

УДК 338.43.01: 631.147:339.137

І. А. Білоткач,  
к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародного маркетингу,  
Університет імені Альфреда Нобеля, Україна  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8535-9252>  
Н. В. Шкідіна,  
студентка магістратури, Університет імені Альфреда Нобеля, Україна  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6947-1850>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.1.51

# ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ОПЕРАТОРІВ ОРГАНІЧНОЇ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

I. Bilotkach,  
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department  
of International Marketing, Alfred Nobel University, Ukraine  
N. Shkidina,  
Master's student, Alfred Nobel University, Ukraine

## INSTITUTIONAL BASIS OF COMPETITIVE STRATEGIES OF OPERATORS OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS ON THE DOMESTIC MARKET OF UKRAINE

Метою дослідження є визначення інституціональних основ конкурентних стратегій операторів органічної агропромислової продукції України на національному внутрішньому ринку, дослідження сучасного стану та тенденції просування органічної агропромислової продукції від виробників до кінцевих споживачів.

Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження є діалектичний та аналітичний підхід до вивчення існуючих конкурентних стратегій операторів органічної агропромислової продукції України на внутрішньому ринку та особливостей розвитку і регулювання інституціонального забезпечення їх ефективної конкурентоспроможної діяльності.

Стверджується, що одним із головних завдань розвитку органічного напрямку в аграрній сфері є вдосконалення нормативно-методичного інституціонального інструментарію, що буде сприяти ефективному застосуванню конкурентних стратегій в роботі вітчизняних органічних операторів на внутрішньому ринку.

Наголошується, що ринок органічної агропромислової продукції в Україні є ринком виробників та потребує розробки та впровадження дієвих інституціональних вдосконалень в існуючі економічні механізми, що зробить їх більш конкурентоспроможними на національному рівні. Ефективне забезпечення конкурентоспроможності органічної агропромислової продукції на шляху від виробників до споживачів, на внутрішньому ринку, дасть змогу підприємствам ефективно організувати свою діяльність та стабілізувати економічний розвиток держави особливо в такий важкий період військового стану.

У статті розглядається питання інституціонального підґрунтя як основи застосування конкурентних стратегій операторів органічної агропромислової продукції при її просуванні від виробників до споживачів на внутрішньому національному ринку. Проведено аналіз внутрішнього потенціалу органічної агропромислової продукції України. Зазначено, що розвиток органічного агропромислового виробництва в Україні та насиченості внутрішнього національного ринку органічною продукцією будуть сприяти наступні фактори: подальше удосконалення інституціональних чинників для формування ефективних стратегій конкурентоспроможності операторів органічного ринку; розширення інструментів вдосконалення конкурентоспроможності у сфері органічного виробництва та обігу органічної продукції.

Запропоновано авторське визначення сутності внутрішнього потенціалу органічної агропромислової продукції та визначено сутність поняття "конкурентоспроможність органічної агропромислової продукції на внутрішньому ринку". Також пропонується авторська система розподілу реалізації органічної агропромислової продукції України на внутрішньому ринку.

Отримані результати дослідження поглиблюють теоретичні та прикладні аспекти інституціонального забезпечення застосування стратегій конкурентоспроможності в діяльності операторів органічної агропромислової продукції на внутрішньому ринку України.

The purpose of the study is to determine the institutional foundations of the competitive strategies of operators of organic agro-industrial products of Ukraine on the national domestic market, to study the current state and trends in the promotion of organic agro-industrial products from producers to end consumers.

The theoretical and methodological basis of the research is a dialectical and analytical approach to the study of the existing competitive strategies of operators of organic agricultural products of Ukraine on the domestic market and the specifics of the development and regulation of institutional support for their effective competitive activity.

It is claimed that one of the main tasks of the development of the organic trend in the agricultural sector is the improvement of the regulatory and methodological institutional toolkit, which will contribute to the effective application of competitive strategies in the work of domestic organic operators on the national market.

It is emphasized that the market of organic agricultural products in Ukraine is a market of producers and requires the development and implementation of effective institutional improvements in the existing economic mechanisms, which will make them more competitive at the national level. Effectively ensuring the competitiveness of organic agricultural products on the way from producers to consumers, in the domestic market, will enable enterprises to effectively organize their activities and stabilize the economic development of the state, especially in such a difficult period of martial law.

The article examines the question of the institutional foundation as the basis for the application of competitive strategies of operators of organic agro-industrial products during their promotion from producers to consumers in the domestic national market. An analysis of the internal potential of organic agro-industrial products of Ukraine was carried out. It is noted that the following factors will contribute to the development of organic agricultural production in Ukraine and saturation of the domestic national market with organic products: further improvement of institutional factors for the formation of effective strategies for the competitiveness of organic market operators; expansion of tools for improving competitiveness in the field of organic production and circulation of organic products.

The author's definition of the essence of the internal potential of organic agro-industrial products is proposed and the essence of the concept of "competitiveness of organic agro-industrial products on the domestic market" is defined. An author's distribution system for the sale of organic agro-industrial products of Ukraine on the domestic market is also proposed.

The obtained research results deepen the theoretical and applied aspects of institutional support for the application of competitiveness strategies in the activities of operators of organic agro-industrial products in the domestic market of Ukraine.

*Ключові слова: Органічне агровиробництво, розподіл, внутрішній ринок, інституціоналізм, розвиток, конкурентоспроможність, система.*

*Key words: Organic agricultural production, distribution, internal market, institutionalism, development, competitiveness, system.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток конкурентоспроможного сільського господарства має вирішальне значення для створення робочих місць та забезпечення доходу товаровиробників в сільській місцевості України. Виробництво ж якісної та корисної сільськогосподарської продукції забезпечує підвищення попиту на товари агропромислового виробництва. Одним з напрямів отримання якісних агропромислових продуктів є виробництво, обробка, пакування, переробка, транспортування та реалізація органічної сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки. Є чіткі ознаки того, що ефективність виробництва органічної продукції та

її конкурентоспроможність має значний вплив на економічний розвиток як у міських так і у сільських територіальних громадах. Проте залишається багато резервів щодо використання потенціалу органічного агровиробництва України, зокрема на внутрішньому ринку.

Не зважаючи на те, що переважна кількість органічної сільськогосподарської продукції України йде на експорт для забезпечення потреб закордонних споживачів, значна її частина розподіляється українським споживачем і це потребує налагодження досконалого інституціонального та інституційного забезпечення цих напрямів діяльності.

Проблема в забезпеченні населення України якісними продуктами харчування визначає нагальну потребу в розробці та впровадженні дієвих інституціональних вдосконалень в існуючі економічні механізми для забезпечення оптимізації та раціоналізації пов'язаних економічних процесів що зробить їх більш конкурентоспроможними на внутрішньому ринку. Ефективне забезпечення конкурентоспроможності органічної агропромислової продукції на шляху від виробників до споживачів, на внутрішньому ринку, дасть змогу підприємствам ефективно організувати свою діяльність та стабілізувати економічний розвиток держави особливо в такий важкий період військового стану.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичним і прикладним аспектам впровадження та розвитку ринку органічної продукції присвячені наукові праці таких науковців: Р.М. Безус, А.Г. Мельник, А.С. Гринів, В.В. Підліснюк, В.І. Артиш, М.І. Кобець, В.В. Писаренко, В.Ф. Сайко, Б.В. Буркинський, Є.В. Милованов, Т.О. Зайчук, Т.Г. Дудар та інші науковці.

Дослідженню розвитку інституціональних процесів в економіці в цілому і в сільському господарстві зокрема присвячені наукові праці О. Гончаренко, С. Ілляшенка, А. Антонюка, Н. Апатової, Ю. Бажала, В. Вишневецького, В. Гейця, В. Дементьєва, П. М. Леоненко, В.Н. Тарасевича, П. Юхимчука, А. Чухно, Ю. Яковця та інших не менше поважних особистостей.

Дослідженню загальної проблематики та розвитку експорту української сільськогосподарської продукції висвітлено в наукових публікаціях вчених Ю.Е. Губені, В. Сіденка, І. Бережнюка, О.А. Корнієвського та ін.

