

співвідношення культури і стратегічних напрямків розвитку організації. Проте зміна культури може призвести до плинності кадрів.

3.Проводити бесіди про корпоративну культуру з метою важливості змін. Щоб змінити загальні норми, переконання та мовчазні домовленос керівник повинен обговорювати і популяризувати потребу змін серед всього колективу.

4.Підтримувати бажану зміну через організаційну структуру. Коли структура компанії, її процеси та системи узгоджуються і підтримують бажану культуру, стимулювання нових стилів поведінки стає значно легшим.

Таким чином, розвиток корпоративної культури є першочерговим індикатором ефективності впровадження змін. Культура безпосередньо впливає на довіру і мотивацію колективу, випереджуючи орієнтацію на клієнта чи кінцевого продукту. Корпоративною культурою можна керувати. Перший крок, який може зробити сучасний керівник – ознайомитись з тим як вона працює з метою збільшення її цінності й мінімізації ризиків в умовах змін.

Використані джерела

1. Гройсбер Б., Лі Є., Прайс Дж. Корпоративна культура: путівник для лідера. Найкращі менеджмент-ідеї від Harvard Business Review Київ: Вид. група КМ-БУКС, 2019. 228с.
2. Дробязко Л.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного управління персоналом. Розвиток системи державного управління в Україні. Теорія та практика державного управління. Вип. 3 (38), 2017р.
3. Мацюкін А. Корпоративна культура & державна служба. Ціннісні орієнтири (дата звернення 22 березня 2020р.) URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ds/2018/november/issue-11/article-40649.html>

Monika GRABOWSKA

Katedra Ekonomii i Badań nad Rozwojem
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocław

ROLNICTWO EKOLOGICZNE JAKO PRZYKŁAD INNOWACYJNEGO ROLNICTWA

Rolnictwo tradycyjne, masowe, wielkopowierzchniowe dostarcza nam wszelakich produktów żywnościowych niezbędnych do funkcjonowania każdego organizmu ludzkiego. Obecnie o każdej porze roku możemy nabyć takie dobra na jakie mamy ochotę. Nie dziwi nas widok truskawek w lutym, pomidorów, ogórków, natki pietruszki o takiej porze roku, w której w normalnych warunkach nie byłyby w stanie wyrosnąć. Bo przecież w czasach globalizacji i przyspieszenia gospodarczego, towary wytworzone czy też w przypadku artykułów rolnych wyhodowane, z łatwością przekraczają granice i uprzyjemniają konsumpcję obywatelom w każdym zakątku świata. Natomiast wielkość produkcji osiągnęła już takie rozmiary, że nie

jest tajemnicą dla nikogo, że możliwość zwiększania efektywności z zasobu ziemi zbliża się do zera. W takiej sytuacji na pomoc przyszła nauka, z wraz z nią nawozy sztuczne i środki ochrony roślin, które z jednej strony poprawiają wielkość zbiorów, a z drugiej obniżają zawartość naturalnych składników mineralnych w glebie i roślinach. Obserwuje się również pogorszenie stanu zdrowia wielu ludzi, osłabienie, alergie, uczulenia na wiele artykułów spożywczych. Ludzie świadomi, dbający o swoją kondycję fizyczną, jak i psychiczną, znaleźli rozwiązanie (niestety kosztowne, bo certyfikowane), a mianowicie jest to żywność ekologiczna lub tzw. żywność od rolnika. W opozycji do rolnictwa tradycyjnego mamy częściej doczynienia z rolnictwem ekologicznym, które zaczyna odgrywać coraz większe znaczenie szczególnie w krajach wysokorozwiniętych. Czym jest rolnictwo ekologiczne? Jak zwykle definicji jest wiele, ale można się pokusić na przedstawienie najistotniejszych kwestii przybliżających to pojęcie.

Rolnictwo ekologiczne, często utożsamiane z rolnictwem biodynamicznym, to takie, które pozwala utrzymać żyzną glebę w trakcie użytkowania, oraz jest przyjazne dla środowiska, ludzi i zwierząt. Nie używa się sztucznego wzbogacania w postaci nawozów sztucznych ani chemicznych środków ochrony roślin. Jest to rolnictwo, które działa zgodnie z tym, jak funkcjonują naturalne ekosystemy. Przynosi korzyści środowisku, praktyki te pomagają utrzymać poziom pH gleby i zapobiegają wzrostowi szkodników. Rolnictwo ekologiczne pomaga zachować różnorodność biologiczną i jest wolne od herbicydów i pestycydów.

Świadomy rolnik dba o swoją ziemię, czyli swoje miejsce pracy, ale również o zdrowie ludzi i zwierząt. Produkty uzyskiwane z upraw metodami ekologicznymi mają lepsze wartości odżywcze, mniej alergenów i są bardziej pożądane przez coraz słabsze i chore społeczeństwa. Ludzie stają się bardziej zaniepokojeni tym, co jedzą, pochodzeniem tego produktu i możliwym efektem jego spożycia. Dlatego oczekuje się, że rosnąca liczba konsumentów poszukujących produktów ekologicznych będzie napędzać polski rynek żywności ekologicznej w większym niż obecny wymiarze. W całej Europie, a nawet innych państwach widoczny jest permanentny wzrost arealów uprawianych w sposób ekologiczny, bliższy naturze. Nawet ustawowo rozwiązuje się kwestie dostępu do żywności ekologicznej.

