукурудзи тощо.

Стабільним попитом користуються бобові і круп'яні культури, зокрема: соціально значущі гречка, овес, просо, сорго; бізнес-привабливі нут, сочевиця, квасоля, горох.

Фактично на 100% нішеві цінні культури, що використовуються як сировина для отримання активних речовин, зокрема луб'яні, ефіроолійні, лікарські, ароматизовані, малопоширені, в тому числі конопля, льон, гірчиця, стевія, лаванда, беладона.

В Україні ринок нішевих культур розвивається динамічними темпами. Так, за даними департаменту, основними прибутковими нішевими напрямками визнано: вирощування мікрогріну, розведення равликів, вирощування спаржі, а також павловнії, амаранту, закладка горіхового саду, бізнес на пасіці з 50 вуликів, вирощування качок.

Внутрішній попит і експортні запити створили великі ніші в садівничій галузі, зокрема у вирощуванні горіхів (волоський, фундук), саджанців плодових культур на безвірусній основі, обліпихи, калини, ягід (полуниці, малини, лохини, о

ж Відсутність на ринку популярних у населення сортів картоплі і овочів, звичних для українського столу, сформувало нішевий попит на вітчизняне насіння і традиційні технології в картоплярстві та овочівництві, ексклюзивні види часнику, спаржі, шпинату, батату.

, Продовольчий ринок відчуває потребу в нішевій продукції. Аграрне виробництво не встигає за коливаннями нішевої кон'юнктури. Попит покривається за рахунок імпорту іноземних товарів, часто сумнівної якості і походження.

о Виробництво нішевої продукції відкриває широкі можливості для розвитку співробітництва науки і бізнесу з освоєння та науково-інноваційного забезпечення вирощування нішевих культур, затребуваних суспільством і ринком. Наукові установи НААН створюють нові сорти і технології практично по всьому спектру нішевого сегмента, зокрема щодо гречки – 27 сортів, гороху – 44, нуту – 7, сочевиці – 1 сорт, багато напрацювань на інших культурах.

и

,

Проблема у трансформації наукових напрацювань в адаптовані до умов циклічного нішевого виробництва інновації.

Останніми роками спостерігається зменшення виробництва аналізованих нішевих культур. Зокрема, урожайність гречки, проса та льону олійного зменшилася майже в 2 рази в 2019 р. порівняно з 2015 р. разом із тим зросла врожайність сочевиці та нуту.

Ці коливання поглиблюються:

- слабкою стимулюючою і регулятивною політикою з боку держави: відсутність цілеспрямованої підтримки (дотації, страхування) нішевого виробництва, особливо соціально значущої продукції; не сформовано пакет заохочень і зобов'язань щодо ведення раціонального землекористування, збільшення частки органічної продукції; відсутністю сформованого внутрішнього ринку збуту нішевої продукції, формування і сертифікації експортних партій;

- низькою спроможністю малого і середнього бізнесу: недостатня обізнаність і професійна підготовка фермерів і населення до роботи в нішевому сегменті; нерозвинута ринкова інфраструктура, маркетплейси, логістичні й фінансові послуги; на низькому стані кооперація виробників нішевих культур між собою та переробниками і торговими компаніями; на декларативній стадії інтеграція науки і бізнесу, не полагоджений оперативний науково-технологічний супровід нішевого виробництва.

Водночас нішеве виробництво являє собою перспективний полігон співпраці науки з малим бізнесом на засадах інноваційної біоекономіки. Для аграрної науки характерний потужний науковий потенціал для забезпечення виробництва нішевої продукції, оскільки: завдання наукових досліджень НДУ НААН спрямовані на створення селекційних матеріалів практично по всьому спектру нішевих культур; освоюються сучасні технології насінництва і вирощування нішевих культур, у тому числі органічного виробництва; виробляються окремі види насінневого і садивного матеріалу на замовлення виробників нішевої продукції

Однак щодо аграрної науки відсутня ефективна ринкова система для трансферу інновацій у нішеве виробництво:

- фінансові та правові обмеження не дозволяють державним установам і підприємствам успішно конкурувати на ринку нішевої продукції;

- розробки інститутів не готові до ринкового поширення й поступаються форвардним комерційно-технологічним пакетам, що пропонуються агровиробникам технологічними бізнес-компаніями;

- аграрна наука ніяк не наважиться на створення власної дистриб'юторської інфраструктури для трансферу інновацій на бізнес-засадах, хоча необхідні моделі й механізми інноваційного провайдингу розроблені та запропоновані до реалізації в системі НААН.

Щорічно неврегульованість виробництва нішевої продукції призводить до дефіциту соціальних груп продовольства. Така ситуація сьогодні спостерігається у забезпеченні гречкою, просом, вівсом, житом тощо. Держава шукає ефективні механізми стимулювання розвитку виробництва цих та інших нішевих культур за рахунок державної підтримки, зокрема стимулювання виробництва дефіцитної групи культур.

Необхідна ефективна модель співпраці науки і бізнесу. Цьому сприяють нові рішення для нішевого бізнесу – фастплант-технології [1], що забезпечують отримання нішевої продукції «Якраз вчасно» (Just in Time). Інститутом інноваційної біоекономіки розроблено концепцію і запатентовано технології швидкого освоєння виробництва нішевих культур на основі гнучкої ринковоорієнтованої системи селекції, вирощування, переробки і реалізації продукції в замкнутому науково-виробничому комплексі (аналог ФАСТФУД – швидка їжа масового виробництва, час приготування та подачі значно зменшені).

Концепт ФАСТПЛАНТ – швидка рослина передбачає вирощування культур у промислових масштабах, які потребують швидкозростаючих селекційних матеріалів, інтенсивних біоадаптивних технологій, мобільних засобів виробництва, переробки та реалізації. З економічної точки зору фастплант

відноситься до сфери виробництва, з технічної – до виробничо-логістичних систем «якраз вчасно» (концепція «канбан»).

Впровадження фастплант технологій забезпечують (рис. 1.3): фастплант-центри (селекція культур для фастплант-технологій, підтримка колекції для швидкого розмноження, науково-технологічний супровід); фастплант-репродуктори (апробація селекційних ресурсів, відпрацювання технологій для швидкого розмноження в експериментальних умовах, коопероване вирощування із товаровиробниками); фастплант-провайдери (формування портфеля замовлення на нішеву продукцію, відпрацювання форвардних умов поставок і реалізації, запровадження механізмів комерційної концесії (франчайзингу)).

Мета фастплант-технологій – забезпечення високопродуктивного аграрного виробництва шляхом швидкого реагування на ринкову кон'юнктуру, прискореного розмноження високоякісного селекційного матеріалу, диверсифікації і активізації вирощування, переробки та реалізації нішевої продукції в обсязі замовлення.

Основна проблема зі створення «фастплант-технологій» полягає в тому, що вихідні наукові розробки, які перетворюються в селекційно-технологічні та виробничі інновації, мають низький коефіцієнт комерційної спроможності. Наукові установи переважно не володіють методами ринково-орієнтованого процесу створення та просування споживачам конкурентоспроможної науковоінноваційної продукції. Інновації, розроблені консалтинговими компаніями, більшою мірою пристосовані до вибагливих умов ринку, а тому зрозуміліші агробізнесу.

Інструментом реалізації системи замовлення виступає Платформа «Агротехнополіс» регулювання ринку нішевої продукції в АПК на засадах державно-приватного партнерства, схвалена у 2018 р. спільно НААН і Мінагрополітики (рис. 3.1). Платформа передбачає перехід від продукування, переважно нових знань, до створення й реалізації затребуваних ринком якісних інновацій «вчасно і в стані, готовому до застосування».

Розроблена кластерна модель щодо реалізації виробництва нішевих культур в Україні на основі фастплант технологій дозволяє запропонувати гнучку систему державного й ринкового регулювання і стимулювання виробництва нішевих культур в соціальному та комерційному сегментах.

Одним із важливих напрямів використання фастплант-технологій є забезпечення домогосподарств сільського і міського населення якісними селекційними ресурсами і технологіями. В умовах війни, втрати значної частини агропродовольчих потужностей активізація власників земельних ділянок щодо вирощування потрібної продовольчої продукції для власних потреб, а також для реалізації на місцевих ринках, є важливою підмогою для регіональної і сімейної економіки. Цей напрям має особливості.

Забезпечення населення насінним матеріалом і технологіями потребує:

- наявність адаптованого для домогосподарств насіння;
- сертифікації дрібних партій насіння і їх випробування;
- розгалуженої системи реалізації насіння;
- наявність адаптованих технологій, технологічних засобів, дорадчих послуг;
- захисту від шкідників, вірусів, хвороб, застосування систем пермакультури.

Це система в Україні не опрацьована, тому є важливим сегментом нішевого ринку, що потребує ефективних інноваційних рішень.

Висновок до першого розділу

Умові воєнної кризи і послідовного відновлення, стабілізації розвиток економічний здійснюється на основі інновації. Для потрібної ефективної системи створено впровадження потрібну ринку інновацій. Лідерами є компанії, установи, провайдери, які забезпечують зв'язок науки, виробництва, реалізації.

В даній роботі підходи щодо управління інноваційною діяльністю підприємства відпрацювались на базі професійної структури консалтингового типу «ТОВ» « Інститут інноваційної біоекономіки». Вивчення модель

організації управління, механізм інновацій аграрного підприємства виробника, які є визначеними даними НААН є головною залучення інвестицій.

Розглянуто ринково-адаптовані системи трансферу проривних інновацій в АПК, наприкладі попиту і пропозиції кінцевої продукції, найбільш швидкої моделі реагування « Фастплант» розроблений Інститутом інноваційної біоекономіки.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РИНКУ ВИРОЩУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ НАСІННЯ ЗА ІННОВАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ

2.1. Формування та розвиток ринку насіння

В сучасній економічній літературі немає єдиного визначення поняття ринку. Існуючі можна поділити на декілька груп [9].

Перш за все, це визначення, що описують ринок як умовний простір (“ринок-місце”). Так, Е. Бевентер, та Й. Фон Хампе відзначають: «подумки уявне місце, де шляхом порівняння цін на блага і обсягів їх пропозиції приводяться у відповідність платоспроможність і готовність до поставок».

Ринок – арена, на якій “розігруються” економічні відносини членів суспільства, що складаються в сфері виробництва і споживання. Поза ринком не може здійснюватися жоден вид суспільних потреб – це універсальний інструмент і регулятор економічного життя. Ринок – це інститут, або механізм, що зводить до купи покупців (пред’явників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг.

За словами італійського професора А. Пезенті, ринок – це те уявне місце, куди сходяться виробники товарів, які пропонують свій товар покупцям та споживачі, що пред’являють попит на товар. Узагальнюючи уявлення багатьох економістів про ринок, він називає його центральним явищем економіки.

Деякі економісти розглядають ринок, як категорію обміну в процесі відтворення. Ринок являє собою центральну категорію будь-якого економічного механізму, оснований на обміні і виявляє горизонтальні економічні зв’язки між спроможними виробниками і споживачами (О.С. Булатов, А.А. Чухно).

Окремі ототожнюють ринок з торгівлею, або зі сферою обігу, в яких ринок виступає як сукупність відносин. Ринок – це конкретна форма прояву товарного обміну і товарного обігу, сукупність економічних відносин між продавцями і покупцями в процесі купівлі-продажу товарів та послуг.

Можна погодитися із визначенням ринку як абстрактної єдності всіх проявів попиту і пропозиції. Кожне підприємство на ринку збуту, використовуючи засоби, які сприяють збуту, спонукає до купівлі своєї продукції. Жодне підприємство не має заздалегідь даного йому ринку, воно повинне шукати свій власний ринок.

Отже, «ринок – певна сукупність економічних відносин між різними типами фірм та індивідами, державами та іншими суб'єктами з приводу купівлі-продажу товарів і послуг, де остаточно визначаються їхні вартість і реалізація, завдяки чому посилюється конкуренція між товаровиробниками за зниження витрат виробництва і підвищення суспільної корисності товарів, частково забезпечуються пропорційність розвитку народного господарства, неперервність».

Для всебічного розуміння поняття ринку слід розрізнити:

- національний ринок, тобто ринок окремої країни;
- товарний ринок – частина національного ринку, на якому предметами обміну виступають товари виробничого чи споживчого призначення;
 - сільськогосподарський (аграрний, продовольчий, агропродовольчий) ринок – частина національного товарного ринку, на якому предметом обміну виступає сільськогосподарська продукція та продовольство;
 - продуктовий ринок – частина сільськогосподарського ринку, на якому предметом обміну виступає сільськогосподарська продукція та продовольство з однаковими, або близькими маркетинговими властивостями;
 - суб'єкти ринкових відносин (ринкові контрагенти, оператори ринку, функціонери ринку), тобто юридичні та фізичні особи, що продають чи купують товари та послуги;
 - організація сільськогосподарського ринку – формування системи ресурсів, установ та методів впливу на сільськогосподарський ринок з метою його стабілізації на рівні бажаних параметрів.

Діяльність підприємств агропромислового комплексу України відбувається завдяки функціонуванню системи матеріальних ринків. Одним із таких ринків, є ринок сортів рослин, тобто його матеріальна складова – насіння і садивний матеріал та нематеріальна – інтелектуальна вартість на сорт рослин. Отже ринок сортів рослин це продуктовий ринок. А його суб'єктами є сільськогосподарські підприємства (селекційні установи, державні підприємства, акціонерні товариства, кооперативи, товариства з обмеженою відповідальністю, приватні і приватно-орендні підприємства), особисті господарства населення, селекціонери, фермери, робітники, службовці та інші категорії населення, які вирощують, реалізують та купують насіння і садивний матеріал, як матеріальний носій сорту рослин.

Кон'юнктура ринку – це форма прояву на ринку системи факторів та умов відтворення в їх постійному розвитку та взаємодії і як стан економіки країни, або окремого товарного ринку в той чи інший період часу. Тобто, предметом кон'юнктури є ринок, зокрема насінневої продукції, який охоплює процес відтворення галузі, що розглядається як у часі, так і в просторі. Головними характеристиками кон'юнктури ринку є показники попиту, пропозиції та ринкові ціни. Останні відображають результат відповідного співвідношення пропозиції і попиту.

Попит і пропозиція – економічні категорії товарного виробництва, що відображають взаємозв'язок між виробництвом і зумовленим ним обміном і споживанням.

Попит – це представлена на ринку платоспроможна потреба на товари, зокрема на насінневу продукцію, форма прояву потреб суспільства в цьому продукті. До факторів, що визначають і характеризують попит на сорти рослин відносяться дохід покупця, ціна насіння і садивного матеріалу, ціна іншого сорту (замінника), споживацькі ринкові чекання щодо економічного розвитку.

Пропозиція – це загальна сума товарів, зокрема сортів рослин, що є на ринку, або можуть бути на нього поставлені. На пропозицію впливають наступні

фактори: обсяг виробництва насіння і садивного матеріалу, доходи селекціонерів та підтримувачів сортів рослин, ціна товару.

Серед факторів, що формують ціну є головним стан попиту та пропозиції, конкуренція, державне регулювання, собівартість продукції.

Особливістю ринку сортів рослин є те, що кожен вид насінневої продукції має різну кількість сортів та гібридів, від декількох десятків до сотень кожного виду. Кожен сорт названої продукції може мати специфічні особливості споживчих якостей, обсяг використання в залежності від різних кліматичних зон України, а тому по різному користуються попитом на ринку.

Узагальнюючи поняття “ринок” та “сорт рослин, як товар”, можна констатувати визначення ринку сортів рослин – це є система економічних взаємовідносин між власниками сортів, що занесені до Державного реєстру сортів рослин, придатних до поширення в Україні та товаровиробниками, які входять до реєстру виробників насіння і садивного матеріалу, з врахуванням вартості насінневого матеріалу та інтелектуальної власності на них.

Виявляючи за науково-технічної експертизи найкращі селекційні розробки, детально вивчаючи їх, сортовипробування надає користувачам сорту та виробникам характеристику про властивості сортів, придатність їх до використання в різних регіонах, пропонує впроваджувати сорти, з необхідними характеристиками, а також забезпечує консультаційний обмін між суб'єктами майнових прав на сорти рослин, регулює внутрішні і міжнародні правила торгівлі сортовим насінням, захищає права товаровиробника.

Набуття сортом статусу товару, що має споживчу, господарчу та інтелектуальну вартість, в умовах ринкової економіки вимагає подальшого поглиблення законодавчих засад формування та цивільного обігу національних сортових ресурсів, їх правового захисту.

Таким чином, важливими ознаками цивілізованого ринку насіння є наявність авторів/оригінальних сортів насіння, інформації про їх походження і якісні характеристики, що мають бути підтвердженими протоколами випробувань і сертифікатами насіння.

Проведені нами дослідження ринку дрібно фасованого насіння (ДФН) – овочів, квітів, спецій для домогосподарств показали, що в сегменті ДФН ці ознаки в більшості своєму не витримуються можна стверджувати, що ДФН – це тіньовий ринок. Тому потрібно проводити спеціальні дослідження і відпрацювати моделі інноваційного забезпечення населення ДФН.

Ситуацію підтверджують результати аналізу діяльності провідних селекційних науково-інноваційних центрів України системи Національної академії аграрних наук, зокрема:

- Південно-Степовий науково-інноваційний центр – на базі науководослідних установ НААН Херсонської та Одеської областей Селекційно-генетичний інститут – Національний центр насіннезнавства та сортовивчення НААН України (м. Одеса);
- Інститут кліматично орієнтованого сільського господарства НААН (сmt. Хлібодарське, Одеська обл.);
- Лівобережно-Лісостеповий науково-інноваційний центр – на базі науководослідних установ НААН Харківської, Донецької, Луганської, Полтавської і Сумської областей Інститут рослинництва ім. В.Я. Юр'єва НААН України (м. Харків);
- Національний центр генетичних ресурсів рослин України (м. Харків);
- Правобережно-Лісостеповий науково-інноваційний центр – на базі науководослідних установ НААН Київської, Вінницької, Тернопільської, Черкаської і Хмельницької областей Національний науковий центр «Інститут землеробства» НААН України (с. Чабани);
- Інститут картоплярства НААН України (сmt. Немішаєво, Бородянського району);
- Миронівський інститут пшениці імені В.М. Ремесла НААН України (с. Центральне, Миронівка);
- Інститут біоенергетичних культур і цукрових буряків НААН України (м. Київ);

– Північно-Степовий науково-інноваційний центр – на базі науководослідних установ НААН Дніпропетровської, Запорізької, Кіровоградської областей Інститут зернових культур НААН України (м. Дніпро).

Наукові установи НААН дотримуються вимог щодо вирощування, доведення, сертифікації, реалізації оригінального сортового насіння. Але система НААН не має виробничих потужностей щодо відбору, сортування, обробки, фасування і розповсюдження насіння в дрібних упаковках (від 0,1 г до 1000 г). Тому на ринку ДФН пропозицій наукових установ немає. Будь-які посилення на продукцію, нібито вирощену науковцями, в окремих бізнес-пропозиціях є вигадкою і належать перевірці.

Одним з непрямих, але досить ефективних способів зменшення витрат і запобігання проблем споживачів може стати оперативне забезпечення інформацією про наявність сортового насіння у виробників. Це зекономить кошти споживачів і скоротить час на пошуки необхідного їм товару. В Україні цю функцію виконують маркетплейси і інтернет-магазини, що пропонують ДФА бізнесових структурі інформують яке за якістю і в яких обсягах сконцентровано насіння, на яких умовах воно реалізується. Е-комерція ринку дозволяє активізувати торгівлю, зменшити маркетингові витрати, пов'язані із пошуками партнерів як внутрішніх, так і зарубіжних, зняла б з обох сторін тягар посередництва.

На базі інформаційно-маркетингової мережі торговців насіння організовано інструменти з сучасних методів товаропросування продукції з елементами стимулювання споживача та по рекламі. Діють спеціалізовані інформаційно-рекламні видання (журнали), що інформують покупців і продавців, розміщують рекламні оголошення, інформаційні повідомлення щодо новин у селекції, районуванні сортів, у технологіях та щодо наявності насіннєвого матеріалу в регіонах та у господарстввиробників, можливих цін його реалізації.

Слід зазначити, що стимулювання попиту на насіння – не лише справа, яка повинна вирішуватися на державному чи галузевому рівнях. В умовах зниженого

попиту на насіння кожна компанія, асоціація, елітно-насінницьке господарство повинні розробляти набір власних елементів товаропросування, які б зацікавлювали споживача насіння у покупці їх насіннєвого матеріалу. Активізація попиту на ринку репродуктивного насіння сприятиме збільшенню ємності ринку на елітне і сертифіковане насіння.

В Україні добре відомий досвід таких зарубіжних насінницьких фірм, як Монсанто, Піонер, Сингента, Євраліс Семенс, КВС та інших, які застосовують досить ефективний маркетинг на нашому ринку, що і дало їм можливість потіснити вітчизняних виробників насіння. На професійних виставках, презентаціях, нарадах спеціалістів представники фірм знайомлять із своєю продукцією усно чи методом розповсюдження буклетів про свою продукцію і фірму. Далі пропонується насіння у комплекті з матеріально-технічними засобами для вирощування на демонстраційних ділянках в господарствах, на полях науково-дослідних установ. В подальшому відбуваються персональні контакти із потенційними споживачами їх насіння.

Але на дрібно-фасованих упаковках, які пропонуються споживачам від відомих фірм і сортів, популярних у населення, не має позначень щодо походження насіння, відповідності відомих брендів, сертифікатів якості. Тобто фірми – продавці проводять закупівлю і фасування насіння без згоди оригінаторів, що підвищує ризик їх невідповідності і низької якості.

Крім іноземних мультинаціональних компаній, в Україні функціонує досить розвинене внутрішнє виробництво насіння, яке складається із вітчизняної селекції (селекціонерів із власним банком батьківських форм), насіннєвих господарств, які розмножують вихідний матеріал (загалом господарства від 50 до 300 га) і насіннєвих заводів (підготовка насіння, калібрування, протруювання, обробка, фасування, в тому числі дрібне насіння). Окрім виробників, до основних гравців слід також віднести дистриб'юторів та дилерів із їхніми розвиненими мережами і, власне, споживачів: сільськогосподарські підприємства, фермерські та домогосподарства. Низка іноземних компаній уже побудували власну вертикаль в Україні, що фактично ставить їх в один ряд із вітчизняними, з тією

лише різницею, що працюють вони переважно з іноземною селекцією.

Проведені дослідження на засобах електронної комерції, в мережі супермаркетів, інших торгових точок не виявили прикладів формування товарів ДФН від оригінаторів. Цим займаються посередники, які на наш запит представити документи щодо визначення якості і походження, відповідно чинного законодавства, не відповіли.

Тож як і на будь-якому ринку, який швидко зростає, на ринку насіння, в т.ч. ДФН поряд із динамічною конкурентною боротьбою вітчизняних селекційно-генетичних центрів, мультинаціональних компаній зі значними науковими та дослідницькими бюджетами та традиціями, на жаль, має місце і недобросовісна конкуренція, яка породжує таке ганебне явище, як контрафакт.

Тлумачення терміну «контрафакт» можна зустріти у вітчизняному законодавстві в Митному кодексі (ст. 1), де визначено, що контрафактні товари – це товари, що містять об'єкти права інтелектуальної власності, ввезення яких на митну територію України або вивезення з цієї території призводить до порушення прав власника, що захищаються відповідно до чинного законодавства України та міжнародних договорів України, укладених в установленому законом порядку. Також у науковій літературі можна зустріти наступні прояви контрафактної продукції:

- 1) імітація товару (продукції) відомого виробника;
- 2) підробка товарів;
- 3) фальсифіковані товари;
- 4) оригінальна продукція, ввезена на митну територію України

контрабандним шляхом.

Контрафакту існує два види в насінні. По-перше, йдеться про використання відомих «торгових марок» (імітація, підробка та фальсифікація), під видом яких на ринку реалізується тотожний продукт, який має інше від оригінального походження та містить загрози недоотримання очікуваного кінцевого результату для споживача й авторського відшкодування, а також елементи іміджевих ризиків для компаній-оригінаторів. Так, у разі польових культур (ріпаку,

кукурудзи соняшнику, цукрових буряків) майже гарантовано «недоотримання» врожаю від кількох відсотків (за сприятливих погодних умов та дотримання технології) до кількох десятків.

Другий вид – контрабанда. Митна статистика дає змогу оцінювати обсяги завезеного насіння за культурами, що дає відносно об'єктивну картину наявності оригінальної продукції. А оскільки всі компанії сьогодні займають активну позицію в інформуванні суспільства, забезпеченні якомога ширшого залучення всіх зацікавлених сторін до виявлення випадків недобросовісної конкуренції, то питання отримання інформації щодо походження окремої посівної одиниці прямо залежить від бажання споживача комунікувати із компанією-виробником. Це може також стосуватись і фальсифікованої продукції.

Окремо варто виділити захист прав інтелектуальної власності. Тут факт виявлення контрафакту є менш очевидним, однак становить більшу загрозу, пов'язану зі збереженням авторства батьківських форм та генетичного матеріалу. Одразу на думку спадають приклади так званої «кишенькової селекції», коли селекціонери поряд із офіційним обміном батьківськими формами та генетичним матеріалом, який в своїй переважній більшості і є носієм унікальних властивостей рослин (посухостійкості, резистентності до хвороб тощо) у «кишені» привозять жменю чужого насіння із бажаними ознаками та залучають його до своєї подальшої роботи.

Причини застосування контрафакту насіння

Контрафактний посівний матеріал дешевший за оригінальний. Кожен господар прагне оптимізувати витрати, а тому бажання зекономити на насінні є очевидним. Часто господарства йдуть на це свідомо, сподіваючись на сприятливі умови. Проте недоотримання 20-30 % урожаю із ділянки може призвести до втрати 40-50 тис. дол. США. Тож, як бачимо, економія хоча і має бути економною, однак часто це обертається злим жартом. А якщо додати сюди ще й якісні характеристики (втрата цукристості, якості зерна, менший вміст олії, вищий рівень засміченості тощо), то недоотримані прибутки можуть бути й більшими.

Подекуди використання сумнівних продуктів, які видають за високотехнологічне оригінальне насіння, може призвести до повної втрати врожаю, а відповідно, й понесених витрат.

Можна вважати, що в умовах сьогодення в Україні проблема контрафакту в сфері виробництва та реалізації насіння не подолана в масштабах агроринку і промислового агровиробництва. В секторі ДФН для населення масштаби контрафакту можуть складати 90%, що підтверджує тіньовий ринок і потребує державного і міжнародного регулювання на фоні європейської інтеграції.

2.2. Інноваційні технології ведення сучасного насінництва

Безпосередній внутрішньогосподарський контроль за якістю проведення всіх агротехнічних робіт, сортових і фітосанітарних прополок здійснюють агрономи-насінники господарств чи спеціально закріплені досвідчені спеціалісти. Вони організують розподіл ділянки розмноження насіння ліній індивідуальні норми з розрахунку не більше 1 га на людину, закріплюють персонально за кожним робітником, дають роз'яснення з кожного технологічного прийому і контролюють якість та ретельність його здійснення. При цьому не залишають жодної не прополотої норми на другий день (у разі невиходу хоча б однієї з «нормовичок»), а прополують її групою робітників чи усім колективом. Кожну прополку фіксують у журналі.

• *Польовий контроль.* Ретельність і своєчасність виконання передбачених технологією і методикою насінництва агрозаходів та прийомів, а також рівень типовості контролюють шляхом проведення польових обстежень та апробації. Типовість, наявність домішок, ураження хворобами та пошкодження шкідниками соняшнику визначають під час огляду рослин «на пні». При цьому виділяють такі групи: рослини основного типу, нетипові (домішки), рослини інших культур, ушкоджені шкідниками та уражені хворобами, карантинні об'єкти, недорозвинені рослини основної групи.

Типовість посіву визначають відношенням кількості рослин та сім'янок основного типу до числа проаналізованих, панцирність — кількості панцирних до числа типових сім'янок.

• *Польові обстеження.* Головне завдання польових обстежень полягає в оцінці своєчасності і ретельності видалення фертильних рослин у материнській лінії, а також нетипових рослин для обох батьківських компонентів з метою недопущення небажаного перезапилення. Польовому обстеженню підлягають ділянки розмноження стерильних аналогів материнських ліній.

• *Апробація посівів та лабораторний контроль насіння.* При польовій апробації визначають придатність вирощеного насіння ліній для використання на насінневі цілі. Результати апробації батьківських ліній на ділянках розмноження заносять в акт апробації на ділянках розмноження стерильних материнських форм (форма акту № 196), а ліній відновників фертильності пилку та закріплювачів стерильності — № 197. До апробації посівів приступають на початку повної стиглості.

Комісія (апробатор), проходячи поле по діагоналі, зупиняється через рівні проміжки і в кожному з 50 пунктів відбирає з 10 рослин поспіль по дві нормально розвинені сім'янки, відступаючи приблизно на 1/3 від краю кошика, і складає їх у мішечки з тканини або цупкого паперу. Одночасно з відбором сім'янок комісія (апробатор) оглядає ці ж рослини для визначення ураження їх вовчком і хворобами, типовості за морфотипом та записує результати огляду в журнал.

Відібрані сім'янки в кількості 1000 штук ретельно перемішують і ділять на дві рівні частини, одну з них аналізують, а іншу зберігають на випадок перевірки. Аналіз зразка починають з визначення типовості сім'янок, яку встановлюють за розміром, формою, смугастістю і забарвленням окремих сім'янок. У результаті цього аналізу всі сім'янки кожного зразка розділяють на 2 групи: типові для цієї форми і нетипові.

• *Збирання урожаю насіння з ділянок розмноження має деякі особливості.* На ділянках розмноження базового насіння, що займають невелику площу, урожай краще збирати в два етапи. У фазі пожовтіння 90–95% кошиків їх

зрізують вручну і нанижують на укорочене стебло сім'янками донизу і витримують у полі до тих пір, поки вологість насіння зменшиться до 10–11%. Підсушене таким чином насіння обмолочують комбайном чи молотаркою. При наявності малогабаритних селекційних комбайнів збирають в одну фазу при повній стиглості насіння. Урожай на ділянках розмноження базового насіння збирають прямим комбайнуванням, але в 2 етапи — спочатку викошують рядки лінії-запилувача (на корм чи на зерно), а потім, упевнившись, що не залишилось жодної рослини цих ліній, приступають до збирання стерильної форми.

На ділянках розмноження при необхідності проводять десикацію. При цьому спостерігають за динамікою зниження вологості насіння з тим, щоб вона в момент десикації не перевищувала 30–32%, але не пізніше ніж за 7–10 днів до збирання урожаю.

Для штучного досушування рослин і насіння використовують препарати, рекомендовані в Україні.

- *Особливості очищення насіння.* Насіння з-під комбайна може надходити на тік для попереднього очищення і подальшого доведення його до посівних кондицій чи на сертифіковані заводи з обробки насіння. При необхідності насіння досушують за допомогою сушарок «м'якого» режиму чи бункерів активного вентилявання з температурою теплоносія не вище 35–38 °С. Спеціалісти насіннегоспів стежать у випадках, коли немає можливості потокової очистки, щоб вологість насінневого вороху не перевищувала 11–12%. На цей випадок насіння з-під комбайна одразу ж пропускають через машини попередньої очистки, що дозволяє відвіяти легкі домішки, зелені частки листя соняшнику та бур'янів і водночас знизити вологість.

- *Ґрунтовий контроль.* Визначає рівень генетичної чистоти і типовості за показниками «Закріплення стерильності та морфологічна однорідність вирощеного насіння». Ґрунтовому контролю підлягає насіння стерильних материнських форм таких категорій: добазове; базове; сертифіковане, в тому числі, прості стерильні гібриди (F_1), що використовуються як материнська форма трилінійних і більш складних гібридів.

• *Дражоване та інкрустоване насіння* – гарантія успіху у вирощуванні овочів та квітів. Насіння овочів, квітів та зелені – часто покривають спеціальною глазур'ю. Є різні покриття – давайте разом розберемося, в чому переваги такого насіння і в чому відмінності дражованого насіння від інкрустованого.

• *Дражоване і гранульоване насіння овочів та квітів, технологія обробки.* Дражування – це один із способів передпосівної обробки насіння. Його покривають особливим складом, який включає мінеральні добрива та інші поживні речовини, антибактеріальний препарат (фунгіцид), препарат від шкідників (інсектицид). При проростанні насіння – воно отримує хороші можливості для старту і захист від хвороб і шкідників. При проведенні гранулювання (насіння-драже) насіння істотно збільшуються в розмірі за рахунок нанесення досить значного шару глазури. У більшості випадків, технологію дражування застосовують до того насіння, яке дуже дрібне. Цей метод дозволяє проводити більш економні посіви, тому що великі гранули сіяти простіше, ніж дрібненьке насіннячко.

– Інкрустування насіння – це теж технологія обробки насіння особливою глазур'ю. Але вона наноситься набагато більш тонким шаром, ніж при дражуванні. При інкрустуванні розміри насіння практично залишаються без змін. Глазур обов'язково містить фунгіциди, найчастіше, інсектициди, запас поживних речовин, які забезпечать дружне проростання насіння і здоров'я сянців на етапі старту росту. Складові компоненти глазури підбираються для кожної групи рослин індивідуально, відповідно до потреб та особливостей рослин.

Після нанесення глазури, як за технологією дражування, так за технологією інкрустації – у насіння з'являється значна водорозчинна оболонка. Важливо: для того, щоб виріс повноцінний паросток – оболонка має розчинитися. Тому недостатньо просто посіяти у вологу землю і забути про них до сходів. Після посіву рясно полийте посіви і стежте, щоб ґрунт був досить зволожений до сходів. Для швидкого і якісного проростання – потрібний особливий режим поливу.

Розмір насіння, особливо дражированого, після обробки збільшується. Тут важливо не впасти в оману – саме ж насіння не стало більше. Тому при посіві дотримуйтеся глибини закладення, рекомендованої для кожної з рослин. На жаль, часто садівники орієнтуються не на реальний розмір насіння, а на дражирований, тому сіють їх – занадто глибоко. Таке дражироване і інкрустоване насіння овочів та квітів коштує не дешево – цінуєте свою працю і гроші. Необхідно врахувати цю особливість роботи з подібними насінням.

Наведені складові сучасних інноваційних технологій в насінництві доводять, що професійна підготовка, вирощування і доведення насіння до базових кондицій є трудомістка, вартісна і фахова робота. Тому оригінальне насіння не може мати низьку вартість, і потребує документального і технологічного супроводу при продажу і застосуванні.

На даному етапі в селекції ринку ДФН цих вимог не дотримуються. Більшість домогосподарств вибору не мають і знаходяться в зоні ризику отримати неякісне насіння з невідомим коефіцієнтом схожості.

2.3. Інноваційні маркетингові стратегії і технології на ринку насіння

Значення стратегії розвитку відіграє ключову роль у діяльності організації на ринку. Визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, затвердження курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей, – це і є стратегія [9]. Розробка маркетингової стратегії необхідна для забезпечення ефективності здійснення маркетингової та комерційної активності у бізнесі. Реалізація стратегій маркетингу вимагає гнучкості, здатності розуміти, пристосовуватися і в окремих випадках впливати на ринок за допомогою доцільних та дієвих маркетингових методів.

Більшість стратегічно важливих рішень компанії, як правило, розглядаються з точки зору маркетингу. Створення нового бізнесу, освоєння нової ринкової ніші, дилерська політика, звуження або розширення продуктової лінійки, злиття та поглинання, вибір нових постачальників і партнерів – всі ці та

багато інших рішень приймаються в рамках маркетингової стратегії. Від дієздатності маркетингової стратегії компанії залежить успіх бізнесу та його конкурентоспроможність. До таких стратегій належить і маркетингова стратегія стимулювання попиту. Для насінневих компаній, що представлені на ринку України, в сучасних економічних та політичних умовах, кожен рік вимагає перегляду маркетингової стратегії стимулювання попиту та розробки нових рішень щодо ведення своєї діяльності. Саме готовність підприємства до оперативної зміни маркетингової стратегії стимулювання попиту визначає рівень конкурентоспроможності його товару.

На вибір маркетингових стратегій в сегменті ринку ДФН впливають фактори видів споживачів (виробники, населення); відбору насінневого матеріалу в залежності від зони використання, форми відносин в процесі контакту, оплати, доставки, враховуючи дрібні партії і заочні комунікації, складнощі щодо консультативного супроводу продаж дрібним непрофесійним покупцям.

Низка закордонних і вітчизняних дослідників і вчені присвятили свої праці темі стимулювання попиту. Зокрема ця тематика розглядалася Е. Роматом, Ж. Ламбеном, А. Арланцевим, Т. Лук'янець, Ю. Тетерним та іншими.

Дослідження питання сутності та принципів стимулювання попиту в торгівлі насінням висвітлено недостатньо й потребують поглибленого вивчення сутності стратегій маркетингового стимулювання попиту, а також особливостей їх упровадження на ринку насіння, зокрема ДФН.

Питання просування свого товару або послуги на ринку є найважливішим та найгострішим для будь-якого бізнесу. Підприємці зіштовхуються з необхідністю попереднього планування своїх каналів збуту. Для ринку насіння України характерними є такі стратегії формування попиту, як PULL і PUSH.

PULL (англ. «притягання») – стратегія, за якої виробник реалізує продукти самостійно напряму кінцевому споживачу.

PUSH (англ. «проштовхування») – стратегія, за якої основний збут продукту відбувається через розвинену мережу посередників, стимулюючи при цьому як кінцевого споживача, так і дистриб'ютора, обрати певну компанію (або товарну

продукцію).

Під час використання стратегії PULL, основним завданням продавця продукту стає забезпечення лояльності споживача саме до своєї компанії. Для такого виду стимулювання попиту найкраще підходять ексклюзивні продукти та комплексні послуги. Для насіннєвого бізнесу це яскраво виражено на прикладі взаємодії таких агрохолдингів, як «Кернел», «Укрлендфармінг», «МХП», та таких насіннєвих компаній, як «Монсанто», «Дюпон», «Сингента» та інших. Агрохолдинги є потужними виробниками та, як правило, прямими експортерами сільськогосподарської продукції за кордон, а також займають близько 6 млн га сільськогосподарських угідь, що разом становить близько 20% всіх земель сільськогосподарського призначення України. При цьому компанії-виробники насіння здійснюють поставку своєї продукції напряму кінцевому споживачу. Можна побачити, що попит на ринку формується завдяки його стимулюванню шляхом залучення такого маркетингового інструменту, як комунікації. При цьому під терміном «маркетингові комунікації» розуміються ті маркетингові методи і заходи, які вживаються задля того, щоб донести до кінцевого споживача цінність певного продукту, що реалізовується. При виборі цієї маркетингової стратегії, підприємство використовує, як правило, елементи ATL (above-the-line) – комунікацій, тобто реклама у ЗМІ, на ТБ, радіо, білбордах у регіонах, в Інтернеті.

У випадку, якщо компанією приймається стратегія PUSH, основне завдання компанії-виробника насіння – налагодити довготривалі партнерські відносини з дилерською мережею, а також надати маркетингову підтримку дилерам та проводити дієву маркетингову комунікацію. Така співпраця є характерною саме для насіннєвого бізнесу, оскільки має низку переваг для виробників насіння. Наприклад, виробництвом кукурудзи на зерно займаються близько 5 000 господарств в Україні. Кожен з цих господарств надає перевагу насінню тієї чи іншої компанії-виробника. У кожній компанії-виробника насіння є 5–10 дистриб'юторів, які фактично забезпечують насінням господарства у регіонах. Тобто компанія-виробник насіння постачає оптом свої продукти дистриб'юторам, цим знімаючи з себе затрати на логістику, скорочує штат працівників та знімає з себе певні

обов'язки. Вигода для дистриб'ютора полягає у тому, що він отримує маржу від продажу, яку забезпечує йому сам виробник насіння своїм торговим персоналом, додатковими інформаційними агротехнологічними послугами тощо. Аналізуючи, варто звернути увагу на те, що стимулювання попиту за даної стратегії відбувається трьома способами:

- на етапі, коли виробник насіння реалізує продукт дистриб'ютору;
- на етапі, коли дистриб'ютор реалізує товар кінцевому споживачу;
- виробником насіння до реалізації дистриб'ютором продукції кінцевому споживачу.

Кожному з етапів процесу формування попиту на даному ринку за стратегією PUSH передують або діюча маркетингова комунікація. У цьому випадку компанії використовують як комплекс ATL, так і BTL (below-the-line) – комунікацій. Найпоширеніші методи BTL-комунікацій, які застосовуються за даних умов – це участь виробників насіння у аграрних виставках, проведення семінарів та конференцій для дистриб'юторів і кінцевих споживачів, спеціалізовані демонстраційні виїзди у поля та інші агроподії, а також POSM (заохочувальні маркетингові матеріали), директмейл тощо.

Кожна компанія керується своїми власними принципами та сподіваннями від застосування тієї чи іншої стратегії стимулювання попиту.

Може існувати практика, коли стратегії PUSH і PULL діють одночасно. Переважно, це визначається рівнем однорідності або неоднорідності ринку. У деяких випадках необхідно вдаватися до стратегії PULL, коли посередник не може бути «PUSH-стимульований» (наприклад, він уже «ангажований» конкурентами). Для насіннєвого бізнесу характерним є змішаний тип маркетингової стратегії й найефективнішим вдале поєднання обох типів маркетингової стратегії стимулювання попиту.

Від вибору маркетингової стратегії стимулювання попиту залежать багато чинників, зокрема, конкурентоспроможність організації, швидкість окупності інвестицій, темпи розвитку й розширення діяльності та багато інших. У насіннєвому бізнесі компанії-виробники насіння часто поєднують два основні

види стратегій формування попиту на свої продукти – PUSH і PULL. У сучасних умовах агропромислового бізнесу нашої країни та з огляду на специфіку галузі й гравців на сільськогосподарських ринках лише за вдалого поєднання даних стратегій можна очікувати збільшення попиту на продукти насіннєвих компаній. Інструментами, що фактично реалізують ці стратегії, є маркетингові комунікації. Саме такі маркетингові інструменти дають змогу зорієнтувати кінцевих споживачів на продукцію компанії та вплинути на формування попиту, а також проаналізувати купівельну спроможність та потреби споживачів.

В сегменті ринку ДФН побудова типових стратегій маркетингу з реалізації насіння ускладнена факторами дрібних запечатаних упаковок, можливостями дрібних реалізаторів-посередників, відсутності сертифікації і контролю. Тому за результатами проведених досліджень в Інституті інноваційної біоекономіки рекомендовано:

- створити торгову марку «Українська селекція», яка має поєднати наукові установи–оригіраторів насіння в єдину систему сумлінних виробників і дистриб'ютерів;

- відпрацювати систему електронних майданчиків шляхом створення інтернет-магазину «Українська селекція» та формування договірних відносин з продавцями оригінального насіння на електронних майданчиках;

- створити мережу дистриб'юторів з продажу дрібно-фасованого насіння в регіонах на базі установ і підприємств НААН, надати довіреності-доручення щодо реалізації ДФН в регіонах під загальною торговою маркою «Українська селекція»;

- Розробити та реалізувати стартап «Дрібно-фасоване насіння» аграрної науки на лабораторно-експериментальній базі Інституту інноваційної біоекономіки.

2.4 Розробка методики та проведення пошукового дослідження сектору дрібного фасованого насіння

В зв'язку з відсутністю наукових публікацій за темою дрібного фасованого насіння в Україні, виникла необхідність розробити методичні підходи щодо дослідження сегменту дрібного фасованого насіння ринку селекційних ресурсів і технологій для забезпечення домогосподарств насінним матеріалом і засоби його використання. Методикою охоплено наступні напрями досліджень:

- організаційні засади підготовки, запуску та впровадження стартапу з виробництва та реалізації дрібного фасованого насіння;

- інструменти е-комерції з закупівлі та продажу дрібного фасованого насіння;

- класифікації продуктів дрібного фасованого насіння для домогосподарств на прикладі овочевої групи;

- дослідження цінових діапазонів закупівлі та реалізації насіння за вартістю 1 шт. насіння.

➤ Методика визначення та застосування організаційних засад підготовки, запуску та впровадження стартапу з виробництва та реалізації ДФН включає:

- визначення установи-провайдера стартапу: Інститут інноваційної біоекономіки;

- формування команди стартапу – представники ІБ і НУБіП;

- дослідна база підготовки та запуску стартапу: бізнес-інкубатор ІБ;

- експериментальна база з реалізації стартапу: насіннева лабораторія ІБ на майданчику коворкінгу ТОВ «Віадук-Інвест»;

- постачальники насіння: наукові установи НААН, додаткові закупівлі оригінального насіння фермерських господарств;

- збут ДФН: мережа дистриб'юторів та Нова пошта на основі інтернет-замовлень.

Сформовані методичні підходи застасовані в подальших дослідженнях і розробках стартапу ДФН.

➤ *Інструменти е-комерції з закупівлі та продажу ДФН.*

За основу досліджень ринку оптових закупівель насіння і реалізації ДФН відібрані найбільш активні в сегменті торгівлі насінням овочів, квітів, спецій:

- Маркетплейси [Б 1];
- інтернет-магазини [Б 2]
- фірми з продажу насіння оптом (табл. 2.1).

Вивчення інструментів показало різні підходи щодо побудови електронних торгових майданчиків, цінової політики, форм і засобів продаж. Але на усіх дослідницьких майданчиках практично відсутня інформація і документальне підтвердження.

Таблиця 2.1

Топ-5 фірм - продажі оптом насіння

№	Назва	Профіль	Тел.	Сайт	e-mail
1	Бубочка	Оптом/ роздріб	+380984076947	https://bubochka.ua/ua/	
2	Веснодар	оптом	+38050 330 5010	https://vesnodar.com.ua/	working@vesnodar.com.ua
3	Семена	оптом	+380506991264	https://semena.cc/	
4	Агролайф	оптом	+38 067 746 0000	https://agrolife.ua/	info@agrolife.ua
5	Пром юа	оптом		https://prom.ua/	

➤ Класифікація продуктів дрібного фасованого насіння для домогосподарств на прикладі овочевої групи.

Не системне представлення ДФН на сайтах продавців, оперування відомими марками, які не підтверджуються документами, поставило питання щодо створення класифікатора для групування різних видів насіння.

В роботі вперше розроблено метод групування насіння овочів за ознакою виду корнеплоду (МКП – класифікатор). Класифікатор вміщує 23 групи насіння овочів, які розділяються на 10 підгруп. Групування таким чином дає можливість формувати закупівлі і реалізацію фасованого насіння по підгрупах незалежно від сорту, терміну посіву або стиглості. Групування надає можливість провести

аналіз цін оптових і роздрібних пропозицій насіння, сформувати діапазони цінової кон'юнктури для розроблення маркетингової політики.

Проведено аналіз оптових майданчиків в реалізації дрібного насіння

Під час проведення дослідження вартості насіння для закупівлі в оптовиків, які займаються продажу в інтернет-магазинах. Перед початком моніторингу цін на сайтах інтернет-магазинах задав собі такі запитання: «Що я шукаю? Що я хочу знайти?» , щоб в подальшому дані, які я дослідив дали мені продуктивність, позитивний результат. Зробивши моніторинг відібрав 10 сайтів із них 5 найбільш популярних та з великим асортиментом насіння овочів. Робивши огляд даючи більш акцент на оптові та роздрібні ціни. Також звертав увагу на кількість і на її вартість даного насіння.

До своєї таблиці додав овочі: « помідори, перець, огірок, капуста, цибуля та інші овочеві культури, які і до сьогодні мають великий попит для людей. Хочу вам розповісти про дослідження сайту інтернет-магазину « Бубочка ». Цей магазин продає продукцію сертифіковану і відповідає міжнародним стандартам якості. У них поставки від провідних виробників насіння.

Бубочка

Інтернет-магазин займається продажем насіння овочів, квітів, польових культур та саджанців, надає широкий асортимент якісних товарів світових виробників. Вся продукція сертифікована і відповідає міжнародним стандартам якості. Надають безкоштовну консультацію. Із 23 видів насіння вони продають 16 видів які я досліджую. Розширений асортимент на помідори, капусти, цибуля та кавунів. В них при замовлені насіння від 1500 грн доставка безкоштовна.

Веснодар

Інтернет-магазин продає насіння овочі, квітів, засоби захисту рослин. На ринку більше 10 років. Вся продукція найкращої якості, що підтверджено сертифікатом від світових виробників. Із 23 видів які я досліджую мають в продажі 20 видів. Розширений асортимент на помідори, баклажани, капусту, кавун, перець.

Семена

Інтернет-магазин продає насіння овочів, квітів, саджанців та інших. Окрім оптових магазинів є також садові центри де пропонують професійне насіння в рідній упаковці в тому числі для роздрібних покупців. Історія компанії почалась більше 25 років назад. Із 23 видів насіння, які є моєму дослідженні продають 17 видів. Мають розширений асортимент на помідори, баклажан, капусту.

Агролайф

Інтернет-магазин продає насіння овочів, добрива. Цей магазин являється найдешевшим по продажі насіння із 5 відібраних. Із насіння має оптимальний термін дозрівання, відповідає європейським стандартам якості, працюють з шотландськими і французькими виробниками. Мають 19 видів із 23 які досліджують. Найдешевший в них насіння редиски за 500 шт 88 грн. Мають розширений асортимент на огірок, редьку, спаржу.

Пром юа

Один із маркетплейсів який займається продажем оптом насіння овочів та інших різних культур. Займаються продажами від 200 шт. 165000 шт. певних культур. Продає 17 видів насіння із 23 видів які є в дослідженні. Має розширений асортиментна цибулі, дині, кавуна, спаржи.

Із проведеного дослідження по оптовикам із 5 кандидатів . Два із них продають сертифіковане насіння це інтернет-магазини «Бубочка» та «Веснодар».

Найменші ринкові ціни із 5 магазинів є інтерне-магазин « Веснодар».

Купуючі оптом більше товар насіння овочів ціна стає меншою та вигіднішою для покупця. Аналізуючі одночасно декілька фірм ми дивимось і дізнаємось яке коливання вартості насіння є на яке впливає тип насіння, його форму, воно високої якості, має магазин сертифікат на насіння.

Проведено аналіз оптових цін на насіння овочів за класифікатором на найбільш активних сайтах [Б.4]

Отримані дані підтверджують дієвість розробленого класифікатору, показують різноманіття середніх цін на запропоновану кількість насіння.

В [Б.5] представлено діапазони вартості 1 шт. насіння за оптовими цінами. Отримані дані показують нелінійну залежність оптових цін та кількості насіння в упаковці. Необхідно в подальшому розробити формулу визначення питомого показника в залежності від кількості насіння, ваги середньої кількості та інших параметрів.

Проведено аналіз роздрібних майданчиків з реалізації ДФН

Аналізуючі і проводячі дослідження беру для себе 5 відомих мереж магазинів які займаються продажем продуктів, а також дрібного фасованого насіння на своїх полицях. Це «Епіцентр», « Сільпо», «Ашан», « Професійне насіння», «Яскрава»

Епіцентр

Мережа магазинів продає від 5 шт. насіння за 27 грн і до 165000 шт. за 5 грн. Все залежить від виду насіння і його кількості у пачці. Найбільший асортимент насіння помідорів, огірків, кабачків, капусти. Малий асортимент гороху, редиски, перцю. Має 21 види насіння із 23 видів які є в дослідженні.

Сільпо

Мережа магазину продає від 12 шт. насіння за 8 грн і до 165000 шт за 8 грн в залежності від виду насіння і його кількості в упаковці. Найбільший асортимент насіння помідорів, огірків, цибулі, кавунів. Менший асортимент насіння перцю, кінзи, спаржі, гороху. Має 21 видів із 23 видів які є в дослідженні

Ашан

Мережа продає від 10 шт. насіння за 14 грн до 10000 шт. за 35 грн в залежності від виду насіння і його кількості в упаковці. Найбільший асортимент насіння помідорів, капусти, цибулі. Менший асортимент насіння спаржі, гороху, пастернаку. У наявності є 21 видів насіння із 23 видів які є в дослідженні.

Професійне насіння

Мережа насіневого магазину . Продають в упаковці від 5 шт. насіння за 23 грн до 165000 шт. насіння за 13 грн в залежності від виду насіння і його кількості в упаковці. Найбільший асортимент насіння баклажанів, помідорів, капусти,

цибулі, кавунів. Менший асортимент насіння руколи, гороху, кропу. У наявності 17 видів із 23 видів які є в досліджуємо.

Яскрава

Магазин дрібного фасованого насіння, який продає в упаковці від 25 шт. насіння за 12 грн до 27500 насіння за 9 грн в залежності від виду насіння і його кількості в упаковці. Найбільший асортимент насіння помідорів, баклажанів, капусти. Менший асортимент огірків, кропу, руколи, кінзи. У наявності є 17 видів насіння із 23 видів із нашого дослідження.

Із проведеного дослідження по роздрібу із 5 кандидатів найбільший асортимент насіння по дослідженню у мережах «Епіцентр», «Сільпо», «Ашан». Найменший асортимент насіння по дослідженню у мережах «Професійне насіння», «Яскрава» порівнюючі ми бачимо що купуючі насіння роздрібом в упаковці ціни більша ніж купуючи оптом.

Таблиця 2.2

Фірми роздрібногo насіння топ-5

№	Назва	Профіль	Тел.	Сайт	e-mail
1	Епіцентр	роздріб	+380800202727	https://epicentrk.ua/	info@on.epicentrk.ua
2	Сільпо	роздріб	+380951502246	https://silpo.ua/	silpo.office@fozzy.ua
3	Ашан	роздріб	+380800300551	https://express.auchan.ua/	
4	Професійне насіння	роздріб	+380931701829	https://semena.in.ua/	profsemena@ukr.net
5	Яскрава	роздріб	+3 0 800 339 417	https://yaskrava.com.ua/	info@yaskrava.com.ua

Проведений аналіз підтверджує, що ДФН на сайтах маркетплейсів, інтернет-магазинів, торгових фірм немає ознак оригінаторів насіння, не представляють сертифікатів якості і надходження насіння, що протирічить положенням Закону України «Про насіння і садивний матеріал».

Опитування населення – споживачів насіння показало, що покупці скаржаться на низьку схожість насіння, неможливість перевірити якість. Це підтверджує наші висновки (розділ 2.1), що ринок ДФН в Україні – тіньовий ринок.

Аналіз роздрібних цін на овочі відповідно МКП – класифікатору показав різноманіття цін продавців ДФН [Б.6]. Також діапазон вартості 1 шт. насіння за роздрібними цінами коливається за нелегальними характеристиками [Б.7], що підтверджує неточність статистичних методів аналізу показників ціна-якість в сегменті ДФН.

Висновок до другого розділу

Дослідженню методологічно та організаційно, формування та розвиток ринку насіння. Визначено проблеми, стан, шляхи розвитку насіння України проаналізовано причини контрафакту насіння та ринку. Визначено, що найбільш проблемно у сегменті дрібного фасованого насіння. Це насамперед не є досліджено науковцями і аналітиками аграрними зокрема.

Аналіз показав, що на ринку представлено широкий спектр інноваційних технологій, селекцій, щодо введення сучасного насівництва, підготовка якісних матеріалів. Проблеми є комерційні схеми, замовлення вирощування, реалізація насіння з дотриманням вимог законодавства в аграрній сфері.

Зв'язку з цим проаналізовано маркетингові стратегії та комерційні технохлогії на ринку насіння, визначенні підходи в сегменті дрібного фасованого насіння.

Розробено власні методики та провайденги, пошукові сегменти дрібного фасованого насіння. . Методикою охоплено наступні напрями досліджень:

- організаційні засади підготовки, запуску та впровадження стартапу з виробництва та реалізації дрібного фасованого насіння;
- інструменти е-комерції з закупівлі та продажу дрібного фасованого насіння;
- класифікації продуктів дрібного фасованого насіння для домогосподарств на прикладі овочевої групи;
- дослідження цінових діапазонів закупівлі та реалізації насіння за вартістю 1 шт. насіння.

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТАРТАПУ ДРІБНОГО ФАСОВАНОГО НАСІННЯ ПІД ТОРГОВОЮ МАРКОЮ «УКРАЇНСЬКА СЕЛЕКЦІЯ»

3.1 Модель організації трансферу біоінновацій в сегменті дрібного фасованого насіння на бізнес-засадах

Організаційна схема підготовки та запуску стартапу дрібного фасованого насіння здійснюється на базі бізнес інкубатора Інституту інноваційної біоекономіки (рис.3.1).

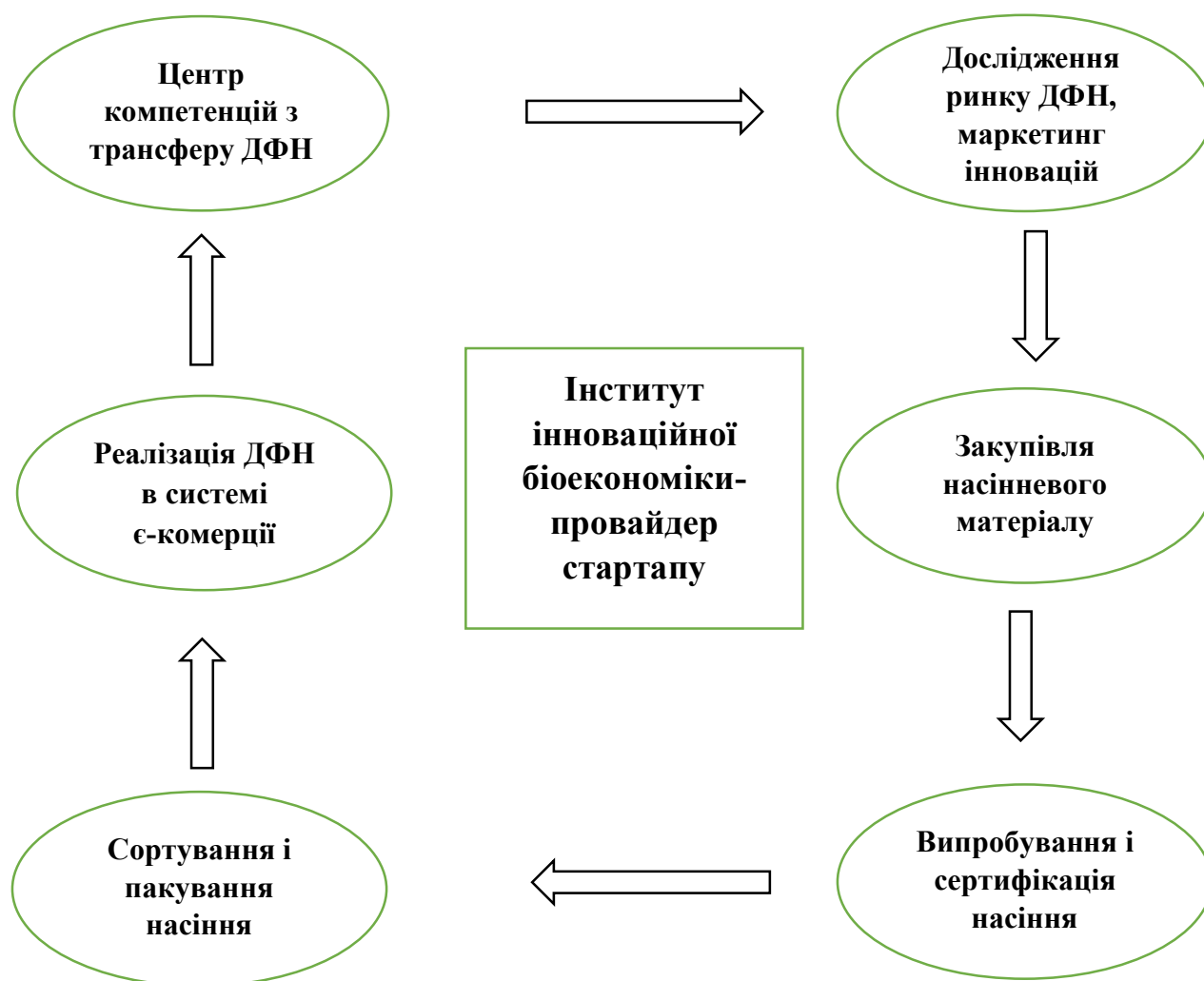


Рис. 3.1 Схема підготовки і запуску стартапу ДФН

Джерело : [11]

ІБ формує центр компетенцій з трансферу ДФН, проводить дослідження ринку ДФН, маркетинг інновацій в сфері насінництва і технологій виведення на ринок оригінальної продукції насіння овочів, квітів, спецій. Бізнес-модель передбачає замовлення, заготівлю, відбір оригінального насіння, його випробування і сертифікацію, сортування і пакування в дрібні спеціалізовані пакети, реалізації в системі е-комерції.

Обробку насіння виконує насіннева лабораторія ІБ в складі секторів: маркетингу, випробування, фасування, технічного забезпечення (рис. 3.2).

Реалізацію насіння забезпечує агенція, що працює на експериментальній базі дочірнього підприємства ІБ – ТОВ «Віадук-Інвест», яка виставляє зразки продукції на спеціалізованих стендах, реалізує через стіл замовлення та кур'єрську доставку.

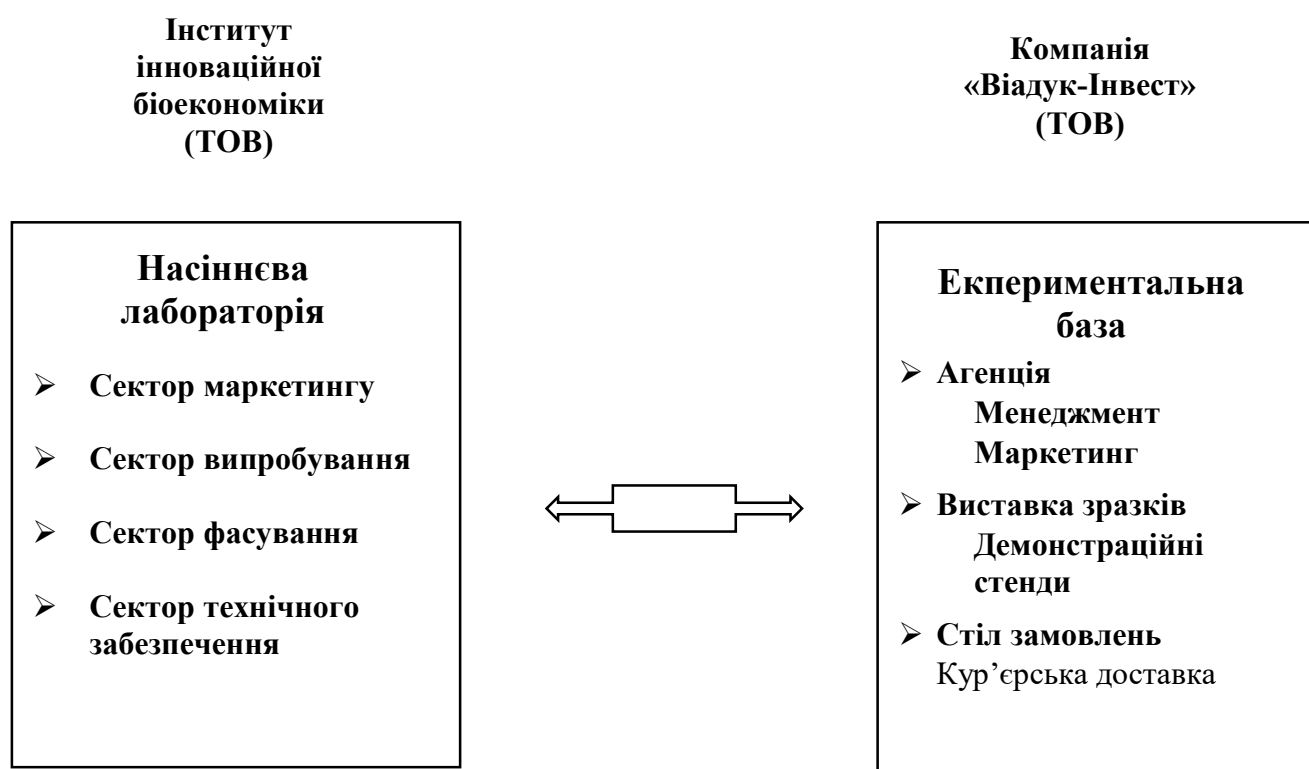


Рис. 3.2 Науково-експериментальна база стартапу

Джерело:[11]

Виконавцями стартапу є науковці ПБ, працівники насінневої лабораторії, агенції з реалізації ДФН, залучені фахівці, студенти -практики.

Фінансування стартапу здійснюється за рахунок внесків інвесторів ПБ, міжнародних грантів.

В аграрно-продовольчому секторі України останнім часом, незалежно від кризи, спричиненою війною, спостерігається активний розвиток АПК, впровадження новітніх технологій, нарощування виробничих потужностей, обсягів виробництва продукції, селекційно-технологічних ресурсів для виробництва, що потребує вирішення питань контролю якості і відповідності продукції на аграрному ринку.

З іншого боку, держава за останні чотири роки провела незрозумілі реформації в напрямках інспекції, контролю і регулюванню обсягу ресурсів і продукції. Послаблений вплив держави спровокував неконтрольовані експансії на ринку технологій і ресурсів, оцінки відповідності і якості агропродукції, захисту прав оригінаторів і споживачів.

Науково-освітянські установи втрачають ринок і потребують підтримки. Від піратських схем потерпають як вітчизняні, так і зарубіжні виробники високотехнологічних ресурсів.

На фоні цих проблем поступово утворюється новий ринок послуг з питань якості і контролю у агропродовольчій сфері, на якому поруч з державною структурою формується недержавна інфраструктура, функції і можливості якої передбачені у оновленому законодавстві як в сфері генетичних ресурсів, так і в сфері аграрної продукції і продовольства.

Для участі у ринкових відносинах з експертизи, оцінки контролю якості і відповідності в сфері АПК Інститутом інноваційної біоекономіки створено Центр експертизи і оцінки «Інсайдер» для забезпечення експертизи та оцінки наукомісткої і товарної насінневої і садивної продукції, технологічних ресурсів і об'єктів прав учасників аграрного ринку.

1. ЦЕО «Інсайдер» здійснює організацію і ведення прибуткової діяльності на ринку експертно-оціночної діяльності в агропродовольчій сфері в інтересах корпоративних учасників і їх партнерів.

Реалізація мети ЦЕО «Інсайдер» потребує вирішення стратегічних завдань:

- визначити ефективну модель організації роботи центру в сучасних економіко-правових умовах;
- обґрунтувати і забезпечити становлення головної функціонально-цільової бази, її акредитації і активізації;
- сформулювати основні напрями діяльності, необхідні і достатні умови щодо їх освоєння і запровадження, затвердити програму реалізації;
- визначити етапи і шляхи розвитку, розширення сфери відносин, створення і ведення спільних лабораторних досліджень з науковими, спеціалізованими організаціями, суб'єктами і об'єктами прав;
- розробити проектний комплекс щодо фінансування розвитку мережі ЦЕО «Інсайдер» на основі цільових, грантових і бізнес-проектів.

Модель організації

Діяльність ЦЕО «Інсайдер» потребує створення і постійного удосконалення гнучкої функціонально-цільової моделі надання послуг із видачею свідоцтв на відповідність характеристик якості, походження, приналежності об'єктів, аналізу і контролю в агропродовольчій сфері.

Цим вимогам відповідає модель організації представлена на схемі (рис. 3.3).

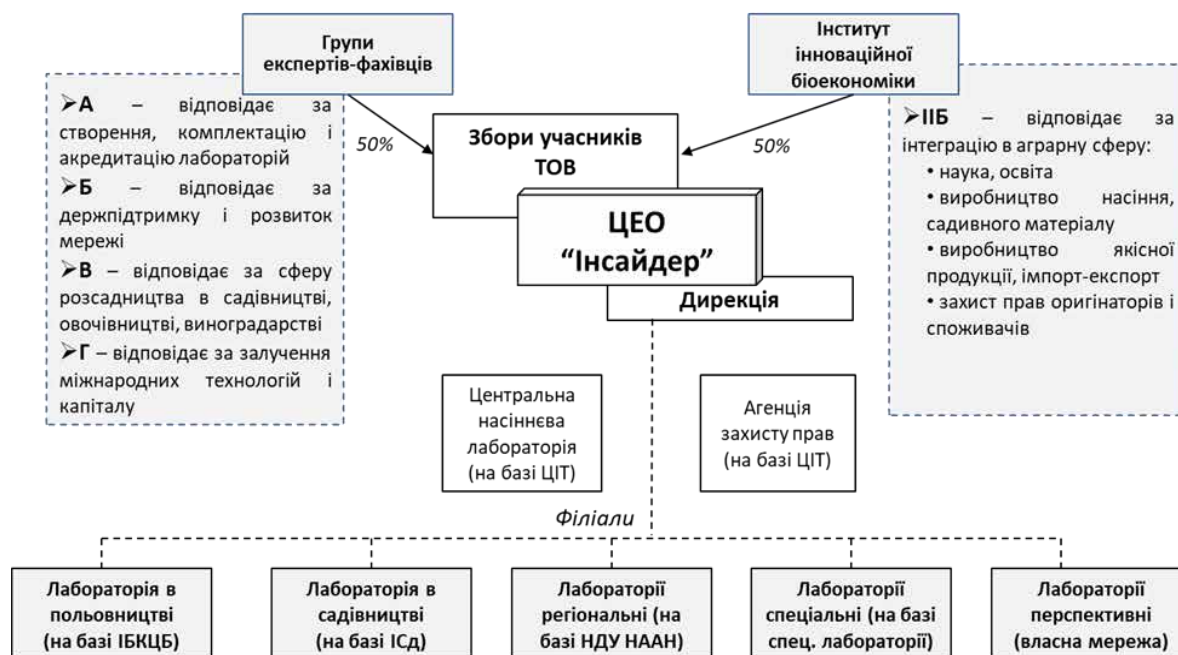


Рис. 3.3 Модельна схема ЦЕО «Інсайдер»

Джерело: [12]

Модель передбачає поєднання взаємодоповнюючих одна одну систем: корпоративну, управлінську, цільові з контролю якості і захисту прав.

Корпоративна система утворюється на паритетних засадах Інститутом інноваційної біоекономіки (50%) і групами експертів-фахівців інспекційно-сертифікаційної справи в сфері АПК (50%). Корпоративні учасники формують статутний капітал ЦЕО «Інсайдер», створюють і координують роботу виконавчої управлінської системи і приймають участь на умовах корпоративного договору в реалізації програмних цілей Товариства спільно з дирекцією.

Інститут інноваційної біоекономіки впроваджує і контролює управлінську систему ЦЕО «Інсайдер», відповідає за інтеграцію в аграрну сферу: науки і освіти; виробництва насіння, садивного матеріалу; виробництва якісної продукції, її імпорту-експорту; захисту прав оригінаторів і споживачів.

Групи експертів-фахівців впроваджують методи і засоби експертизи, оцінки і сертифікації генетичної, сільськогосподарської і продовольчої продукції, відповідають за: створення, комплектацію і акредитацію лабораторій; держпідтримку і розвиток мережі; сферу розсадництва в садівництві і виноградарстві; залучення міжнародних технологій і капіталу.

Управлінська система представляється виконавчим органом Товариства – дирекцією, яку затверджують і контролюють загальні збори Товариства. Директор створює адміністративно-фінансову службу, головні цільові підрозділи (центральну насінневу лабораторію і агенцію захисту прав) та мережу філіалів із надання послуг. Виконавча служба, лабораторії якості і агенція захисту прав проходять внутрішню атестацію, зовнішню акредитацію і мають відповідати вимогам вітчизняних і міжнародних стандартів.

Гнучка система тематичних, регіональних, спеціалізованих спільних лабораторій створюється і функціонує як мережа філіалів в різних сегментах агропродовольчої сфери, зонах інтелектуальних впроваджень, високотехнологічних виробництвах, експортно-імпортних операціях, професійних і споживчих товариствах.

Головна особливість ЦЕО «Інсайдер» полягає в тому, щоб вийти на високий професійний і функціональний рівень, за яким центр може представляти інтереси наукових, освітніх, технологічних організацій на ринку обігу їх оригінальних технологій, ресурсів, інтелектуальних і споживчих прав як на вітчизняному, так і на міжнародному агропродовольчому ринку.

Насіннева лабораторія створюється як госпрозрахунковий комплекс центру, є пілотною базою ЦЕО «Інсайдер» для акредитації в органах державної сертифікації, має відповідати вимогам і забезпечувати незалежність і окупність центру. За характеристиками центральної насінневої лабораторії отримуються

повноваження на здійснення діяльності з оцінки відповідності у сфері насінництва і розсадництва, засвідчення компетенції як органу сертифікації, контролю якості і аналізу об'єктів експертизи.

Агенція захисту прав формує спільно з Інститутом інноваційної біоекономіки (депозитарій інтелектуальної власності) базу даних власників об'єктів інтелектуальних прав, селекційно-технологічних розробок, ресурсів і продукції спільно з партнерами в сфері аграрної науки, освіти, технологій, виробництва, державних органів, поповнює в ході аналітичних досліджень і виконує функції захисту прав оригінаторів і споживачів, сприяє отриманню винагороди за використання оригінальної і якісної продукції.

Дирекція за проектно-методичною підтримкою Інституту інноваційної біоекономіки і консультативною допомогою фахівців-експертів оформлює і захищає проект запуску ЦЕО «Інсайдер», реалізує план заходів щодо виходу на стабільну діяльність на ринку експертно-оціночних послуг, забезпечення окупності витрат і активізації внесеного статутного і запозиченого капіталу.

Напрями діяльності

Стратегічними напрямками діяльності ЦЕО «Інсайдер» (рис.3.4) є експертно-оціночні послуги і сертифікація у сфері:

- створення, виробництва і обігу насіння і садивного матеріалу;
- виробництва і споживання високоякісної агропродовольчої продукції;
- набуття і дотримання прав оригінаторів і споживачів оригінальної і ординарної продукції.

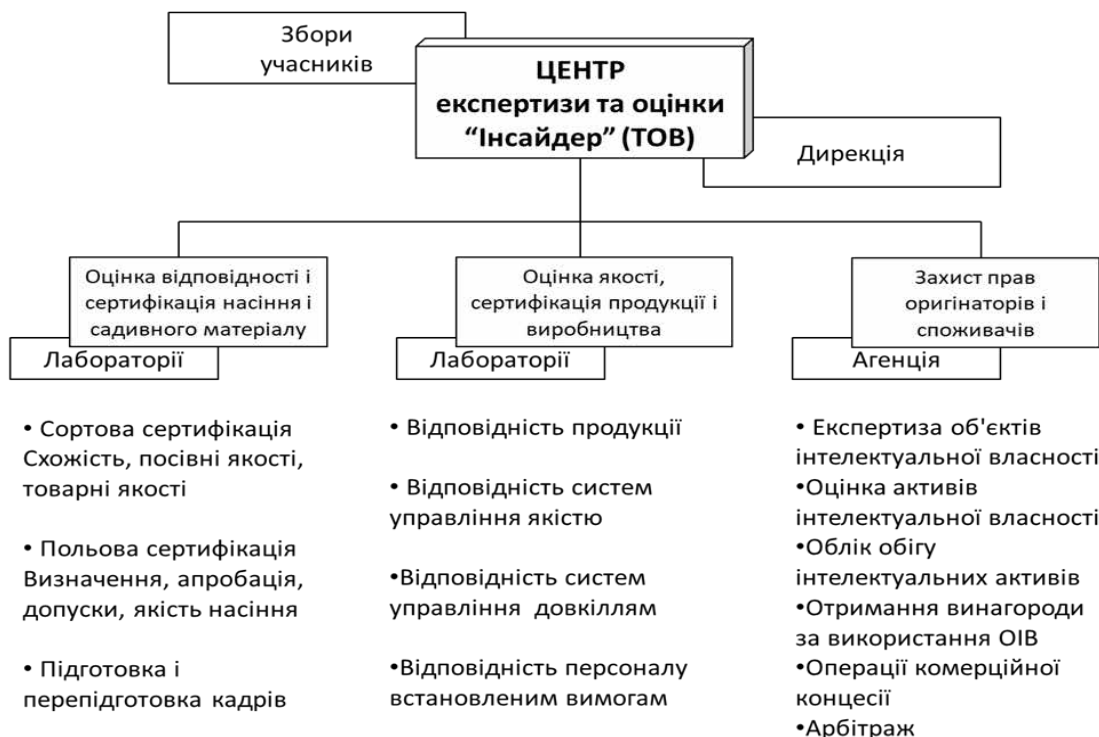


Рис. 3.4 Напрями діяльності ЦЕО
“Інсайдер”

Джерело: [12]

За напрямом «Оцінка відповідності і сертифікація насіння і садивного матеріалу» здійснюється сортова сертифікація (схожість, посівні якості, товарні якості, і польова сертифікація (визначення, апробація, допуски, якість) проб насіннєвих і садивних матеріалів за відповідними партіями.

Порядок проведення сертифікації передбачає:

- подання заявки на сертифікацію та комплекту відповідної документації;
- розгляд заявки і прийняття рішення (визначається акредитована випробувальна лабораторія та аудитор, який буде виконувати роботи з відбору проб від заявленої партії);
- підготовка та укладання сертифікаційної угоди про надання послуг із проведення сертифікації;
- відбір проб, визначення посівних якостей насіння та або товарних якостей садивного матеріалу;
- складання протоколу випробувань;

- аналіз одержаних результатів та прийняття рішення щодо можливості видачі сертифікату, який засвідчує посівні якості насіння (в разі прийняття рішення про не видачу сертифікату, заявнику надається Експертне заключення про неможливість видачі сертифікату та оригінал Протоколу випробувань);

- видача сертифікату на посівні якості насіння та/або товарні якості садивного матеріалу та занесення його до Реєстру сертифікатів на насіння та садивний матеріал.

За напрямом «Оцінка якості, сертифікація продукції і виробництва» здійснюється експертиза і оцінка відповідності продукції вимогам норм і стандартів, систем управління якістю, довкіллям, компетенцією персоналу, рівня виробничої бази.

Порядок проведення сертифікації вміщує:

- визначення виду документу, який потрібно оформити (крім обов'язкового сертифікату відповідності продукції, це може бути декларація відповідності або санітарно-епідеміологічний висновок).

- подання заявки на отримання сертифікату;

- укладання договору;

- проведення інспекції (перевірка господарюючого суб'єкта на відповідність його діяльності (всіх ланок виробництва, переробки, транспортування та продажу) до вимог і стандартів виробництва яка включає огляд самого виробництва, перевірку документів, обговорення, відбір зразків, перевірку невідповідностей попередньої інспекції та заповнення інспекційних документів;

- перевірка інспекційних документів;

- оцінка результатів інспекції;

- проведення необхідних досліджень і експертиз відібраних зразків продукції;

- прийняття рішення та затвердження на сертифікаційному комітеті та оформлення протоколу з висновками;

- видача сертифікату відповідності України, на підставі якого продукт буде внесений до єдиного реєстру, за умови відповідності його всім нормам.

За напрямом «Захист прав оригінаторів і споживачів» здійснюється постійний моніторинг ринку створення, набуття прав та обіг об'єктів інтелектуальної власності, оригінальної і ординарної продукції на всіх стадіях від розробників до споживачів.

На основі одержаної інформації виконуються послуги щодо:

- експертизи об'єктів прав;
- оцінки активів об'єктів прав;
- облік обігу об'єктів прав;
- контроль дотримання зобов'язань суб'єктів обігу об'єктів прав;
- стягнення винагороди за дорученням власника об'єктів прав;
- формування та супровід обігу франшизи за договорами комерційної концесії;
- арбітраж, консультування;
- підтвердження відповідності для споживачів.

В залежності від технологічних можливостей і розвинутості мережі ЦЕО «Інсайдер» освоює, розвиває і реалізує всі три стратегічних напрями діяльності як власними силами, так і за договорами спільної діяльності з вітчизняними і міжнародними партнерами.

Заходи і їх техніко-економічне обґрунтування щодо здійснення діяльності за стратегічними напрямами оформлюються в Програмі діяльності ЦЕО «Інсайдер», яка розробляється дирекцією разом із корпоративними учасниками і є прогностичним орієнтиром з підготовки і реалізації цільових проектів товариства.

Об'єкти розвитку

Ефективність і оперативність становлення ЦЕО «Інсайдер» залежить від інтеграції нового суб'єкта в сферу зацікавлених організацій і акредитованих органів на проведення експертно-оціночної діяльності. Серед основних об'єктів розвитку необхідно виділити об'єкти: державних компетенцій і повноважень; спільної діяльності з НДУ; спільної діяльності із спеціальними лабораторіями; ринкових компетенцій і повноважень.

Після одержання базових повноважень, акредитації і внесення в держреєстр, необхідно провести кампанію по входженню і закріпленню в професійній сфері, яка регулюється державою і вивчається міжнародною спільнотою.

Реалізація необхідних заходів і грантів дозволить одержати держпідтримку і фінансування розвитку регіональної і спеціальної лабораторної мережі, системи її інформаційного забезпечення і управління, зарубіжних стажувань і підключення до світових мереж.

З ростом компетенції і кваліфікації з'явиться можливість виграти тендери і одержати додаткові повноваження на надання послуг в державній і публічній сфері, міжнародних місіях і програмах, які використовують послуги акредитованих незалежних експертів.

Участь в програмах досліджень НААН та інших науково-освітніх організацій дозволяє в пріоритетному порядку сформувати мережу спільних лабораторних випробувань і оцінок з науковими установами. Установи мають частково необхідне обладнання, фахівців, розміщені в зоні надання послуг, зацікавлені в просуванні власних розробок, продукції власної експериментально-виробничої бази, захисту прав на наукоємному аграрному ринку усіх форм спільної діяльності в формі орендних, підрядних, консалтингових відносин, створення автономних лабораторних представництв і філіалів на базі наукових установ дозволяє залучити в розвиток ЦЕО «Інсайдер» значний сегмент експортного ринку, який сьогодні потерпає від ринкового хаосу, обмежений у державній підтримці і шукає шляхи зміцнення своєї позиції. Пілотними проектами можуть бути спільні лабораторні центри в польовництві на базі Інституту біоенергетичних культур і цукрових буряків, в садівництві на базі Інституту садівництва, а також регіональні лабораторії на базі інших установ НААН.

В період становлення і реалізації перспективних програм важливо налагодити співробітництво з іншими професійними центрами і їх лабораторіями. Проектами розвитку необхідно передбачити витрати на роботу зі спеціальними акредитованими органами оцінки, спільні випробування,

підготовку фахівців, перевірку даних натурних аналізів і достовірності документів.

Особливої уваги необхідно приділити лабораторіям з акредитації ISTA, а також тим, що мають унікальне обладнання і фахівців (наприклад НУБіП).

Розвиток напряму захисту прав організаторів і споживачів на продовольчому ринку потребує формування мережі аутсорсингу з питань юридичного і фінансового аудиту, арбітражу, патентних повірених, фахівців з оцінки нематеріальних активів, технологічних експертів та інших. Необхідно створити і забезпечити підтримку систем управління базами даних суб'єктів і об'єктів прав, захисту даних, інспекційних і агентських послуг. Демонстрація спроможності і надійності з питань захисту прав забезпечить значний інтерес оригінаторів, виробників, споживачів насіння і садивного матеріалу на оцінку якості і дотримання зобов'язань щодо їх обігу. На ринку існує дуже великий попит як з боку вітчизняних суб'єктів і їх об'єднань, так і з боку міжнародних організацій і окремих бізнес-партнерів.

Фінансове забезпечення

Джерелом фінансування заходів щодо реалізації та розвитку ЦЕО «Інсайдер» є внески засновників Інституту інноваційної біоекономіки, коротко- або довготермінові запозичення, гранти, послуги від власної експертно-оціночної діяльності.

Внески корпоративних засновників мають створити статутний капітал в розмірі трьох місячних бюджетів, але не менше 500 тис. грн. Кошти статутного фонду використовуються для запуску поточної діяльності центру, після виходу на окупність статутний капітал має бути відновлено за рахунок прибутку, в подальшому він має виконувати функцію резервного (страхового) фонду.

Запозичення надають корпоративні учасники або сторонні організації в формі фінансових і товарних кредитів на договірних умовах на підставі інвест-проектів. Ефективність використання кредитних коштів підтверджується бізнес-планами і гарантується страховими і заставними заходами, вартість

обслуговування кредитного капіталу закладається в кошторисі доходів-витрат. Обсяг запозичень визначається проектами, основний напрям використання – покриття капітальних витрат на ремонт лабораторних приміщень і оснащення (модернізацію) лабораторного обладнання. Придбане обладнання надається в заставу кредитору на період повернення тіла кредиту.

Одним із найбільш привабливих джерел фінансування є гранти із дослідів регіонального розвитку, підтримки малого і середнього бізнесу, здійснення соціально-економічних і екологічних заходів впровадження новітніх технологій, підготовки фахівців. Із міжнародних джерел необхідно скористатися фондами підтримки світової мережі досліджень і технологій, для цього в компаньйони необхідно залучити іноземних партнерів, які мають досвід роботи, або інтерес до такої діяльності в Україні.

3.2. Формування системи пакування та розповсюдження дрібного насіння

Система сертифікації та реалізації дрібного фасованого насіння овочів, квітів та інших культур включає кілька ключових етапів, спрямованих на забезпечення якості, відповідність нормативним вимогам та ефективному розповсюдженню продукції.

1. Сертифікація насіння

Сертифікація є обов'язковою для гарантування якості та відповідності законодавчим нормам. Вона передбачає:

- Перевірку сортової відповідності – насіння має відповідати заявленому сорту.
- Фітосанітарний контроль – перевірка на наявність шкідників, хвороб та забруднень.
- Лабораторний аналіз – визначення схожості, вологості, чистоти насіння.
- Видача сертифіката якості – документ, що підтверджує відповідність нормам (відповідно до ДСТУ, ISO чи інших стандартів).

2. Фасування насіння

Дрібні фасовані насіння пакують у відповідні упаковки:

- Паперові або поліетиленові пакети із герметичним закриттям.
- Контейнери або блістери для дрібного насіння.
- Маркування із зазначенням сорту, терміну придатності, виробника, ваги чи кількості насіння, умов зберігання.

3.Реалізація насіння

Продаж фасованого насіння здійснюється через:

- Спеціалізовані магазини (садові центри, агромагазини).
- Супермаркет та гіпермаркет (у відділах для садівників).
- Інтернет-магазини (офіційні сайти виробників, маркетплейси).
- Сезонні ярмарки та аграрні виставки .

4.Вимоги до маркування та контролю якості

На упаковці насіння має бути зазначено:

- Назва культури та сорту
- Вагу або кількість насінин
- Дата фасування та термін придатності
- Назва та контакти виробника
- Сертифікаційна інформація
- Рекомендації щодо посіву

Додатково в Україні діють ДСТУ 6006:2008 та інші регламенти, що визначають вимоги до якості та маркування насіння.

Додатково можуть бути розміщені QR-коди для швидкого переходу на сайт виробника або перегляду сертифікатів.

Пакування дрібного фасованого насіння (міні-пакети) регламентується державними стандартами та міжнародними нормами, що забезпечують збереження якості, відповідність маркуванню та зручність використання.

5.Матеріали для пакування

Пакети для дрібного насіння повинні бути виготовлені з матеріалів, що забезпечують:

- Герметичність – захист від вологості, пилу та забруднень.
- Збереження схожості насіння – запобігання окислення, втраті вологості.

Стійкість до механічних пошкоджень – пакети не повинні рватися чи псуватися під час транспортування.

Типи пакувальних матеріалів (0.1-10г):

- Паперові пакети з внутрішнім ламінованим шаром.
- Полімерні або фольговані пакети із термозварним швом.
- Комбіновані матеріали (наприклад, багатошарова плівка).
- Екоупаковка (біорозкладні матеріали).

6.Вимоги до розмірів мініпакетів

Зазвичай об'єм мініпакетів варіюється від 0,1 г до 10 г насіння , залежно від виду культури.

Рекомендовані розміри пакетів (ширина × висота):

- Малі (2-5 г насіння): 50 70 мм, 60 90 мм.
- Середні (5-10 г насіння): 70×100 мм, 80×120 мм.

Додаткові вимоги

- Безпека фарб та чорнил – друк повинен бути екологічним та стійким.
- Легкість відкриття – пакети можуть мати спеціальні надрізи для зручного розкриття.

- Захист від підробок – голограми, унікальні штрих-коди.

7.Вимоги до пакування насіння у мініпакети

Пакування дрібного фасованого насіння (овочевих, квіткових, пряних та інших культур) має відповідати стандартам якості, що забезпечують збереження схожості, захист від вологи та пошкоджень , а також містити необхідне маркування.

Матеріал винен:

Захищати насіння від вологи, ультрафіолету та механічних пошкоджень. Забезпечувати герметичність або мати можливість повторного закриття. Бути міцним та стійким до проколів та розривів.

Не вступати в хімічну реакцію з насінням (використання безпечних фарб, клеїв тощо).

Пакування дрібного фасованого насіння (овочев, квітів, трав та інших культур) регулюється державними стандартами (наприклад, ДСТУ 6006:2008) та міжнародними нормами (ISTA, ISO 9001). Воно має забезпечувати захист насіння, збереження якості та відповідне маркування .

Основні види матеріалів:

- *Паперові пакети* (крафт-папір, ламінований папір) – екологічні, але потребують додаткової захисту від вологи.
- *Поліетиленові пакети* (ПЕТ, ПВХ) – добре захищають від вологи, але можуть створювати парниковий ефект.
- *Фольговані та металізовані плівки* – захищають від світла та вологи, зберігають насіння довше.
- *Комбіновані матеріали* (папір+ламінат, поліетилен+алюмінієва фольга) – найкращий варіант для тривалого зберігання.

8. Вимоги до розмірів мініпакетів (0,1-50г)

Розміри пакету залежать від кількості насіння.

Стандартні розміри (ширина × висота):

- *Мінімальні пакети* (0,1–2 г насіння): 50×70 мм, 60×90 мм.
- *Середні пакети* (2–10 г насіння): 70×100 мм, 80×120 мм.
- *Великі пакети* (10–50 г насіння): 90×130 мм, 100×150 мм.

Форма пакету може бути:

- *Плоска* – для дрібного насіння.
- *З фальцем (розширювана)* – для об'ємного насіння (горох, кукурудза).

Додатково можуть бути нанесені:

 QR-код для переходу на сайт виробника.

 Голограма або захисний код для боротьби з підробками.


9. Вимоги до друку та захисту упаковки


- Фарби, що використовуються, повинні бути безпечними та нетоксичними.


- Текст та зображення мають бути чіткими, стійкими до стирання та вологості.

- Можливість повторного закриття (застібки, клапани) потрібна для багаторазового використання.

10. Специфічні вимоги для різних видів насіння

 Дрібне насіння (петунія, лобелія) – пакування у багатошарові герметичні пакети або капсули.

 Велике насіння (соняшник, кукурудза) – міцні пакети із додатковим захистом.

 Чутливе до вологості насіння (базилік, салат) – фольговані пакети із силікагелем.

11. Розповсюдження ДФН

Ринок дрібно фасованого насіння в Україні є важливим сегментом аграрного сектору, обслуговуючи як дрібні фермерські господарства, так і приватні домогосподарства. Цей сегмент має свої особливості, тенденції та виклики.

Основні споживачі:

- *Фермерські господарства:* В Україні налічується понад 34 тисячі фермерських господарств, які використовують дрібно фасовані насіння для вирощування товарної сільськогосподарської продукції. pro-consulting.ua

- *Домогосподарства:* Приватні господарства населення активно використовують дрібно фасовані насіння для власних потреб, зокрема для вирощування овочів та квітів.

Тendenції ринку:

- *Зростання попиту на органічну продукцію:* Малі господарства все частіше віддають перевагу органічним добривам, використовуючи продукти жит.

Наукові дослідження у сфері маркетингу дрібно фасованого насіння в Україні є обмеженими, проте існують роботи, які розглядають суміжні аспекти цього ринку. Ось деякі ключові напрями та висновки таких досліджень:

Маркетингові стратегії та інновації:

У матеріалах XII Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів та послуг» обговорюються інноваційні підходи до управління асортиментом та якістю продукції, що є актуальним для виробників насіння.

Логістика та збут:

Дослідження, представлені на Всеукраїнській науково-практичній виставці.

Наукові дослідження у сфері маркетингу та логістики дрібно фасованого насіння в Україні є обмеженими, однак існують роботи, які аналізують суміжні аспекти цього ринку. У статті «Розвиток системи маркетингу продукції насінництва в Україні» досліджено сучасні проблеми маркетингу.

Для апробації технології сортування та фасування насіння в мініупаковки використовуються автоматичні і полуавтоматичні дозатори.

Наприклад, в насіннєвій лабораторії використовується ваговий дозатор для сипких продуктів в 1-25 (рис. 3.7). Випробування установки показало продуктивність 1000 упаковок за добу, що достатньо для запуску стартапу на виробництво 200 000 упаковок на рік.

Ваговий дозатор для сипких продуктів 1-25 г

Ваговий дозатор використовується для дозування та фасування сипких продуктів.

Може використовуватися для дозування чаю, кави, солі, перцю, цукру, насіння, фрукти, зерна, фармацевтичні препарати, порошки та інших сипких матеріалів.



Рис. 3.7 Експериментальна фасувальна установка

Також можлива робота з пакувальним автоматом.

Технічні характеристики:

Швидкість дозування: 10-25 разів/хв

Розміри (мінімальної комплектації): 38 × 32 × 52 см

Живлення: 220 В ± 10%, 50 ГЦ

Потужність: 15 Вт

Вага доз: 1-25 гр.

Точність: 0-0,3 гр. (залежно від матеріалу)

Вага встановлення: 12 кг

Досліджено пропозиції основних виробників упаковок в Україні.