Слід зазначити, що у працях цих авторів розглянуто питання інституціональних чинників формування та розвитку аграрного бізнесу, роль виробничих аспектів як сільськогосподарської продукції взагалі так і органічної сільськогосподарської продукції та продукції її переробки, приділено увагу процесам просування продукції, наведено характеристики методів виведення продукції на ринок, викладено питання планування окремих заходів просування. Проте не досить дослідженим є система інституцій яка повинна забезпечувати конкурентоспроможність виробництва, розподілу, переробки та просування української органічної продукції від виробників до споживачів на внутрішньому національному ринку.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У матеріалах дослідження, представлених у статті ставиться за мету визначити інституціональні складові економічної діяльності в сфері органічного агропромислового виробництва України в межах національного ринку, її складові елементи, структуру, ефективність, конкурентоспроможність; надати аналітичну характеристику сформованій системі інституцій щодо виробництва та розподілу органічної агропромислової продукції; узагальнити науковий досвід щодо подальшого удосконалення конкурентоздатної системи для сталого розвитку органічного агробізнесу в Україні.

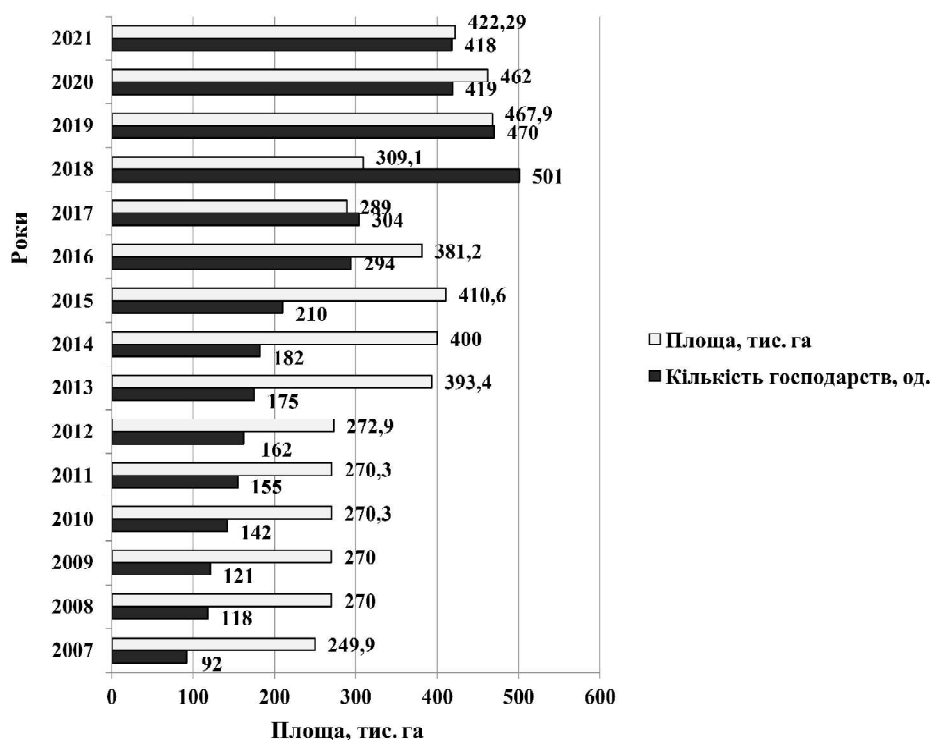
Об'єктом дослідження є стан та розвиток інституціональної системи щодо просування органічної агропромислової продукції України як складової національного ринку органічної сільськогосподарської продукції.

Предметом дослідження є сукупність інституціональних чинників, що регламентують економічну діяльність виробників та інших операторів національного ринку органічної агропромислової продукції України та впливають на їх ефективність та конкурентоспроможність.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Однією із провідних галузей економіки України є сільське господарство. Цей комплекс має важливе значення для держави, з огляду на те, що понад 60% населення проживає в сільській місцевості, на яку припадає основний контингент безробітних. Також, наша країна має сприятливі умови для ведення органічного агропромислового виробництва: розміри сільськогосподарських угідь, географічне положення, близькість до потенційних ринків збуту, велика територія з родючими ґрунтами, завдяки чому досягла знаного розвитку у цій сфері аграрного бізнесу [1].

За даними оперативного моніторингу, проведеного Мінагрополітики шляхом опитування органів іноземної сертифікації, які сертифікували органічне виробництво та обіг органічної продукції в Україні відповідно до стандарту, еквівалентного Регламенту Ради (ЄС) № 834/2007, та NOP (США), станом на 31.12.2021 загальна площа сільськогосподарських угідь, зайятих під органічним виробництвом та перехідного періоду, склала 422 299 га (1% від загальної площі земель сільськогосподарського призначення України), в тому числі площа сільськогосподарських угідь з органічним статусом — 370 110 га, площа сільськогосподарських угідь перехідного періоду — 52 189 га. За-



**Рис. 1. Динаміка кількості підприємств-виробників органічної продукції та площі в їх обробітку в Україні**

Джерело: побудовано авторами на основі [1, 2].

гальна кількість операторів становила 528, включаючи 418 сільськогосподарських виробників. [2]. Динаміку кількості підприємств-виробників органічної продукції та площі їх обробітку в Україні представлено на рисунку 1.

Позитивна тенденція зберігається і в зміні кількості підприємств, що займаються виробництвом органічної продукції. У 2021 р. їх кількість зросла до 418 що у 4,5 разів більше порівняно з 2007 р. Важливим моментом при оцінці вітчизняного агровиробництва є те, що його розвиток здійснюється з мінімальною фінансовою підтримкою держави.

Фактичний розвиток органічного сектору в Україні розпочався в 1990-х роках, коли різні інвестори побачили можливість перетворити великі українські господарства на органічні. В країнах ЄС майже всі ґрунти, придатні для розвитку цього напрямку сільського господарства, вже зайняті еко-фермами. Наша держава має великий потенціал у цій сфері, адже площа земель органічного призначення в Україні складає усього 1% від загального обсягу. Причиною цього була відсутність власних стандартів сертифікації органічної продукції, але для створення рівних конкурентних умов функціонування учасників на ринку 2 серпня 2019 року введено в дію Закон

України "Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції" від 10.07.2018 р. № 2496-VIII. Маркування органічної продукції здійснюється згідно з вимогами ст. 34 цього закону [3].

На вимогу цього Закону, прийнято ряд нормативно-правових актів, які конкретизують певні моменти пов'язані з правилами виробництва та обігу органічної продукції, порядку сертифікації органічного виробництва, порядку ведення Державного реєстру операторів органічного агровиробництва, державного логотипа для органічної продукції, деякі питання звітності у органічному виробництві та інше [3].

Протягом останніх років на внутрішньому ринку України спостерігається розширення реалізації органічної агропромислової про-

**Таблиця 1. Аналіз динаміки реалізації органічної агропромислової продукції України на внутрішньому ринку**

| Показники                      | Роки     |          |          |          | Абсолютне відхилення, 2021/2018, +/- | Темп зростання, 2021/2018, % |
|--------------------------------|----------|----------|----------|----------|--------------------------------------|------------------------------|
|                                | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |                                      |                              |
| Обсяг реалізації, тонн         | 6700     | 7350     | 8778     | 9780     | +3080                                | 146                          |
| Обсяг реалізації, млн дол. США | 21       | 24       | 26       | 33       | +12                                  | 157                          |

Джерело: розроблено авторами на основі [4].

**Таблиця 2. Аналіз реалізації органічної агропромислової продукції України у 2020–2021 рр. на внутрішньому ринку за найменуваннями**

| Найменування продукції                         | Обсяг, тонн |          | Сума, млн грн |          | Відхилення, 2021 рік до 2020 року, +/- |                  |
|------------------------------------------------|-------------|----------|---------------|----------|----------------------------------------|------------------|
|                                                | 2020 рік    | 2021 рік | 2020 рік      | 2021 рік | По обсягу, +/- тонн                    | По сумі, млн грн |
| Молочна продукція                              | 5085        | 5181     | 420           | 550      | +96                                    | +130             |
| Овочі, фрукти, гриби                           | 660         | 2073     | 25            | 53       | +1413                                  | +28              |
| Круп'яні і зернові вироби, борошно, насіння    | 1420        | 1380     | 125           | 122      | -40                                    | -3               |
| Соки, напої, пасти, концентровані продукти     | 140         | 578      | 10            | 61       | +438                                   | +51              |
| Яйця                                           | 220         | 358      | 25            | 35       | +138                                   | +10              |
| М'ясна продукція                               | 115         | 122      | 40            | 45       | +7                                     | +5               |
| Олія в асортименті                             | 65          | 42       | 15            | 9        | -23                                    | -6               |
| Прянощі, спеції, цукор                         | 85          | 5        | 20            | 10       | -80                                    | -10              |
| Морозиво                                       | 20          | X        | 9             | X        | X                                      | X                |
| Інше (хлібобулочні вироби, мед, шоколад, чай): | 40          | 41       | 20            | 15       | +1                                     | -5               |
| Всього:                                        | 7850        | 9780     | 709           | 900      | +1930                                  | +191             |

Джерело: розроблено авторами на основі [4].