W Polsce przyjęto w 2018 roku „Ramowy plan działania na rzecz żywności ekologicznej i rolnictwa ekologicznego w Polsce na lata 2014–2020”. Ma on na celu rozwój rolnictwa ekologicznego, a także rozbudowę istniejącego już rynku zdrowej żywności. Dokument ten ukazuje działania, które powinny być podjęte i wdrożone przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a także podległe mu lub nadzorowane przezeń podmioty.

Z dokumentu tego wynika, że dla rozwoju rolnictwa ekologicznego konieczne jest wdrożenie środków w 7 obszarach, wskazanych jako cele szczegółowe:

- Zwiększenie konkurencyjności rolnictwa ekologicznego i zwiększenie podaży żywności ekologicznej na rynku;
- Rozwój przetwarzania produktów ekologicznych;
- Zróżnicowanie i wzmocnienie kanałów dystrybucji produktów ekologicznych;
- Zwiększona wiedza konsumentów na temat rolnictwa ekologicznego i żywności ekologicznej;
- Zwiększenie poziomu współpracy między podmiotami działającymi w sektorze rolnictwa ekologicznego;
- Włączenie organów administracji rządowej i samorządowej w rozwój sektora rolnictwa ekologicznego;
- Utrzymanie wysokiego poziomu systemu kontroli i certyfikacji produktów ekologicznych.

Polska jest jednym z wielu krajów z rozwijającym się rynkiem żywności ekologicznej. Ten rozwój trwa od ponad dekady. Silnym impulsem do tworzenia rynku było przystąpienie Polski do Unii Europejskiej w 2004 r. Przejęcie sprawdzonych rozwiązań prawnych Unii, otwarcie rynków i uzyskanie wzorców konsumpcji przyczyniły się do stosunkowo szybkiego rozwoju rynku żywności ekologicznej w naszym kraju.

Kto jest odbiorcą tego typu produktów? Konsumenci proekologiczni stanowią grupę bardzo charakterystyczną i jednorodną, nawet jeśli motywacje ich wyborów są zróżnicowane wewnętrznie. Zwykle są to ludzie wykształceni, mieszkający w dużych ośrodkach i posiadający znaczną świadomość ekologiczną. Charakteryzują się:

- Proekologiczną postawą nabywczą (nabywają produkty ekologiczne np. energooszczędne, bez zanieczyszczeń, ekologiczne ulegające biodegradacji i to w opakowaniach, które także są biodegradowalne);
- Aktywnością społeczną o charakterze proekologicznym (działalność w organizacjach ekologicznych, w protestach i akcjach w obronie środowiska naturalnego);
- Wiedzą o problemach środowiskowych (efekt cieplarniany, dziura ozonowa);
- Obawą o środowisko (skażenia, niszczenia warstwy ozonowej, zanieczyszczenia wód/gleby);
- Świadomością ograniczoności zasobów (oszczędności zasobów energetycznych, redukcja ilości śmieci i ich toksyczności);
- Gotowością do płacenia wyższej ceny za ekologiczne produkty, zgoda na dodatkowe podatki przeznaczane na działania związane z ochroną środowiska;
- Sceptycyzmem wobec oficjalnych deklaracji produktowych producentów.

Zachowania ekologiczne jak też ich motywacja stanowią dziś jedno z kluczowych kryteriów na rynku żywności, na który dostarcza się konsumentom produkty rolnictwa ekologicznego.

Bibliografia

1. Gerwin M., Żywność przyjazna dla klimatu, Polska Zielona Sieć, Karków 2016.
2. Ramowy Plan Działań dla Żywności i Rolnictwa Ekologicznego w Polsce na lata 2014-2020, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2014, <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/plan-dzialan-dla-ywnosci-i-rolnictwa-ekologicznego> (dostęp: 2020.03.20).
3. Runowski H., Rolnictwo ekologiczne – rozwój czy regres?, Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G, T.96, z.4, 2009, http://sj.wne.sggw.pl/pdf/RNR_2009_n4_s182.pdf (dostęp: 2020.03.20).

Ірина ДЕМКІВ

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ТНЕУ

СПОРІДНЕНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне функціонування підприємств в агресивному конкурентному середовищі можливе за умови розширення номенклатури продукції, зменшення серійності виробництва продукції, скорочення економічних циклів життя виробів. Одним із ключових управлінських чинників, який забезпечує розв'язання цих проблем, є забезпечення конкурентоспроможності виробництва. Управління конкурентоспроможністю передбачає оперативну і превентивну реакцію підприємства на зміни ринкової ситуації і швидкий перехід на випуск нової продукції, у т.ч. за рахунок диверсифікації виробництва, яка дозволяє зменшити залежність підприємства від вузької товарної номенклатури.

Диверсифікація як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства та спосіб страхування від ризику є доволі поширеною серед підприємств, особливо зважаючи на динамічність ринкового середовища. Однак, з огляду на те, що варіант стратегії неспорідненої (чистої) диверсифікації використовується підприємствами рідко через складність отримання ефекту синергії, розглянемо детальніше стратегію спорідненої диверсифікації. Цей варіант діяльності проявляється у розподілі капіталу за кількома об'єктами з метою зниження впливу однієї негативної події на ефективність всієї господарської діяльності підприємства. З метою нівелювання впливу ризиків диверсифікація може здійснюватися через орієнтацію на кількох споживачів продукції, організацію збуту на різних локальних ринках або регіонах, використання обладнання різних типів. У цьому напрямку диверсифікація виступає основним засобом зниження несистематичного ризику та водночас є формою забезпечення конкурентоспроможності організації.

Поява і швидкий розвиток диверсифікованих підприємств повною мірою узгоджується з активізацією процесів конвергенції у глобалізованій економіці: