

Міністерство освіти і науки України  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
Економічний факультет

Кафедра економіки підприємства

До захисту допускається

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

д.е.н., професор Михасюк І.Р.

„\_\_\_“ \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА (МАГІСТЕРСЬКА) РОБОТА**

**АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНОК  
ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Виконав студент групи ЕкпМ – 21с  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля  
та біржова діяльність»

Ягодинець О.П.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи д.е.н., проф. Михасюк І.Р.

(посада, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

## ВСТУП

В умовах ринкової економіки, за умов повної економічної самостійності та відповідальності підприємств необхідно проводити системний аналіз господарсько-фінансової діяльності. Метою такого аналізу є не лише визначення фінансового стану підприємства та обсягу його можливостей, а й безперервне проведення роботи, спрямованої на покращення фінансового стану підприємства. Тому важливим завданням аналізу господарсько-фінансової діяльності підприємства, яке займається або збирається займатись виробництвом органічної продукції, є визначення справжнього стану об'єкта, вивчення його складу та характеристик, порівняння з відомими аналогами чи основними характеристиками, стандартизація вартості, виявлення змін у фінансовій стійкості підприємства в часі та просторі, а також визначити основні фактори, що призводять до змін у фінансовій діяльності підприємства, спрогнозувати основні тенденції на майбутнє.

*Актуальність теми:* актуальність теми полягає у тому, що з кожним роком, розвиток виробництва органічних товарів та розвиток підприємств набуває позитивної тенденції у всьому світі. Завдяки багатьом очевидним екологічним, економічним та соціальним перевагам, притаманним цій сфері діяльності, розвиток органічного виробництва сьогодні є дуже важливим. Нещодавня інтенсифікація сільського господарства в усьому світі не тільки негативно впливає на навколишнє середовище, але й споживає природні ресурси, без яких сільськогосподарське виробництво неможливе. Тому органічне сільське господарство має екологічні переваги, що проявляються у його великому потенціалі для корекції раніше перерахованих негативних тенденцій та зменшення викидів вуглекислого газу, закису азоту та метану, які сприяють глобальному потеплінню. Органічне землеробство також має значні переваги для здоров'я.

Тому аналітичне забезпечення виходу підприємства на ринок органічної продукції є надзвичайно важливим аспектом у даній галузі, як для підприємств, які вже працюють в даній сфері, так і для тих хто тільки збирається туди зайти.

*Огляд публікацій за обраною темою:* теоретичні, методичні та практичні проблеми організації економічного аналізу на підприємстві досліджені в наукових працях О.Д. Гудзинського, Г.І. Кіндрацької, І.Д. Лазаришиної, Є.В. Мниха, П.Я. Поповича, А.Д. Шеремета, С.І. Шкарабана та інших, проте в сучасних умовах діяльності підприємств проблеми організації економічного аналізу потребують подальшого їх дослідження.

Дослідження проблем та перспектив розвитку органічного аграрного виробництва знайшли своє відображення у працях таких вітчизняних науковців: В.І. Артиш, М.В. А. Берлача, А. Галяса, А.Р. Дуба, Т.О. Зайчука, Д.С. Кропивко, Н.Я. Кутаренко, Є.В. Милованов, П.В. Писаренко, М.К. Шикуча, О.М. Царенко, Т.О. Чайки, В.П. Щербаня та ін., наукові праці яких направлені на вивчення органічного агровиробництва. Питанням державного регулювання ринків продовольчої продукції присвячені наукові праці багатьох вітчизняних вчених економістів, серед яких варто виділити П.Т. Саблука, С.М. Квашу, О.М. Шпичака, М.О. Солодкого, А.Д. Діброву та інших. Однак поза увагою залишається фінансове забезпечення запровадження органічного виробництва в аграрному секторі економіки.

*Мета і завдання дослідження:* метою даного дослідження є розгляд особливостей аналітичного забезпечення діяльності підприємств при всьому різноманітті концептуальних підходів до розробки проблеми формування обліково-аналітичного забезпечення. Завданнями є дослідження стану органічного виробництва в світі, його розвитку в Україні, визначення основних проблем, що стимулюють розвиток органічного ринку та шляхів їх подолання, аналіз проблем та перспектив виходу вітчизняних підприємств на ринок органічної продукції, дослідження особливостей фінансового забезпечення екологічного аграрного виробництва, ідентифікація джерел фінансування та

державної підтримки, відокремлення етапів реалізації політики продовольчої безпеки держави.

*Об'єкт і предмет дослідження:* можливості вдосконалення, розвитку та оптимізації ринку органічних продуктів в Україні, а також збільшення кількості підприємств на ринку органічної продукції.

Предметом дослідження є: аналітичне забезпечення виходу підприємства на ринок органічної продукції; стан ринку органічної продукції та чинники його розвитку; оцінка перспективності та можливостей завоювання ринку органічної продукції вітчизняним товаровиробником.

*Методи дослідження:* у роботі використовувались методи порівняння, пошуковий метод, узагальнення та методи наукового пізнання.

*Наукова новизна одержаних результатів:* під час проведення дослідження, нами було з'ясовано, що Україна має всі шанси стати один з головних експортерів органічної продукції не тільки у Європі, але і у всьому світі. Для цього вона має всі переваги, як кліматичні, так і можливості застосування досвіду виробництва аграрної продукції. Задля того, що покращити стан галузі та становище українських фермерів, які або задіяні у галузі виробництва органічної культури, або мають намір приєднатись до неї, ми заропонували ряд рекомендацій для запровадження державою щодо збільшення рівня державної підтримки, збільшення обсягу міжнародної кооперації та впровадження діючих нормативно-правових актів у сфері органічної продукції.

# 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНОК ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

## 1.1. Необхідність і сутність аналітичного забезпечення виходу підприємства на ринок

Розвиток сучасного підприємства обумовлений можливістю та здатністю керівництва впроваджувати оптимальні рішення для свого підприємства, а для цього йому необхідна ефективна інформаційна основа. Обліково-аналітичне забезпечення розвитку підприємства визначає реалізацію таких його основних функцій, як облік, аналіз і аудит. Саме ці функції є пов'язані між собою і утворюють обліково-аналітичну групу, основне завдання якої забезпечувати керівництво підприємства важливою та необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень.

Так, різні науковці характеризують досліджувану категорію як повністю або частково децентралізовану систему, в рамках якої здійснюються функції збору, обробки та оцінки різних видів інформації, які служать для прийняття управлінських рішень [2]. На наш погляд, представлена позиція не розкриває повною мірою сутність і зміст обліково-аналітичної системи, оскільки основний акцент припадає на інформаційну складову процесів обліку та аналізу.

Разом з тим, таке тлумачення дає змогу поставити знак рівності між поняттям обліково-аналітичної системи і обліково-аналітичним забезпеченням, адже їх призначенням є підтримка процесу прийняття управлінських рішень необхідною інформацією.

На думку Л.В. Усатової, основними цілями обліково-аналітичної системи є:

- надання інформаційної підтримки у прийнятті рішень;
- проведення аналізу та оцінки ефективності діяльності підприємства в цілому і в розрізі його підрозділів;
- контроль і планування економічної ефективності діяльності підприємства;
- вибір напрямів розвитку економічного суб'єкта [1].

Суть обліково-аналітичної системи, на думку Л.В. Попової, Б.Г. Маслова та І.А. Маслової, полягає в об'єднанні аналітичних та облікових дій в загальний процес, проведенні оперативного мікроаналізу, забезпеченні постійності цього процесу і використанні його результатів при винайденні рекомендацій для погодження управлінських рішень.

При цьому загальна методологія та нормативні положення обліку та аналізу удосконалюються для використання в єдиній обліково-аналітичній системі.

Передумовою існування та сталого розвитку виробничого підприємства у конкурентному ринковому середовищі є його ділова активність. Інформаційні потреби учасників ринку, органів державного та регіонального управління у знаннях про динаміку економічного розвитку, його інтенсивність, можливі переміни у ринковій ситуації зумовили розвиток теоретичних і прикладних досліджень та вивчень ділової активності підприємств, ринків, галузей та національної економіки загалом. Водночас на рівні виробництва проблема удосконалення методики аналізу та прогнозування динамічності розвитку стоїть досить гостро, що обумовлює актуальність питань, пов'язаних з розробкою інформаційного забезпечення.

У загальному вигляді в аналітичній системі можна виокремити наступні підсистеми: інформаційного забезпечення, облікова, аналітична і підсистема аудиту. Всі елементи цієї підсистем мають різні цілі, завдання, об'єкти, методи, призначені для різних користувачів інформації [3].

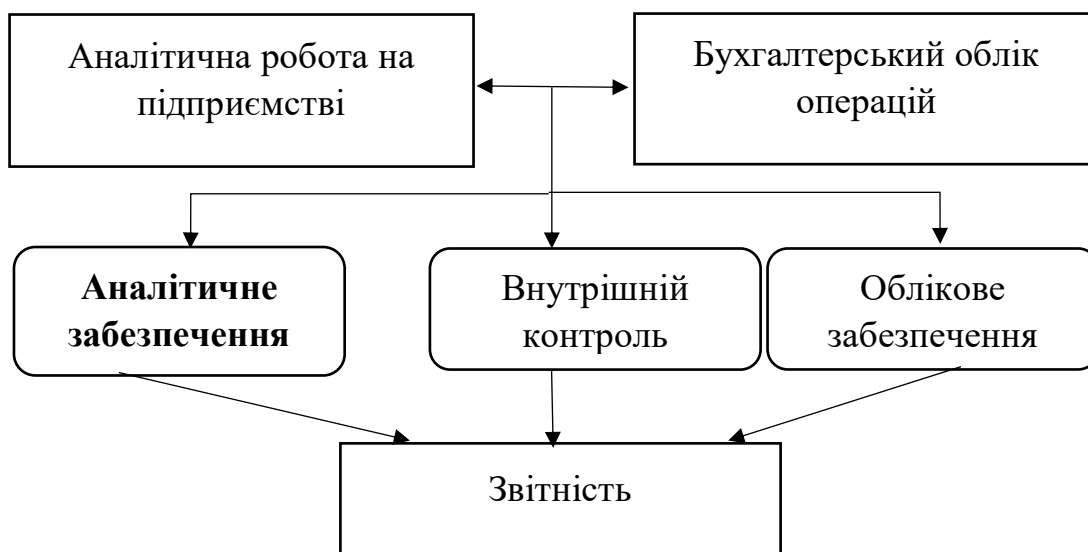
Однак важливою рисою, котра їх об'єднує, є те, що їхня інформація використовується для прийняття рішень на підприємстві.

Дослідження положень формування аналітичних систем, викладених у працях різних авторів, дозволили виокремити наступні:

- ідентифікування інформаційних потреб і способів найбільш ефективного їх задоволення;
- об'єктивність відтворення процесів виробництва, обігу, розподілу та споживання, використання природних, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів;

Об'єктивне відображення процесів виробництва, обігу, розподілу та споживання, споживання природних, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів - основні вимоги, які повинні відповідати існуючим системам обліку та аналізу.

Слід охарактеризувати теоретичну сутність визначення аналітичного забезпечення. Сучасні вчені досить часто проводять аналогію цього поняття з аналізом. Однак, на нашу думку, аналітичне забезпечення є більш широким поняттям, ніж аналіз. Аналітичне забезпечення є складовою інформаційного забезпечення управління підприємством, якою займається економічний аналіз. Тобто, економічний аналіз є інструментом створення системи аналітичного забезпечення. Місце аналітичного забезпечення в системі управління підприємством зображено на рис. 1.1.



**Рис. 1.1. Місце аналітичного забезпечення в загальній системі управління підприємством**

*Джерело: сформовно автором за даними [4]*

Аналітичне забезпечення є відокремленою системою, яка є заснованою на інформації, отриманої шляхом реалізації економічного аналізу показників для формулювання результатів управління, як підприємством, яке займається виробництвом органічної продукції, так і будь-яким іншим підприємством і побудови прогнозних значень господарської діяльності підприємства.

При виході підприємства на ринок органічної продукції, потрібно велику увагу приділити аналітичному забезпеченню своїх майбутніх кроків. Адже цей ринок, на сьогоднішній день, є не дуже досліджений, тим більше для вітчизняних виробників. Тому на початкових кроках, підприємству потрібно зосередити свою увагу на різних видах маркетингових дослідженнях та зібраннях інформації, задля того, щоб мати інформаційну базу, яка буде відігравати ключову роль при здійсненні виходу підприємства на ринок «зелених товарів».

На думку Чудовської В.А. «у зв'язку із наявністю низки особливостей при виробництві, органічної продукції, зокрема здійсненням процесу сертифікації, недосконалістю нормативно-правової бази, зниженням урожайності під час періоду конверсії, вищою трудомісткістю, вищими цінами на органічну сировину тощо спостерігається зростання собівартості такої продукції».

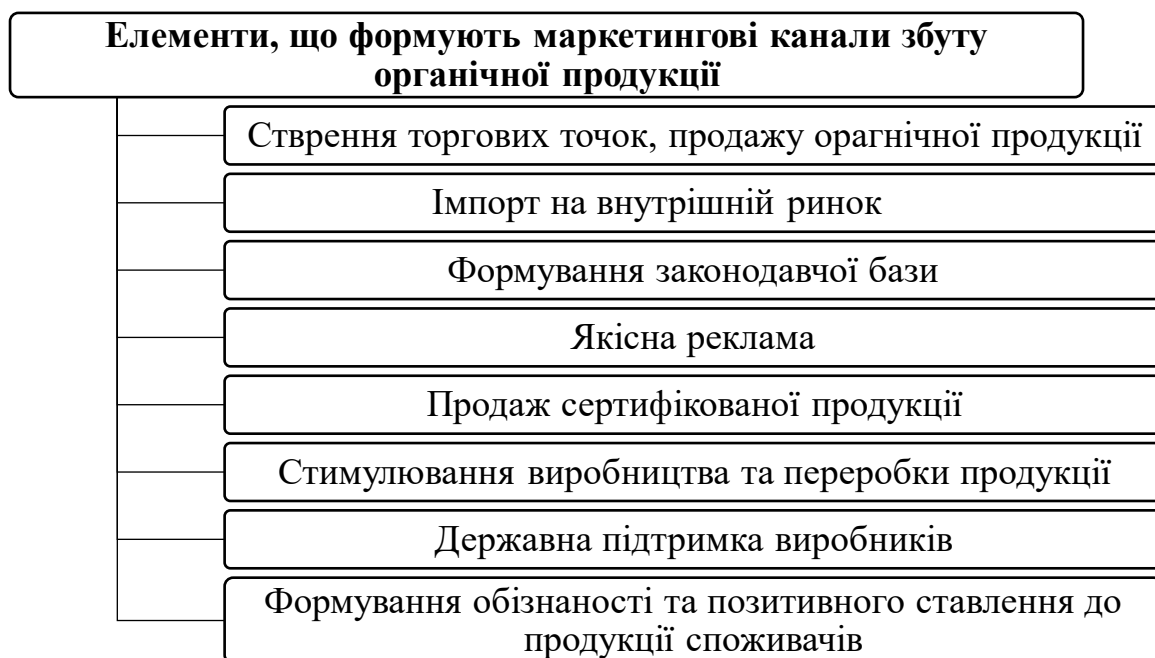
Це можна спостерігати порівнюючи ціни на органічну та традиційну сільськогосподарську продукцію. Тим не менш, ціни на продукцію виготовлену без різних домішок, пестецидів та хімікатів, залежать не тільки від витрат, які понесли виробників, під час виготовлення, але й від попиту і пропозиції на неї, обсягу інвестицій, які можуть окупатися довгий термін, через низький попит, головною причиною чого є мала платоспроможність населення та недостатня обізнаність про переваги органічної продукції.

Важливою передумовою для забезпечення успіху компанії на ринку органічної продукції є орієнтація результатів діяльності на потреби та вимоги кінцевих споживачів та досягнення їх задоволення. Це означає, що для того, щоб мінімізувати, а в кращому випадку уникнути, проблем у збуті своїх продуктів, підприємство повинно постійно вивчати поведінку споживачів, їх вимоги, задоволення потреб у конкретному органічному продукті, мотиви покупки, структуру ринку та адаптувати свою виробничу діяльність до цих вимог. . . виробництво товарів, необхідних споживачу на ринку. Забезпечити виконання цього принципу можливо лише за умови практичної реалізації маркетингової концепції підприємствами, які займаються виробництвом органічної продукції.



Дудар О. Т. пише, «що використання сучасної концепції маркетингу, яка передбачає, що товаровиробник, визначивши і задовольнивши потребу споживачів на ринку органічної продукції і продуктів харчування ефективніше, ніж конкуренти, одночасно забезпечує задоволення інтересів: споживача – у задоволенні потреби, підприємства – в одержанні прибутку і суспільства в цілому – в забезпеченні екологічної безпеки» [30].

Одна з основних ролей належить елементам формування маркетингових каналів збуту органічної продукції товаровиробниками, окремі з яких знаходяться на стадії становлення, а інші лише формуються (рис.1.2).