дукції та продуктів її переробки через основні торговельні мережі. Основними реалізуємими видами органічної продукції є молоко та молочна продукція, овочі, фрукти та гриби, круп'яні і зернові вироби, борошно, насіння, соки, напої, пасти, консервовані продукти, яйця, м'ясна продукція, олія, прянощі та спеції, цукор та інша продукція, до якої входять хлібобулочні вироби, вареники, пельмені, мед, шоколад та чай. Аналіз динаміки реалізації органічної агропромислової продукції України на внутрішньому ринку наведено в таблиці 1.

Як видно із таблиці 1 за останні чотири роки реалізації органічної агропромислової продукції на внутрішньому ринку суттєво зросла як в натуральному так і в грошовому вимірі. Збільшення обсягу реалізації в натуральному вимірі (тонни) склало додатково 46%, в грошовому вимірі (млн дол. США) склало додатково 57%.

Розглянемо реалізацію органічної агропромислової продукції України на внутрішньому ринку за найменуваннями продукції за 2020–2021 рр. (табл. 2).

Як видно із таблиці 2 загальна кількість реалізованої продукції у 2021 році збільшилась в порівнянні з 2020 роком на 25% в натуральному виразі (тонни), та на 27% в грошовому виразі (млн грн). При цьому значно збільшилась кількість реалізованих товарів по групі "Овочів, фрукти та гриби" (на 214% в натуральному виразі та 112% у грошовому). Суттєве зниження реалізації органічної агропромислової продукції відбулося по групі "Прянощі, спеції, цукор" (на 94% в натуральному виразі та на 50% в грошовому). І взагалі зі звітності у 2021 році зникла група "Морозиво", що свідчить про

значні економічні проблеми виробника цієї продукції в теперішніх непростих умовах.

У 2021 році перше місце за обсягами реалізації посідає молочна продукція, що складає більше 5181 тис. кг та займає близько 53% від усієї харчової органічної продукції на ринку України. Лідерська позиція молочної продукції тримається вже четвертий рік поспіль з орієнтовно однаковою часткою обсягу реалізації асортименту молочних продуктів на ринку України. У 2020 році ця група продуктів займала близько 65% від усієї харчової органічної продукції вітчизняного виробництва на ринку України. Друге місце у 2021 році займає група "Овочі, фрукти, гриби". Обсяг реалізації цієї групи продуктів у 2021 році становить близько 2073 тис. кг, що складає 21% від усього різновиду готової органічної продукції на ринку України. Група органічних продуктів "Овочі, фрукти, гриби" у 2020 році за обсягом реалізації складала меншу частку, — 8% від усього різновиду готової органічної продукції на ринку України від вітчизняних виробників і знаходилась на третій позиції. Третє місце за обсягами реалізації у 2021 році займає група "Круп'яні і зернові вироби, борошно, насіння". За період 2021 року було реалізовано на внутрішньому ринку близько 1380 тис. кг органічних круп, зернових виробів, борошна та насіння, що становить 14%. Від загальної кількості. Щодо рейтингової позиції серед іншого асортименту органічної продукції, у порівнянні з 2020 роком група "Круп'яні і зернові вироби, борошно, насіння" займає на одну позицію нижче. Обсяг реалізації органічних круп, зернових виробів, борошна та

насіння українського походження у 2021 році зменшився на 3%. За період 2020 року було реалізовано на внутрішньому ринку більше 1420 тис. кг органічних круп, зернових виробів, борошна та насіння, що становило 18% ринку. Отже, результати дослідження свідчать, що перша трійка лідерів за групами органічних харчових продуктів, реалізованих споживачам в Україні, не змінилася, але зміни структури і впливу кожної групи на частку ринку все ж відбуваються і не є сталими [4].

Що стосується розподілу органічної агропромислової продукції то потрібно зазначити, що в Україні органічна агропромислова продукція представлена для реалізації в різних точках продажу. Система розподілу включає як національні торговельні мережі, так і представників міжнародного торговельного бізнесу, різні організаційні комерційні структури, мережі супермаркетів, інтернет-магазини та інше. Одними з найбільших торговельних майданчиків по реалізації органічної агропромислової продукції є торговельні мережі "Ашан", "Мегамаркет", "Сільпо" тощо. Крім цього значний асортимент органічної продукції представлений у винних мережах "Good Wine" та "Wine Time", а також спеціалізованих магазинах здорового харчування "Natur Boutique", "Biologic.tv" тощо [4, 5].