Аналіз фірм-виробників упакування ДФН під час свого дослідження проводивши моніторинг інтернет магазинів 8 фірм актуальних із продажу упаковок для ДФН. Із них а саме:

1) Наша грядка (<https://nashagradka.com.ua>) яка продає упаковки паперові із розмірами

прикладі пакетів для фасування насіння розмір 115x175 мм



Рис. 3.8 Упаковка фірми «Наша-грядка»

Джерело: []

2) Фірма «Атоліс» (<https://attolis.ua/ua/envelopes/seed-pack>) продає пакети для фасування ДФН із розмірами 130x82мм формою і способом закривання конвертування

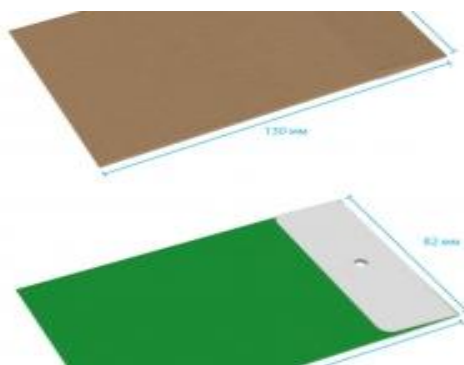


Рис. 3.9 Упаковка фірми «Атолісс»

Джерело:[33]

3)Фірма Аріс 9 <https://aris.ua/mahazyn-paketiv> продає упаковки докпак. Це стійкий фасувальний пакет із вбудованим гнучким дном, яке дозволяє пакету стояти навіть з легким продуктом. Пакет дой-пак в кілька разів легше і дешевше в складському зберіганні та при транспортуванні, ніж аналогічна за обсягом пластикова, скляна або жерстяна тара.



Рис. 3.10 Упаковка фірми « Аріс»

4)Фірма « Флора маркет» (<https://www.floramarket.ua/ua/paket>

продає упаковки паперового матеріалу для ДФН а саме таких розмірів: Європакет «стандарт 8x14 см»

• ЕВРОПАКЕТ "СТАНДАРТ" РОЗМІРОМ 8 X 14 CM

ЗАМОВИТИ ПАКЕТИ СТАНДАРТ



Рис. 3.11 Упаковка фірми «Флора маркет»

Європакет «Фермерський» розміром 12x16 см

• ЕВРОПАКЕТ "ФЕРМЕРСЬКИЙ" РОЗМІРОМ 12 X 16 CM

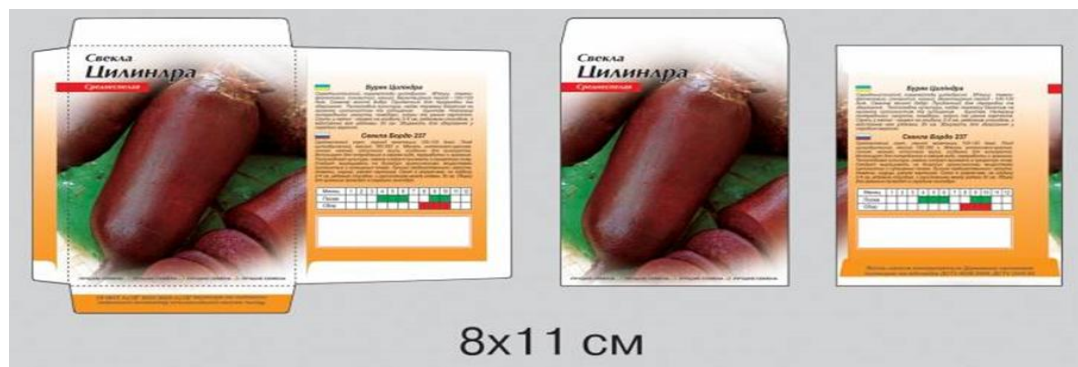
ЗАМОВИТИ ПАКЕТИ ФЕРМЕРСЬКІ



Рис. 3.12 Упаковка фірми «Флора маркет»

5) Фірма «Флора пресс» <https://flora-press.ub.ua/ua/>

продает паперові упаковки для ДФН розмірами 8x11 мм



8x11 см

Рис. 3.13 Упаковка фірми «Флора пресс»

Розміри - 09,5x12 мм



Рис. 3.14 Упаковка фірми « Флора прес»

6) Фірма Логогруп (<https://logogroup-polymers.com>) продає поліетиленові пакети із зіпзастіпкою, що дають змогу бачити насіння повноцінно при покупці. Розмірами: 60x80 та багато інших маючи великий асортимент.



Рис. 3.15 Упаковки фірми « Логогруп»

7) Фірма ng.ck. (<https://www.ng.ck.ua/>) продає упаковку паперового матеріалу для ДФН із розмірами



Рис. 3.16 Упаковка фірми « ng.ck.»

8) Фірма «Семена» (<https://semena-ua.com.ua/>) продає паперові упаковки для реалізації ДФН

Пакет для фасування насіння

Головна / Пакет для фасування насіння



Пакет для фасування насіння 11x17 овочі та квіти



Голандія



Маленький пакет 8x13

Рис. 3.17 Упаковка фірми «Семена»

Провівши дослідження по упаковкам для ДФН ми дослідили що сучасне упакування рухається вперед використовуючи паперові упаковки, з дотриманням і виготовленням європакетів. Кожна фірма надає свої розміри для виготовлення упаковки, а також фірма «Флора маркет» одна із 8 фірм приймає індивідуальне замовлення розмірів та дизайну упакування. Фірма «Логогроуп» використовує поліетиленові упаковки що дає змогу бачити ДФН під час покупки. Ця упаковка є із ЗПП-застібкою.

3.3. БІЗНЕС-ПЛАН ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ «ДРІБНОГО ФАСОВАНОГО НАСІННЯ (ОВОЧІВ, КВІТІВ, СПЕЦІЙ)»

. Резюме проєкту

Мета проєкту – створення середнього підприємства у Київській області для фасування та реалізації насіння овочів, квітів і спецій. Продукт поєднує інноваційне біоупакування, QR-коди для клієнтів та систему відстеження партій (traceability). Організація виробництва, фасування та продажу високоякісного насіння овочів, квітів та спецій у дрібні фасування (1–10 г) для роздрібного ринку, інтернет-продажів та малих фермерських господарств.

2. Опис компанії

Підприємство розташовується у Київській області, у зоні з розвинутою логістичною мережею.

Форма власності – ТОВ. Персонал – близько 15 осіб. Основна діяльність – вирощування, фасування та продаж насіння.

3. Продукт і технологія

Асортимент охоплює понад 60 видів насіння овочів, квітів і спецій.

- Насіння овочів (помідори, огірки, перець, салати, редис тощо).
- Насіння квітів (однорічні, багаторічні, декоративні трави).
- Насіння спецій та лікарських рослин (кріп, базилік, м'ята, чебрець).

Фасування: 1–10 г у герметичні, вологозахисні, екологічні пакети з QR-кодом для швидкого доступу до інструкцій.

Виробництво включає етапи очищення, калібрування, тестування схожості, фасування, маркування та пакування.

Особливості фасування:

- На упаковці: інформація про сорт, строк посіву, термін придатності.

Інноваційна складова

Інновації:

- Біорозкладне пакування з бар'єрним шаром.
- QR-коди для доступу до онлайн-каталогу та відеоінструкцій.
- Цифровий облік партій насіння.
- Можливість індивідуальних наборів (“Сад на балконі”, “Кухонні спеції”).
 - Система відстеження партій насіння (traceability) для контролю якості.
 - Можливість індивідуальних наборів насіння (“садок для балкона”, “спеції кухаря”, “медоносні квіти” тощо).

Інноваційна складова:

1. Використання смарт-пакування (з датою збору та умовами зберігання).
2. Онлайн-сервіс для замовлення персоналізованих наборів насіння.
3. Власна система контролю схожості насіння перед фасуванням.

5. Аналіз ринку

Аналіз ринку

- Ринок насіння в Україні оцінюється у понад 2 млрд грн/рік , із зростанням близько 10–12% щорічно .

- Попит на дрібнофасоване насіння зростає завдяки розвитку:

- міського садівництва (“city gardening”);
- онлайн-торгівлі;
- еко-тренду (“вирощуй сам”).

- Основні конкуренти: «Садиба центр», «Аеліта», «Сімко», «Сад і місто», проте вони зазвичай використовують традиційне пакування без цифрових рішень.

Перевага проекту: поєднання якісного насіння + інноваційна упаковка + цифровий супровід .

6. SWOT-аналіз

Сильні сторони: власна сировина, якість, інновації.

Слабкі сторони: потреба у початковому капіталі.

Можливості: експорт до ЄС, співпраця з онлайн-маркетплейсами.

Загрози: коливання цін на сировину, конкуренція з великими брендами.

7. Маркетингова стратегія

Цільові клієнти – приватні господарства, дачники, квіткові магазини, міні-ферми.

Канали збуту: власний сайт, маркетплейси (Rozetka, Prom.ua), садові центри.

Просування: SEO, реклама у соцмережах, програми лояльності, участь у виставках, контекстна реклама, сторінки з порадами садівникам

Цільова аудиторія:

- Домогосподарства, дачники, городники.
- Квіткові магазини, міні-ферми.
- Інтернет-користувачі, які вирощують рослини на балконі чи біля теплиці.

Канали збуту:

- Власний інтернет-магазин .
- Співпраця з садовими центрами та супермаркетами.
- Участь у виставках, агрофорумах, соцмережах (Instagram, Facebook, TikTok).
- Колаборації із блогерами-аграріями.

. План виробництва

Основні етапи:

1. Вирощування або закупівля сертифікованого насіння.
2. Перевірка якості та схожості
3. Автоматизоване фасування у дрібні пакети.
4. Пакування у транспортну тару.

Обладнання: фасувальна машина, принтер для QR-кодів, лінія запаювання, екоупаковка, маркування та запакування.

5.Зберігання, облік та доставка клієнтам.

Необхідне обладнання:

- Фасувальна машина (до 30 упаковок/хв).
- Принтер для QR-кодів та маркування.
- Вологозахисна лінія запаювання.
- Пакувальні матеріали (екоплівка, папір, етикетки).

9. Організаційна структура

Команда проекту:

- Керівник проекту.
- Технолог/агроном.
- Оператор фасувальної лінії.
- Дизайнер пакування.
- Маркетолог/SMM-менеджер.
- Менеджер із продажу / логіст.
- Бухгалтер

10. План реалізації

I етап (2025): запуск виробництва, тестові продажі.

II етап (2026): розширення асортименту, маркетплейси, стабільні поставки.

III етап (2027): експорт до ЄС, вихід на нові канали збуту.

11. Фінансовий план

Прогноз на 3 роки (тис. грн):

Рік 1 – дохід 1 500, витрати 850, прибуток 650.

Рік 2 – дохід 2 200, витрати 1 200, прибуток 1 000.

Рік 3 – дохід 3 000, витрати 1 500, прибуток 1 500.

ROI за 3 роки – понад 100%. Термін окупності – 1,5 року.

Фінансовий план (приклад розрахунків на 1 рік)

<i>Стаття витрат</i>	<i>Сума, грн</i>
Обладнання та фасувальна лінія	250 000
Закупівля насіння	150 000
Пакувальні матеріали	80 000
Зарплата персоналу	240 000
Маркетинг та реклама	100 000
Інші витрати	30 000
<i>Всього інвестицій</i>	<i>850 000</i>

Очікувані доходи:

- Продаж 100 000 упаковок за середньою ціною 15 грн. = 1 500 000 грн./рік
- Прибуток: близько 650 000 грн/рік .
- Термін окупності: 1,5-2 роки.

12. Розрахунок окупності

Точка беззбитковості досягається при продажу близько 60 000 упаковок на рік.

Прибутковість зростає з 43% до 50% протягом трьох років.

13. Ризики та шляхи мінімізації

Таблиця 3.1

Оцінка ризиків

Ризик	Ймовірність	Заходи мінімізації
Погодні коливання / нестабільність постачання	Середня	Диверсифікація постачальників
Зміна цін на сировину	Середня	Довгострокові контракти
Конкуренція	Висока	Інноваційність та персоналізація продукту
Зниження попиту	Низька	Розширення асортименту, онлайн-продажу

Джерело: Сформовано автором

Екологічний і соціальний ефект

- Екопакування знижує навантаження на довкілля.
- Популяризація самостійного вирощування.
- Створення робочих місць у регіоні.

Соціальний та екологічний ефект

- Популяризація екологічного садівництва .
- Зменшення використання пластику (екоупаковка).
- Підтримка локальних виробників насіння.
- Освітній вплив через онлайн-поради та відеоуроки.

15. План розвитку

2025 – вихід на ринок, 100 000 упаковок.

2026 – збільшення виробництва вдвічі, розширення асортименту.

2027 – експорт, власна лінія з виробництва пакувань.

16. Джерела фінансування

Власні кошти – 40%, кредит / інвестиції/гранти – 60%.

Можливе залучення державної підтримки для агробізнесу.

17. Висновки

Проект поєднує сучасні технології, екологічність і стабільну фінансову модель.

Його реалізація сприятиме розвитку місцевої економіки та сталого сільського господарства.

Динаміка доходів, витрат і прибутку за 2025–2027 рр.:

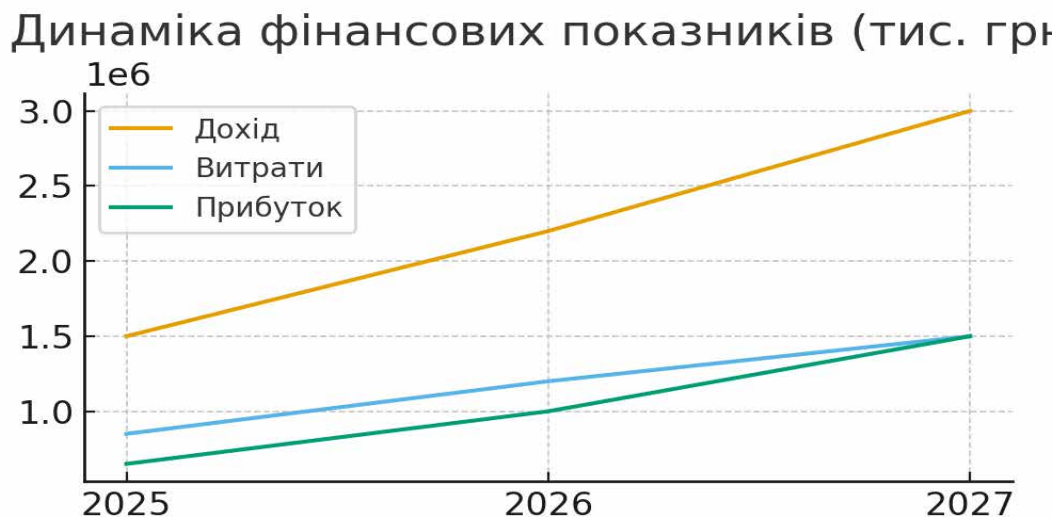


Рис. 3.18. Динаміка фінансових показників

Джерело: [11]

Проект “Дрібнофасоване насіння овочів, квітів та спецій” є економічно привабливим, екологічно орієнтованим та інноваційним бізнесом, який відповідає сучасним тенденціям ринку та має перспективу масштабування як на національному, так і міжнародному рівні.

Висновок до третього розділу

Розроблено модель бізнес-стартапу на прикладі провайдингу стартапу дрібного фасованого насіння на базі провайдерра Інститута інноваційної біоекономіки яка створює умови запуску виробництва торгової марки «Українська селекція» оригінального насіння аграрних наук. Відпрацьовано системи експорту дрібного насіння для ДФН. Створено лабораторії сучасним обладнанням відповідним вимогам стандартів і забезпечує весь спектр показників насіння під оригінальним дизайном за торговою маркою «Українська селекція»

Розроблено конструкцію та складові бізнес-плану стартапу дрібного фасованого насіння квітів, овочів, спецій для запуску практичної реалізації. Отримаючи позитивні рішення щодо фінансування стартапу в обсязі 100 тис. у.о

ВИСНОВКИ

Сектор дрібного фасованого насіння сьогодні працює по тіньовим схемам, що дає збитку і іміджу оригінаторам насіння і для споживачів насіння сільського населення. Обґрунтовано теоретико-методологічні підходи до управління інноваційною діяльністю в аграрній сфері.

Розкрито роль інновацій у період воєнних та післявоєнних трансформацій економіки, визначено значення провайдерів інновацій — зокрема Інституту інноваційної біоекономіки — у забезпеченні ефективного трансферу технологій, комерціалізації наукових розробок та формуванні ринково орієнтованої інфраструктури розвитку. Проаналізовані моделі та системи інноваційного менеджменту підтвердили, що сучасні аграрні підприємства потребують гнучких механізмів впровадження проривних технологій.

Створена методологія забезпечення, проведено аналіз розроблення моделі і механізму і дозволяє запуснути трансфер дрібного фасованого насіння в інтересах насіння в першу чергу наукових установ і їх ліцензійних партнерів на ринок продажу. Проаналізовано формування та розвиток ринку насіння України, визначено його ключові проблеми — контрафакт, недосконалість комерційних схем, порушення технологічних стандартів та відсутність системності в сегменті дрібнофасованого насіння.

Дослідження інноваційних технологій сучасного насінництва показало, що галузь має значний потенціал розвитку за умов упровадження механізмів контролю якості та модернізації виробничих процесів. Розроблена методика дослідження дрібнофасованого сегмента дозволила ідентифікувати особливості ринку, цінні діапазони та поведінку споживачів.

Найбільш ефективно досягнення шляхом ринкової адаптивної моделі управління інноваційною діяльністю установи наукового консалтингу Інституту інноваційної біоекономіки. сформовано стартап із виробництва та реалізації дрібного фасованого насіння під торговою маркою «Українська селекція». Розроблено бізнес-модель, організаційну схему трансферу інновацій, систему

сертифікації, пакування та логістики. Представлено бізнес-план, що підтверджує високу рентабельність, швидку окупність (1,5–2 роки) та перспективність масштабування проєкту.