**Рис. 1.2. Основні елементи формування маркетингових каналів збуту продукції органічного походження в Україні**

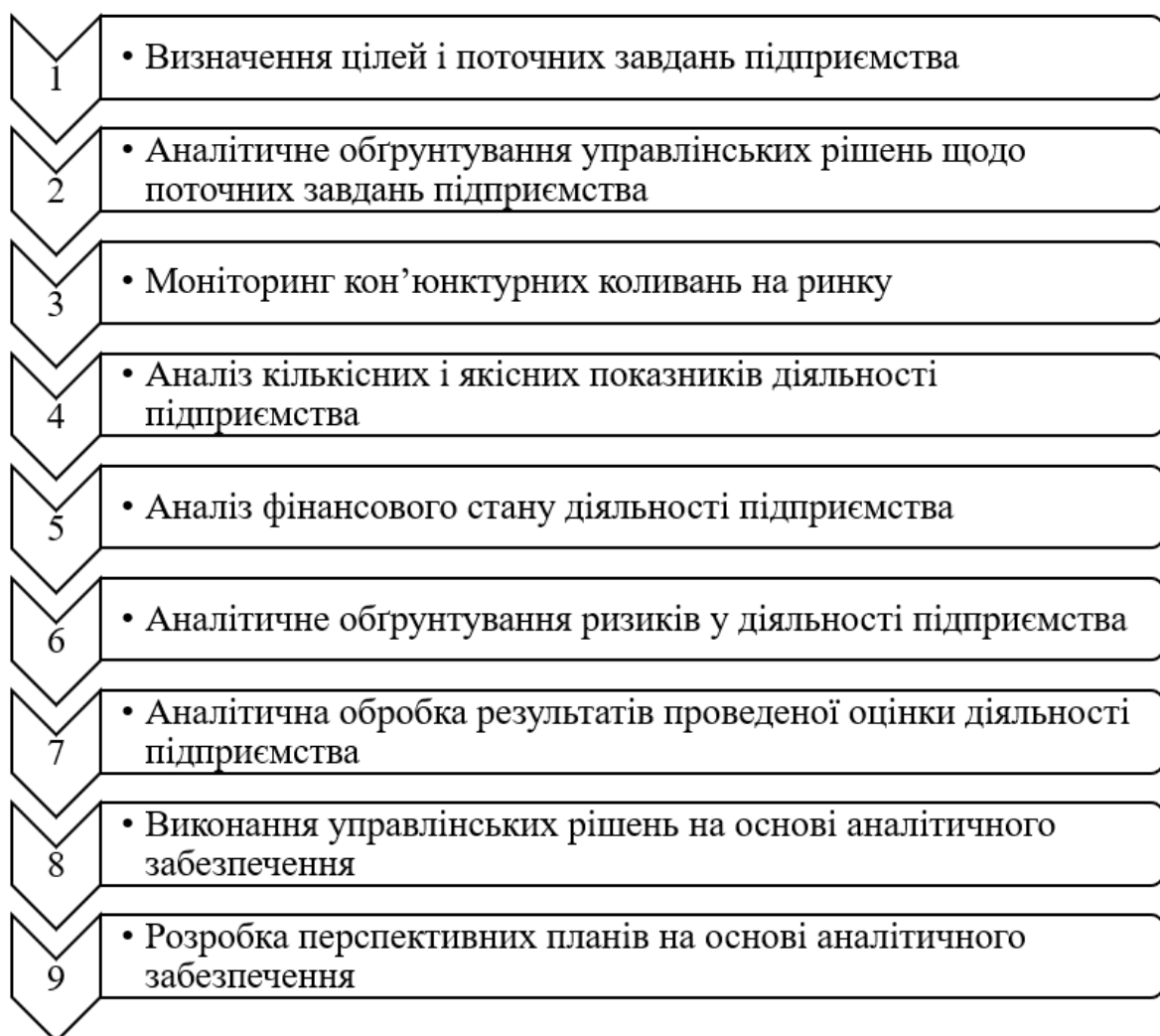
*Джерело: сформовно автором за даними [9]*

Інтенсивний продаж органічної продукції в Україні через оптові мережі та супермаркети має велику силу у розвитку внутрішнього ринку органічної продукції та може надалі створювати та стимулювати споживчий попит. Це може сприяти формуванню позитивного відношення споживачів до органічного сектору

загалом і зокрема підвищити споживання органічної продукції, та розвиток органічного сільського господарства.

Тому на нашу думку, маркетингова діяльність є однією з головних складових у формування плану виходу підприємства на ринок органічної продукції, та є важливою складовою у аналітичному забезпеченні підприємства.

Різномасштабність і важливість організації аналітичного забезпечення зумовлює виділення її послідовності на етапах обґрунтування та реалізації управлінських рішень з відповідними напрямками економічного аналізу на підприємстві (рис. 1.3).



**Рис. 1.3. Етапи аналітичного забезпечення прийняття та реалізації управлінських рішень**

*Джерело: сформовано автором за даними [4]*

Якщо послідовно виконувати всі вище перераховані етапи, це може забезпечувати виконання всіх поставлених цілей в області управління виробництвом. Головним етапом запропонованої аналітичної системи є економічний аналіз, який окреслює комплексну методологію обробки аналітичної інформації, головне завдання якої є допомога в прийнятті та обґрунтуванні управлінських рішень та їх оптимізації.

Ринкова економіка породжує потребу в розподілу аналізу на внутрішній управлінський і фінансовий аналіз (рис. 1.4).

Внутрішній управлінський аналіз	Фінансовий аналіз
<ul style="list-style-type: none"> <li>це частина управлінського обліку, тобто інформаційноаналітичного забезпечення власників підприємства, керівників усіх рівнів. Зовнішній фінансовий аналіз – елемент фінансового обліку, що обслуговує зовнішніх користувачів інформації про підприємство, що виступають самостійними суб'єктами економічного аналізу за даними фінансової звітності.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>це дослідження та оцінка внутрішнього стану підприємства за даними фінансової звітності з метою вироблення рекомендацій та побудови прогнозів з мінливих фінансових умов діяльності підприємства. Фінансовий аналіз базується на даних бухгалтерського обліку та імовірнісних оцінках майбутніх чинників господарського життя.</li> </ul>

**Рис. 1.4. Диференціація аналізу у ринковій економіці**

*Джерело: сформовано автором за даними [5]*

Аналітичне забезпечення діяльності підприємства є важливим не тільки для самого підприємства, але також і для інвесторів. Головною ціллю аналізу є всебічне опанування стійкості економічного розвитку підприємства. Цей аналіз

оснований на системному підході, якісному підборі достовірної інформації, комплексному врахуванні різноманітних факторів і є важливою функцією управління.

Займаючи проміжне становище між обробкою інформації та прийняттям рішень, аналіз здійснює вплив на якість прийнятих управлінських рішень, сприяє розкриттю зв'язків між різними предметами управління, коректному обґрунтуванню мети і відбору найкращого варіанту рішення. Під час прийняття управлінського рішення зменшується невизначеність вихідної ситуації і ризик, що пов'язаний з вибором правильного рішення.

Аналітичне забезпечення використовує комплексні методи аналізу та оцінки сталого розвитку підприємства, що показує стан його функціонування, які висвітлюють результати управління виробничими змінами станів або явищ, що дають змогу переорієнтувати його ресурси для здобуття високих показників сталого розвитку та опрацювати оптимальну стратегію розвитку підприємства з урахуванням можливих тенденцій.

Аналітичне забезпечення діяльності підприємства передбачає:

- дослідження економічного права, нормативних актів законів, і тенденцій;
- збільшення науково-економічну доцільність стратегічних і тактичних планів і стандартів;
- перевірити виконання плану та його відповідність нормативним актам в;
- пошук резервів підвищення ефективності виробництва;
- визначення економічної ефективності використання ресурсів;
- передбачення результату;
- аналіз торговельного ризику;
- порівняльний аналіз маркетингових заходів;
- підготовка аналітичних матеріалів [6].

Отже, аналітична система забезпечення виробничо-фінансової діяльності підприємства повинна задовільняти аспекти формування необхідних аналітичних даних, отримувати та застосовувати інформацію зовнішньої та внутрішньої звітності, що убезпечти виконання її аналітичної та контрольної функцій.

## **1.2. Органічне виробництво, як об'єкт аналізу в управлінні підприємницькою діяльністю.**

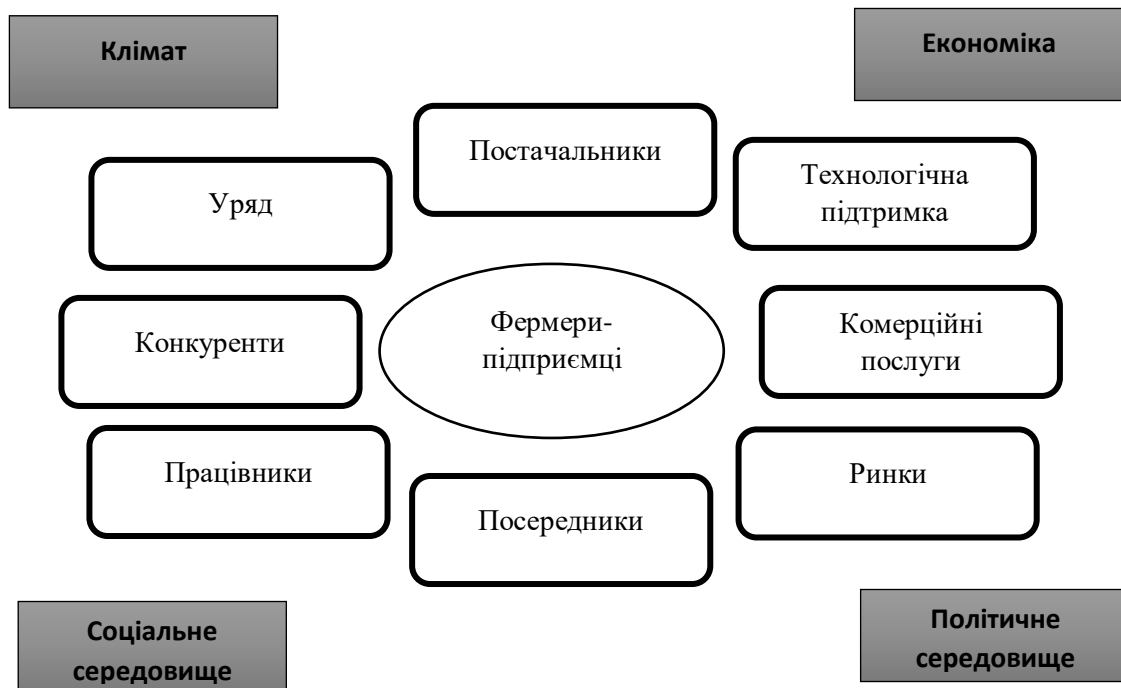
Підприємництво, ланцюги вартості та ринкові зв'язки - терміни, які вживаються дедалі частіше, коли говоримо про сільське господарство. Багато дрібних фермерів та дорадчих організацій розуміють, що для них, дрібних фермерів, мало майбутнього, якщо вони не стануть більш підприємницькі в тому, як вони ведуть свої господарства. Вони повинні все більше виробляти для ринків і для отримання прибутку. Стати більш підприємливим може бути викликом для дрібних фермерів. Їм знадобиться допомога в розширенні збуту та пошуку партнерів.

Чи можуть дрібні фермери стати підприємцями? Так. Дрібні фермери в усьому світі показали чудову здатність адаптації до нових умов. Вони шукають кращі способи організувати свої господарства відповідно до світових стандартів. Вони пробують нові культури та сорти, кращих тварин та альтернативних технологій для збільшення продуктивності; також вони намагаються диверсифікувати свої виробництва, знизити ризик та збільшити прибутки. Вони стали більш орієнтованими на ринок і навчилися йти на прораховані ризики, відкривати або створювати нові ринки для своєї продукції.

Багато дрібних фермерів мають великий перелік якостей справжніх підприємців. Щоб дрібні фермери стали успішними організаторами вигідних оборудок їм потрібні всі ці, а також багато інші якостей. Вони повинні бути інноваційними і перспективними. Їм потрібно будувати свій бізнес, як довготривале виробництво, щоб зробити його стійким. Їм треба навчитись визначати можливості та скористатися ними. Деякі дрібні фермери мають ці якості, але вони все ще зосереджуються на підтримці свого традиційного способу життя [7].

Поки фермери-підприємці вільні і незалежні, вони не працюють поодиночі. Вони діють в складному і динамічному середовищі, яке постійно розвивається. Вони є частиною більшого кола людей, включаючи інших фермерів,

постачальників, трейдерів, перевізників і переробників, кожен з яких відіграє свою певну роль у ланцюжку вартості (Рис. 1.5).



**Рис. 1.5. Складові середовища діяльності фермерів-підприємців**

*Джерело: сформовно автором за даними [7]*

На сьогоднішній день досить актуальним є питання розвитку підприємств, які займаються виробництвом органічних продуктів, тим паче в Україні, де сільське господарство стоїть на високому рівні. А через велику кількість видимих екологічних, економічних та соціальних переваг, які дуже притаманні галузі виробництва органічних продуктів, воно змушує розглянути його глибше. Інтенсифікація сільського господарства, яка останнім часом відбувається в усьому світі, має негативний вплив не лише на навколишнє середовище, але і виснажує природні ресурси, без яких ведення агровиробництва неможливе.

Органічне землеробство – це специфічний метод виробництва продуктів харчування з використанням природних речовин і процесів. Він заохочує відповідальне використання енергії та природних ресурсів, збереження та покращення біорізноманіття, добробуту тварин, якості води та родючості ґрунту.

Основними характеристиками органічного виробництва є зниження витрат енергії, добрив і пестицидів, а також специфічний стиль господарювання.

В результаті врожайність в органічному сільському господарстві в середньому на 5–34 % нижча, ніж у традиційному.

Підприємства займаються органічним виробництвом з різних причин, як фінансових, так і нефінансових (екологічних, здоров'язбережувальних, ідеологічних, філософських та інших). У минулому органічні виробництва були мотивовані проблемами землеробства та релігійними поглядами, тоді як нова порода органічних фермерів більше піклується про навколишнє середовище, здоров'я людей та прибуток.

Перехід від звичайного виробництва до органічного має певні економічні вигоди. Краудер і Реганольд (2015) дослідили фінансову конкурентоспроможність органічного сільського господарства в усьому світі і виявили, що, незважаючи на нижчу врожайність, органічне землеробство було значно прибутковішим, ніж звичайне. Ринковий попит також є важливим фактором розвитку органічного землеробства [8].

Поглиблення процесу глобалізації міжнародного ринку ставить їх у залежність від домінуючого напрямку світового економічного розвитку, а їх головною ознакою є процес екологізація виробництва. Для компаній, основним напрямком яких є експорт, стає можлива довгострокова конкурентна перевага, яка є результатом створення валсного, відомого бренду, який буде викликати довіру у країн-імпортерів. Також цьому сприятимуть застосування різних маркетингових досліджень.

Використання ефективних маркетингових інструментів слугує одним з головних аспектів у створенні відповідного попиту на конкретну продукцію для отримання прибутку в майбутньому. Для цього необхідно застосовувати нові маркетингові методи для встановлення довірчих відносин між виробниками та клієнтами. М. Поттер і М. Крамер вірять в успіх ведення бізнесу в 21 столітті, але це буде залежати тільки від того, чи приймуть компанії положення «спільної

цінності», головна мета якої, є створення економічної цінності має супроводжуватись виникненням цінності для суспільства.

Формування та структура світового ринку органічної сільськогосподарської продукції, посилення конкуренції, неправильне чи неповне інтерпретування думки споживачів про органічні сільськогосподарські продукти в деяких регіонах спонувають виробників органічної продукції використовувати відносно різні методи маркетингу, основною складовою яких є креативні інноваційні аспекти та екологічні складові. Основні концепції маркетингу, які варто розглянути, та бажано застосувати у своїй діяльності, як традиційним підприємствам, так і виробникам органічної продукції, предсталено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

**Передові маркетингові концепції просування органічної агропродовольчої продукції на глобальному товарному ринку**

Назва концепції маркетингу	Характеристика	Назва компанії-користувача
1	2	3
«Зелений» маркетинг (“Green” marketing)	1. Це маркетинг товарів, які є безпечними для довкілля. 2. Розробка та маркетинг товарів, які призначенні для мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище чи покращення його якості. 3. Дії організацій, спрямованих на виробництво, просування, пакування продукції таким способом, що відповідає екологічним вимогам	Unilever* , Starbucks** (США), Buddha Teas (США), Woolworths (Австралія), Tesco (ВВ), Danone Group (Франція)
«Партизанський» / малобюджетний маркетинг (“Guerrilla” marketing)	Це своєрідна сукупність нетрадиційних методів залучення споживачів, яка адаптується відповідно до місцевих та регіональних тенденцій, використовує тактику «вірусного маркетингу» для поширення інформації. Центральними елементами концепції є наявність ефекту «неочікуваності».	Organic Valley (США), Barnana (США)



## Продовження таблиці 1.1

1	2	3
Маркетинг у соціальних мережах (Social media marketing)	Соціальний маркетинг – це міждисциплінарна багатофункціональна концепція, що використовує соціальні мережі для досягнення організаційних цілей. Це підхід, який використовується для розроблення заходів, спрямованих на зміну або підтримку поведінки споживачів, що вигідно окремим індивідам або суспільству загалом.	Earthbound Farm (США), Nature’s Path (США), Stoneyfield (США), Roo’bar – SmartOrganic (Болгарія), Canadian Organic Maple (Канада)

*Джерело: сформовно автором за даними [31-33]*

Органічне землеробство не є виробничою галуззю, відокремленою від традиційного сільськогосподарського виробництва, але працює і співіснує поруч з нею, оскільки в багатьох господарствах існують паралельні виробничі лінії. Виробник органічної продукції – це насамперед фермер, тому вони поділяють традиційні проблеми галузі, які в їхніх виступах визначаються як перешкоди для розвитку та покращення їхнього становища. У багатьох із них присутня сильна криза села: відсутність зміни поколінь, девальвація сільськогосподарської праці, заборгованість, спекуляція продуктами харчування, або нерівний доступ до землі та фінансування.