Органічна продукція на внутрішньому ринку дуже активно починає розповсюджуватися через маркетплейси Rozetka, Prom.ua та інших. В торгових мережах за ініціативи як виробників так і самих торговельних мереж періодично проводиться дегустація органічної продукції. Такі заходи приваблюють споживачів і дають можливість їм отримати інформацію та сформувані власне враження про цінність органічного продукту та його унікальність, порівняти органічну продукцію на смак з традиційними продуктами. В процесі дегустації може відбуватися пряме спілкування споживача з представниками органічних виробників, які можуть поділитися досвідом та інформацією про особливості виробництва та якісні характеристики органічних продуктів. Наприклад, оператор органічного ринку ТОВ "Органік мілк" (ТМ "Organic Milk") проводить дегустацію в торгових мережах, на полицях яких представлена їхня органічна продукція. Таким чином він знайомить споживача з якісними характеристиками своїх продуктів [4, 5]. В таблиці 3 представлено найбільші виробники за обсягами реалізації органічної агропромислової продукції на внутрішньому

**Таблиця 3. Найбільші виробники за обсягами реалізації органічної продукції на внутрішньому ринку України у 2020 р.**

| № з/п | Назва оператора органічного ринку       |
|-------|-----------------------------------------|
| 1     | Органік мілк, ТОВ                       |
| 2     | Сквирський комбінат хлібопродуктів, ТОВ |
| 3     | Дунайський аграрій, ТОВ                 |
| 4     | Старий Порицьк, ТОВ                     |
| 5     | Органік оригінал, ТОВ                   |
| 6     | Етнопродукт, ПрАТ                       |
| 7     | Лілак, ТОВ                              |
| 8     | Органічний м'ясний продукт, ТОВ         |
| 9     | Діамант Фірма ЛТД, ТОВ                  |
| 10    | Дедденс Агро, ТОВ                       |

Джерело: [5].

**Таблиця 4. Співвідношення роздрібних цін на традиційну та органічну продукцію**

| Продукція        | Ціна, грн/кг. (грнл, грн) |                     |                                            |
|------------------|---------------------------|---------------------|--------------------------------------------|
|                  | Традиційна продукція      | Органічна продукція | Перевищення ціни на органічну продукцію, % |
| Молоко           | 30                        | 56                  | 86,7                                       |
| Борошно пшеничне | 30                        | 81                  | 170,0                                      |
| Яйця (10 шт.)    | 62                        | 89                  | 43,5                                       |
| Олія соняшникова | 60                        | 135                 | 125,0                                      |

Джерело: розроблено автором на основі власних досліджень. ринку.

Крім національних виробників органічної агропромислової продукції, а внутрішньому ринку України представлений досить значний асортимент імпортованих органічних продуктів. Імпортована продукція сертифікована за різними міжнародними та національними стандартами. Переважну частину складає продукція, сертифікована відповідно до Регламентів ЄС 834/2007 і 889/2008. Крім того, імпортується продукція, сертифікована згідно з національними стандартами інших країн, наприклад, таких як COR (Canada Organic Regime, Канада), NOP (National Organic Program, США) та JAS (Japanese Agricultural Organic Standard, Японія) [6].

Придбати імпортовану органічну продукцію можна в тих самих точках реалізації, де й органічну продукцію українського виробництва. Це торгові національні та міжнародні мережі, спеціалізовані магазини та інтернет-магазини.

Рівень цін, операторів органічного ринку суттєво завищений, тому знижує привабливість органічних продуктів харчування для споживачів. За кордоном націнка на органічні продукти харчування в середньому складає 15—30 %, максимум 50%, а в Україні у торговельних мережах вона може сягати 200—300 % [6]. Тому пріоритним напрямом з метою розвитку кон-

курентного середовища є вдосконалення інституціонального регулювання цінової політики підприємств що реалізують органічну агропромислову продукцію та підвищення купівельної спроможності споживачів. Нижче подано співвідношення роздрібних цін на традиційну та органічну продукцію в Україні станом на 27.10.2022 р.

Як видно з представленого аналізу, по введених продукції, націнка на органічні продукти складає від 40 до 170 відсотків, що в умовах тяжких соціальних обставин, пов'язаних з військовим станом, певним чином демотивує споживачів до придбання органічної агропромислової продукції.