Магістерська кваліфікаційна робота комплексно розкриває теоретичні, аналітичні та практичні аспекти управління інноваційною діяльністю аграрного підприємства. Визначено принципи інноваційного менеджменту, проблематику ринку насіння та розроблено стартап-проєкт «Українська селекція». Робота підтверджує, що інноваційна діяльність є ключовим фактором сталого розвитку аграрних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Савицький Е.Е. «Інноваційні технології в аграрній сфері: сутність, класифікація та українські реалії». Економіка АПК, 2014, № 2, с.110-115.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40–IV [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу: // www.rada.gov.ua.
3. Кот О.В. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку аграрного сектору економіки та його організаційно-економічне забезпечення. Проблеми науки.2008.- № 9.- с.30-37
4. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011, № 3715–VI [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу: // www.rada.gov.ua.
5. Володін С.А. Технологічна платформа «Агротехнополіс» інноваційного розвитку наукоємної сфери АПК. Економіка АПК,2016 № 5 с.15-22
6. Витвицька О., Володін С., Талавиря М., Теслюк В., Дорошкевич К., Александров Д. Розвиток сільськогосподарської науки на платформі інноваційної біоекономіки. Financial and credit activity: problems of theory and practice. Volume 5 (58), 2024.p. 421-435.
7. Володін С.А. Стимулювання виробництва нішевих культур в Україні на основі фастплант-технологій. Економіка АПК,2021. № 2 с. 82-91
8. Захарчук О.В., Жемойда В. Л., Спряжка Р.О., Макарчук О.С. Ринок сортів і насіння. Навчальний посібник, Київ , 2024, с. 14-256
9. Демьяненко Б. С. Маркетингові стратегії стимулювання попиту в торгівлі насінням. Науковий вісник Ужгородського національного університету, випуск 7, частина 1, 2016
10. Володін С.А., НААН України Концепція реорганізації та розвитку Інституту інноваційної біоекономіки, Офіційний сайт <http://www.iipnaan.com.ua>
с. 8

11. Володін С.А «Інститут інноваційної біоекономіки», Офіційний сайт <http://www.iipnaan.com.ua>
12. Володін С.А. НААН України, Інститут інноваційної біоекономіки, Концепція реорганізації та розвитку Центру експертизи і оцінки «Інсайдер»
13. Володін С.А., Витвицька О.Д., Кондрат О.Б., (2024). Інноваційна платформа аграрної сфери. *Development Service Industry Management*, (1), 234–241. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(34\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(34))
14. Volodin S., Zikranets M. Innovative system of agrarian science Academic platform Innovative activity and consulting: collective monograph/ by general ed. Doctor of Economics, Professor Vytvytska O.D. Kyiv: LLC "AGRAR MEDIA GROUP", 2024. pp. 21-51.
15. Володін С.А., Витвицька О.Д., Вишнівська Б.В. Інноваційна бізнес-платформа «Українська селекція». Комерціалізація інновацій в умовах Індустрії 4.0 : монографія / за заг. ред. Л. Ю. Сагер. Суми: Сумський державний університет, 2023. 385 с. С.53-61 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/93474>
16. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України: монографія / В.М. Геєць, В.П. Семиноженко. Харків: Константа, 2006. 272 с.
17. . Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text>
18. Статистичний збірник: Наукова та інноваційна діяльність України. 2023 рік. К.: Державна служба статистики України, 2023. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
19. Федоренко В. Г. Інноваційна і інвестиційна стратегія України. *Економіка та держава*. 2003. № 8. С. 16–27.
20. Кузьмін О.Є. Удосконалення методу визначення ефективності інвестиційних та інноваційних проектів на засадах чистої теперішньої вартості / О. Є. Кузьмін, І. Б. Скворцов, Д. І. Скворцов // Проблеми науки. 2011. № 1. С. 16-20.
21. Судук О.Ю., Щербакова А.С. Креативність як основа розвитку інновацій та запорука успіху при створенні та реалізації стартап-проектів. Вісник

- Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. 2021. Вип. 2. С. 223-230. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnuvgr_ekon_2021_2_22
22. Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи: колективна монографія / Дніпропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара ; за заг. ред. Т. В. Гринько. Дн-ськ: Біла К.О., 2016. 504 с.
23. Тацій І.В., Сафронська І.М., Водяник Р.В. Дослідження факторів, що забезпечують стійкість підприємства під час реалізації інноваційних стратегій. Вісник економічної науки України. 2022. № 2. С. 119-123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2022_2_17
24. Трохимець О.І., Гальцова О.Л., Гнатенко І.А. Сутність інновацій та інноваційного підприємництва за умов зміни споживчих переваг та маркетингової поведінки підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2021. № 5. С. 40-45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2021_5_8
25. Формування системи інноваційного маркетингу підприємств. С. В. Маловичко [та ін.]; Донец. нац. ун-т економіки та торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Кр. Ріг: Чернявський Д.О., 2016. 215 с.
26. Фукс К.В. Особливості маркетингу стартапу крізь його життєвий цикл. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2023. Вип. 2. С. 47-52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/схеебу_2023_2_10
27. 1. Витвицька, О., Калюга, Є., Володін, С., Рембилас, Р., Боднар, О., & Гришук, Г. (2023). Оподаткування в складі облікової політики малих підприємств. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 6(53), 70–81. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4162>
28. Володін С.А., Витвицька О.Д., Кондрат О.Б., (2024). Інноваційна платформа аграрної сфери. *Development Service Industry Management*, (1), 234–241. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(34\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(34))
29. Volodin S., Zikranets M. Innovative system of agrarian science Academic platform Innovative activity and consulting: collective monograph/ by general ed.

Doctor of Economics, Professor Vytvytska O.D. Kyiv: LLC "AGRAR MEDIA GROUP", 2024. pp. 21-51.

30. Володін С., Зікранець М. Платформа трансферу інновацій «Українська селекція» матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційна діяльність та консалтинг у викликах сьогодення». К. 2024. С.13-19

31. Sergiy Volodin, **Mykola Zikranets**. Innovative platform of Agricultural science матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток біоенергетичного потенціалу в сільському господарстві» К.2024. р.49-51

32. Volodin S., **Zikranets M**. Innovative system of agrarian science Academic platform Innovative activity and consulting: collective monograph/ by general ed. Doctor of Economics, Professor Vytvytska O.D. Kyiv: LLC "AGRAR MEDIA GROUP", 2024. pp. 21-51.

33. Володін С.А., Витвицька О.Д., Вишнівська Б.В. Інноваційна бізнес-платформа «Українська селекція». Комерціалізація інновацій в умовах Індустрії 4.0 : монографія / за заг. ред. Л. Ю. Сагер. Суми: Сумський державний університет, 2023. 385 с. С.53-

61 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/93474>

ДОДАТКИ

Б.1

Маркетплейси

№ Хіт	№ м/п	Назва	Сайт	Тип	Умови	Тел.	Email	Примітки
1	1	OLX	https://www.olx.ua/		30 грн			
2	2	Obyava	https://obyava.ua/		беспл.			
3	3	Prom	https://prom.ua/		платн.			
4	4	Ria	https://www.ria.com/uk/		беспл			
5	5	Bazarok	https://www.bazarok.ua/		80 грн			
6	6	Flagma	https://flagma.ua/uk/					
7	7	Besplatka	https://besplatka.ua/		70 грн			
8	8	Agro	https://agro-ukraine.com/ua/		беспл			
9	9	IZI	https://izi.ua/					
10	10	Bazar	https://bazar.ua/uk/		беспл			
11	11	Ogolosha	https://ogolosha.ua/uk/		беспл			
12	12	Ukrgo	http://ukrgo.com/		беспл			
13	13	BuySell	http://buysell.com.ua/		беспл			
14	14	Teremok	https://teremok.org.ua/		беспл			
15	15	Ukrainebaz	https://ukrainebazar.com/		беспл			
16	16	Takisale	https://taki.sale/uk/		беспл			
17	17	Board	https://www.board.com.ua/		беспл			
18	18	Ukrmarket	https://ukrmarket.net/uk/		беспл			
19	19	Ryinok	https://ryinok.com.ua/		беспл			
20	20	Prod	https://prod.ua/uk/					
21	21	Place	https://place.ua/uk/					
22	22	board	http://board.i.ua/					
23	23	Agrotender	https://agrotender.com.ua/					
24	24	Produa	https://produkraine.org/		беспл			
26	26	Agrotorg	https://agrotorg.net/ua/		беспл			
27	27	Apkua	https://apkua.com/ru/		беспл			

Інтернет-магазини

№ Хіт	№ пф/с	Назва	Сайт	Тип	Умови	Тел.	Email	Примітки
1	1	Епіцентр	https://epicentrk.ua/	-				
2	2	Сільпо	https://silpo.ua/					
3	3	АТБ	https://www.atbmarket.com/uk					
4	4	Метро	https://www.metro.ua/					
5	5	Rozetka	https://rozetka.com.ua/ua/					
6	6	Ек	https://ek.ua/ua/					
7	7	Agronizer	https://agronizer.ua/ru/					
8	8	Agromarket	https://agro-market.net/ua/					
9	9	Megasad	https://megasad.net/ua/					
10	10	Vesnodar	https://vesnodar.com.ua/					

11	11	Vseroste	https://vseroste.com.ua/					
12	12	Bigl	https://bigl.ua/ua/					
13	13	Plod	https://plod.net.ua/ua/					
14	14	Svitroslyn	https://svitroslyn.ua/ua/					
15	15	Freshmart	https://freshmart.com.ua/uk/					
16	16	Bubochka	https://bubochka.ua/ua/					
17	17	Redberry	https://redberry.kiev.ua/					
18	18	Dobrodar	https://dobrodar.ua/					
19	19	DimSad	https://dimsadhorod.com.ua/ua/					
20	20	Agrostore	https://agro-store.com.ua/					

21	21	Zakupka	https://zakupka.com/uk/					
22	22	Kloomba	https://kloomba.com/					
23	23	Kabanchik	https://kabanchik.ua/					
24	24	Semena	https://semena.cc/					
25	25	Agrolife	https://agrolife.ua/					
26	26	Pomidorka	https://pomidorka.com.ua/					
27	27	10sotok	https://10sotok.com.ua/					
28	28	Gryadka	https://gryadka.ua/					
29	29	Agro-yakist	https://agro-yakist.com.ua/					
30	30	Semena-zhanna	https://www.semena-zhanna.com.ua/					

31	31	Agriks	https://agriks.com.ua/					
32	32	Ашан	https://express.auchan.ua/					
33	33	Професійне насіння	https://semena.in.ua/					
34	34	Яскрава	https://yaskrava.com.ua/					
35	35	Семена	https://semena.cc/					

Реєстр насіння овочів стартапу ДФН

	Назва		Назва		Назва
1	Помідори	8.3	Шміт	14.1	Кушові
1.1	Круглі	8.4	Батун	14.2	парасолькові
1.2	Сливові	8.5	шалот	15	Базилік
1.3	Черрі	9	Часник	15.1	Овальні листя
1.4	біфштекс	9.1	Озимий	15.2	Опуклі листя
1.5	серцеподібні	9.2	ярий	15.3	Гладенькі листя
2	Перець солодкий	9.3	Стрілкуючі	16	Гірчиця салатна
2.1	Кубоподібні	9.4	Нестрілкуючі	16.1	Гладке листя
2.2	Конусоподібні	9.5	Великі головки	16.2	Хвилясті листя
2.3	Плоский	10	Буряк столовий	17	Рукола
2.4	Тупокінцеві	10.1	Округлі червоні	17.1	Зубчасті листки
2.5	прямовигнуті	10.2	Округлі білі	17.2	Лопатеві листки
3	Перець гіркий	10.3	Червоні	17.3	Тонколистне (дика)
3.1	Конусоподібні	10.4	Циліндрично білі	17.4	Овальні листки
3.2	Кубоподібні	10.5	Плоский	18	Кінза
3.3	Довгі	11	Морква	18.1	Перисто-розсічене листя
3.4	Яйцеподібні	11.1	Циліндрична	18.2	Широкопльасте листя
3.5	незвичайні	11.2	Конічна	18.3	Крупно-розсічене листя
4	Баклажани	11.3	Коротка	19	Гарбуз
4.1	Грушоподібні	11.4	Довга	19.1	Округлий
4.2	Циліндричні	11.5	кругла	19.2	Плоский
4.3	Кулясті	12	редиска	19.3	циліндричний
4.4	витягнуті	12.1	Округла	19.4	подовжений
5	Огірки	12.2	Овальна	19.5	зворотнойцеподібний
5.1	Бджолозапильні	12.3	Подовжена	20	Дня
5.2	Самозапильні	12.4	циліндрична	20.1	Округла
5.3	горбисті	12.5	редька	20.2	подовжена
5.4	Гладенькі	12.6	Кругла	21	кавун
5.5	циліндричні	12.7	Конічна	21.1	Кулясті
5.6	веретеноподібні	12.8	циліндрична	21.2	овальні
5.7	яйцеподібні	12.9	овальна	21.3	Довгасті
6	Кабачок	12.10	пастернак	21.4	сплющені
6.1	Кушові	12.11	Видовжений	22	спаржа
6.2	Кулясті	12.13	Округлі білі	22.1	Зелена
6.3	Циліндричні	12.14	Петрушка	22.2	біла
6.4	Дископодібні	12.15	Коренева	22.3	фіолетова
7	капуста	12.16	листова	23	горох
7.1	Білокачанна 1	12.17	Хрін	23.1	Луцильний
7.2	Білокачанна 2	12.18	циліндричний	23.2	цукровий
7.3	Червонокачанна	12.19	Білий з горбками	23.3	мозковий
7.4	Савойська	13	Салати		
7.5	Пекінська	13.1	Качані		
7.6	цвітна	13.2	листові		
8	Цибуля	13.3	Капустяні		
8.1	Ріпчаста	13.4	пряні		
8.2	порей	14	Кріп		

Аналіз оптових цін

№ з/п	назва рубрики	ІОБ		bubochka 2.16		vesnodar 2.10		semena 2.24		agrolife 2.25		Prom1.3	
		кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна
1	12	21	22	31	32	41	42	51	52	61	62	71	72
1	Помідори												
1.1	круглі	250000	3000	500	1430	1000	840	1000	1917	1000	791	250000	3500
1.2	сливові			1000	1590	1000	705	1000	717	1000	914		
1.3	черрі			1000	973	1000	1374	500	632	1000	1718	120	12
1.4	біфштекс (крупн.)												
1.5	серцеподібні			100	35					1000	6853		
2	Перець солодкий												
2.1	кубоподібні			500	1114	500	1780	1000	3549	500	1493	250000	3600
2.2	конусоподібні	160000	3500	500	865	500	592	1000	1764	1000	3621	250000	3600
2.3	плоский					500	1248			500	919		
2.4	тупокінцеві												
2.5	прямовигнуті												
3	Перець гіркий												
3.1	конусоподібні			500	1027	500	1253	1000	2585	500	1418	250000	3600
3.2	кубоподібні												
3.3	довгі					500	1384	1000	628				
3.4	яйцеподібні												
3.5	незвичайні												
4	Баклажани												
4.1	грушоподібні					500	1112	1000	1187	500	1037		
4.2	циліндричні	240000	3000			100	1410	1000	1784	500	733		
4.3	кулясті					1000	5191	1000	4736	1000	5178		

9.1	озимий												
9.2	ярий												
9.3	стрілкуючі												
9.4	нестрілкуючі												
9.5	великі головки												
10	Буряк столовий												
10.1	округлі червоні	40000	550	750	55	750	123	5000	337	10000	646	1200	40
10.2	округлі білі												
10.3	циліндрично червоні	40000	550	10000	637	750	69	5000	347	50000	3256	50000	281
10.4	циліндрично білі												
10.5	плоский							10000	1316	25000	1131	6000	40
11	Морква												
11.1	циліндрична	700000	700	700	30	400	32	25000	1141	25000	950	700000	320
11.2	конічна	700000	800	400	25	1000	71	1000	80	200000	10991	700000	320
11.3	коротка												
11.4	довга									350000	1278	700000	320
11.5	кругла												
12	Редиска												
12.1	округла					500	38	10000	774	10000	522	8000	54
12.2	овальна	90000	500										
12.3	подовжена												
12.4	циліндрична					25000	2400	1000	108	25000	2250	90000	648
12.5	Редька												
12.6	кругла	100000	500					1000	144	500	88		
12.7	конічна									10000	988		
12.8	циліндрична					10000	819	10000	3714	1000	127		
12.9	овальна							1000	144	1000	127		
12.10	Пастернак												
12.11	видовжений									2000	121	200	6

Діапазон вартості 1шт. насіння за оптовими цінами

№ з/п	назва рубрики	ІОБ			bubochka 2.16			vesnodar 2.10			semena 2.24		
		кіл-ть	ціна	вартість	кіл-ть	ціна	вартість	кіл-ть	ціна		кіл-ть	ціна	
1	12	21	22		31	32		41	42		51	52	
1	Помідори												
1.1	круглі	250000	3000	0,012	500	1430	2,860	1000	840	0,84	1000	1917	1,917
1.2	сливові				1000	1590	1,590	1000	705	0,705	1000	717	0,717
1.3	черрі				1000	973	0,973	1000	1374	1,374	500	632	1,264
1.4	біфштек (крупн.)												
1.5	серцеподібні				100	35	0,350						
2	Перець солодкий												
2.1	кубоподібні				500	1114	2,228	500	1780	3,56	1000	3549	3,549
2.2	конусоподібні	160000	3500	0,022	500	865	1,730	500	592	1,184	1000	1764	1,764
2.3	плоский							500	1248	2,496			
2.4	тупокінцеві												
2.5	прямовигнуті												
3	Перець гіркий												
3.1	конусоподібні				500	1027	2,054	500	1253	2,506	1000	2585	2,585
3.2	кубоподібні												
3.3	довгі							500	1384	2,768	1000	628	0,628
3.4	яйцеподібні												
3.5	незвичайні												
4	Баклажани												
4.1	грушоподібні							500	1112	2,224	1000	1187	1,187
4.2	циліндричні	240000	3000	0,013				100	1410	14,1	1000	1784	1,784
4.3	кулясті							1000	5191	5,191	1000	4736	4,736
4.4	витагнуті				1000	1035	1,035	1000	1410	1,41	1000	1784	1,784

Аналіз роздрібних цін

№ з/п	назва рубрики	ІОБ		bubochka 2.16		vesnodar 2.10		semena 2.24		agrolife 2.25		Prom1.3	
		кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна	кіл-ть	ціна
1	12	21	22	31	32	41	42	51	52	61	62	71	72
1	Помідори												
1.1	круглі	250000	3000	500	1430	1000	840	1000	1917	1000	791	250000	3500
1.2	сливові			1000	1590	1000	705	1000	717	1000	914		
1.3	черрі			1000	973	1000	1374	500	632	1000	1718	120	12
1.4	біфштек (крупн.)												
1.5	серцеподібні			100	35					1000	6853		
2	Перець солодкий												
2.1	кубоподібні			500	1114	500	1780	1000	3549	500	1493	250000	3600
2.2	конусоподібні	160000	3500	500	865	500	592	1000	1764	1000	3621	250000	3600
2.3	плоский					500	1248			500	919		
2.4	тупокінцеві												
2.5	прямовигнуті												
3	Перець гіркий												
3.1	конусоподібні			500	1027	500	1253	1000	2585	500	1418	250000	3600
3.2	кубоподібні												
3.3	довгі					500	1384	1000	628				
3.4	яйцеподібні												
3.5	незвичайні												
4	Баклажани												
4.1	грушоподібні					500	1112	1000	1187	500	1037		
4.2	циліндричні	240000	3000			100	1410	1000	1784	500	733		
4.3	кулясті					1000	5191	1000	4736	1000	5178		