Органічні виробники повинні конкурувати зі звичайними виробниками, щоб зміцнити свої позиції в органічному секторі та нав’язати свій погляд на сільське господарство майбутнього та з метою гарантувати, що це матеріалізується на законодавчому рівні. Їхні виступи включають три ключові вимоги: маркетингові структури, консультування та навчання та доступ до фінансування.

По-перше, відсутність спеціалізованої мережі збуту та дистрибуції є елементом, на який вказують виробники як елемент покращення ситуації в органічному секторі.

По-друге, відсутність спеціалізованих консультацій та навчання, оскільки все ще важко знайти техніків, які б консультували з екологічного виробництва, частково тому, що практика дуже залежить від території та немає точних моделей виробництва, як у звичайній системі.

По-третє, доступ до фінансування або відсутність підтримки протягом років конверсії. Багато виробників заявляють про нову політику, яка покращує стійкі системи за допомогою заходів, спрямованих не тільки на органічне виробництво, але й на пов'язування допомоги з показниками впливу на навколишнє середовище.

Насправді, економічні мотиви завжди стоять за екологічними, оскільки в усіх дискурсах з'являється критика до тих виробників, які переходять лише на економічну вигоду та зосереджуються на отриманні сертифікату, таким чином встановлюючи межу між тими, які були б справжніми органічними виробниками і ті хто не були б.

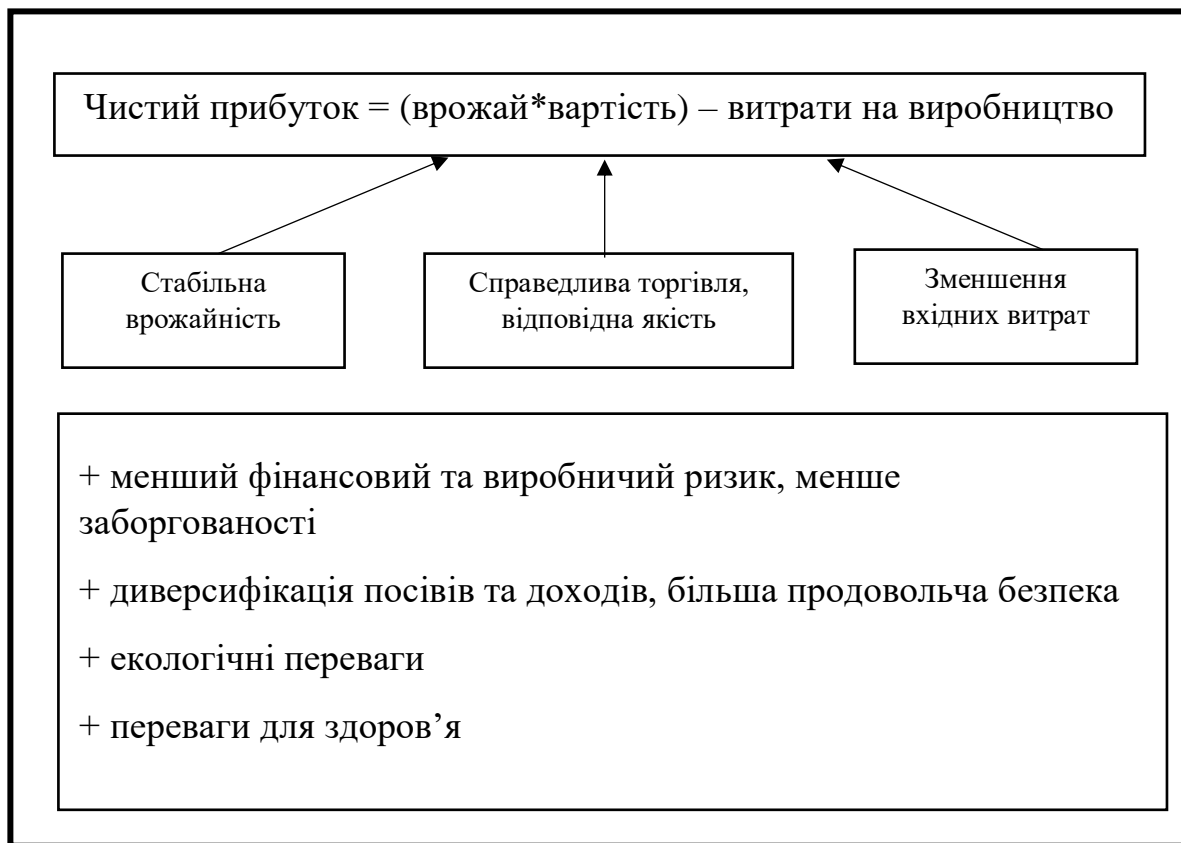
Деякі думають, що продукти, з якими вони мають справу, вже є органічними і просто їх потрібно сертифікувати, і тому це може бути простим способом отримати більше прибутку. Інші приєднуються до органічного виробництва, тому що поділяють цілі органічного землеробства.

Деяким подобається його ексклюзивність: їм подобається імідж, їм подобається виділятися з натовпу та бути частиною ринку People - Planet - Profit. На таких досить невеликих спеціалізованих ринках у вас буде відносно небагато конкурентів.

У органічній торгівлі менше посередників і тому більше прямого контакту з покупцями. Деякі покупці зацікавлені у розвитку відносин з постачальниками органічної продукції, і тому зацікавлені в обговоренні з ними, як покращити та розширити свій бізнес.

З часом органічне підприємство може стати бажаним постачальником, що дасть йому змогу розвивати довгострокові ділові відносини, які дають певну безпеку.

Кожен підприємець повинен самостійно вирішувати, чи є органічне землеробство правильним способом ведення його бізнесу. З точки зору виробників, органічне землеробство має деякі важливі потенційні переваги (рис. 1.6). Спочатку мало хто з вірить, що завдяки органічному землеробству можна отримати хороші врожаї.



**Рис. 1.6. Економічні та неекономічні переваги органічного в порівнянні зі звичайним виробництвом.**

*Джерело: сформовно автором за даними [8]*

Багато хто побоюється, що, якщо не використовувати хімікати, врожайність знизиться, або шкідники знищать урожай – це справжній ризик. У звичайних дрібних господарствах врожайність часто досить низька, а родючість ґрунту втрачає свої властивості з кожним роком. Важливу роль у цьому відіграє покращення доступу до ресурсів, кредитів та ноу-хау, які зазвичай супроводжуються ініціативою органічного землеробства. Крім того, системи

органічного землеробства, як правило, більш різноманітні, ніж звичайні, що призводить до більшої агроекологічної та економічної стабільності.

Навіть коли перехід на виробництво органічної продукції означає певну невизначеність у перші роки, це може компенсуватись у кількості прибутку у наступних роках. Ставши сертифікованим, виробники можуть заробляти більше грошей на виробництві того ж розміру, що і звичайна. Для певних груп гарантована мінімальна ціна в системі справедливої торгівлі є важливою причиною для проходження сертифікації справедливої торгівлі, коли це можливо. Ця премія дає можливість покращити свої засоби до існування, а також отримати кращу ціну на органічну продукцію.

Що приваблює багатьох людей, так це той факт, що їм не потрібні дорогі, «неприродні» зовнішні ресурси. Велику увагу слід приділити фінансовому питанню. Оскільки ціни на синтетичні азотні добрива пов'язані з ціною сирової нафти, цілком імовірно, що витрати виробництва в традиційному сільському господарстві будуть продовжувати зростати.

В органічному виробництві зазвичай потрібно менше грошей, щоб придбати вхідні ресурси - за умови відповідної підготовки та технічних порад щодо того, як органічно виробляти [7].

Нижчі виробничі витрати також зменшують фінансовий ризик, особливо в ситуаціях, коли кліматичні умови часто спричиняють втрати врожаю. Більшість господарів розуміють, що органічне виробництво краще для їхніх ґрунтів, але переваги для якості води та біорізноманіття, як правило, для них мають менше значення.

## **2. АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА І ВИХОДУ НА РИНОК ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

### **2.1. Дослідження стану та чинників розвитку ринку органічної продукції.**

Через те що, ринок органічних продуктів має низку переваг, таких як екологічні, економічні та соціальні переваги, що притаманні цій сфері діяльності, тому розвиток цього ринку є досить актуальним на сьогодні.

Підвищення обсягів виробництва продуктів сільського господарства, яке останнім часом притаманне усьому світу, має негативний вплив не лише на навколишнє середовище, але і виснажує природні ресурси, без яких ведення агровиробництва неможливе. Тому виробництво органічної сільської продукції має екологічні переваги, які відчужаються у тому, що воно має великий потенціал, щоб звести до мінімуму вищеперелічені негативні тенденції, а також скоротити викиди вуглекислого газу, закису азоту й метану, які сприяють глобальному потеплінню.

Також сільськогосподарська органічна продукція має ряд переваг для здоров'я. По-перше, воно знижує ризик втрати здоров'я для сільськогосподарських працівників, адже саме вони найбільш уразливі до дії пестицидів та інших хімікатів, які використовуються під час традиційного, конвенційного виробництва. По-друге, органічні продукти більш корисні для споживачів завдяки мінімізації впливу на здоров'я токсичних і стійких хімічних речовин. Середньостатистичні конвенційні овочі та фрукти містять у своєму складі понад 20 пестицидів, м'ясо та молоко, у свою чергу, містить антибіотики, гормони, стимулятори росту [9].

Натомість, за дослідженнями вчених з різних країн, органічні продукти на 50% містять більше поживних речовин, мінералів та вітамінів (вітамін С, залізо, магній і фосфор), ніж аналогічні продукти з промислових ферм. Особливо корисні органічні продукти для дітей, оскільки їхній організм більш вразливий до дії залишків пестицидів, нітратів, важких металів та антибіотиків у продуктах

харчування. Тому світовий ринок органічної продукції розвивається швидкими темпами. Україна робить лише перші кроки у формуванні та становленні ринку органічної продукції, який є вже досить розвинутим у інших країнах (зокрема ЄС).

Україна – найбільша за площею країна Європи з давніми традиціями ведення сільського господарства, велика частина земель якої, повинна використовуватись для виробництва сільськогосподарської продукції, зокрема вітчизняної органічної продукції. Тому Україна має всі шанси стати не тільки європейським, а й світовим провідним виробником та експортером органічних товарів.

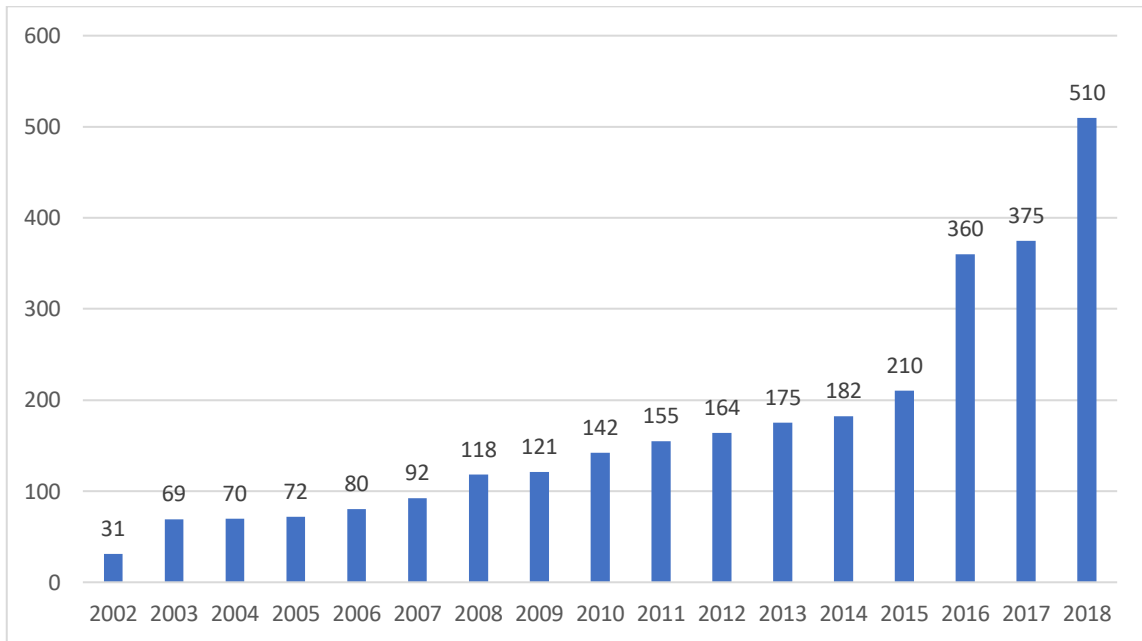
Автор Т. О. Козичева говорить, що «Сучасне органічне виробництво розвивається в Україні близько 20 років. За цей період найбільша за площею держава Європи перетворилася в одного з європейських лідерів, де органічне аграрне виробництво ведеться на площі більше 400 тис. га» [10].

Демонструючи протягом останніх років стійку позитивну динаміку зростання площ сільгоспугідь, на яких ведеться сертифіковане органічне виробництво, спостерігається стабільне зростання як кількості операторів органічного ринку, так і рівня споживання органічної продукції в Україні, чому сприяє тенденція активного наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією.

Офіційні статистичні огляди IFOAM підтверджують, що якщо в 2002 р. в Україні було зареєстровано 31 господарство, що отримало статус “органічного”, то в 2018 р. нараховувалось вже 510 органічних господарств, а загальна площа сільськогосподарських угідь, на яких ведеться органічне виробництво, склала 429100 га. (Рис.2.1).

Більшість українських органічних господарств розташовані в Київській, Одеській, Херсонській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Житомирській областях. Українські сертифіковані органічні господарства – різного розміру – від кількох гектарів, як і в більшості країн Європи, до декількох тисяч гектарів сільськогосподарських угідь. З огляду на процес зростання числа

дрібних органічних господарств, їх спеціалізація акцентується, в першу чергу, на вирощуванні плодоовочевої та ягідної продукції. Проте залишається фактом експортна орієнтація виробників, особливо зернобобових культур та ягід (Таблиця 2.1).



**Рис.2.1. Кількість сертифікованих органічних господарств в Україні**

*Джерело: сформовно автором за даними [11]*

Таблиця 2.1

**Загальна площа органічних с.-г. угідь в Україні, 2002-2019 рр.**

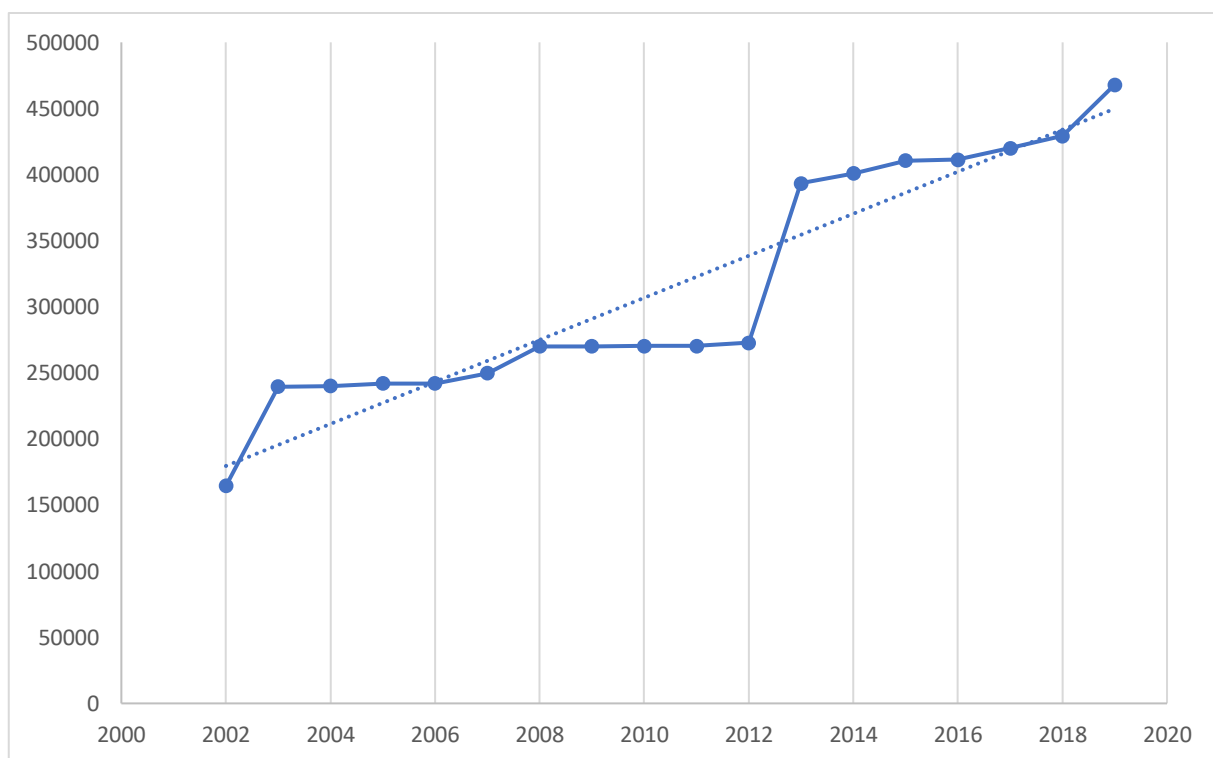
Рік	Площа, га.
2002	164449
2003	239542
2004	240000
2005	241980
2006	242034
2007	249872
2008	269984
2009	270193
2010	270226

Рік	Площа, га.
2011	270320
2012	272850
2013	393400
2014	400764
2015	410550
2016	411200
2017	420000
2018	429100
2019	467980

*Джерело: сформовно автором за даними [11]*

І як можна побачити по лінії тренду, представленому на рис.2.2, що демонструє динаміку загальної площі органічних сільськогосподарських угідь, ріст площ має позитивний характер.