В умовах військового часу та тенденцій з цим пов'язаних, зростає роль органічного агропромислового виробництва у забезпеченні продовольчої безпеки, сталого розвитку економічних процесів у державі і підвищенні конкурентоспроможності підприємств, що виробляють та реалізують органічну агропромислову продукцію в межах національного внутрішнього ринку. Дуже велике значення, на нашу думку, має потенціал внутрішнього ринку органічної агропромислової продукції, сутність якого ми пропонуємо визначати як можливість виробників органічної агропромислової продукції забезпечувати власну конкурентоспроможність, виробляючи певну кількість товарів, яка буде достатньою для забезпечення внутрішнього споживчого ринку України без можливості реалізовувати продукцію для закордонних споживачів [7].

Для забезпечення розвитку внутрішнього потенціалу органічної агропромислової продукції необхідне впровадження передусім ефективної інституціональної системи, яка буде забезпечувати як формальні так і неформальні умови конкурентоспроможності виробництва та реалізації української органічної агропромислової продукції на внутрішньому ринку. Під конкурентоспроможністю органічної агропромислової продукції на внутрішньому ринку ми пропонуємо розуміти здатність органічної продукції бути привабливішою для потенційних споживачів у порівнянні з аналогічною (органічною та традиційною продукцією в умовах національного економічного розвитку. При цьому державна політика України, на нашу думку, повинна бути направлена на побудову такої економічної системи, яка б дозволяла покращити можливості та мотивацію українських споживачів забезпечувати власні потреби висо-

кокісною харчовою продукцією, а українських виробників — її виробляти та реалізовувати.

### ВИСНОВКИ

Одним із таких напрямків розвитку аграрної сфери в Україні є розвиток сучасних методів виробництва сільськогосподарської продукції, зокрема органічного (природного) агровиробництва та розвиток ринків збуту як самої органічної сільськогосподарської продукції так і продуктів її переробки.

Станом на 31.12.2021 загальна площа сільськогосподарських угідь, зайятих під органічним виробництвом та перехідного періоду, склала 422 299 га (1% від загальної площі земель сільськогосподарського призначення України), в тому числі площа сільськогосподарських угідь з органічним статусом — 370 110 га, площа сільськогосподарських угідь перехідного періоду — 52 189 га. Загальна кількість операторів становила 528, включаючи 418 сільськогосподарських виробників.

Одним із головних завдань розвитку органічного напрямку в аграрній сфері є вдосконалення нормативно-методичного інституціонального інструментарію що буде сприяти ефективній роботі вітчизняних органічних операторів на внутрішньому ринку.

Основними інституціональними чинниками що регламентують ведення органічної агропромислової діяльності в Україні є Закон України "Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції" (№ 2496-VIII, набрав чинності 02 серпня 2018 р., вступив в дію з 02 серпня 2019 р.). Норми цього закону адаптовані до вимог європейських та міжнародних вимог щодо виробництва та обігу органічної продукції. На вимогу цього Закону, прийнято ряд нормативно-правових актів, які конкретизують певні моменти пов'язані з правилами виробництва та обігу органічної продукції. Виконання визначених інституціональних норм буде сприяти ефективності та забезпечувати конкурентоспроможність операторів органічного агропромислового ринку, зокрема при реалізації продукції на внутрішньому ринку.

Потрібно зазначити, що внутрішній ринок органічних харчових продуктів розвивається та має тенденцію до зростання. Темпи зростання хоч і не є стрімкими, проте є систематичними. Оператори органічного ринку відіграють важливу роль також у підвищенні рівня обізнаності

споживачів щодо переваг органічних харчових продуктів. Збільшилась інтенсивність комунікації за споживачами, оператора почали роз'яснювальні кампанії про переваги органічної продукції в порівнянні з неорганічною, що в свою чергу прямо впливає на вибір споживачів на користь першої.

Потрібно розробити та запровадити таку аграрну політику, яка забезпечить раціональне поєднання інтересів як великих, так і середніх та малих виробників, встановити такі механізми контролю та регулювання, які відповідають основним принципам ринкової економіки, серед яких визначальним виступає досконала конкуренція, справедливий розподіл національних благ тощо.