9.1	озимий												
9.2	ярий												
9.3	стрілкуючі												
9.4	нестрілкуючі												
9.5	великі головки												
10	Буряк столовий												
10.1	округлі червоні	40000	550	750	55	750	123	5000	337	10000	646	1200	40
10.2	округлі білі												
10.3	циліндрично червоні	40000	550	10000	637	750	69	5000	347	50000	3256	50000	281
10.4	циліндрично білі												
10.5	плоский							10000	1316	25000	1131	6000	40
11	Морква												
11.1	циліндрична	700000	700	700	30	400	32	25000	1141	25000	950	700000	320
11.2	конічна	700000	800	400	25	1000	71	1000	80	200000	10991	700000	320
11.3	коротка												
11.4	довга									350000	1278	700000	320
11.5	кругла												
12	Редиска												
12.1	округла					500	38	10000	774	10000	522	8000	54
12.2	овальна	90000	500										
12.3	подовжена												
12.4	циліндрична					25000	2400	1000	108	25000	2250	90000	648
12.5	Редька												
12.6	кругла	100000	500					1000	144	500	88		
12.7	конічна									10000	988		
12.8	циліндрична					10000	819	10000	3714	1000	127		
12.9	овальна							1000	144	1000	127		
12.10	Пастернак												
12.11	видовжений									2000	121	200	6

Б.7

Діапазон вартості 1 шт. насіння за роздрібними цінами

№ з/п	назва рубрики	Епіцентр			Сільпо			Ашан			Професійне насіння		
		кіл-ть	ціна	вартість	кіл-ть	ціна	вартість	кіл-ть	ціна	вартість	кіл-ть	ціна	вартість
1	12	31	32	33	41	42	43	51	52	53	61	62	63
1	Помідори												
1.1	круглі	25	10	0,400	75	8	0,107	25	12	0,480	10	47	4,700
1.2	сливові	20	20	1,000	25	10	0,400	25	10	0,400	10	31	3,100
1.3	черрі	20	35	1,750	75	7	0,093	25	10	0,400	8	53	6,625
1.4	біфштекс (крупноплідні)	10	45	4,500	25	10	0,400	25	7	0,280	10	30	3,000
1.5	серцеподібні	25	10	0,400	25	10	0,400	75	6	0,080	50		0,000
2	Перець солодкий												
2.1	кубоподібні	39	12	0,308	39	13	0,333	39	14	0,359	39	7	0,179
2.2	конусоподібні	8	24	3,000				39	14	0,359	39	6	0,154
2.3	плоский												
2.4	тупокінцеві												
2.5	прямовигнуті												
3	Перець гіркий												
3.1	конусоподібні	30	12	0,400	39	10	0,256	25	6	0,240	39	6	0,154
3.2	кубоподібні												
3.3	довгі	33	12	0,364	39	8	0,205	30	14	0,467	10	31	3,100
3.4	яйцеподібні												
3.5	незвичайні												
4	Баклажани												
4.1	грушоподібні	30	32	1,067	600	10	0,017				30	37	1,233
4.2	циліндричні	50	10	0,200	100	8	0,080				100	7	0,070
4.3	кулясті	40	13	0,325							100	7	0,070

9.1	озимий												
9.2	ярий												
9.3	стрілкуючі												
9.4	нестрілкуючі												
9.5	великі головки												
10	Буряк столовий												
10.1	округлі червоні	150	86	0,573	1000	17	0,017	150	11	0,073	150	6	0,040
10.2	округлі білі												
10.3	циліндрично червоні	150	37	0,247	1000	17	0,017	150	10	0,067	150	6	0,040
10.4	циліндрично білі												
10.5	плоский	500	22	0,044				150	5	0,033	150	6	0,040
11	Морква												
11.1	циліндрична	1000	10	0,010	9000	38	0,004	6000	19	0,003	700	8	0,011
11.2	конічна	500	9	0,018	9000	38	0,004	6000	30	0,005	350	47	0,134
11.3	коротка												
11.4	довга												
11.5	кругла												
12	Редиска												
12.1	округла	160	27	0,169	800	35	0,044	160	12	0,075	270	31	0,115
12.2	овальна												
12.3	подовжена												
12.4	циліндрична	270	10	0,037	1600	35	0,022	1350	21	0,016	270	13	0,048
12.5	Редька												
12.6	кругла	100	22	0,220	240	8	0,033	200	11	0,055	200	11	0,055
12.7	конічна	200	12	0,060				200	12	0,060	240	5	0,021
12.8	циліндрична	20	30	1,500	200	9	0,045	200	11	0,055	20	10	0,500
12.9	овальна	200	10	0,050									
12.10	Пастернак												
12.11	видовжений	200	11	0,055				2750	35	0,013	200	8	0,040

В.1





Лабораторія ІІБ

Джерело: [11]



Лабораторія ІІБ

Джерело: [11]





**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**Інститут овочівництва і баштанництва
Національної академії аграрних наук України**

Україна 62478, вул. Інститутська 1, сел. Селекційне,
Харківського району, Харківської області, Тел./факс (057) 748 91 91
e-mail: ovoch.lob@gmail.com, www.ovoch.com



**ОГІРОК
СМАК F1**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



Огірок СМАК F1

Селекції ІОБ НААН. Вегетаційний період 42 – 45 діб. Плід видовженоовальний, масою 95 г. Для споживання у свіжому вигляді і консервування. Стійкий до хвороб. Урожайність 33-34 т/га. Смакові якості – 4,5 бала.

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Сівба												
Збір врожаю												

■ - сівба на розсаду ■ - сівба у ґрунт /садіння розсади

Норма висіву – 0,5 г/м². Глибина сівби – 2-5 см. Ширина міжрядь – 70 см, Відстань між рослинами 15-20 см або за схемою (90+50) x (15-20)

Сортів та посівні якості насіння відповідають вимогам ДСТУ 4138-2002 і ДСТУ 9150-2010
Якість насіння перевірено. Державною насінневою інспекцією та Державною інспекцією з карантину рослин

Кількість насіння	№ партії	Використати до



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**ІНСТИТУТ САДІВНИЦТВА
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ АГРАРНИХ НАУК УКРАЇНИ**

Україна, Київ – 03027, Новосілки, вул. Садова, 23
Тел. (044) 526 65 48, e-mail: sad-snstytut@ukr.net



**Перець солодкий
БУРШТИН F1**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



**Гібрид перцю солодкого
БУРШТИН F1**

Гібрид ранньостиглий, до технічної стиглості 100-105 діб, до біологічної стиглості 110-120 діб, інтенсивного типу, добре зав'язує плоди при стресових абіотичних факторах, добре реагує на внесення добрив. Продуктивність 6,2 кг/м². Куц компактний, середньорослий, середньооблистяний. Плоди масою 100-120 г, кубоподібної форми, товщина перикарпію 8-10 мм. Смакові якості добрі, має високі біохімічні показники.

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Посів												
Цвітіння												

■ - сівба на розсаду ■ - сівба у ґрунт /садіння розсади

Норма висіву – ___ г/м². Глибина сівби – ___ см. Ширина міжрядь – ___ см, Відстань між рослинами ___ см або за схемою (90+50) x (15-20)

Сортів та посівні якості насіння відповідають вимогам ДСТУ 4138-2002 і ДСТУ 9150-2010
Якість насіння перевірено. Державною насінневою інспекцією та Державною інспекцією з карантину рослин

Вага (г)	№ партії	Придатне до (рік)

B.5



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**Перець солодкий
СЯЙВО**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**





**ІНСТИТУТ САДІВНИЦТВА
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ АГРАРНИХ НАУК УКРАЇНИ**

Україна, Київ – 03027, Новосілки, вул. Садова, 23
Тел. (044) 526 65 48, e-mail: sad-snsstitut@ukr.net

Перець солодкий СЯЙВО

Сорт ранньостиглий, високоврожайний, стійкий до верхньої гнилі та опіків. Період плодоношення 55-60 днів. Плоди досягають стиглості одночасно, не розтріскуються.

Рослина індетермінантного типу, бажано формувати у 2-3 стебла. Продуктивність сорту 10,3 кг/м².

Плоди середнього розміру, масою 125 г, конусоподібної форми, довжиною 15-20 см, в технічну стиглість – темно-зелені, стиглі – темно-червоні. Смакові якості відмінні, має високі біохімічні показники. Транспортальний, зберігає товарний вигляд.

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Посів												
Цвітіння												

■ - сімба на розсаду ■ - сімба у ґрунт /садіння розсади

Норма висіву – ___ г/м². Глибина сіви – ___ см. Ширина міжрядь – ___ см,
Відстань між рослинами ___ см або за схемою (90+50) x (15-20)

Сортові та посівні якості насіння відповідають вимогам
 ДСТУ 4138-2002 і ДСТУ 9150-2010
 Якість насіння перевірено. Державною насінневою інспекцією та
 Державною інспекцією з карантину рослин

Вага (г)	№ партії	Придатне до (рік)



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**АСТРА
АНАСТАСІЯ**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**





**ІНСТИТУТ САДІВНИЦТВА
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ АГРАРНИХ НАУК УКРАЇНИ**

Україна, Київ – 27, Новосілки,
Тел. (044) 266 65 97, 266 11 86
e-mail:

**АСТРА
АНАСТАСІЯ**

Сорт пізнього строку цвітіння. Сортотип півопілодібна. Стійкий до несприятливих погодних умов і фузаріозу. Рослина висотою 60-65 см, шириною 30 см, компактна, колоноподібна, дуже міцна. Гілок I порядку 4-5. Квітконосні міцні, завдовжки 40-45 см.

Цвітіння починається наприкінці II декади серпня. Призначення універсальне.

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Посів												
Цвітіння												

Вага (г)	№ партії	Придатне до (рік)



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**Національний науковий центр
«Інститут землеробства НААН»**

08162, вул. Машинобудівників 2-Б, смт. Чабани,
Києво-Святошинський район, Київська область Україна
e-mail: iznaan@ukr.net



**ГІРЧИЦЯ
БІЛА**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



ГІРЧИЦЯ БІЛА

Гірчиця біла (*Sinapis alba*) — вид однорічних трав'янистих рослин. Однорічна рослина заввишки 25-100 см. Висота залежить від опадів на момент росту. Стебла в неї жорстковолосисті, іноді майже голі, прямостоячі, угорі розгалужені. Квітки блідо-жовті або білі, зібрані в багатоквіткове (25-100 квіток) кистеподібне суцвіття. Квітконіжки при плоді горизонтально відхилені, рідше висхідні, 0,8-1,3 см завдовжки. Гірчиця біла запилюється комахами. Плід — стручок, заповнений дрібним, круглим насінням світло-жовтого кольору. Стручки прямі або зігнуті, грубі, горбкуваті, зазвичай покриті жорсткими відстовбурченими волосками, 2-4 см завдовжки, з плоским мечоподібним носиком. Цвіте у червні — липні. Плоди дозрівають в серпні.

Завдяки ефірному маслу, що входить до її складу, гірчиця відлякує шкідників і пригнічує розвиток грибкових хвороб (в т.ч. парші, гнилі, чорної ніжки);

Загорнута в ґрунт гірчиця виступає в якості зеленого добрива, збагачує землю потрібними для рослин сполуками;

Коріння, що залишилося в ґрунті, стане їжею для дощових черв'яків, покращиться аерація ґрунту і його структура;

Завдяки швидкому росту гірчиця пригнічує розвиток бур'янів: їм не вистачає світла, місця та вологи для росту;

ґрунт надійно захищений від ерозії та пересихання;

Створюються сприятливі умови для корисної ґрунтової мікрофлори;

Висаджена під зиму гірчиця добре утримує сніг.

Сортові та посівні якості насіння відповідають вимогам ДСТУ 4138-2002 і ДСТУ 9150-2010
Якість насіння перевірено. Державною насінневою інспекцією та Державною інспекцією з карантину рослин

Кількість насіння	№ партії	Використати до



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**Інститут біоенергетичних культур і
цукрових буряків**

Україна 03110, м. Київ, вул. Клінічна, 25
e-mail: sugarbeet@ukr.net



**КВАСОЛЯ
«Білосніжка»**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



**КВАСОЛЯ ЗВИЧАЙНА
сорту «БІЛОСНІЖКА»**

Квасоля — це однорічна бобова культура, відома і популярна у всьому світі. Вона знайшла своє значне місце в кулінарії, її використовують для приготування різних традиційних страв багатьох країн. Квасоля - це одне з найкращих джерел рослинного білка, який тільки можна порівняти з м'ясом і молочними продуктами, багате вітамінами E і C.

Корисні властивості квасолі на цьому не обмежуються, вона є ще хорошим покращувачем ґрунту, збагачує її азотом. Висаджування насіння квасолі з іншими культурами, допомагає позбутися багатьох шкідників.

Квасоля звичайна сорту «Білосніжка» - середньостигла, зерна білі, плескато-округлі. Сорт врожайний, смачний, добре розварюється.

Урожайність зерна (за стандартної вологості 14%) - 2,1 т/га; висота прикріплення нижнього бобу - 19 см; тривалість вегетації рослин - 91 доба.

Сортові та посівні якості насіння відповідають вимогам ДСТУ 4138-2002 і ДСТУ 9150-2010
Якість насіння перевірено. Державною насінневою інспекцією та Державною інспекцією з карантину рослин

Кількість насіння	№ партії	Використати до



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**ІНСТИТУТ САДІВНИЦТВА
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ АГРАРНИХ НАУК УКРАЇНИ**

Україна, Київ – 27, Новосілки,
Тел. (044) 266 65 97, 266 11 86
e-mail:



**АСТРА
КНЯГІНЯ**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



**АСТРА
КНЯГІНЯ**

Сорт середнього строку цвітіння. Стейкий до несприятливих погодних умов та фузаріозу. Рослина висотою 60-65 см, шириною 30 см, компактна, дуже міцна. Гілок I порядку 7, які розташовані сферично. Квітконоси міцні, довжиною 30-35 см, густо вкриті листям. Під час масового цвітіння на кущі одночасно квітує 6-7 суцвіть. Цвітіння починається в II декаді серпня. Призначення універсальне.

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Посів												
Цвітіння												

Вага (г)	№ партії	Придатне до (рік)



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**ІНСТИТУТ САДІВНИЦТВА
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ АГРАРНИХ НАУК УКРАЇНИ**

Україна, Київ – 03027, Новосілки, вул. Садова, 23
Тел. (044) 526 65 48, e-mail: sad-sinstitut@ukr.net



**ПОМІДОР
ЛАГІДНИЙ**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



ПОМІДОР ЛАГІДНИЙ

Сорт ранньостиглий. До першого збирання 110 діб. Куц звичайний, детермінантний, прямостоячий, висотою 50-52 см, розгалужений середньо. Суцвіття проміжне, одноразово розгалужене, щільне. Перше закладається над 6-7-м листком, наступні – через 1-2.

Плід масою 87 г, сливовидний, гладенький, червоний, доброго смаку. Використання універсальне.

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Посів												
Цвітіння												

■ - сімба на розсаду ■ - сімба у ґрунт /садіння розсади

Норма висіву – ___ г/м². Глибина сіби – ___ см. Ширина міжрядь – ___ см,
 Відстань між рослинами ___ см або за схемою (90+50) x (15-20)

Сортові та посівні якості насіння відповідають вимогам ДСТУ 4138-2002 і ДСТУ 9150-2010
 Якість насіння перевірено. Державною насінневою інспекцією та Державною інспекцією з карантину рослин

Вага (г)	№ партії	Придатне до (рік)



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**Національний науковий центр
«Інститут землеробства НААН»**

08162, вул. Машинобудівників 2-Б, смт. Чабани,
Києво-Святошинський район, Київська область Україна
e-mail: iznaan@ukr.net



**ПРОСО ПОСІВНЕ
сорт «ВЕСЕЛКА»**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



**ПРОСО ПОСІВНЕ
сорт «ВЕСЕЛКА»**

Сорт придатний для вирощування зерна на крупу і на кормові цілі. Унікальність сорту – двокомпонентне забарвлення зернівки (червоне з кремовим бочком). Ботанічна різновидність victoriae.

Сорт середньоранній (вегетаційний період –73-87 днів). Рослини середньорослі 105-120 см, волоть стисла, помірно похила, добре обнасінена.

Зернівка крупна (маса 1000 зерен понад 9 г) червоного забарвлення з кремовим бочком в нижній частині зовнішньої квіткової луски, плівчастість 16,95 %, вирівняність зерна висока (понад 90 %).

Очікуваний результат Потенційна врожайність зерна – 5,0-5,5 т/га, вихід крупи до 79-81%.

Сортові та посівні якості насіння відповідають вимогам ДСТУ 4138-2002 і ДСТУ 9150-2010
 Якість насіння перевірено. Державною насінневою інспекцією та Державною інспекцією з карантину рослин

Кількість насіння	№ партії	Використати до



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**Інститут біоенергетичних культур і
цукрових буряків**

Україна 03110, м. Київ, вул. Клінічна, 25
e-mail: sugarbeet@ukr.net



**СТЕВІЯ
МЕДОВА**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



СТЕВІЯ МЕДОВА

Багаторічна рослина висота якої досягає 80 см. Цвіте залежно від часу висаджування та умов вирощування. Висаджується у відкритий ґрунт. Оптимальний час посадки насіння – квітень-травень. Рослина постійно потребує вологи. Унікальність стевії полягає у поєднанні вітамінів та мікроелементів з високою насолодою та низькою калорійністю. Тому напої та продукти зі стевією застосовуються для контролю маси тіла, при захворюванні на цукровий діабет. Листя стевії солодше цукру в 300 разів і містить понад 50 корисних для організму людини речовин: мінеральні солі (кальцій, магній, калій, фосфор, цинк, залізо, кобальт, марганець); вітаміни Р, А, Е, С; бета-каротин, амінокислоти, ефірні олії, пектини.

Сортів та посівні якості насіння відповідають вимогам ДСТУ 4138-2002 і ДСТУ 9150-2010
Якість насіння перевірено. Державною насінневою інспекцією та Державною інспекцією з карантину рослин

Кількість насіння	№ партії	Використати до



**УКРАЇНСЬКА
СЕЛЕКЦІЯ**



**ІНСТИТУТ САДІВНИЦТВА
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ АГРАРНИХ НАУК УКРАЇНИ**

Україна, Київ – 27, Новосілки,
Тел. (044) 266 65 97, 266 11 86
e-mail:



**АСТРА
ЦАРІВНА**

**ОРИГІНАЛЬНЕ НАСІННЯ
АГРАРНОЇ НАУКИ**



АСТРА ЦАРІВНА

Сорт пізнього строку цвітіння. Сортотип півонієподібна. Стійкий до несприятливих погодних умов і фузаріозу. Рослина висотою 45 см, шириною 32 см, напіврозлога, дуже міцна. Гілок і порядку 6-7, які розташовані сферично. Квітконоси міцні, довжиною 28-30 см, густо вкриті листям. Під час масового цвітіння на кущі одночасно квітує 3-4 суцвіття, загалом їх 6-10 шт.

Суцвіття – кошик діаметром 12 см, кулястої форми, ніжного біло-рожевого забарвлення, густо махрове. Цвітіння починається наприкінці II декади серпня. Призначення універсальне.

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Посів												
Цвітіння												

Вага (г)	№ партії	Придатне до (рік)