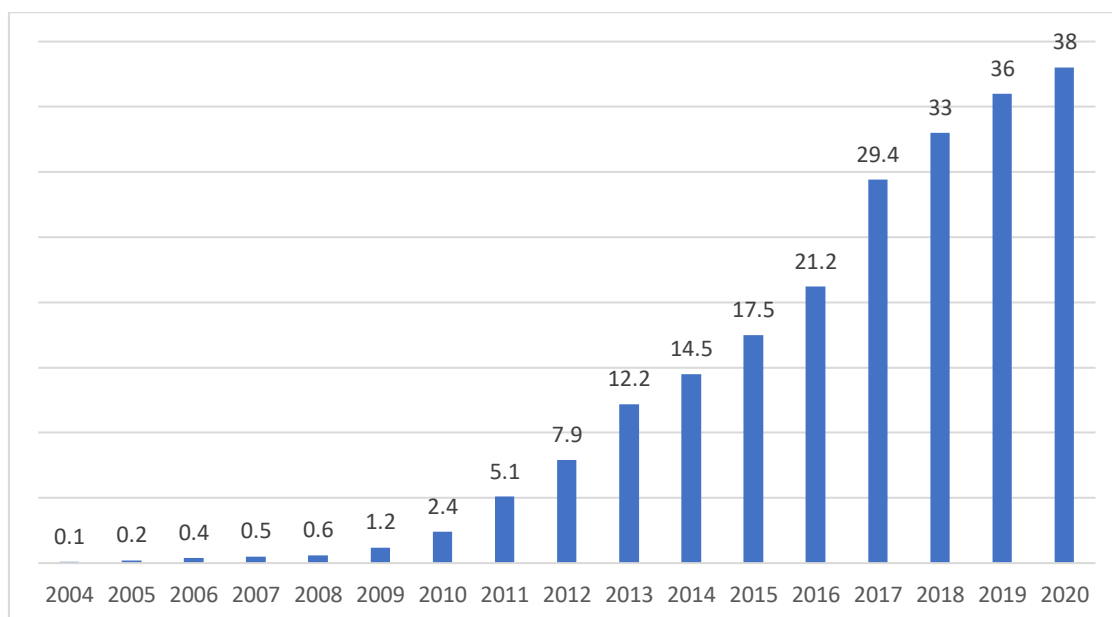
В останні роки спостерігається тенденція активного наповнення внутрішнього ринку вітчизняною органічною продукцією за рахунок налагодження власної переробки органічної сировини. Відповідно до досліджень Федерації органічного руху України, з початку 2000-х років в нашій державі спостерігається стабільне щорічне зростання внутрішнього споживчого ринку органічних продуктів, що демонструють дані, наведені на рисунку 2.3.



**Рис.2.2. Динаміка росту загальної площі органічних с.-г. угідь в Україні, 2002-2019 рр.**

*Джерело: сформовно автором за даними [11]*





**Рис. 2.3. Обсяги споживчого ринку органічних продуктів в Україні, у млн. євро 2004-2020 рр.**

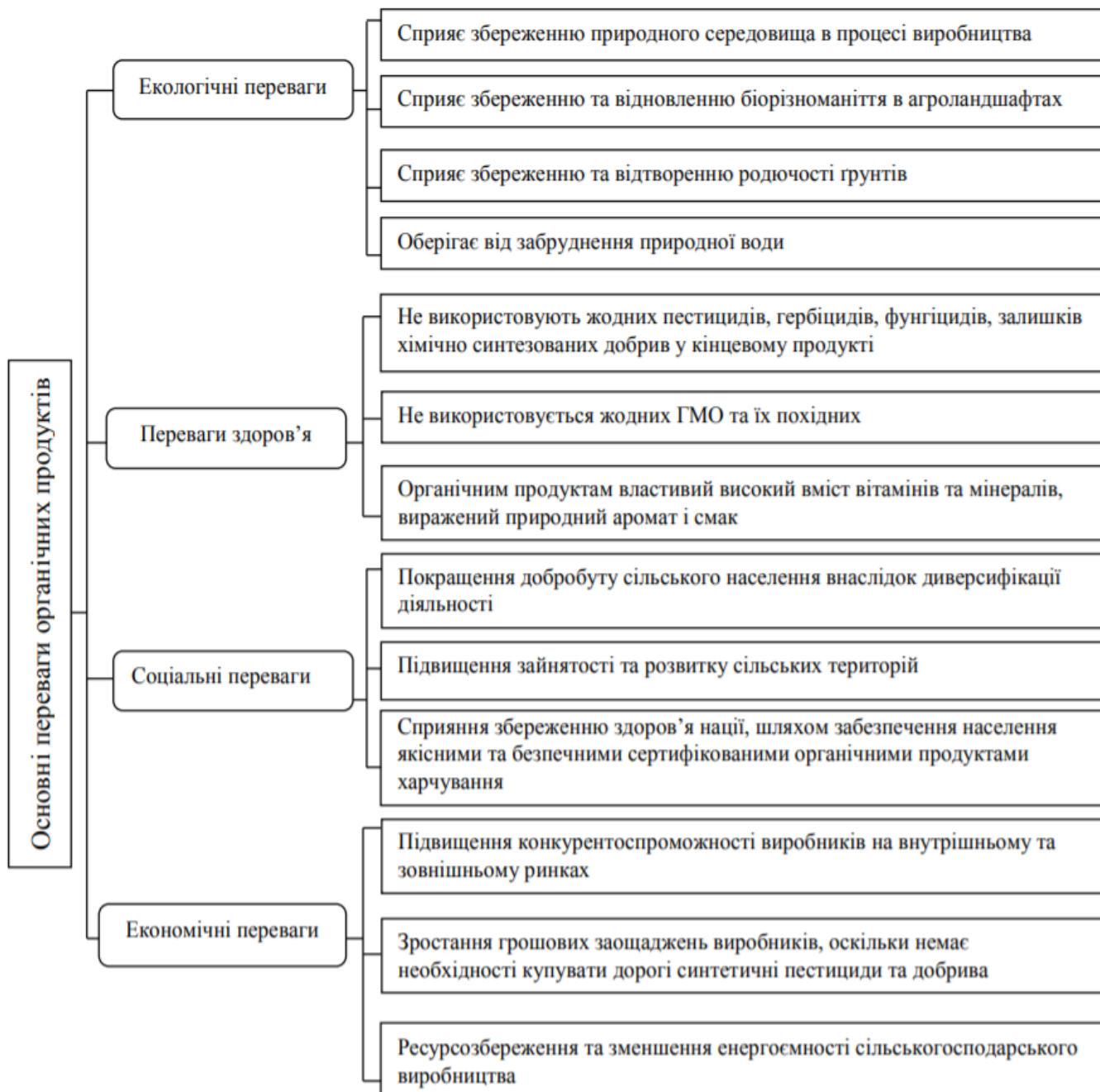
*Джерело: сформовно автором за даними [11]*

За даними досліджень Ради ООН з торгівлі та розвитку органічне сільське господарство у малорозвинених країнах має всі шанси перевершити показники конвенційної та традиційної системи агровиробництва з точки зору врожайності, диверсифікації та економічної ефективності [11]. Такі переваги роблять органічне виробництво особливо привабливим для дрібних та бідних фермерів, які в іншому випадку можуть опинитись під загрозою продовольчої та фінансової кризи. Органічне сільське господарство має шанс стати потужним засобом для скорочення бідності та голоду на планеті.

Автор Т. О. Козичева наголошує, що «соціальною перевагою органічного сільського господарства, є те, що воно має високий потенціал для забезпечення життєдіяльності сільського населення і пожвавлення роботи дрібних фермерських господарств. Разом зі зростанням органічного сектору зростатиме і працевлаштування місцевого населення, оскільки органічне землеробство менш механізоване і потребує, як правило, більше ручної праці. Як результат, органічне виробництво може стати ефективним інструментом збереження традиційних

знань ведення господарства у кожному регіоні, а також зменшення міграції сільського населення до мегаполісів».

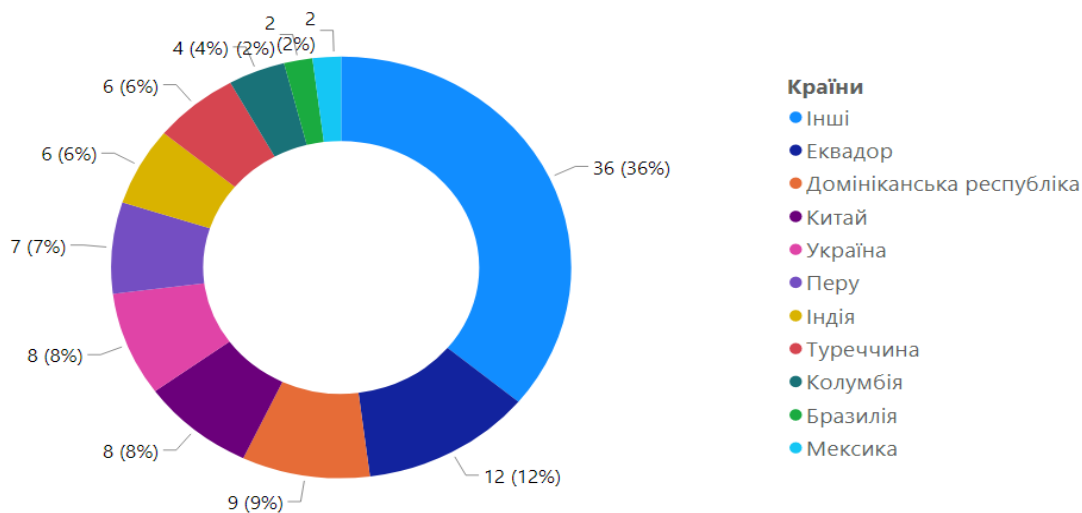
Таким чином, можна виділити основні переваги органічних продуктів, представлені на рис. 2.4.



**Рис. 2.4. Основні переваги органічних продуктів**

*Джерело: сформовно автором за даними [13]*

Окрім досягнень у розвитку органічного виробництва всередині країни, наша держава має певні успіхи як експортер органічної продукції. У 2020 році Україна посіла 4-те місце зі 124 країн за обсягами імпортованої органічної продукції до ЄС відповідно до звіту Європейської Комісії (Рис 2.5) (Додаток А), (Додаток Б).



**Рис 2.5. Основні експортери органічної продукції до Європи у 2020**

*Джерело: сформовано автором за даними [12]*

З метою покращення стану здоров'я населення, збереження навколишнього природного середовища, раціонального використання ґрунтів та інших природних ресурсів у процесі сільськогосподарського виробництва 3 вересня 2013 р. було прийнято Закон України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини", який набув чинності з 10 січня 2014 р. Відповідно до розділу XI "Прикінцеві положення" вказаного Закону суб'єкти господарювання, які маркують свою продукцію як органічну, зобов'язані привести свою діяльність у відповідність із цим Законом протягом шести місяців [14].

Виробництвом органічної продукції (сировини) визнається виробнича діяльність фізичних або юридичних осіб (у тому числі з вирощування та переробки), де під час такого виробництва виключається застосування хімічних добрив, пестицидів, генетично модифікованих організмів (ГМО), консервантів

тощо, та на всіх етапах виробництва (вирощування, переробки) застосовуються методи, принципи та правила, визначені Законом України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини" для отримання натуральної (екологічно чистої) продукції, а також збереження та відновлення природних ресурсів [14] Додаток В), (Додаток Г).

## **2.2. Оцінка перспективності ринку органічної продукції для його освоєння.**

Сучасний аграрний ринок характеризується зростаючим попитом на більш якісну сільськогосподарську продукцію та продукти харчування. Таким чином в Україні було розпочато сертифіковане органічне виробництво, яке забороняло використання хімічно синтезованих компонентів, генетично модифікованих організмів тощо, і були встановлені вимоги до маркування такої продукції. Проте, відчуваючи як зовнішній, так і внутрішній попит, ринок органічної продукції в Україні розвивається повільно.

Традиційна їжа домінує на внутрішньому українському ринку, тоді як органічні продукти відіграють другорядну роль. Це підтверджують дослідження Федерації органічного руху України та дані Державної служби статистики України. До кінця 2020 року вартість внутрішнього споживчого ринку органічної продукції досягла 38 млн євро. Для порівняння, загальний роздрібний товарообіг продовольчих товарів за цей період склав 1158.2 млрд. грн. або за середнього курсу НБУ 3078,79 грн. за 100 євро 37,6 млрд. євро. Тобто частка органічної продукції на внутрішньому ринку України становить близько 0,01 відсотка. Проте останнім часом споживання органічної продукції постійно зростає, особливо у великих містах. У 2010 р. український ринок органічної продукції оцінювався в 2,4 млн. євро; у 2016 році він зріс до 21,2 млн євро, то у 2020 році цей показник вже становив 38 млн євро, тобто зріс у 8,8 раза, або щороку, майже на 2,4 млн євро (рис. 2.3). Наповнення внутрішнього ринку органічними продуктами відбулося за рахунок збільшення операторів на цьому ринку та розширення сертифікованих площ, необхідних для вирощування органічних культур. У 2002 р. в Україні діяло 31 органічне господарство, які обробляли 164,4 тис. га орної землі

(рис. 2.1). У наступні роки відбулося поступове збільшення кількості вітчизняних органічних господарств та угідь під їх обробіткою. За даними Федерації органічного руху в Україні за період з 2005 по 2015 рік загальна кількість органічних господарств зростає до 210, у 2020 році цей показник дорівнював 510 [11].

Це дало можливість Україні (за наявності сертифікованої органічної площі ріллі) вийти на перше місце у східноєвропейському регіоні та зміцнити свої позиції у першій двадцятці провідних країн світу з органічного виробництва. Розмір органічних господарств коливається від десятків гектарів до кількох тисяч гектарів. Зараз середній розмір сертифікованого органічного господарства в Україні становить менше 2 тис. га, що значно більше, ніж аналогічні господарства в інших країнах. Проте з поширенням трудомістких напрямків виробництва органічної продукції почали розвиватися дрібні фермерські господарства.

Україна має значний потенціал для експорту органічної продукції. Експерти оцінюють щорічну можливість реалізації такої продукції на зовнішніх ринках до 50 млн євро. Зараз основними покупцями української «органіки» є Німеччина, Австрія, Польща, Італія, Франція, Нідерланди, Данія, Швейцарія, США, Канада. З кожним роком попит зростає. У ці країни в основному експортуються зерно, олійні культури, боби, ягоди, фрукти та дикорослі. Крім того, асортимент органічної продукції постійно розширюється та поповнюється соняшниковою та ефірною олією, концентрованим яблучним соком, горіхами, джемами, сиропами, березовим соком. Проте в Україні ще не сформовано відповідну законодавчу та нормативно-правову базу, яка б забезпечувала захист виробників та споживачів [15].

У майбутньому розвиток українського ринку органічної продукції відбуватиметься за одним із трьох можливих варіантів.

Згідно з першим варіантом основне виробництво органічної сільськогосподарської продукції буде зосереджено на середніх і великих підприємствах, а реалізація зосередиться переважно на зовнішньому ринку. У цьому випадку домінуватиме продаж сировини, а не їжі, придатної до

споживання. Крім того, будуть створені невеликі компанії, зацікавлені в органічному виробництві для внутрішнього ринку. Держава відіграватиме незначну роль у підтримці розвитку органічного виробництва. У такому випадку органічне виробництво буде зростати середньорічними темпами, які мали місце останні п'ять років.

Другий варіант збільшить обсяги державної підтримки розвитку органічного сільського господарства та розвитку відповідної інфраструктури; Основна увага буде приділена розвитку органічного виробництва в дрібних фермерських господарствах, зокрема створенню спеціалізованих сімейних фермерських господарств та створенню на їх основі обслуговуючих кооперативів. Зазначені факти сприятимуть наповненню внутрішнього ринку органічною продукцією, підвищать зайнятість у сільській місцевості, однак не дозволять повністю розширити потенціал органічного виробництва в Україні.

Третій варіант – створення умов для забезпечення комплексного розвитку ринку органічної продукції, забезпечення раціонального розвитку конкурентоспроможного, диверсифікованого органічного сільського господарства, сприятливого інвестиційного середовища через партнерство держави та бізнесу. Це створить належну нормативно-правову базу діяльності, гармонізовану із законодавством ЄС, розвине переробну промисловість та ринкову інфраструктуру. Наступні явища дадуть можливість нарощувати органічне виробництво, його збут на зовнішньому ринку та наповнення внутрішнього ринку. Для вирішення існуючих проблем і визначення пріоритетів подальшого розвитку даного сегмента ринку краще вибрати третій варіант як найбільш відповідний інтересам суспільства в цілому [32].

Автор Грановська В.Г. говорить, що «розвиток органічного сільського господарства є актуальним і водночас суперечливим питанням функціонування підприємств аграрного сектору в конкурентних умовах. Органічне агровиробництво як цілісна система господарювання та виробництва поєднує в собі найкращі практики з огляду на збереження довкілля, рівень біологічного розмаїття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів

належного утримання тварин і методів виробництва, які відповідають певним вимогам до продуктів, виготовлених із використанням» [16].

Наразі в Україні дотепер проводять дискусії серед різних науковців та дослідників стосовно питання, чи буде розвиток органічного виробництва доцільним, а також чи доцільним є запровадження організаційних форм органічного виробництва - агроформувань. Особливої актуальності це питання набуває в умовах невизначеності зовнішнього середовища функціонування, збільшення кількості конкуренції та активізації впливу проявів глобального середовища.

Лише коли сільськогосподарські виробники усвідомлять переваги органічного виробництва порівняно з традиційним виробництвом, вони можуть здійснити перехід до методів органічного землеробства.

Органічне виробництво приносить користь всьому суспільству, а не конкретним виробникам органічної продукції. Тому для забезпечення ефективності органічного виробництва державі необхідно підтримувати землекористувачів та землевласників у вигляді дотацій для запровадження економічного стимулювання органічного сільського господарства, а також надавати податкові та кредитні пільги та компенсації підприємствам, які впроваджують органічне сільське господарство на своїх місцях за власний кошт, а також організують переробку органічної продукції.

Упровадження органічного сільського господарства в Україні доцільно розширювати, оскільки це сприяє:

- відтворенню родючості ґрунтів та збереженню навколишнього середовища;
- розвитку сільських територій та підйому рівня життя сільського населення;
- підвищенню ефективності та прибутковості сільськогосподарського виробництва;
- забезпеченню споживчого ринку здоровою якісною продукцією;
- зміцненню експортного потенціалу держави;

- поліпшенню іміджу України як виробника та експортера високоякісної здорової органічної продукції;
- забезпеченню продовольчої безпеки в Україні;
- поліпшенню загального добробуту громадян держави [17].

Проте, незважаючи на перспективи розвитку експортного потенціалу й збереження та відновлення якісних характеристик ґрунтів, стримуючими чинниками розвитку органічного землеробства в Україні є:

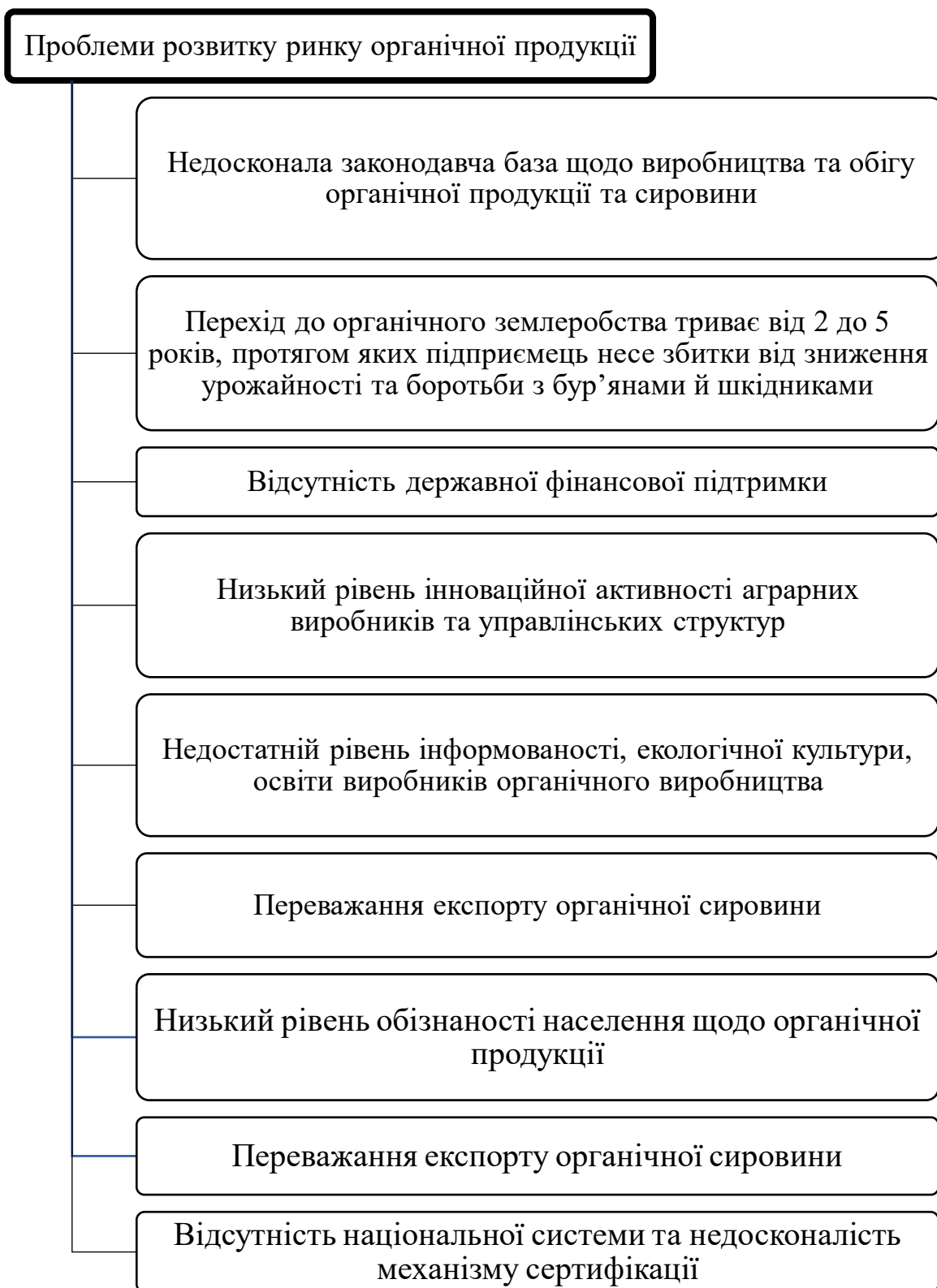
- недосконала законодавча база;
- перехід до органічного землеробства триває від 2 до 5 років, протягом яких підприємець несе збитки від зниження урожайності та боротьби з бур'янами й шкідниками;
- низький рівень інформованості, екологічної культури, освіти та інноваційної активності аграрних виробників.

Проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні зображено на рисунку 2.6.

Одним із важливих аспектів розвитку органічного виробництва є ціна, яка в нашій державі є в рази вищою, порівняно із традиційною продукцією. Розвиток ринку органічних продуктів у світі міг би розвиватися та розширюватися й активнішими темпами, якби не такий стримуючий фактор як порівняно висока вартість органічних товарів і продуктів [15].

Ціни на органічну продукцію зазвичай набагато вищі, ніж на звичайну. Наприклад, за європейськими стандартами націнка на органічні продукти й товари є виправданою в розмірі 20–30 %. А в Україні та деяких інших країнах світу в окремих випадках вартість органіки може бути на 50–300 % вища, ніж неорганічних аналогів.





**Рис. 2.6. Проблеми розвитку ринку органічної продукції**

*Джерело: сформовно автором за даними [18]*

Основними каналами збуту для органічних продуктів в Україні є спеціалізовані відділи супермаркетів і невеликих магазинів. Усього в Україні

існує близько 150 таких магазинів. Купити органічні продукти в нашій країні можна в мережах магазинів Органік ера, натур Бутік, сільпо (Fozzy Group), Delight, еко-Шик, Goodwine, Pareco, 79 METRO, Чумацький Шлях, МегаМаркет, Billa, Фуршет, Glossary Organic Products тощо. Мережа, через яку поширюються органічні продукти, зростає. Більшість точок продажу знаходяться у великих містах — Києві, Львові, Івано-Франківську (в основному, це невеличкі спеціалізовані магазини). Частка сертифікованої органічної продукції в таких магазинах варіюється від 10 % до максимум 50 %. Широкого розповсюдження набули он-лайн мережі, у яких споживач може отримати інформацію про продукти та зробити замовлення [33].

Основними причинами низької ефективності виробництва органічної продукції в Україні визначено такі: недосконалість інституціонального забезпечення та відсутність державної фінансової підтримки; інноваційна пасивність більшості підприємств та управлінських структур; низька обізнаність виробників конвенційної продукції та населення щодо переваг органічного виробництва; занепад галузі тваринництва як основного виробника органічних добрив; висока вартість позичкових коштів; переважання експорту органічної сировини; дефіцит зерна та інших сільськогосподарських культур органічного походження; високе техногенне навантаження на території Центральної та східної України тощо [18].

### **2.3. Оцінка можливостей завоювання ринку органічної продукції вітчизняним товаровиробником**

За автором Майовець Я.М. «Перспективність стратегічної підтримки органічного агровиробництва» полягає у тому, що воно:

- збільшує обсяги виробництва продовольства за одночасного зниження викидів вуглекислого газу в атмосферу;
- продукує екологічно чисті органічні харчові продукти, які мають високі смакові властивості та поживні якості;

- не містить алергенів, синтетичних ароматизаторів і консервантів, тому особливо корисне дітям і підліткам;
- є дрібнотоварним бізнесом і дає змогу збільшити зайнятість на селі;
- позитивно впливає на здоров'я й організм людини, продовження тривалості її життя;
- підвищує якість і, відповідно, конкурентоспроможність продукції;
- корисне для біосфери (бджіл, птахів, представників тваринного світу), підвищує її стійкість;
- позитивно впливає на соціально-економічний розвиток сільських територій;
- забезпечує вищі доходи виробників органіки через те, що вони на 50–100% вищі за звичайні.

У процесі дослідження розвитку інноваційних процесів в аграрному органічному підприємстві, напрямів його державної підтримки науковці звертають увагу на різні їх сторони. Наприклад, П. Музика виокремлює систему мотивів, що спонукають займатися цим бізнесом, і пропонує таку їх класифікацію:

- розвиток і задоволення потреб суспільства;
- прибутковість;
- творчість і престиж;
- подолання внутрішніх проблем;
- мотиви задоволення суспільних проблем у безпечному навколишньому середовищі [19].

Інші дослідники звертають увагу на систему мотивації, елементи якої спрямовані на приведення у відповідність цілей і спонукальних мотивів розвитку виробництва, праці, мотивації споживання нової продукції.

Однак є такі автори, які озвучують тезу про те, що органічне виробництво є неефективним, оскільки здійснюється «дідівським» методом. Ми відстоюємо позицію тих науковців, які вбачають в органічному сільському господарстві повернення до традицій та історичних витоків, але на якісно новому рівні та на

новітніх інноваційних технологіях. Ми вважаємо, щоб досягти успіху на ринку органічної продукції для вітчизняних підприємств, крім підприємницьких вмій та відповідних стандартів, потрібно впроваджувати інноваційні заходи для досягнення високих результатів в даній галузі [34].

Наведемо кілька даних для порівняння стану та методів просування органічної продукції на ринках країн Європи та світу.

Інноваційна спроможність країни може бути оцінена на підставі її позицій у міжнародному рейтингу «Глобальний індекс інновацій» [20]. Аналізуючи показник глобального інноваційного індексу (ГІІ) у період 2017-2020 рр., можна зробити висновок про невисоку інноваційну спроможність України, оскільки її позиції значно слабші не лише в порівнянні зі США, а й з країнами пострадянського простору та своїми найближчими сусідами. З іншого боку, в аналізованому періоді можна спостерігати певну тенденцію до зростання місця України в даному міжнародному рейтингу (Табл.2.2).

Таблиця 2.2

**Динаміка рейтингу деяких країн за Індексом інноваційної діяльності за 2017-2020 рр.**

Країни	2017		2018		2019		2020	
	ГІІ	Місце	ГІІ	Місце	ГІІ	Місце	ГІІ	Місце
<b>Україна</b>	<b>35,72</b>	<b>56</b>	<b>37,62</b>	<b>50</b>	<b>38,52</b>	<b>43</b>	<b>37,4</b>	<b>47</b>
США	61,4	4	61,4	4	59,81	6	61,73	3
Росія	38,5	43	38,16	45	37,9	46	37,62	46
Польща	40,22	39	41,99	38	41,67	39	41,31	39
Латвія	44,33	34	44,61	33	43,18	34	43,23	34

*Джерело: сформовно автором за даними [20]*

Згідно з даними Державної служби статистики, показник частки кількості підприємств, що впроваджували інновації, в загальній кількості промислових підприємств, не мав стійкої тенденції і приймав такі значення: 2015 р.- 12,1%, 2016 р.-15,2%, 2017 р.-16,6%, 2018 р. - 14,3%, 2019 р.-15,6% [21].

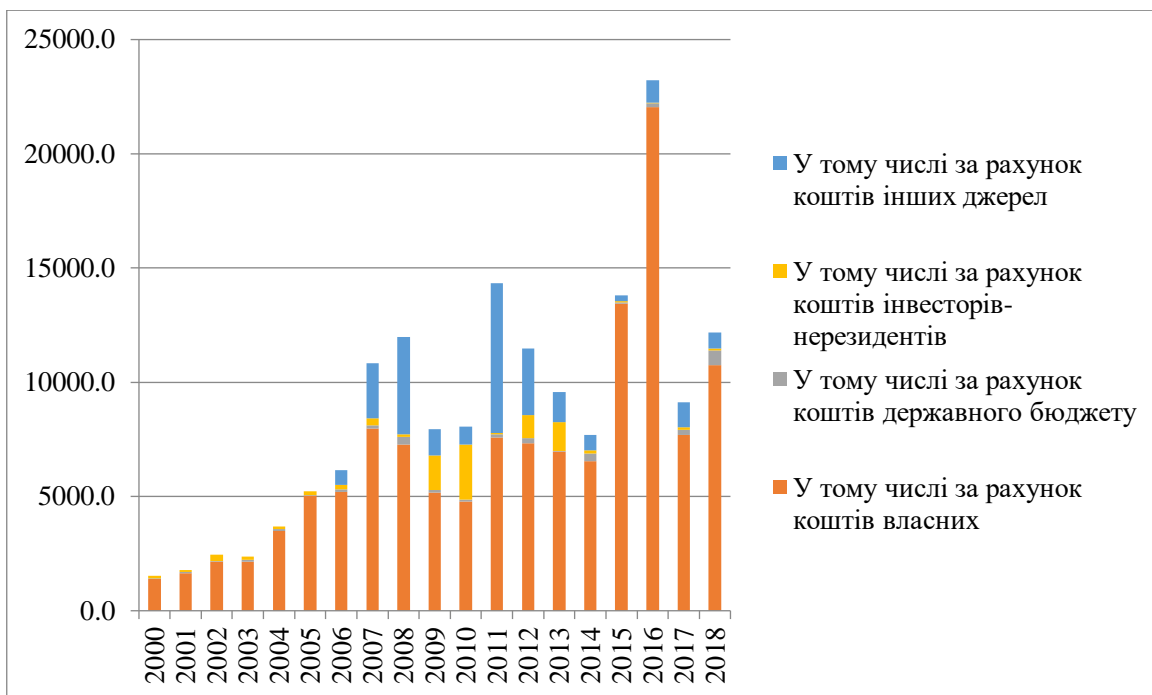
Аналізуючи дані рис. 2.8 можна простежити в цілому зростаючий характер показника витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств у період 2000-2018 рр. Варто зауважити, що основну частину витрат

складають власні кошти підприємств, державне фінансування є недостатнім і становить незначну частину.

Дуже часто через брак не тільки державних, а й власних коштів, сільськогосподарські виробники приймають шлях виробництво своєї продукції традиційними методами перед органічними. Дослідник О. І. Шкуратов у своїй монографії виокремлює різні можливі джерела фінансування виробництва (рис. 2.7), серед них можна виокремити, як основні, : власні кошти підприємства, кошти з бюджетів всіх рівнів, екологічні фонди, кредити банків та інвестиції зарубіжних держав (у тім числі безоплатні гранти).



**Рис. 2.7. Джерела фінансування, спрямовані на стимулювання виробників органічної сільськогосподарської продукції**



**Рис. 2.8. Витрати та джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств у 2000-2018 рр., млн. грн.**

*Джерело: сформовно автором за даними [21]*

Підсумувавши все вище сказане, можна зробити проміжний висновок, що український аграрнопромисловий комплекс показує позитивні тенденції до запровадження інноваційної діяльності у своїй роботі. Тому можна сказати, що виробники органічної продукції мають всі можливості досягти високих результатів у своїй діяльності, завдяки впровадженню інноваційності на своїх підприємствах [35].

В Європі нараховується майже 350 тис. виробників «органіки» (з них у ЄС – 270 тис.), 60 тис. органічних переробників і 3700 органічних імпортерів. Порівняно з попередніми роками кількість виробників «органіки» зросла на 3% (в ЄС на 5%), органічних переробників побільшало на 12%, а імпортерів на 19%. Отже, ми з впевненістю можемо сказати, що дані показники свідчать про стрімкий ріст органічного ринку в Європі, а отже виробники чітко знають для кого постачають свою продукцію, використовуючи альтернативні засоби просування органічної продукції до кінцевого споживача.

Україна, яка має високий потенціал виробництва органічної продукції, посідає майже передостаннє місце в рейтинговому списку Європи серед органічних товаровиробників на чолі з Німеччиною, Швейцарією та Туреччиною (табл. 2.4). За показниками 2019 року, 80% органічної продукції України орієнтовано на експорт.

Таблиця 2.3

### Показники органічного виробництва в Україні

Період	Кількість господарств, од.	Площа, га
2013	175	393400
2014	182	400764
2015	210	410550
2016	360	411200
2017	375	420000
2018	510	429100

*Джерело: сформовно автором за даними [11]*

Таблиця 2.4

### Показники органічного виробництва в Європі за 2018 рік

Країна	Кількість господарств, од.	Площа, тис. га.
Німеччина	25078	1088838
Туреччина	69967	486069
Швейцарія	6244	137234
Латвія	3634	231608
Іспанія	1709	73037
Україна	284	421.2

*Джерело: сформовно автором за даними [12]*

Незважаючи на вищесказане, в останні роки спостерігається тенденція активного наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією внаслідок налагодження власної переробки органічної сировини. Зокрема, це крупи, борошно, молочні та м'ясні продукти, соки, сиропи, повидло, мед, олія, чаї, лікарські трави.

Аналізуючи показники органічного виробництва в Україні за п'ять років, ми спостерігаємо позитивну динаміку за період 2013-2018 років (табл. 2.3). Так кількість господарств за п'ять років зростає на 335 одиниць, а загальна площа сертифікованих сільськогосподарських угідь збільшилася на 35 тис. га. Більшість цих господарств розташовані в Одеській, Херсонській, Київській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Тернопільській, Житомирській областях (Додаток Д).

Виробництво органічних продуктів визначається дією ринкових елементів попиту і пропозиції. Досліджуючи мотивацію виробників екологічно чистої продукції, відомі світові науковці Г. Мефферт і М. Кіреорг виявили спонукальні мотиви товаровиробників органічних продуктів і поділили їх на дві групи: фактори тиску і фактори екологічного втягування. Перші передбачають наявність інструментів, за допомогою яких можна здійснювати агресивний тиск пропозиції органічної продукції на ринку, другі – проявляються через фактори екологічного втягування, підвищення рівня екологічної обізнаності як серед споживачів, так і серед потенційних виробників [36].

Для перших це є очікування високої споживчої цінності, а для других – готовність вкладати в неї кошти. Однак, як засвідчує вітчизняна практика в Україні, ні перша, ні друга групи факторів не є дієвими переважно через недосконалість вітчизняного законодавства.

Головною метою процесу просування є інформування та нагадування про представлену продукцію задля стимулювання попиту на неї, що в свою чергу збільшить дохід підприємств. Для того, щоб переконати споживача перейти до покупки, підприємство повинно збалансовано висловити свою позицію через «власне товар» та ціну. Тільки після цих дій, більш-менш ознайомлений з товаром споживач, стане зацікавленим у його придбанні [23].

Та головним завданням підприємств при просуванні органічної продукції є стимулювання споживача до здійснення покупки. Задля цього треба домогтися прихильності споживача, зуміти переконати його в необхідності придбання



даного товару, зокрема через унікальність, застосувати як традиційні, так і сучасні методи просування.

Європейські країни мають не тільки досвід виробництва органічної продукції, але й ефективності її просування на внутрішньому та зовнішньому ринках. На основі нормативно-правової бази, створеної у галузі органічного виробництва, запроваджується маркування органічних сільськогосподарських продуктів та етикетки харчових продуктів. У цій сфері реалізуються спеціальні загальнодержавні програми, особливо спрямовані на стимулювання розвитку ринку органічних продуктів у кожній країні Європейського Союзу [37].

Це не тільки сприяє активному виробництву. Це важливо для створення внутрішнього органічного ринку та залучення експортерів органічної продукції на зовнішній ринок. У таблиці 2.5 наведена інформація щодо ринкового нагляду за органічними продуктами зарубіжних країн.

Таблиця 2.5

### Регулювання ринку органічної продукції у зарубіжних країнах

Країна	Види контролюючих органів	Види організацій сертифікації	Національне маркування	Національна законодавча база про виробництво органічної продукції
1	2	3	4	5
Данія	Державні	Асоціації	III	+
Німеччина	Приватні, акредитовані державою	Асоціації	BIOSIEGEL	+
Австрія	Державні	Асоціації	AMA BIO	Частково, Кодекс харчування Австрії
Франція	Державні та приватні	Державні, приватні, асоціації	AB	-
Швеція	Приватні	Приватні	Відсутнє	-
Італія	Державні	Приватні	Відсутнє	-

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4	5
<b>Велика Британія</b>	Державні	Приватні та асоціації	Відсутнє	-
<b>Польща</b>	Державні	Приватні та асоціації	Відсутнє	-
<b>Китай</b>	Державні	Державна і приватна, акредитовані державою	Organic	+
<b>Японія</b>	Державні	Приватні і некомерційні	JAS	+
<b>Бразилія</b>	Приватні і асоціації	Приватні і некомерційні	Відсутнє	-
<b>США</b>	Акредитовані державою на рівні штатів, приватні	Державні на рівні штату, приватні	USDA Organic	+

*Джерело: сформовно автором за даними [22]*

Щоб українська органічна продукція потрапила на ринок і могла експортуватись в країни ЄС та світу вона має пройти довгу і нележку процедуру отримання ліцензій, сертифікатів та дозволів, а також вона має відповідати всім вимогам та стандартам якості. В Україні для виробництва органічної продукції потрібно мати сертифікат про здійснення екологічної сертифікації сільськогосподарської продукції відповідно до критеріїв, встановленими такими організаціями, як Глобальна мережа екологічного маркування (GEN) та Міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху (IFOAM) [38].

Враховуючи актуальність розвитку органічного виробництва в розвинутих країнах світу та в Україні, ряд українських виробників об'єднались в асоціацію учасників "БЮЛан", в яку зараз входять 167 підприємств, з яких – 76 сільськогосподарських формувань, що охоплює 15796 га сільськогосподарських угідь. Це хороший приклад того, як схожа діяльність може об'єднувати виробників для досягнення спільної мети та задоволення потреб, як власних, так і споживачів [23].

### **3. ВДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І СПРИЯННЯ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНОК ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

#### **3.1. Формування системи індикаторів ефективності підприємницької діяльності на ринку органічної продукції.**

Ефективність виробництва — одна з основних характеристик підприємства, яка враховує ефективність обробки інформації підприємства, забезпечення зростання прибутковості та раціонального використання таких ресурсів, як трудові, фінансові та матеріальні. Тому виробники зацікавлені в підвищенні ефективності виробництва, яка відповідатиме якісним характеристикам виробників і споживачів, а також зможе забезпечити високий імідж України на міжнародному ринку.

Дослідженням питання ефективності виробництва займалися відомі науковці В. Г. Андрійчук, В. Д. Базилевич, П. Друкер, Ф. Кене, С. В. Мочерний, В. Петті, С. Ф. Покропивний, Д. Рікардо, Г. Фандель, однак підходи цих авторів щодо сутності, критеріїв та обґрунтування системи показників ефективності суттєво відрізняються.

Закордонні та вітчизняні автори по-різному характеризують сутність ефективності виробництва [39].

Науковці наводять різні класифікації ефективності виробництва, проте вони часто суперечать одна одній, що є наслідком відсутності системного підходу при здійсненні такої класифікації. Тому нами було згруповано різні види ефективності виробництва за класифікаційними ознаками (наслідками отриманого результату, рівнем об'єкта господарювання, видами господарської діяльності, методом розрахунку, моментом здійснення розрахунку, типом процесу, характером витрат) з метою їх подальшого практичного використання (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

### Класифікація видів ефективності виробництва

Класифікаційна ознака	Вид ефективності
За наслідками отриманого результату	Технологічна ефективність
	Економічна ефективність
	Екологічна ефективність
	Соціальна ефективність
За рівнем об'єкта господарювання	Ефективність економіки
	Ефективність галузі
	Ефективність підприємства
	Ефективність структурного підрозділу підприємства
	Ефективність виробництва окремого виду продукції
За видами господарської діяльності	Ефективність сільськогосподарської діяльності
	Ефективність переробної діяльності
	Ефективність торговельної діяльності
	Ефективність банківської діяльності та ін.
За методом розрахунку	Абсолютна ефективність
	Порівняльна ефективність
За моментом здійснення розрахунку	Планова ефективність
	Фактична ефективність
За типом процесу	Ефективність виробничих процесів
	Ефективність управління
	Ефективність інвестиційної, інноваційної, маркетингової, фінансової діяльності та ін.
За характером витрат	Ефективність поточних витрат
	Ефективність одноразових (капітальних) витрат

*Джерело: сформовно автором за даними [24]*

Методика оцінки ефективності виробництва органічної продукції сільськогосподарських підприємств охарактеризовується чинниками, які притаманні як

галузі сільського господарства в цілому, так виробництву органічної продукції зокрема. Аспект оцінки ефективності виробництва даної продукції полягає у системному врахуванні як вартісних, так і натуральних показників [40].

Показниками, які розраховуються під час оцінки ефективності сільськогосподарського виробництва, є часткові показники продуктивності (обсяг продукції у розрахунку на одиницю конкретного ресурсу), які включають урожайність (обсяг продукції у розрахунку на одиницю земельної площі), продуктивність праці (обсяг продукції у розрахунку на одного працівника або на сільськогосподарську людино-годину). Врожайність найбільш широко використовується для оцінки успіху нових виробничих практик або технологій. Продуктивність праці часто використовується як засіб порівняння продуктивності різних секторів економіки.

Для того, щоб обґрунтувати систему показників ефективності виробництва органічної продукції першим завданням повинно стояти дослідити фактори, які здійснюють прямий вплив на рівень результативності виробництва даної продукції сільськогосподарськими підприємствами [24].

Під фактором, в загальному, слід розуміти умову або якусь рушійну силу будь-якого процесу, або явища. Якщо брати до уваги кількість факторів, які реалізують безпосередній вплив на рівень ефективності виробництва органічної продукції, виникає необхідність в їх групуванні. Така класифікація факторів призведе до того, що це полегшить виділити роль, значення, а також характер впливу кожного фактора на результативність діяльності сільськогосподарських підприємств [41].

На нашу думку, поділ факторів на зовнішні та внутрішні є найбільш раціональним, тому його було використано при визначенні факторів впливу на ефективність виробництва органічної сільськогосподарської продукції (табл. 3.2). Фактори внутрішнього середовища мають поділ на економічні, технологічні та організаційні, фактори зовнішнього середовища - на інституційно-правові та соціальні.

Фактори впливу на ефективність виробництва органічної сільськогосподарської продукції включають в себе деякі особливості, характерні лише для органічного сільського господарства.

Зокрема, існує закономірність тривалого переходу від виробництва традиційної сільськогосподарської продукції до виробництва органічної продукції, який має назву перехідним періодом або періодом конверсії. Під час виконання такого переходу собівартість продукції збільшується у зв'язку з введенням значної кількості додаткових операцій щодо забезпечення виробництва органічним насінням, сировиною та засобами захисту рослин, дозволеними для застосування у органічному сільському господарстві [42].

Якщо занадто швидко відмовитись від використання мінеральних добрив та хімічних засобів захисту рослин на початкових етапах виробництва, це призведе до значного зниження урожайності органічної продукції.

Таблиця 3.2

**Фактори впливу на ефективність виробництва органічної продукції сільськогосподарських підприємств**

<b>Фактори внутрішнього середовища</b>	
<b>Економічні</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зниження ціни на органічну продукцію завдяки забороні використання мінеральних добрив;</li> <li>- матеріальна зацікавленість працівників;</li> <li>- можливість оптимізації галузевої структури виробництва;</li> <li>- мотивація праці;</li> <li>- цінова надбавка з урахуванням витрат на сертифікаційні послуги;</li> <li>- значні фінансові втрати у період конверсії</li> </ul>
<b>Технологічні</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- родючість ґрунтів;</li> <li>- ступінь оновлення основних засобів;</li> <li>- залучення високопродуктивних порід худоби;</li> <li>- інноваційні підходи до виробництва;</li> <li>- довготривалість перехідного періоду (2-4 роки);</li> <li>- необхідність використання переважно органічних кормів для годівлі худоби</li> </ul>

<b>Організаційні</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ринки збуту;</li> <li>- організація праці;</li> <li>- організаційна структура;</li> <li>- участь у міжнародних заходах, присвячених виробництву органічної продукції;</li> <li>- орієнтація на внутрішній ринок або на зовнішній ринок;</li> <li>- кваліфікація працівників;</li> <li>- нераціональна організаційна структура підприємства на початок переходу до виробництва органічної продукції</li> </ul>
<b>Фактори зовнішнього середовища</b>	
<b>Інституційно-правові</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відповідність виробництва органічної продукції вектору розвитку та вектору безпеки Стратегії сталого розвитку «Україна - 2020»;</li> <li>- прийняття Закону України «Про виробництво та обіг сільськогосподарської продукції та сировини»;</li> <li>- включення положень про виробництво органічної сільськогосподарської продукції до Закону України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року»;</li> <li>- врахування думки представників ринку органічної продукції у розробці підзаконних актів щодо виробництва даної продукції;</li> <li>- відсутність державної підтримки виробників органічної продукції;</li> <li>- відсутність державного нагляду за виробництвом органічної продукції;</li> <li>- відсутність розвинутої торговельно-збутової мережі;</li> <li>- відсутність адміністративної відповідальності у разі маркування традиційної продукції під логотипом «органічний продукт»</li> </ul>
<b>Соціальні</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- усвідомлення необхідності споживання органічної продукції;</li> <li>- зростання попиту на органічну продукцію на зовнішньому та внутрішньому ринках;</li> <li>- недостатній рівень обізнаності населення та виробників щодо переваг органічного виробництва;</li> <li>- низький рівень екологічної свідомості;</li> <li>- низький рівень доходів населення</li> </ul>