Розвитку органічного агропромислового виробництва в Україні, збільшенню насичення внутрішнього національного ринку органічною продукцією, на нашу думку, буде сприяти: — подальше удосконалення інституціональних чинників для функціонування операторів органічного ринку — розширення інструментів і масштабів державної підтримки у сфері органічного виробництва та обігу органічної продукції, розбудови інститутів громадського середовища та кансалтингових платформ для навчання, обміну професійною інформацією операторів органічного ринку та консультування споживачів для збільшення мотивації до насичення внутрішнього ринку безпечними та якісними продуктами.

Подальші наші дослідження будуть направлені на отримання пропозицій щодо формування економічного механізму з ключовими інституціональними важелями для забезпечення системи конкурентоспроможного ринку органічної агропромислової продукції України в національному та міжнародному масштабі з метою його вдосконалення.

## Література:

1. Білоткач І. А. Інституціональне забезпечення розвитку інфраструктури ринку органічної сільськогосподарської продукції / Ігор Анатолійович Білоткач. // Інвестиції: практика та досвід. — 2019. — № 3. — С. 12—20.
2. Органічне виробництво України за 2016-2021 рр. URL: [https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2022/09/Organic\\_Production\\_2016-2021\\_UA.jpg](https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2022/09/Organic_Production_2016-2021_UA.jpg) (дата звернення: 27.12.2022).
3. Органічне законодавство України — перелік актів. URL: [https://organicinfo.ua/UA\\_By-laws\\_list\\_UA\\_EN.pdf](https://organicinfo.ua/UA_By-laws_list_UA_EN.pdf) (дата звернення: 27.12.2022).
4. Внутрішній ринок органічної продукції в Україні. URL: <https://organicinfo.ua/infogra->

<https://organicinfo.ua/infogra->phics/ua-organic-market-overview-2021/ (дата звернення: 27.12.2022).

5. Продажі органічної продукції. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/sales-of-ua-organic-products-2016-2021/> (дата звернення: 27.12.2022).

6. Органік Стандарт — 10 років лідерства та надійності. URL: <https://organicstandard.ua/ua/aboutus> (дата звернення: 27.12.2022).

7. Органічне законодавство України — перелік актів. URL: [https://organicinfo.ua/UA\\_By-laws\\_list\\_UA\\_EN.pdf](https://organicinfo.ua/UA_By-laws_list_UA_EN.pdf) (дата звернення: 27.12.2022).

8. Федерація органічного руху України. Парламент підтримав бюджетну підтримку органічних виробників. URL: <http://organic.com.ua/parlament-pidtrimav-byudzhethnu-pidtrimku-organichnih-virobnikiv/> (дата звернення: 27.12.2022).

## References:

1. Bilotkach, I. (2019), "Institutional development of the development of the infrastructure of the market of organic agricultural products", *Investicii: praktika ta dosvid*, vol. 3, pp. 12—20.
2. Organicinfo (2022), "Organic production of Ukraine for 2016-2021", Available at: [https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2022/09/Organic\\_Production\\_2016-2021\\_UA.jpg](https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2022/09/Organic_Production_2016-2021_UA.jpg) (Accessed 27 december 2022).
3. Organicinfo (2022), "Sales of organic products", Available at: <https://organicinfo.ua/infographics/sales-of-ua-organic-products-2016-2021/> (Accessed 27 december 2022).
4. Organicinfo (2022), "Domestic market of organic products in Ukraine", Available at: <https://organicinfo.ua/infographics/ua-organic-market-overview-2021/> (Accessed 27 december 2022).
5. Organic Standard (2022), "Organic Standard — 10 years of leadership and reliability", Available at: <https://organicstandard.ua/ua/aboutus> (Accessed 12 january 2022).
6. Organicinfo (2022), "Organic legislation of Ukraine — list of acts", Available at: [https://organicinfo.ua/UA\\_By-laws\\_list\\_UA\\_EN.pdf](https://organicinfo.ua/UA_By-laws_list_UA_EN.pdf) (Accessed 27 december 2022).
7. Organicinfo (2022), "Sales of organic products", Available at: <https://organicinfo.ua/infographics/sales-of-ua-organic-products-2016-2021/> (Accessed 27 december 2022).
8. Organic Federation Movements of Ukraine (2022), "Parliament has supported budget support for organic producers", Available at: <http://organic.com.ua/parlament-pidtrimav-byudzhethnu-pidtrimku-organichnih-virobnikiv/> (Accessed 27 december 2022).

Стаття надійшла до редакції 28.12.2022 р.