*Джерело: сформовно автором за даними [24]*

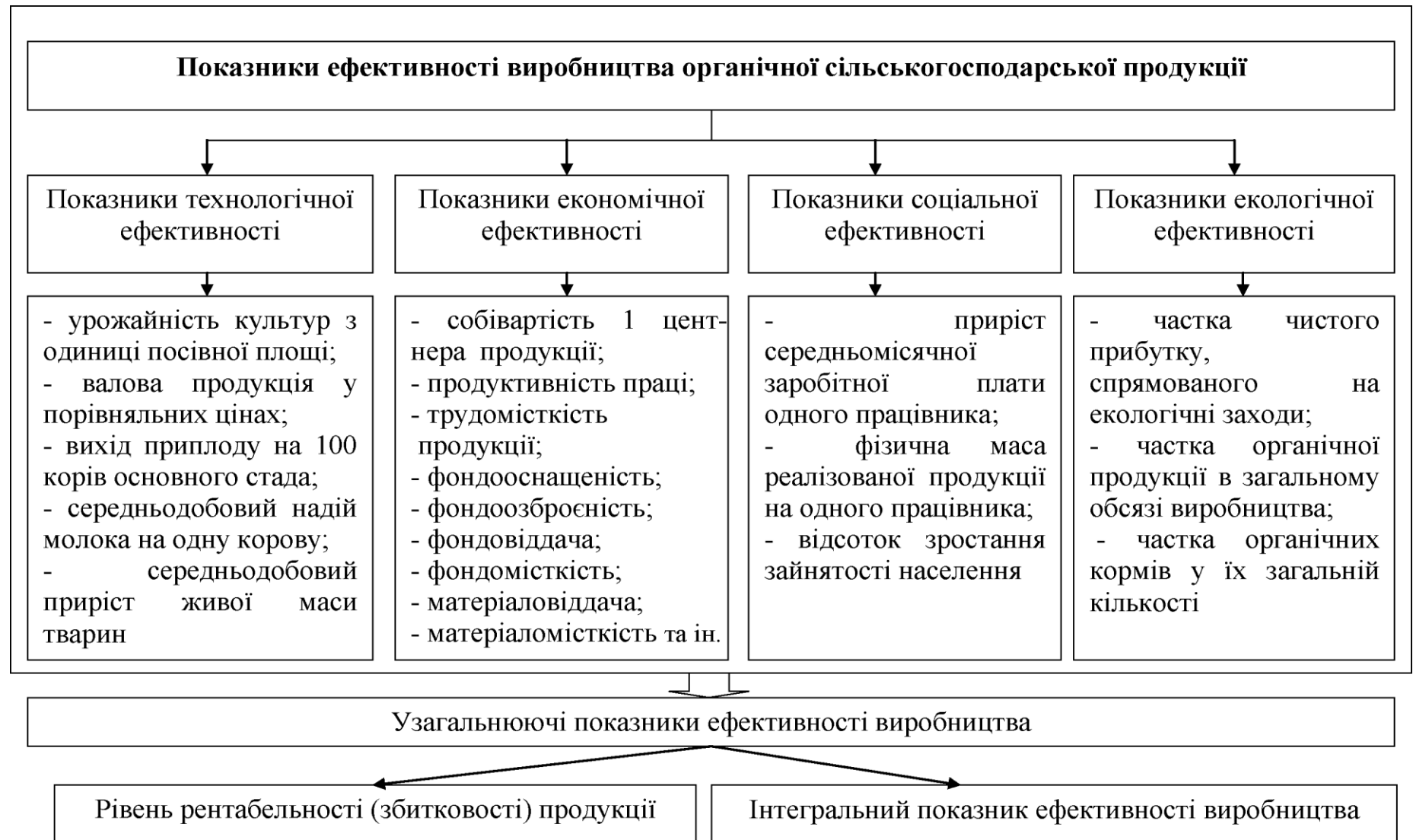
У випадку, коли сільськогосподарське підприємство має на своїй меті здійснювати виробництво продукції тваринництва, тварини повинні бути забезпечені органічними кормами. Якщо підприємство все-таки наважилось здійснити такий перехід, то тривалість такого переходу становить 2 роки, впродовж яких підприємство може реалізовувати свою продукцію зі статусом «продукт перехідного періоду». Тільки після задовільного проходження сертифікації продукція отримує статус «органічна». Всі ці особливості позначаються на ціні продукції, технології її виробництва [43].

Групу інституційно-правових чинників було сформовано з огляду на наявність законодавчої та нормативно-правової бази, що регламентує діяльність підприємств-виробників органічної сільськогосподарської продукції. Критерієм відбору до групи соціальних факторів слугував ступінь усвідомленості споживачами та виробниками необхідності споживати та виробляти безпечну продукцію [30].

Серед показників ефективності виробництва органічної сільськогосподарської продукції було виділено технологічні, економічні, соціальні та екологічні, оскільки саме така класифікація враховує всі аспекти діяльності сільськогосподарських підприємств (рис. 3.1). До узагальнюючих показників ефективності виробництва було віднесено рівень рентабельності (збитковості) продукції та інтегральний показник ефективності виробництва.

Економічні вигоди сільськогосподарського виробництва вимірюються економічними показниками. Кожен показник відображає кількісні та якісні характеристики економічних явищ і процесів, простого відтворення і розширеного відтворення, окремих категорій і понять (продуктивності праці; трудомісткості продукції; фондооснащеності; фондоозброєності; фондівіддачі; фондомісткості; матеріалівіддачі; матеріаломісткості. Економічні показники є концентрованим вираженням змін економічної якості та кількості сільськогосподарської продукції, а їх значення змінюються відповідно до розвитку виробництва [25].





**Рис. 3.1 Система показників ефективності виробництва органічної сільськогосподарської продукції**

Інтегральний показник ефективності виробництва органічної продукції та величина відхилення цього показника слугують для того, щоб всебічно та комплексно оцінити ефективність виробництва органічної продукції, використовуючи низку показників, що характеризують ефективність виробництва та вимірюються в різних одиницях, наприклад, урожайність (яка вимірюється у ц/га) та рентабельність (яка вимірюється у %). Визначення цих показників пропонується проводити в такій послідовності [24].

Спочатку, використовуючи дані досліджень та експертні оцінки, приймаються максимальне та мінімальне значення, а також вагомість кожного з показників, що характеризують ефективність виробництва органічної продукції. Після цього визначається величина оцінки значення кожного з показників за формулою (3.1):

$$I_i = b_i * \frac{\Phi_i - P_{i \min}}{P_{i \max} - P_{i \min}}, \quad (3.1)$$

де  $I_i$  – значення оцінки певного показника, що характеризує ефективність виробництва,  $b_i$  – вагомість показника,  $\Phi_i$  – фактичне значення показника,  $P_{i \max}$  – максимальне значення показника,  $P_{i \min}$  – мінімальне значення показника.

Величина інтегрального показника, що характеризує ефективність виробництва, розраховується за формулою (3.2):

$$I_{\text{ІНТ}} = \sum I_i, \quad (3.2)$$

Величина оцінки середнього значення кожного з показників обчислюється з врахуванням даних досліджень та експертної оцінки (3.3):

$$I_{i \text{ сеп}} = b_i * \frac{P_{i \text{ сеп}} - P_{i \min}}{P_{i \max} - P_{i \min}}, \quad (3.3)$$

де  $I_{i \text{ сеп}}$  – оцінка середнього значення певного показника;  $P_{i \text{ сеп}}$  – середнє значення певного показника, що розраховується за формулою (3.4):

$$P_{i \text{ сер}} = \frac{P_{i \text{ max}} + P_{i \text{ min}}}{2}, \quad (3.4)$$

Середнє значення інтегрального середнього показника розраховується за формулою (3.5):

$$I_{\text{інт сер}} = \sum I_{i \text{ сер}}, \quad (3.5)$$

Наявність середнього значення інтегрального показника ефективності виробництва дасть змогу здійснити визначення величини відхилення отриманого інтегрального показника конкретного або досліджуваного підприємства від середнього. Величина відхилення інтегрального показника розраховується за формулою (3.6):

$$B = \left( \frac{I_{\text{інт}}}{I_{\text{інт сер}}} - 1 \right) * 100\% = \left( \frac{\sum I_i}{\sum I_{i \text{ сер}}} - 1 \right) * 100\%, \quad (3.6)$$

Інтегральний показник, який акумулює значення інших показників, скоригованих відповідно до їх вагомості, дає змогу визначити підприємство, ефективність виробництва якого є найвищою серед досліджуваних. Відповідно, підприємствам, інтегральний показник яких є нижчим за середній, необхідно розробити ефективні заходи з підвищення ефективності [26].

Тому при вивченні ефективності виробництва органічної сільськогосподарської продукції рекомендується застосовувати системний підхід, у тому числі шукати шляхи подальшого підвищення ефективності. В індексі ефективності виробництва органічної сільськогосподарської продукції рекомендується розрізняти технологію, економіку, суспільство та навколишнє середовище, оскільки ця класифікація враховує всі характеристики сільськогосподарських підприємств. Загальний індекс ефективності виробництва включає комплексний показник рівня прибутку (збитку) продукції та ефективності виробництва. Рекомендується використовувати комплексний індекс ефективності органічного виробництва, який дозволить виробникам органічної

продукції вибрати найбільш ефективні виробництва та обґрунтувати заходи щодо підвищення технологічної, економічної, соціальної та екологічної ефективності.

### **3.2. Механізми активізації виходу вітчизняних товаровиробників на ринок органічної продукції через покращання підприємницького середовища їх діяльності.**

Україна має певні переваги у виробництві органічних товарів: велика родючість ґрунтів; сприятливі кліматичні умови; велика кількість незадіяних родючих площ, які підходять для виробництва органічної продукції; зацікавленість українських споживачів у якісних та безпечних товарах. Використовуючи свої можливості та переваги, Україна стала одним з головних виробників та експортерів органіки в Європі, проте головне завдання, досягти світового визнання. Зокрема, перевагою органічного сільського господарства у соціальній сфері, є те, що воно має великий потенціал для забезпечення життєдіяльності сільського населення і поживлення роботи дрібних фермерських господарств. Разом зі збільшенням сектору органічного виробництва зростатиме і працевлаштування місцевого населення, оскільки органічне землеробство менш механізоване і потребує, як правило, більше ручної праці. Враховуючи це, можна сказати, що органічне виробництво має ряд переваг як для споживачів, так і для держави в цілому, а саме: екологічні; соціальні; економічні; переваги для здоров'я [31].

Для подальшого розвитку органічного виробництва в Україні необхідно вирішувати окремі завдання. По-перше, розробити відповідну нормативну базу для державного регулювання розвитку цього ринку.

Це вимагає імплементації органічного законодавства України до законодавства Європейського Союзу, забезпечення чітких та прозорих правил функціонування органічного сектору з урахуванням державної підтримки такого виробництва та реалізації. Крім того, необхідно створити та підтримати органи державної влади для інституційного розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції на національному та регіональному рівнях.

По-друге, необхідно створити ефективне бізнес-середовище та сприяти розвитку органічної торгівлі. Це потребує реалізації соціально-економічних стимулів для зростання обсягів торгівлі та якості органічної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках [44].

По-третє, належить забезпечити підготовку фахівців органічного виробництва та збуту. Необхідно розробити та впровадити відповідну програму підготовки спеціалістів за ступенем бакалавра, магістра та надання державної підтримки для їх реалізації.

По-четверте, слід сприяти поширенню інформації про органічні продукти та їх просуванню на потенційний сегмент внутрішнього ринку. Для цього необхідно підвищити рівень обізнаності споживачів та виробників про органічні продукти шляхом впровадження системного підходу та державної підтримки у сфері комунікацій.

Крім того, необхідно поширювати знання серед сільгоспвиробників про особливості органічного виробництва шляхом надання консультацій, проведення семінарів, конференцій та інших роз'яснювальних заходів. Вирішення цих завдань сприятиме збільшенню кількості підприємств з виробництва органічної продукції; розширенню сертифікованих земель, придатних для ведення такого виробництва, зростання продажів органічної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Відповідно до світових стандартів та вимог система органічного господарства і загалом сільськогосподарська продукція повинні відповідати певним стандартам до виробничих процесів, які спрямовані на підтримку оптимального стану екосистеми на соціальному, екологічному та економічному рівнях (табл. 3.3) [45].

У світі використовуються різні стандартизовані регулятори якості продуктів харчування, до яких відносяться і міжнародні стандарти серії ISO (Додаток Е). В Україні була створена компанія, яка займається сертифікацією та інспекцією органічного виробництва. Цією компанією є ТОВ «Органік стандарт». Дана компанія була створена в рамках україно-швейцарського проекту в 2007 році.

Компанією було розроблено сайт, де всі охочі, а також ті, хто хочуть переходити до органічного виробництва, можуть переглянути інформацію про вимоги до органічного виробництва як в Україні, так і в країнах Європи. Також на сайті є онлайнформа, заповнивши яку, можна замовити послуги із сертифікації чи інспекції виробництва [46].

Таблиця 3.3

**Світові вимоги до органічної системи сільського господарства і сільськогосподарської продукції**

Дозволено	Заборонено
Мінімальний обробіток ґрунту. Земля без заборонених речовин протягом трьох років	Використання синтетичних мінеральних добрив, пестицидів та хімічних засобів захисту рослин
Використання практики консервації, культивування земель, дотримання сівозмін	Забруднення стокових вод
Застосування добрив тільки органічного (рослинного та тваринного) походження. Використання несинтетичних сиромелених добрив та меліорантів	Використання генетично модифікованих організмів та продуктів (речовин), що від них походять
Використання тільки посівного матеріалу, вирощеного в екологічних господарствах	Заборона клонування й опромінення
Використання виняткове екологічних кормів в тваринництві	Відмова в тваринництві від синтетичних добавок, стимуляторів росту, генних технологій
Вільний вигул і випас тварин у літню пору	Утримання худоби прив'язаною

*Джерело: сформовно автором за даними [27]*

Як вже згадувалось раніше, для підвищення ефективності просування ідеї органічного виробництва товарів та ефективного просування підприємств, які займаються виробництвом органічних продуктів необхідно підвищувати рівень усвідомлення необхідності споживання органічної продукції, підвищити рівень обізнаності населення та виробників щодо переваг органічного виробництва. Також на нашу думку великою перевагою, для підняття попиту на органічну продукцію та ефективного її просування на внутрішній ринок, стануть асоціативні об'єднання, як наприклад «БІОЛан» [47].

Представництва «БІОЛан» присутні в кожній області. Крім сертифікованих органічних сільськогосподарських підприємств в неї входять підприємства з переробки органічної продукції, торговий дім “Органік Ера”, спеціалізований магазин “Натур Бутік”, дистриб'ютори, наукові та громадські організації (Рис.3.2).

Метою асоціації є сприяння розвитку органічного виробництва як перспективної галузі сталого розвитку сільського господарства в Україні та захист спільних інтересів її учасників. Зокрема, для досягнення статутних цілей Українська асоціація «БІОЛан»:

- сприяє формуванню системи сертифікації вітчизняного органічного виробника;
- співпрацює з органами державної влади та місцевого самоврядування щодо надання національної підтримки виробникам органічної продукції;
- постійно здійснює моніторинг внутрішнього та зовнішнього ринків органічної продукції;
- рентабельно-ринкова діяльність компанії шукає потенційних партнерів;
- встановлення стабільних та вигідних відносин між виробниками та партнерами ринку;
- надання інформаційної підтримки членам асоціації та зацікавленим виробникам;
- організація основ трансформації та управління органічним сільським господарством.



**Рис. 3.2** Схема складу і статутних цілей Міжнародної громадської Асоціації учасників органічного виробництва "БІОЛан Україна"

*Джерело: сформовно автором за даними [22]*



Уряду нашої країни доцільно також запровадити низку заходів з підтримки органічного виробництва та розвитку ринку органічної продукції, зокрема фінансову підтримку фермерів, що переходять на виробництво органічної продукції, аби стимулювати їх до подальшого активного її виробництва та просування на внутрішньому ринку.

Наголосимо, що для різних країни присутній свій розвиток органічного виробництва, тому на нашу думку, буде правильним створення та дотримання власних національних державних правил на основі міжнародних стандартів.

Даний процес імплементації дозволить створити єдину систему законодавчого регулювання у сфері органічного виробництва. Дієва правова база з питань регулювання органічного виробництва в аграрному секторі економіки позитивно впливає на усіх суб'єктів господарювання. Можна проаналізувати ряд переваг, які досягнуть всі учасники органічного ринку після прийняття такої нормативно-правової бази (Таблиця 3.4) [48].

Таблиця 3.4

**Вигоди для зацікавлених сторін від ухваленної нормативно-правової бази з питань регулювання органічного виробництва в аграрному секторі економіки**

№	Зацікавлені сторони	Потенційні вигоди
1	2	3
1	Держава	Стимулювання одного з найбільш пріоритетних напрямів в аграрному секторі
		Підвищення статусу на міжнародній арені
		Позиціонування себе як країни, що стимулює суб'єкти господарювання дотримуватися принципів охорони довкілля у процесі ведення землеробства
		Крок до європейської інтеграції
		Стимулювання виробників до впровадження ґрунтозахисних технологій та агроекологічних програм
		Поява нових виробників органічних продуктів
		Отримання іноземних інвестицій у дану галузь

## Продовження таблиці 3.4

2	Виробники	Технології виробництва отримують офіційний статус
		Поява системи компенсацій та економічного стимулювання
		Понесення різного роду відповідальності для «псевдо-виробників» органічних продуктів
		Підвищення довіри споживачів до органічних продуктів
		Поява нових потенційних покупців
		Збільшення обсягів продажу за рахунок зростання споживчого попиту
3	Споживачі	Гарантування якості органічної продукції
		Відсутність фальсифікованої продукції маркованої як «органічна»
		Поінформованість про переваги органічних продуктів
		Збільшення кількості виробників «органіки» сприятиме уникненню монополізації на ринку

*Джерело: сформовно автором за даними [27]*

Досвід інших країн, які досягли певного успіху в розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції свідчить про те, що необхідно сформувати власну дієву системи державної підтримки та регулювання даного напрямку. Потрібно продовжувати розвивати відповідну нормативно-правову базу з врахуванням всіх, найбільш корисних досягнень зарубіжної наукової та бізнесової думки в даній галузі, але обов'язково враховувати специфіку українських умов і традицій, що склалися в аграрній сфері [49].

Органічне виробництво є досить перспективним та прибутковим напрямком розвитку аграрного сектору України. На законодавчому рівні закріплення змісту так званої «органіки» відбулося з прийняттям у 2013 році Закону України № 2496-VIII «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» [28].

Закон визначає правові, економічні основи та заходи щодо контролю та нагляду за виробництвом та обігом органічної сільськогосподарської продукції та сировини, а також має на меті забезпечити чесну конкуренцію та нормальне функціонування ринку органічної сільськогосподарської продукції та сировини.

Показники, охорона навколишнього середовища, раціональне використання ґрунтів, забезпечення раціонального використання та відтворення природних ресурсів, забезпечення довіри споживачів до продукції та сировини, позначених як органічні – основні аспекти, які регулюються законом.

З метою визначення вимог до організації виробництва органічної продукції і підвищення її конкурентоспроможності на ринках збуту, у липні 2018 року було прийнято Закон № 2496-VIII «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», який набув чинності від 2 серпня 2019 року.

За цим законом на підприємства розповсюджується чітка та прозора система реєстрації органів сертифікації, операторів ринку органічної продукції, визначається механізм державного контролю за діяльністю суб'єктів ринку органічної продукції та встановлюється їх відповідальність за порушення законодавства у цій сфері [50].

Також для активізації розвитку даної галузі та пришвидшення її освоєння різними виробниками, в деяких регіонах ініціативні підтримки на рівні регіональних бюджетів у п'яти областях – Львівській, Житомирській, Полтавській, Чернігівській та Рівненській (Таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

### Регіональні програми підтримки органічного виробника

Регіональна програма підтримки	Область, у якій діяла програма підтримки	Ключові положення щодо органічного виробництва
Програма розвитку аграрного комплексу Полтавщини до 2020 року	Полтавська область	Окремим напрямом програми є розвиток органічного виробництва. Згадується саме компенсація вартості сертифікації усім сільськогосподарським виробникам, які бажають перейти на органічне виробництво. Також Програма передбачає налагодження механізму постачання органічної продукції у навчальні медичні та соціальні заклади області

## Продовження таблиці 3.5

Програма розвитку агропромислового комплексу Житомирської області на 2016–2020 роки	Житомирська область	Передбачає фінансову підтримку органічного виробника у вигляді часткового відшкодування вартості витрат на сертифікацію відповідності виробництва органічної продукції та часткового відшкодування вартості органічного насінневого матеріалу. Основною метою є збільшення кількості органічних виробників
Комплексна програма підтримки та розвитку агропромислового виробництва Львівської області на 2016–2020 роки	Львівська область	Кошти обласного бюджету на фінансову підтримку розвитку органічного виробництва надають суб'єктам господарювання, які здійснюють органічне виробництво у галузі сільського господарства у вигляді часткової компенсації витрат з проведення сертифікації органічного виробництва та заготівлі органічних об'єктів рослинного світу в розмірі фактичних витрат, але не більше, ніж 20,0 тис. грн одному суб'єкту господарювання
Програма фінансової підтримки органічного виробництва в чернігівській області на 2015–2020 рр.	Чернігівська область	Програма передбачала відшкодування коштів понесених органічними виробниками на сертифікацію органічного виробництва у розмірі 100 %, незалежно від виду діяльності
Комплексна програма розвитку агропромислового комплексу Рівненської області на 2018–2022 р.	Рівненська область	Відшкодування коштів на сертифікацію органічним виробникам, але не більше 30 тис. грн

*Джерело: сформовно автором за даними [53]*

Однак створення в Україні законодавчої бази щодо органічного сектору лише розпочинається. На нашу думку одним з головних аспектів активного розвитку органічного виробництва відповідно до законодавчої бази, буде ухвалення нормативно-правових актів, які зараз є на розгляді у уряду, які допоможуть активізувати процес підтримки підприємств, які займаються

виготовленням органічної продукції, з боку держави. Деякі з цих правових актів ще тільки розглядаються, а деякі вже є прийняті, серед них [23]:

- Порядок (детальні правила) органічного виробництва та обігу органічної продукції;
- Порядок сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції;
- Порядок ведення Державного реєстру операторів, що здійснюють виробництво продукції відповідно до вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції, Державного реєстру органів сертифікації у сфері органічного виробництва та обігу органічної продукції, Державного реєстру органічного насіння і садивного матеріалу;
- Порядок ведення Переліку органів іноземної сертифікації;
- Порядок підтвердження спеціальних знань інспектора з органічного виробництва та/або обігу органічної продукції у сфері органічного виробництва;
- Державний логотип для органічної продукції;
- Перелік речовин (інгредієнтів, компонентів), що дозволяється використовувати у процесі органічного виробництва та які дозволені до використання у гранично допустимих кількостях;
- Порядок розгляду апеляцій на рішення органів сертифікації;
- Форма заявки на внесення до Державного реєстру органів сертифікації у сфері органічного виробництва та обігу органічної продукції;
- Вимоги до матеріально-технічної бази та інших об'єктів інфраструктури, необхідних для виконання функцій із сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції;
- Деякі питання звітності у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції.

В Україні наразі є необхідним формування державної стратегії в області розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції, оскільки конкуренція з закордонними товаровиробниками (які в повній мірі користуються підтримкою своїх урядів) в цій галузі лише зростатиме.

Державне регулювання ринку органічної сільськогосподарської продукції має враховувати необхідність збереження високої якості виробленої органічної продукції, потребу у впровадженні інноваційних технологій, підвищені потреби в якісному інформаційному та консультаційному забезпеченні всіх учасників ринку.

У розвинених країнах це зумовлює особливу структуру державної підтримки, до якої входять система гарантування якості органічної продукції, інформаційне забезпечення і фінансова підтримка розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції

На нашу думку, найголовнішим фактором покращення підприємницького середовища діяльності підприємств, які займаються виробництвом органічної продукції є державна підтримка цієї діяльності, підтримуюча законодавча база та державне фінансування.

Як можна побачити з останніх новин, у бюджеті 2021 року заклали 50 млн грн дотацій для програми фінансової підтримки виробників органічної сільськогосподарської продукції. Проте сьогодні відсутній «Порядок розподілу та використання коштів по напрямку органічного виробництва». Відповідно, не встановлені терміни використання коштів.

Про це йдеться у матеріалі «Мінекономіки заважає виробникам органічної продукції отримати держпідтримку» [51].

2 грудня 2020 року Президент України Володимир Зеленський підписав закон про держпідтримку АПК 985-ІХ (№ 3295), де вказана можливість державного фінансування органічного сектору в Україні. Зокрема, у статті 17.9 закону 985-ІХ вказано: Державна підтримка виробників органічної сільськогосподарської продукції здійснюється шляхом:

- виділення бюджетних субсидій з розрахунку на одиницю оброблюваних угідь виділення бюджетних субсидій з розрахунку на одну голову великої рогатої худоби;
- відшкодування до 30 % вартості витрат на проведення сертифікації органічного виробництва;
- відшкодування до 30 % вартості витрат на придбання дозволених для використання засобів захисту рослин та добрив;
- відшкодування до 30 % вартості витрат на придбання дозволених для використання насіння, садивного матеріалу;
- відшкодування до 30 % вартості витрат на придбання дозволених для використання кормів.

Кошти з державного бюджету на 2021 рік передбачалися на три напрямки:

1. Компенсацію 30% вартості сертифікації органічного виробництва;
2. 5000 грн на 1 га органічних земель з обмеженням 100 000 грн на одне господарство, тобто на 20 га;
3. 5000 грн на одну голову органічної ВРХ.

Окрім того, що все ж виробники, особливо малі, що тільки почали займатися органічним виробництвом, чекають державну підтримку, декларативні заяви уряду посилюють недовіру та абсолютно не сприяють сталому політичному діалогу між органами державної влади та бізнесом.

Проте в проекті бюджету на 2022 Кабмін взагалі не вніс органічне виробництво навіть на розгляд, тобто в уряді просто відсутні зацікавлені у розвитку органічного виробництва.

Нашою пропозицією буде підняти відсоток відшкодування витрат на проведення сертифікації органічного виробництва до 100%. Тим самим підвищити інтерес виробників до сертифікації своєї органічної продукції.

Таке підняття, на нашу думку активізує кількість охочих займатись та впроваджувати оргнічне виробництво, а також наблизить фермерів органічної продукції до можливості її експорту.

Також доцільно закласти в бюджет на 2022 рік градацію відшкодування на 1 га для перехідного та вже органічного статусу, диференціювати орні, багаторічні, пасовища - тут може бути від 5 до 50 000 грн на 1 га.

Пропонуємо застосовувати також коефіцієнти:

- відповідно до площ, які обробляє господарство, (чим менше господарство, тим більша сума відшкодування на 1 га);
- коефіцієнт, прив'язаний до стану земель – якщо вхід через перелоги, або додавання перелогів у вже існуюче органік господарство, то відшкодування більше [29].

Наступною нашою пропозицією буде збільшення обсягів міжнародних договорів у сфері виробництва та експорту органічної продукції, що також дозволить збільшити кількість виробників та бажаючих долучитись до прибуткової справи, у вигляді виробництва та продажу органічної продукції. Деякі проекти, до яких долучилась наша держава, вже успішно функціонують, серед них:

- Швейцарсько-українська програма «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України» (QFTP), що фінансується Швейцарією та впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) у партнерстві із SAFOSO AG (Швейцарія);
- Проект «Німецько-українська співпраця в галузі органічного сільського господарства»;
- Програма «Органічна торгівля заради розвитку у Східній Європі» (OT4D);
- Програма USAID з аграрного і сільського розвитку (АГРО) [52].

На нашу думку, завданням на майбутнє буде, популяризація українського органічної продукції на зарубіжних ринках для збільшення її споживачів, підняття рівня експорту та прибутку, а найголовніше – заохочення більшої кількості фермерів та підприємств до виробництва органічних товарів.

Підсумувавши, можна виділити 5 напрямків розвитку та удосконалення, які ми пропонуємо підтримати зі сторони держави:



1. Перегляд, удосконалення та прийняття ширшої законодавчої та нормативно-правової бази у галузі органічного виробництва.
2. Перегляд можливості надання певних пільг та дотацій асоціативним групам та об'єднанням, які займаються виробництвом та експортом органічної продукції.
3. Розширення та збільшення фінансової підтримки зі сторони держави, як для існуючих виробників органічної продукції, так і для підприємств, які тільки збираються увійти в цю галузь.
4. Прийняття Концепції держпрограми розвитку органічного виробництва в Україні, яка має на меті покращити стандарти та захист у діяльності не тільки виробників органічної продукції, а й цілого агропромислового комплексу України.
5. Розширення міжнародної співпраці у галузі органічного виробництва, задля досягнення цілей, як виробників й держави, збільшення обсягів експорту, а заодно і надходжень грошових коштів.
6. Запровадити на регіональному рівні різні програми підтримки органічного виробника у інших областях.

## ВИСНОВКИ

Для того, щоб використовувати інформаційні дані з внутрішніх та зовнішніх ресурсів, звітів, забезпечити здійснення функцій аналізу та контролю, система аналітичного забезпечення виробничо-фінансової діяльності підприємства повинна ставити перед собою вимогу відповідати вимогам, що сформовують достатні умови для аналізу бухгалтерських та аналітичних даних.

Система обліку та аналізування управління – це система, що включає підсистеми обліку, аналізу та контролю, на якій ґрунтується різного виду облікова та небухгалтерська інформація, що дозволяє надати потрібні дані.

Ми вважаємо, що забезпечення розвитку виробництва чи підприємства аналітичними даними - це стандартизація систем обліку, аналізу та аудиту для активного сталого розвитку компанії. Якщо застосовувати всі етапи аналітичного забезпечення методично, це може забезпечувати виконання всіх поставлених цілей в області управління виробництвом.

Розвиток аналітичної бази діяльності підприємства є одним з основних пунктів не тільки для самого підприємства, але також і для інвесторів. Головною ціллю такої діяльності, є всестороннє пізнання стійкості економічного розвитку підприємства, для того, щоб зацікавити даною інформацією внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів, а це в свою чергу допоможе підвищити репутацію підприємства на зовнішньому та внутрішньому ринку.

Сьогодні дуже актуальною є проблема розвитку підприємств, що займаються виробництвом та продажем органічної продукції, особливо в Україні, де рівень сільськогосподарської галузі дуже високий. Через численні очевидні екологічні, економічні та соціальні переваги, притаманні цій сфері діяльності, це змушує її розглянути глибше. Нещодавня інтенсифікація сільського господарства в усьому світі не тільки негативно впливає на навколишнє середовище, але й споживає природні ресурси, без яких вести сільськогосподарське виробництво стає важче з кожним роком.

В Україні, порівняно з розвинутими країнами, попит на органічні продукти харчування низький. Для того, щоб підвищити рівень попиту, виробникам потрібно стимулювати його, це можна зробити через активізацією комплексу маркетингових зв'язків таких товаровиробників, особливо використанням новин та інтернет-реклами. В такій ситуації може допомогти брендинг, який сформує коло лояльних клієнтів. До формування рекламних заходів рекомендується залучати великі торгові мережі.

Для того, щоб контролювати обсяг цін при формуванні маркетингової та збутової політики, найперше потрібно налагоджувати кооперативні відносини з посередницькими агентствами, а для, щоб вони мали певний мотив співпраці з вами, використовувати стимули та фактори партнерства. Але також потрібно звертати увагу на вплив цих стимулів на фінансові результати органічних виробників. Це може бути використано як напрямок для подальших досліджень.

В Україні з кожним роком зростає кількість споживачів, які вважають за краще купувати та використовувати безпечні продукти. Продукція продається в мережах супермаркетів, спеціалізованих магазинах та онлайн. Україна має особливі можливості для розвитку органічного виробництва (чорнозем, інтенсивний розвиток сільського господарства, клімат), тому це ще один аспект того, що розвиток чистої продукції в Україні має вагомні переваги у порівнянні з іншими країнами.

Сучасний світовий ринок, з кожним роком все більше стикається з дефіцитом спеціальної продукції та проблемою попиту і пропозиції на цьому доступними силами. Завдяки сільському господарству в країні є великий економічний потенціал для покращення економіки, навколишнього середовища суспільства та якості сільського господарства в цілому.

Повільний розвиток біорозкладного виробництва пояснюється відсутністю регулювання та відсутністю чіткої національної політики з цього питання.

Розвиток органічного сектору є дуже важливим і оптимістичним для сімейних фермерів, споживачів та країни в цілому, особливо в контексті

продовольчої безпеки, здорового харчування та захисту навколишнього середовища.

Як показує різні дослідження виготовлення органічної сільськогосподарської продукції, світовий ринок безпечної продукції характеризується щорічними темпами зростання (10-15%), такі показники можна спостерігати протягом останніх десяти років. Українські виробники органічних продуктів та держава в цілому, мають всі можливості для того, щоб проникнути на цей ринок. З кожним роком, починаючи з 2002 чисельність вітчизняних виробників органічної сільськогосподарської продукції зросла в 16,4 раза, а площа органічних сільськогосподарських угідь – у 2,8 раза. Але сам обсяг такої продукції на вітчизняному та світовому ринку порівняно низький і щоб підвищити ефективність органічного виробництва, необхідно просуяти цей вид агробізнесу.

Виробництво натуральної продукції саме в Україні має великий потенціал у розвитку органічного сільськогосподарського виробництва, також наша держава досягла певних результатів у виробництві вітчизняної органічної сільськогосподарської продукції, включаючи її експорт та споживання на внутрішньому ринку. Проте є й деякі проблеми, які спричинили повільний розвиток органічного виробництва. У більшості випадків ці питання пов'язані з взаємодією законодавчого забезпечення, товарного обміну та просування на внутрішньому ринку, науки, освіти, органічного виробництва. Їх потрібно вирішувати на різних рівнях – національному, регіональному та економічному.

Нами було виділено кілька напрямків покращення становища вітчизняних виробників органічної продукції на ринку. Заходи розвитку та удосконалення, які ми пропонуємо підтримати зі сторони держави включають:

- Оновлення та удосконалення нормативно-правової бази, яка стосується галузі органічного виробництва;
- Державна допомога вітчизняним підприємствам у вигляді дотацій;
- Збільшення обсягу державного фінансування та фінансової допомоги виробничим підприємствам на різних стадіях виробництва та виходу на ринки.

- Запровадження «Концепції держпрограми розвитку органічного виробництва в Україні»
- Збільшити кількість міжнародних зв'язків у даній галузі, для досягнення цілей виробників і країни.

Запровадження запропонованих заходів дозволить налагодити як виробництво екологічно чистої, органічної продукції, так і допоможе активізувати та збільшити кількість підприємств та учасників у виробництві органічної продукції. Україна має для цього необхідний потенціал, Тому потрібно удосконалити нормативно-правову базу, яка б підтримувала вітчизняних виробників органічної продукції, впроваджувати ефективну маркетингову політику, стимулювати розвиток органічного ринку за підтримки держави та організувати органічне виробництво відповідно до всіх міжнародних вимог і стандартів. Це питання є дуже актуальним у сучасній глобальній економіці і потребує подальших більш глибоких досліджень.